

**ANALISIS *KNOWLEDGE SHARING*, ORIENTASI PASAR, DAN
PENDANAAN INVESTOR, TERHADAP INOVASI PADA
START-UP DI YOGYAKARTA DAN MAGELANG
(Studi Kasus Pada Peserta Program *Bekraf for Pre Start-up Chapter*
Yogyakarta 2019)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Drajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:
Aris Setyanto
NPM. 16.0101.0173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2020**

**ANALISIS *KNOWLEDGE SHARING*, ORIENTASI PASAR,
DAN PENDANAAN INVESTOR, TERHADAP INOVASI PADA
START-UP DI YOGYAKARTA DAN MAGELANG
(Studi Kasus Pada Peserta Program *Bekraf for Pre Start-up Chapter*
Yogyakarta 2019)**

SKRIPSI



**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**

Disusun Oleh:
Aris Setyanto
NPM. 16.0101.0173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS *KNOWLEDGE SHARING*, ORIENTASI PASAR, DAN
PENDANAAN INVESTOR, TERHADAP INOVASI PADA *START-UP*
DI YOGYAKARTA DAN MAGELANG
(Studi Kasus Pada Peserta Program Bekraf *for Pre Start-up Chapter*
Yogyakarta 2019)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Aris Setyanto

NPM 16.0101.0173

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 27 Agustus 2020

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Dra. Marlina Kurnia, M.M

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji

Drs. Dahli Sulaich, MM

Ketua

Dra. Marlina Kurnia, M.M

Sekretaris

Muhdiyanto, S.E., M.Si

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

11 0 SEP 2020

Tanggal,

Dra. Marlina Kurnia, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aris Setyanto

NPM : 16.0101.0173

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**ANALISIS *KNOWLEDGE SHARING*, ORIENTASI PASAR, DAN
PENDANAAN INVESTOR, TERHADAP INOVASI PADA *START-UP*
DI YOGYAKARTA DAN MAGELANG
(Studi Kasus Pada Peserta Program *Bekraf for Pre Start-up Chapter*
Yogyakarta 2019)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 10 Agustus 2020
Pembuat Pernyataan,



Aris Setyanto
NPM. 16.0101.0173

RIWAYAT HIDUP

Nama : Aris Setyanto
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 29 Juni 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Kramaleksana Gg Mpu Nadi No.35
Dusun Kebayeman, Desa Kalirejo RT 01
RW 01 Kec. Kebumen, Kab. Kebumen
Alamat Email : arissetyanto07@gmail.com
Pendidikan Formal :
Sekolah Dasar (2002-2008) : SD Negeri 2 Kalirejo
SMP (2008-2011) : SMP Negeri 6 Kebumen
SMA (2011-2014) : SMK Negeri 2 Kebumen
Perguruan Tinggi (2016-2020) : S1 Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang

Pengalaman Organisasi :

- Anggota Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2016-2017).
- Wakil Ketua Umum Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2017-2018).
- Wakil Ketua Umum Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2018-2019)
- Anggota Komunitas Mahasiswa Entrepreneur (Komet) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2016-2017)
- Human Resource Management Komunitas Mahasiswa Entrepreneur (Komet) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2017-2019)
- Ketua Umum Komunitas Mahasiswa Entrepreneur (Komet) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2019-2020)
- Ketua Komisi Pengawasan Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) Universitas Muhammadiyah Magelang (2019-2020)
- *Chief Operating Officer* Luar Kuliah
-

Magelang, 10 Agustus 2020



Aris Setyanto
NPM. 16.0101.0173

MOTTO

“Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”

(QS. Al-A'raf: 56)

“Barangsiapa yang berbuat kebaikan (sebesar biji dzarrah), niscaya dia akan melihat (balasan) nya. Dan barangsiapa yang berbuat kejahatan (sebesar biji dzarrah), niscaya dia akan melihat (balasan) nya pula”.

(QS. Az-Zalzalah: 7-8)

“Jika kamu benar menginginkan sesuatu, kamu akan menemukan caranya. Namun jika tak serius, kau hanya akan menemukan alasan”

-Jim Rohn-

“Hidup tidak hanya himpunan dari pilihan-pilihan, namun hidup adalah memilih pilihan, bertanggung jawab dengan pilihan adalah salah satu seni dalam hidup”.

-Aris Setyanto-

“Tahu diri itu baik, namun sadar diri lebih bijak”.

-Aris Setyanto-

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “**Analisis Knowledge Sharing, Orientasi pasar, Dan Pendanaan Investor, Terhadap Inovasi Pada Start-up Di Yogyakarta Dan Magelang**” (Studi Kasus Pada Peserta Program Bekraf *for Pre Start-up Chapter Yogyakarta 2019*).

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Suliswiyadi, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Dra. Marlina Kurnia, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang sekaligus Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Mulato Santosa, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu kepada saya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi dan bapak/Ibu Tata Usaha yang selalu membantu kegiatan kuliah di Universitas Muhammadiyah Magelang.
5. Nia Kurniati Bachtiar, SE., S.Si., M.Sc selaku dosen pembimbing kewirausahaan (mentor Luar Kuliah), yang senantiasa membimbing, serta memberikan saran hingga saat ini.
6. Bapak Basiran dan Ibu Kusjiati tercinta, selaku kedua orang tua yang tak pernah putus memanjatkan do'a dan memberikan dukungan baik moril maupun

materil dalam mendukung saya menyelesaikan studi dan menggapai cita-cita untuk memenuhi harapan keluarga.

7. Kakak dan adik tersayang yang telah memberikan dukungan, do'a dan semangat motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Tim Luar Kuliah Nur Cholis, Dimas Nugroho Cahyo Prabowo, Galih Adi Prastian, Wahyu Adhian, Mahendra Pudya Astawa, Pungki Yulianti, M. Rohman yang selalu memberi support.
9. Keluarga Besar Komunitas Mahasiswa Entrepreneur (Komet), Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) yang telah memberikan motivasi dan dorongan supaya menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan kuliah Program Studi Manajemen angkatan 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan para sahabat saya.
11. Kepada seluruh pihak yang ikut membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Hanya do'a yang dapat peneliti panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun, penyusun harapkan untuk perbaikan penulisan skripsi ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Magelang, 10 Agustus 2020

Pembuat Pernyataan



Aris Setyanto

16.0101.0173

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Perumusan Hipotesis	21
D. Model Penelitian	24
BAB III METODA PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel.....	25
D. Metoda Pengambilan Data.....	26
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
F. Uji Kualitas Data	29
G. Alat Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Statistik Deskriptif Data	35
B. Statistik Deskriptif Responden	35
C. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	37
D. Uji Kualitas Data	38
1. Hasil Uji Validitas.....	38
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	40
E. Hasil Analisis Data	40
F. Hasil Pengujian Hipotesis.....	42
G. Pembahasan	46
BAB V <u>K</u> ESIMPULAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persebaran Start-Up di Inonesia Tahun 2018	3
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Data	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabel data	40
Tabel 4.7 Regresi Berganda	41
Tabel 4.8 Uji <i>Goodness of Fit</i>	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi <i>Start-Up</i> di Yogyakarta	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	24
Gambar 3.1 Kurva Normal Uji F	33
Gambar 4.1 Pengaruh <i>Knowledge Sharing</i> terhadap Inovasi.....	44
Gambar 4.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Inovasi.....	45
Gambar 4.3 Pengaruh Pendanaan Investor terhadap Inovasi.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	57
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	63
Lampiran 3. Hasil Analisis Data	67
Lampiran 4. Uji Regresi.....	71
Lampiran 5. r Tabel.....	72
Lampiran 6. t Tabel	75

ABSTRAK

ANALISIS *KNOWLEDGE SHARING*, ORIENTASI PASAR, DAN PENDANAAN INVESTOR, TERHADAP INOVASI PADA *START-UP* DI YOGYAKARTA DAN MAGELANG

(Studi Kasus Pada Peserta Program *Bekraf for Pre Start-up Chapter*
Yogyakarta 2019)

Oleh:

Aris Setyanto

Inovasi merupakan salah satu cara untuk bertahan di era persaingan yang semakin kompetitif. *Start-up* yang nottabene adalah usaha yang baru lahir diharapkan mampu berinovasi sebagai syarat untuk usaha yang berkelanjutan. Pertumbuhan *start-up* di Indonesia sangat massif pada lima tahun belakangan ini, sehingga Indonesia menjadi negara dengan *start-up* terbanyak di kawasan Asia Tenggara. Namun kegagalan *start-up* di Indonesia juga tidak sedikit. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *knowledge sharing*, orientasi pasar, dan pendanaan investor terhadap inovasi pada *start-up*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar kuisioner kepada responden. Populasi pada penelitian ini adalah peserta *Bekraf for Pre Start-up Chapter* Yogyakarta tahun 2019. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 70 responden dengan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 24.0. Hasil penelitian ini adalah *knowledge sharing* tidak berpengaruh terhadap inovasi. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Dan pendanaan investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

Kata kunci: *Start-up*, inovasi, *knowledge sharing*, orientasi pasar, pendanaan investor.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Inovasi merupakan hal yang mutlak dilakukan pada era persaingan terbuka seperti saat ini. Banyak perusahaan berlomba-lomba dalam menciptakan hal baru, baik konsep, sistem, proses, maupun produk agar dapat bertahan di tahun-tahun mendatang. Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Bagaimana inovasi terjadi di perusahaan *start-up*?

Paul Graham dalam (Cahyadi, 2014) mendefinisikan *start-up* sebagai perusahaan yang dirancang untuk tumbuh dengan cepat. Satu-satunya hal yang esensial adalah pertumbuhan. *Start-up* juga diambil dari bahasa Inggris yang memiliki arti tindakan atau proses memulai sebuah organisasi baru. Sedangkan bisnis *start-up* sendiri menurut Google adalah sebuah usaha kewirausahaan atau bisnis inovatif dalam bentuk perusahaan. Sederhannya, *start-up* adalah sebuah bisnis rintisan. Istilah ini mulai dikenal setelah era internet, ketika banyak perusahaan yang menggunakan domain .com bermunculan. Fenomena ini disebut sebagai *buble dot-com*, sebuah fenomena ketika banyak perusahaan punya situs pribadinya.

Start-up (usaha rintisan) yang baru saja memulai kiprahnya pada industri maupun pasar sudah banyak menyita perhatian. Baik dari jumlahnya yang begitu massif, inovasi yang dilakukan atau pelaku usaha yang baru terjun pada pasar. Pada hakikatnya *start-up* merujuk pada perusahaan yang belum lama beroperasi. Perusahaan ini sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Istilah perusahaan *start-up* banyak dihubungkan dengan teknologi, web, dan internet. Perkembangan bisnis *startup* di Indonesia cukup pesat dan menggembirakan, namun data menunjukkan banyak juga bisnis *start-up* ini yang gagal (Marikxon 2019). Data menunjukkan bahwa rasio kegagalan *startup* sangat tinggi, hasil survey penelitian yang disusun oleh peneliti senior Universitas Harvard (Colis, 2016) yang dipublikasikan oleh *Wall Street Journal* bahwa 75% *startup* yang sedang berkembang mengalami kegagalan dalam perkembangannya. Penelitian dilakukan terhadap 2.000 *start-up* pada periode 2004 hingga 2010 di Amerika Serikat. Definisi dari kegagalan *startup* adalah kegagalan pengelolaan sumber daya perusahaan yang terbatas sehingga *start-up* tidak mendapatkan siklus perputaran uang yang baik, bahkan tidak memperoleh *revenue* yang memadai dalam awal-awal tahun keberjalanannya (Colis, 2016). Penyebab kegagalan bisnis *startup* antara lain karena bisnis yang dijalankan bukanlah bisnis yang benar-benar baru dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Bisnis yang dijalankan hanya menduplikasi dari bisnis yang telah sukses. Misalnya bisnis yang menduplikasi Gojek antara lain Golek, Bloon di Bengkulu, M-Jek di Mataram (Winosa, 2019). Selain itu, salah satu kelemahan *start-up*

adalah kurang cepat beradaptasi. *Start-up* seharusnya mampu mendeteksi ketika produknya tidak direspon positif oleh konsumen (Winosa, 2019).

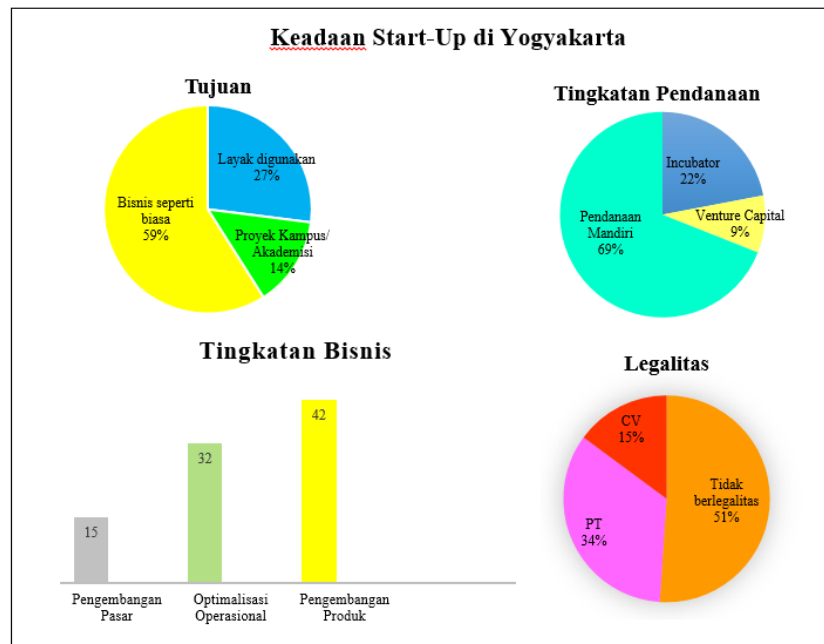
Berikut adalah data *start-up* pada tahun 2018 yang dirangkum oleh Mikti Indonesia Digital Creative Society dan Teknoprener.

Tabel 1.1 Data Pesebaran Start-up di Indonesia tahun 2018

No.	Pemetaan Wilayah	Jumlah <i>Start-up</i>	Prosentase (%)
1.	Jabodetabek	522	52.62
2.	Jawa Tengah	30	3.02
3.	Daerah Istimewa Yogyakarta	54	5.44
4.	Jawa Barat	44	4.44
5.	Jawa Timur	113	11.39
6.	Bali dan Nusa Tenggara Barat	32	3.23
7.	Kalimantan	24	2.42
8.	Sulawesi	34	3.43
9.	Sumatera	115	11.53
10.	Domisili Tidak Diketahui	24	2.42
	Total	922	100%

Sumber: Mapping dan Database Start-up Indonesia 2018

Meskipun jumlah *start-up* di Jogja jauh lebih sedikit dibanding wilayah DKI Jakarta, Jogjakarta banyak dipilih sebagai kota alternatif untuk ekosistem *start-up*. Berdasarkan riset yang dilakukan Jogja Digital Valley, sebanyak 32.33% *start-up* mengaku memilih kota itu lantaran biaya operasionalnya murah. Selain itu, Yogyakarta memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan akses internet yang mendukung. Dikutip dari DailySocial.id, keadaan startup di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kondisi *Start-Up* di Yogyakarta

Sumber: DailySocial.id

Prosentase pengembangan pasar baru 15%, masih sedikit dibanding optimalisasi operasional dan pengembangan produk. Sedangkan pendanaan masih didominasi oleh pendanaan mandiri yaitu sebanyak 69%, sedangkan inkubator hanya berperan 22%, selebihnya *Venture Capital* (VC) sebanyak 9%.

Mengembangkan inovasi di tempat kerja dimulai dengan mengembangkan kreativitas individu, sedangkan ide baru berasal dari motivasi, pemikiran, dan implementasi oleh individu di tempat kerja (Ranto, 2015). Menurut (Suryana, 2003) inovasi yaitu “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”. Inovasi akan berlangsung karena beberapa faktor, yaitu melalui *knowledge sharing*, orientasi pasar, dan pendanaan investor.

Era *start-up* ini menjadi fokus dari berbagai kalangan baik masyarakat dan pelaku bisnis, beberapa beranggapan *start-up* identik dengan budayanya yang bebas melakukan *sharing*. Hal tersebut merupakan bagian dari *Knowledge Management* yang manfaatnya adalah mendorong proses pembelajaran yang berimplikasi terhadap peningkatan kemampuan inovasi melalui penciptaan *knowledge* baru (Suwarno, 2017). Penerapan *knowledge sharing* di organisasi/perusahaan memang sangat memberikan keuntungan, yaitu meningkatkan kemampuan dalam melihat kesempatan dengan lebih cepat, sehingga penciptaan inovasi juga akan lebih cepat tanpa menghabiskan banyak biaya operasional (Suwarno, 2017). Startup sangat perlu untuk terus berinovasi dalam perkembangannya karena sebagai perusahaan yang hanya bermodalkan ide, pelaku startup harus memikirkan bagaimana idenya tersebut bisa diterapkan dalam kehidupan nyata. Karena itu dibutuhkan proses *knowledge sharing* yang dapat dilakukan melalui berbagai interaksi dan media agar pengetahuan yang terdapat dalam benak pegawai dapat diketahui oleh pegawai lain (Dodi Jayen Suwarno, 2017). Sehingga melalui kegiatan *knowledge sharing*, diharapkan inovasi akan terus ditingkatkan dan memberikan dampak bagi perusahaan.

Memahami orientasi pasar menjadi sangat penting bagi perusahaan *start-up*. Menurut Naver dan Slater dalam (Setyawati, 2013) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya bisnis yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi pelanggan. Sedangkan menurut Kohli, dkk dalam (Setyawati, 2013) orientasi pasar sebagai pencarian informasi tentang pasar berkaitan

dengan keinginan konsumen untuk saat ini dan mendatang, penyebaran informasi ke seluruh organisasi, dan respon seluruh organisasi terhadap informasi tersebut. Maka, orientasi pasar sangat penting bagi perusahaan baru, tidak terkecuali *start-up*.

Variabel independen berikutnya adalah pendanaan investor. Seperti yang kita ketahui bahwa *start-up* merupakan sebuah usaha yang baru saja memulai. Mereka memerlukan investor untuk menjalankan idenya. Ketersediaan keuangan untuk bisnis *start-up* telah menarik banyak perhatian selama beberapa tahun, dan merangsang pengembangan dari sejumlah kebijakan inisiatif. (Mazanai, 2012) mengemukakan bahwa jika pemerintah ingin mempertahankan pertumbuhan ekonomi yang akan menghasilkan kemakmuran untuk semua, diupayakan untuk meningkat kan *start-up* bisnis baru. Masalah akses untuk mendapatkan modal dan anggunan menjadi masalah klasik yang dialami usaha baru. Semakin tahun, pendanaan *start-up* sangat tinggi.

Gap penelitian yang terjadi pada penelitian Dodi Jayen Suwarno, dengan judul “*Knowledge sharing* Dan Inovasi Pada Industri Startup”, menyatakan bahwa variabel *knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Namun penelitian oleh Yunita, Tri Faradila (2018) dengan judul “Pengaruh *Knowledge sharing* dan *Intellectual Capital* terhadap *Competitive Advantage* dengan Inovasi sebagai Variabel Mediasi” menyatakan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh tidak signifikan terhadap inovasi. Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Permadi dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Inovasi Dengan Orientasi Pasar Sebagai

Variabel Intervening” variabel orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Menurut survey penelitian yang disusun oleh peneliti senior Universitas Harvard (Colis, 2016) yang dipublikasikan oleh *Wall Street Journal* bahwa 75% *startup* yang sedang berkembang mengalami kegagalan dalam perkembangannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Hall & Lerner, 2010) dengan judul *The Financing of R&D and Innovation* tahun 2010, menyatakan hasil pendanaan investor berpengaruh tidak signifikan. Sedangkan penelitian berjudul *The Impact of Venture Capital on Innovation* tahun 2010 yang dilakukan oleh (Yin, 2012) dari Toulouse School of Economics menyatakan hasil bahwa investasi venture capital berpengaruh positif dan signifikan. Terdapat gap atau perbedaan hasil antara dua penelitian tersebut. Maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pengaruh pendanaan investor terhadap inovasi.

Berdasarkan gap penelitian diatas maka penulis mengambil judul penelitian “Analisis *Knowledge Sharing*, Orientasi Pasar, Dan Pendanaan Investor, Terhadap Inovasi Pada *Start-up* Di Yogyakarta Dan Magelang” (Studi Kasus Pada Peserta Program Bekraf for Pre Start-up Chapter Yogyakarta 2019).

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada uraian latar belakang masalah penelitian diatas, selanjutnya masalah dapat dirumuskan kedalam pertanyaan penelitian (*Research Question*) seperti di bawah ini:

1. Apakah *knowledge sharing* berpengaruh terhadap inovasi pada *start-up*?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi pada *start-up*?

3. Apakah pendanaan investor berpengaruh terhadap inovasi pada *start-up*?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi pada *start-up*.
2. Penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi pada *start-up*.
3. Penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh pendanaan investor terhadap inovasi pada *start-up*.

D. Kontribusi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam terkait inovasi pada *start-up* yang dipengaruhi oleh *sharing knowledge*, orientasi pasar, pendanaan investor pada program inkubasi. Diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan pengetahuan tambahan bagi para peneliti yang berkaitan dengan inovasi pada *start-up*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada pihak inkubator, pemerintah untuk mengambil kebijakan terkait perkembangan dan inovasi *start-up*, dan untuk para pelaku usaha *start-up* pada umumnya. Inovasi sangat dibutuhkan pada era saat ini, sebagai respon pada pasar

yang dinamis, perkembangan teknologi yang semakin maju, dan persaingan yang kompetitif. Sehingga pada praktiknya *start-up* tidak mati sebelum berkembang dan mampu berkontribusi pada perekonomian Indonesia.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dan antara bab yang satu dengan bab lainnya merupakan satu komponen yang saling terkait. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian ini berisi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman riwayat hidup, motto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian isi

Bagian ini terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini meliputi uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan hasil penelitian sebelumnya badan teori-teori yang mendasari analisis data yang diambil dari beberapa literatur atau pustaka seperti teori *start-up*, inovasi, *knowledge sharing*, orientasi pasar, dan pendanaan investor serta kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian yang diuraikan tentang objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, uji data dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini bertujuan untuk membahas dan menguraikan pengujian yang telah dilakukan meliputi statistik deskriptif responden dan uji hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran. Bagian akhir akan diisi dengan lampiran yang dapat mendukung skripsi ini.

3. Bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Teori *Start-up*

Paul Graham dalam (Cahyadi, 2014, tanpa hlm.) mendefinisikan *start-up* sebagai perusahaan yang dirancang untuk tumbuh dengan cepat. Satu-satunya hal yang esensial adalah pertumbuhan. Semua hal lain yang kami kaitkan dengan para pemula mengikuti pertumbuhan. *Start-up* juga diambil dari bahasa Inggris yang memiliki arti tindakan atau proses memulai sebuah organisasi baru. Sedangkan bisnis *start-up* sendiri menurut Google adalah sebuah usaha kewirausahaan atau bisnis inovatif dalam bentuk perusahaan. Sederhannya, *start-up* adalah sebuah bisnis rintisan. Istilah ini mulai dikenal setelah era internet. Faktornya ini adalah karena banyak perusahaan yang dimulai dari nol oleh satu atau beberapa orang saja kemudian menjadi besar.

Salah satu pakar dalam bidang kewirausahaan, Steve G. Blank dalam (Saputra, 2015) mendefinisikan *start-up* sebagai sebuah organisasi temporer yang dibentuk dengan tujuan untuk mencari model bisnis yang repeatable dan scalable. Eric Ries (2011) mencoba mengembangkan definisinya sendiri atas *start-up* dan entrepreneur yang membedakan *start-up* dengan usaha kecil lain, yakni *start-up* adalah sebuah institusi yang diciptakan untuk membuat produk atau layanan baru dan inovatif dalam sebuah kondisi ketidakpastian yang tinggi. Setiap orang yang membuat

produk atau layanan baru dalam kondisi ketidakpastian yang tinggi adalah seorang entrepreneur, terlepas dari apakah dia bekerja sendiri, bekerja untuk perusahaan profit maupun organisasi non-profit.

2. Teori Inovasi

Grand theory yang melandasi penelitian ini adalah inovasi. Inovasi adalah paradigma yang mengasumsikan bahwa perusahaan dapat dan harus menggunakan ide-ide eksternal serta ide-ide internal, dan jalur internal dan eksternal untuk memasarkan produknya, karena perusahaan-perusahaan berusaha untuk memajukan teknologi mereka (Huang, S., Chen, J., & Liang, 2018). Sedangkan menurut (Setyawati, 2013) inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”. Inovasi menurut Ussahawanitchakit terdiri dari dua hal yaitu: (1) Inovasi produk tingkatan kemampuan seseorang dalam menawarkan saran perbaikan terhadap produk yang ada saat ini dan kemampuan individu untuk berkontribusi terhadap pengembangan produk baru dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan; (2) Inovasi proses, tingkatan kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu proses manufaktur atau jasa yang lebih baik dibanding dengan proses yang ada saat ini (Suryana, 2003).

Dari hal tersebut terdapat dua hal yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi

untuk menjadikan sesuatu bernilai, menciptakan hal-hal baru yang berbeda, merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan setiap sumber daya menjadi suatu konfigurasi baru yang lebih produktif baik langsung atau pun tidak langsung. Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi 'kombinasi baru'. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru.

Dalam inovasi dapat diciptakan nilai tambah, baik pada organisasi maupun masyarakat luas. Oleh karenanya sebagian besar definisi dari inovasi meliputi pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Istilah 'baru' bukan berarti original tetapi lebih ke *newness* (kebaruan). Arti kebaruan ini, bahwa inovasi adalah mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi. 'Kebaruan' juga terkait dimensi ruang dan waktu. 'Kebaruan' terikat dengan dimensi ruang. Artinya, suatu produk atau jasa akan dipandang sebagai sesuatu yang baru di suatu tempat tetapi bukan barang baru lagi di tempat yang lain. Namun demikian, dimensi jarak ini telah dijabatani oleh kemajuan teknologi informasi yang sangat dahsyat sehingga dimensi jarak dipersempit. Implikasinya, ketika suatu penemuan baru diperkenalkan kepada suatu masyarakat tertentu, maka dalam waktu yang singkat, masyarakat dunia akan mengetahuinya. Dengan demikian 'kebaruan' 6 relatif lebih bersifat universal. 'Kebaruan' terikat dengan dimensi waktu. Artinya, kebaruan di jamannya.

Terdapat sejumlah inovasi yang menimbulkan suatu perubahan besar seperti inovasi teknik yang besar dan merupakan hal yang luar biasa. Namun demikian kebanyakan inovasi yang berhasil adalah jauh lebih sederhana dan mampu memanfaatkan perubahan yang sedang berlangsung. Inovasi yang berhasil juga pada umumnya sederhana dan terfokus dan ditujukan pada aplikasi yang didesain khas, jelas dan cermat. Inovasi memang lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran, namun inovasi juga tidak perlu bersifat teknis dan juga tidak perlu berupa benda sama sekali.

Dalam prakteknya inovasi didasari atas tahapan pengenalan, persuasi, pengambilan keputusan, implementasi, dan konfirmasi yang sesuai dengan kemampuan mengadopsi baik aktif (*innovator*, *early adopter*, dan *early majority*) dan pasif (*late majority* dan *laggard*) (Janivita, 2017). Jika dilihat dari kecepatan perubahan dalam proses inovasi, ada dua macam inovasi yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental. Inovasi radikal dilakukan dengan skala besar, dilakukan oleh para ahli dibidangnya dan biasanya dikelola oleh departemen penelitian dan pengembangan. Inovasi inkremental merupakan proses penyesuaian dan mengimplementasikan perbaikan yang berskala kecil. Selanjutnya (Janivita, 2017) mengemukakan bahwa apabila melihat jenisnya, terdiri dari empat jenis inovasi yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis. Suatu inovasi dikatakan penemuan apabila merupakan kreasi suatu produk, jasa atau proses baru yang belum pernah dilakukan

sebelumnya. Inovasi yang efektif dimulai dari kecil. Ini dimaksudkan bahwa sebuah inovasi tidaklah muluk-muluk dan mencoba untuk melakukan sesuatu yang khas, karena secara umum gagasan yang terlalu muluk seperti mengarah ke revolusi industri mungkin tidak dapat berjalan dan sulit terwujud. Kemudian bahwa inovasi tidak perlu mengarah pada tujuan akhir untuk menjadi sebuah bisnis besar, karena dalam kenyataannya tak seorangpun dapat memastikan terlebih dahulu apakah inovasi tertentu akan berakhir sebagai bisnis besar atau sebagai sebuah prestasi yang biasa-biasa saja (Janivita, 2017).

3. *Knowledge*

Drucker mendefinisikan bahwa *knowledge* atau pengetahuan merupakan informasi yang mengubah sesuatu atau seseorang yang terjadi ketika informasi yang ada menjadi dasar untuk melakukan sebuah tindakan, atau ketika informasi tersebut memungkinkan seseorang atau institusi untuk mengambil tindakan yang berbeda atau tindakan yang lebih efektif dari tindakan sebelumnya (Suryana, 2003). Dalam konteks pengetahuan umum, *knowledge* dibagi menjadi:

a. *Knowledge Management*

Menurut Batgerson manajemen pengetahuan merupakan suatu pendekatan yang sistematis untuk mengelola asset intelektual dan informasi lain sehingga memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan (Nawawi, 2012).

b. Knowledge Sharing

Menurut Suryana (2003) *Knowledge sharing* merupakan suatu proses sistematis dalam mengirimkan, mendistribusikan, dan mendiseminasikan pengetahuan dan konteks multidimensi antar individu atau antar organisasi melalui metode atau media yang beragam. (Suryana, 2003) mengemukakan bahwa Hooff and Weenen membagi *knowledge sharing* berdasarkan 2 (dua) dimensi, yang terdiri dari: (1) *Knowledge donating*: perilaku individu atau kelompok untuk mengkomunikasikan pengetahuan/ model intelektual yang dimiliki kepada orang lain; (2) *Knowledge collecting*: perilaku individu atau kelompok untuk saling berkonsultasi guna mendapatkan pengetahuan/ model intelektual yang dimiliki dan dikomunikasikan oleh orang lain.

4. Orientasi Pasar

Menurut Naver dan Slater dalam (Setyawati, 2013) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya bisnis yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi pelanggan. Sedangkan menurut (Jaworski, B. J., & Kohli, 1993) dalam Setyawati (2013:23) orientasi pasar sebagai pencarian informasi tentang pasar berkaitan dengan keinginan konsumen untuk saat ini dan mendatang, penyebaran informasi ke seluruh organisasi, dan respon seluruh organisasi terhadap informasi tersebut. Menurut Narver dan Slater dalam (Setyawati, 2013) orientasi pasar terdiri dari tiga indikator, yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing

dan koordinasi lintas fungsi. Berikut penjelasan indikator dari orientasi pasar.

a. Orientasi Pelanggan

Menurut Soehadi, Hart dan Tagg dalam (Setyawati, 2013) orientasi pelanggan mencakup semua aktivitas yang berkontribusi pada pemahaman organisasi bisnis terhadap kebutuhan dan preferensi para pelanggan sasaran dan pada kemampuan organisasi bisnis untuk merancang produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan dan preferensi tersebut.

b. Orientasi Pesaing

Menurut Soehadi, Hart dan Tagg dalam (Setyawati, 2013) orientasi pesaing mencerminkan pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan jangka pendek dan kapabilitas dan strategi jangka panjang para pesaing utama saat ini dan pesaing potensial utama perusahaan, serta kemampuan merespon aktivitas dan strategi pesaing.

c. Koordinasi Antar Fungsi

Menurut Soehadi, Hart dan Tagg dalam (Setyawati, 2013) koordinasi antar fungsi mengacu pada tingkat koordinasi antar fungsi berbeda dalam sebuah organisasi bisnis dan tingkat penyebaran informasi antar fungsi.

5. Pendanaan Investor

Investasi merupakan salah satu keharusan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, terutama ketika bisnisnya sedang berada dalam tahap

awal, yaitu pada tingkat pembentukan dan pertumbuhan (*infancy* dan *growth stages*). Investasi dapat diartikan sebagai komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang (Francis, 2003). Definisi lain dikemukakan bahwa investasi merupakan penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama periode waktu tertentu (Jogiyanto, 2010). Pihak yang melakukan investasi disebut investor. Dalam investasi, mengajarkan investor untuk mengelola kesejahteraan mereka dalam konteks kesejahteraan yang bersifat keuangan. Dalam berinvestasi, investor memiliki cara tersendiri dalam memperkirakan keuntungan yang akan didapat. Dalam kondisi ini, investor ditantang untuk mengatasi kemungkinan risiko investasi yang akan muncul nantinya. Dengan demikian, hal ini mungkin dapat menjelaskan mengapa tidak semua investor mengalokasikan dananya untuk mendapatkan nilai *return* yang lebih besar.

Dalam ilmu ekonomi, investasi diartikan sebagai pengeluaran untuk membeli barang-barang modal dan peralatan-peralatan produksi dengan tujuan untuk mengganti dan terutama menambah barang-barang dan jasa di masa depan. Investasi yang lazim disebut dengan istilah penanaman modal atau pembentukan modal. Menurut (Francis, 2003) dalam bukunya *Fundamentals of Investing* mendefinisikan investasi adalah suatu sarana dimana dana dapat ditempatkan dengan harapan hal tersebut akan menghasilkan pendapatan positif dan/atau menjaga atau meningkatkan

nilainya. Kemudian, menurut (Francis, 2003) dalam bukunya *Investment Analysis and Portfolio Management, 7th Edition*, menjelaskan bahwa investasi merupakan penanaman modal yang diharapkan dapat menghasilkan tambahan dana pada masa yang akan datang. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan suatu aktivitas penanaman dana di masa sekarang dalam jumlah tertentu dengan harapan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang pada waktu tertentu, dimana hasilnya akan lebih baik dari pada mengkonsumsi di masa sekarang.

B. Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suwarno, 2017) dengan judul “*Knowledge Sharing Dan Inovasi Pada Industri Startup*” dengan variabel independennya adalah *knowledge sharing*, dan inovasi sebagai variabel dependen, menyatakan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Hal ini dibenarkan juga pada penelitian yang dilakukan oleh (Saputro & Mayowan, 2018) dengan judul “Pengaruh *Knowledge sharing* Terhadap *Individual Innovation Capability* Dan Kinerja Karyawan” dengan variabel independen adalah *knowledge sharing*, dan *individual inovasi capability* sebagai variabel dependen, menyatakan *knowledge sharing* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap inovasi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Maharani & Susanty, 2015) dengan judul Pengaruh *Knowledge sharing* Terhadap Inovasi Di Direktorat *Human Capital*

Management (Hcm) Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk, dengan variabel independen yaitu *knowledge sharing*, dan variabel dependen-nya adalah inovasi menyatakan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Namun penelitian yang dilakukan oleh Yunita, Tri Faradila (2018) dengan judul “Pengaruh *Knowledge sharing* dan *Intellectual Capital* terhadap *Competitive Advantage* dengan Inovasi sebagai Variabel Mediasi” menyatakan bahwa *knowledge sharing* tidak berpengaruh terhadap inovasi. Pada penelitian ini terdapat hasil yang tidak konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aditya Permadi (2018) dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Inovasi Dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Intervening” menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi. Mengutip dari (Jaworski, B. J., & Kohli, 1993) dalam penelitian yang dilakukan oleh Christoph Sommer (2018) dengan judul penelitian “*Market Orientation of News Startups*” menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap inovasi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Manchanda, K., & Muralidharan, 2014) setiap *start-up* akan menghadapi masalah keuangan dan masalah karena beberapa alasan dan dalam tahap yang berbeda. Pada penelitian Colombo & Piva *start-up* sangat membutuhkan pendanaan guna melanjutkan operasionalnya. Pada penelitian ini, akan menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh pendanaan terhadap inovasi. Pada

umumnya *start-up* akan mengalami beberapa tahap. Pada tahap yang sangat awal ini, pengusaha sendiri memulai serangkaian kegiatan untuk mengubah idenya menjadi bisnis yang menguntungkan. *Bootstrapping* (iuran) didefinisikan sebagai cara yang sangat kreatif untuk memperoleh penggunaan sumber daya tanpa meminjam (Manchanda, K., & Muralidharan, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh (Hall & Lerner, 2010) dengan judul *The Financing of R&D and Innovation* tahun 2010, menyatakan hasil *investors funding* tidak berpengaruh terhadap inovasi. Sedangkan penelitian berjudul *The Impact of Venture Capital on Innovation* tahun 2010 yang dilakukan oleh (Yin, 2012) dari Toulouse School of Economics menyatakan hasil bahwa investasi venture capital berpengaruh positif dan signifikan. Terdapat gap atau perbedaan hasil antara dua penelitian tersebut.

C. Perumusan Hipotesis

Menurut (Sutrisno, 1993), hipotesis merupakan suatu pernyataan atau kesimpulan yang bersifat sementara dan kebenarannya masih harus dapat dibuktikan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Adapun hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Knowledge Sharing* Terhadap Inovasi

Menurut (Suryana, 2003) *Knowledge sharing* merupakan suatu proses sistematis dalam mengirimkan, mendistribusikan, dan mendiseminasikan pengetahuan dan konteks multidimensi antar individu atau antar organisasi melalui metode atau media yang beragam. Penerapan *knowledge sharing* di organisasi/perusahaan memang sangat memberikan keuntungan, yaitu meningkatkan kemampuan dalam melihat kesempatan dengan lebih cepat, sehingga penciptaan inovasi juga akan lebih cepat tanpa menghabiskan banyak biaya operasional (Suwarno, 2017). *Start-up* sangat perlu untuk terus berinovasi dalam perkembangannya karena sebagai perusahaan yang hanya bermodalkan ide, pelaku startup harus memikirkan bagaimana idenya tersebut bisa diterapkan dalam kehidupan nyata. Karena itu dibutuhkan proses *knowledge sharing* yang dapat dilakukan melalui berbagai interaksi dan media agar pengetahuan yang terdapat dalam benak pegawai dapat diketahui oleh pegawai lain (Suwarno, 2017). Berdasarkan penelitian Dodi Jayen Suwarno, *Knowledge sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Maka, hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 : Knowledge sharing berpengaruh positif terhadap Inovasi

2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi

Menurut Naver dan Slater dalam (Setyawati, 2013) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya bisnis yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga

menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi pelanggan. Sedangkan menurut Kohli, dkk dalam (Setyawati, 2013) orientasi pasar sebagai pencarian informasi tentang pasar berkaitan dengan keinginan konsumen untuk saat ini dan mendatang, penyebaran informasi ke seluruh organisasi, dan respon seluruh organisasi terhadap informasi tersebut. Berdasarkan penelitian Aditya Permadi, tahun 2018 menyatakan bahwa Orientasi pasar atau Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Maka, hipotesis pada penelitian ini adalah:

H2 : Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap inovasi.

3. Pengaruh Pendanaan Investor Terhadap Inovasi

Menurut Tandelin, 2010 investasi diartikan sebagai komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang. Definisi lain dikemukakan bahwa investasi merupakan penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama periode waktu tertentu (Jogiyanto, 2010). Seperti disebutkan sebelumnya, keuangan adalah bagian integral dari proses startup. Setiap startup akan menghadapi masalah keuangan karena beberapa alasan dan dalam berbagai tahap (Manchanda, K., & Muralidharan, 2014). Misalnya, saat *bootstrap* (iuran), pendiri bernegosiasi dengan keluarga anggota dan teman untuk meyakinkan mereka untuk berinvestasi dalam idenya. Dia berinvestasi di bisnis, dan karena idenya masih dalam tahap awal, dia mungkin membutuhkan lebih banyak uang untuk mengembangkannya.

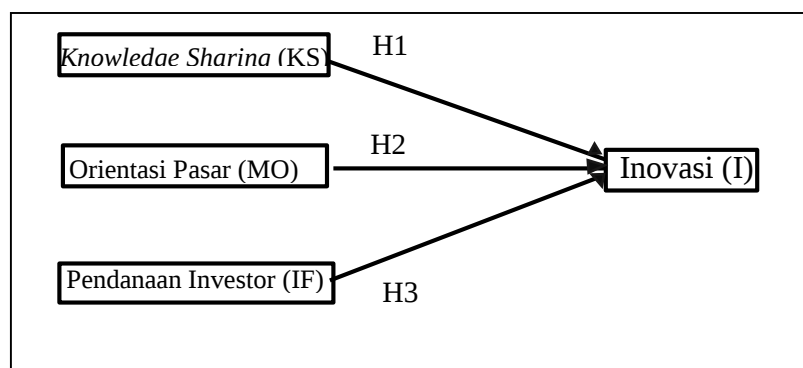
Setelah itu, pada tahap awal, pendiri harus mencari *angel investor* dan meyakinkan dia dengan rencana penilaian yang masuk akal. Selanjutnya, di tahap pembuatan, pendiri harus menyiapkan rencana bersama dengan dokumen pendukung untuk memanfaatkan modal ventura. Semakin banyak investasi yang diterima oleh *start-up* semakin banyak pula inovasi yang dilakukan oleh *start-up*. Maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H3 : Pendanaan investor berpengaruh positif terhadap inovasi.

D. Model Penelitian

Berdasarkan penelitian menurut Dodi Jayen Suwarno bahwa *Knowledge sharing* (KS) berpengaruh positif pada inovasi. Kemudian berdasarkan penelitian oleh Aditya Permadi tahun 2018 menyatakan bahwa Orientasi Pasar/ *Market Orientation* (MO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Menurut (Colombo & Piva, 2008, Pendanaan investor/ *Investor Funding* (IF) berpengaruh terhadap inovasi. maka model penelitian ini adalah sebagai berikut

Gambar 2.1 Model Penelitian



Sumber: Model disusun untuk penelitian ini, 2020

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif yaitu menurut (Kasiram, 2008) kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penelitian ini akan dilaksanakan di *Co-Working Space Start-up Accelerator* Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, sebagai tempat inkubator program *Bekraf for Pre Start-up*.

C. Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh peserta *start-up* yang diinkubasi pada kegiatan *Bekraf For Pre Start-up 2019 Chapter* Yogyakarta berjumlah 54 *start-up* dengan jumlah total 162 pendiri *start-up*.

Sampel menurut (Indriantoro & Bambang, 2002) adalah sebagian dari populasi dimaksud yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *purposive sampling* karena tidak

semua sampel dalam populasi memenuhi kriteria yang ditentukan penulis. Oleh karena itu, sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan penulis agar mendapatkan sampel yang representatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 70 responden yang masuk sesuai kriteria. Kriteria responden berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu:

- a. *Start-up* yang mengikuti program Bekraf for *Pre Start-up* tidak lebih dari 3 tahun dalam melakukan operasionalnya ketika mengikuti program ini.
- b. *Start-up* yang mengikuti program Bekraf *For Pre Start-up* harus berdomisili di Yogyakarta atau Magelang.

D. Metoda Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban yang didapat dari kuesioner yang diberikan kepada responden penelitian, dan hasil dari pengujian yang dilakukan. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner dalam proses pengumpulan data. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Menurut Bawono (2006) definisi operasional merupakan definisi tentang variabel-variabel yang akan digunakan, baik variabel dependen

maupun variabel independen, sehingga nantinya tidak menghasilkan data bias. Definisi operasional dari variabel-variabel penelitian adalah untuk memberikan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel-variabel diukur (Andriani, 2010).

a. Inovasi

Inovasi adalah kemampuan responden untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Adapun indikator-indikator inovasi adalah sebagai berikut:

- 1) Inovasi Produk
- 2) Inovasi Proses

b. *Knowledge sharing*

Knowledge sharing adalah persepsi responden tentang suatu proses sistematis dalam mengirimkan, mendistribusikan, dan mendiseminasikan pengetahuan dan konteks multidimensi antar individu atau antar organisasi melalui metode atau media yang beragam. Adapun indikator dari *Knowledge sharing* adalah sebagai berikut:

- 1) Dimensi Komunikasi;
- 2) Interaksi Sosial;
- 3) Pengalaman;
- 4) Relasi;
- 5) Kepercayaan

c. **Orientasi Pasar**

Orientasi pasar adalah persepsi responden terhadap perilaku yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan budaya bisnis sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi pelanggan. Adapun indikator-indikator dari Orientasi pasar adalah sebagai berikut:

- 1) Orientasi Pelanggan
- 2) Orientasi Pesaing
- 3) Koordinasi Antar-Fungsi

d. **Pendanaan investor**

Pendanaan investor adalah persepsi responden terhadap investasi atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang. Adapun indikator-indikator dari Pendanaan investor adalah sebagai berikut:

- 1) Pengguna produk/ *user*
- 2) Omzet
- 3) *Trust/* kepercayaan

2. **Pengukuran Variabel**

Metode pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2014) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang berisi 5 tingkatan prefensi

Pengukuran variabel dalam hal ini digunakan skala lima tingkatan (likert) yang terdiri dari lima pilihan yaitu Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Netral (N) dengan skor 3, Kurang Setuju (KS) dengan skor 2, dan Tidak Setuju (TS) dengan skor 1.

F. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2014). Uji validitas penelitian ini dengan menggunakan analisis faktor. Pendekatan analisis faktor konfirmatori *confirmatory factor analysis* (CFA) digunakan untuk menguji apakah jumlah faktor yang diperoleh secara empiris sesuai dengan jumlah faktor yang telah disusun secara teoritik atau menguji hipotesis-hipotesis mengenai eksistensi konstruk. Di samping untuk menjawab pertanyaan apakah jumlah faktor yang telah diekstraksi dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara indikator secara signifikan. Jika masing-masing indikator memiliki *loading factor* yang tinggi, maka indikator tersebut dikatakan valid. Analisis faktor seperti CFA membutuhkan terpenuhinya serangkaian asumsi. Asumsi pertama adalah korelasi antar variabel harus cukup kuat, hal ini dapat dilihat dari nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) $> 0,50$ serta signifikansi dari Barlett's Test $< 0,50$ untuk memastikan variabel masih bisa

diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Analisis faktor dapat menentukan seberapa besar faktor yang nantinya terbentuk mampu menjelaskan variabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dimaksud untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan menggunakan *software* SPSS. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Ghozali, 2011).

G. Alat Analisis Data

1. Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memperoleh suatu persamaan dan garis yang menunjukkan persamaan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2014). Untuk mengetahui pengaruh variabel *intervening* digunakan analisis jalur atau *path analysis*. Menurut (Ghozali I. , 2013) menyatakan bahwa analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda untuk

menaksir hubungan kausalitas antara variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Rumus persamaannya adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

Y	: Inovasi
α	: Konstanta
X1	: <i>Knowledge sharing</i>
X2	: Orientasi pasar
X3	: Pendanaan investor
b	: Koefisien Regresi

2. Uji Model

a) Uji R² (Koefisien Determinasi/ R Square)

Menurut (Ghozali I. , 2013), koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol (0) dan satu (1).

1) Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

2) Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Dengan demikian, semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat.

b) Uji F

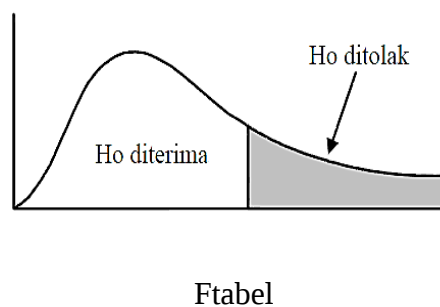
Menurut (Ghozali I. , 2013), uji F digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*). Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah model yang digunakan telah cocok atau tidak. Penentuan kriteria uji F didasarkan pada perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} . Tingkat signifikansi pada penelitian ini 0,05 atau sebesar 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df_1) = k dan derajat kebebasan penyebut (df_2) = n-k-1. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan kriteria pengujian (Ghozali, 2014):

1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Jika $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ dan nilai signifikan $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Gambar nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kurva Normal Uji F



c) Uji t

Uji t yaitu uji signifikansi parsial dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara paralel (terpisah) (Ghozali I. , 2013). Untuk mengetahui statistik t dapat membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis awal (H_0) diterima. Artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis alternative (H_1) diterima. Artinya, variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji statistik t juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Jika angka signifikansi $t < \alpha$ (0.05) maka bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen, sedangkan jika angka signifikansi $t > \alpha$ (0.05) maka bisa dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali I. , 2013).

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *knowledge sharing*, orientasi pasar, dan pendanaan investor terhadap inovasi pada *start-up*. Berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Knowledge sharing* tidak berpengaruh terhadap inovasi pada *start-up* program Bekraf *for Pre Start-up Chapter* Yogyakarta 2019.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap inovasi pada *start-up* program Bekraf *for Pre Start-up Chapter* Yogyakarta 2019.
3. Pendanaan investor berpengaruh positif terhadap inovasi pada *start-up* program Bekraf *for Pre Start-up Chapter* Yogyakarta 2019.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Pengujian ini hanya fokus pada pengujian *knowledge sharing*, orientasi pasar, dan pendanaan investor. Maka tidak dipungkiri adanya teori-teori lain diluar variabel tersebut yang mempengaruhi inovasi *start-up*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel dependen untuk memprediksi variabel dependen.
3. Penelitian ini menggunakan *setting* satu program dengan metode inkubasi yang berbeda dengan program lain.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, ada beberapa saran:

1. Bagi Program Inkubator

- a. Sebaiknya program inkubator melakukan perumusan materi yang disampaikan pada inkubasi bisnis, baik teori maupun praktik. Sehingga pertukaran informasi, orientasi pasar, sehingga membawa *start-up* yang diinkubasi mampu melakukan inovasi.
- b. *Knowledge sharing* tidak berpengaruh terhadap inovasi yang disebabkan oleh faktor-faktor yang menyebabkan pertukaran informasi tidak berjalan dengan maksimal. Sehingga pada program yang lain mampu memperhatikan pertukaran informasi mampu berjalan dengan baik dan maksimal.
- c. Pendanaan investor tidak menjadi satu-satunya sumber dana pada pendanaan *start-up*. Pendanaan mandiri, *bootstrapping* (iuran), dan pinjaman bank adalah beberapa contoh sumber dana selain pendanaan investor. Sehingga pendiri *start-up* tidak terpaku pada satu sumber dana agar usahanya tetap bertahan dan mampu melakukan inovasi. Misalkan pinjaman bank yang memiliki tingkat suku bunga yang rendah, atau *bootstrapping* yang setidaknya mampu menopang keuangan *start-up* pada tahun pertama. Hal ini biasa dilakukan oleh *start-up* agar mendapat *revenue* yang stabil. Setelah itu baru masuk ke tahap pendanaan investor yang nilainya cukup tinggi.
- d. Banyak faktor yang mempengaruhi inovasi pada *start-up*, program inkubasi juga dapat melihat faktor-faktor yang lain untuk meningkatkan inovasi pada *start-up* yang diinkubasi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi inovasi seperti orientasi kewirausahaan, orientasi teknologi, kreativitas, dan variabel lainnya.
- b. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan program inkubasi atau perusahaan lain sebagai objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri Rejeki. (2018) *Resiliensi Sebagai Modal Utama Start Up Bisnis Pada Era Revolusi Industry 4.0*. ISBN: 978-602-60885-1-2 Proceeding National Conference Psikologi UMG 2018
- Bawono, A. (2005). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN Press.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN Press.
- Cahyadi, A. A. (2014). *Definisi “Start-up Company” dan Indikator Sebuah Perusahaan Sudah Bukan “Start-up.”* <http://agungcahyadi.com/definisi-start-up-company-dan-indikator-sebuah-perusahaan-sudah-bukan-start-up/>
- Colis, D. (2016). Lean Strategy. In *Industrial engineering Online*. Harvard Business Review.
- Christoph Sommer (2018). Orientasi pasar of *New Start-Up*. The Journal of Media Innovations 4.2,34-54
- Dodi Jayen Suwarno, A. S. (2017). *Knowledge sharing Dan Inovasi Pada Industri Startup*.
- Hall, B. H., & Lerner, J. (2010). The financing of R&D and innovation. *Handbook of the Economics of Innovation*, 1(1 C), 609–639. [https://doi.org/10.1016/S0169-7218\(10\)01014-2](https://doi.org/10.1016/S0169-7218(10)01014-2)
- Huang, S., Chen, J., & Liang, L. (2018). How open innovation performance responds to partner heterogeneity in China. *Management Decision*.
- Ing. Richard Bednár, PhD., Ing. Natália Tarišková, PhD, (2017). *Indicators of Start-up Failure..* WEB ISSN 2534-997X; PRINT ISSN 2543-8582
- Jack Clark Francis. (2003). *Investment Analysis and Portfolio Management, 7th Edition, menjelaskan*.
- Janivita, D. A. W. S. (2017). Kreativitas dan inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Orientasi pasar: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*,. <http://dx.doi.org/10.2307/1251854>
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kasiram, M. (20010). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Lerner, J. (2010). The financing of R&D and innovation. *Handbook of the Economics of Innovation*, 1(1 C), 609–639. [https://doi.org/10.1016/S0169-7218\(10\)01014-2](https://doi.org/10.1016/S0169-7218(10)01014-2)

- Maharani, A., & Susanty, A. I. (2015). *Pengaruh Knowledge sharing Terhadap Inovasi Di Direktorat Human Capital Management (Hcm) Pt . Telekomunikasi Indonesia , Tbk the Influence of Knowledge sharing on Innovation in the Human Capital Management (Hcm) Directorate Pt . Telekomunikasi Indones. 2(2), 2005–2009.*
- Manchanda, K., & Muralidharan, P. (2014). (2014). Crowdfunding: a new paradigm in start-up financing. In. *In Global Conference on Business & Finance Proceedings Institute for Business & Finance Research. Martinsons, (Vol. 9, N, 369–374.*
- Mazanai, M. and O. F. (2012). Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Start Up Di Kota Surakarta. *Perceptions of Start-up Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) on the Importance of Business Development Services Providers (BDS) on Improving Access to Finance in South Africa.*
- Rezart P., Genc Alimehmeti. (2017). Orientasi pasar, innovation, and firm performance—an analysis of Albanian firms. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*
- Saputra, A. (2015). Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, 4(1), 1–24.* <http://www.journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1022/821>
- Saputro, N. S., & Mayowan, Y. (2018). Pengaruh Knowledge sharing Terhadap Individual Innovation Capability dan Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Rumah Opa Kitchen and Lounge). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 55(3), 7–13.* administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Selviana, Dedy Takdir S., Determinan Keputusan Investasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan ISSN: 2685-5151. Volume 12, Nomor. 1 (Januari, 2020), Hal. 57-68* [www.http://ojs.uho.ac.id/](http://ojs.uho.ac.id/)
- Setyawati, H. A. (2013). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).*
- Susanty, A. I. (2015). *Pengaruh Knowledge sharing Terhadap Inovasi Di Direktorat Human Capital Management (Hcm) Pt . Telekomunikasi Indonesia , Tbk the Influence of Knowledge sharing on Innovation in the Human Capital Management (Hcm) Directorate Pt . Telekomunikasi Indones. 2(2), 2005–2009.*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D.* Penerbit Alfabeta.

- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses Edisi Revisi*. Salemba Empat.
- Wa Ode Z., (2018). *Peran Knowledge Sharing Terhadap Kinerja Pegawai Perusahaan Telekomunikasi*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 1, Nomor 3
- William Henadad L., Liliana Dewi. (2019). Evaluasi Kegagalan Start-Up Bisnis. Media Mahardhika Vol. 18 No. 2 Januari 2020
- Winosa, Y. (2019). Ini Alasan 90 Persen Startup di Indonesia Gagal. *Proceeding National Conference Psikologi*.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read215393/ini-alasan-90-persen-startup-di-indonesia-gagal.html%0A243>
- Wooseung L., Boyoung Kim. (2019) *Business Sustainability of Start-Ups Based on Government Support: An Empirical Study of Korean Start-Ups*. Sustainability 2019, 11, 4851; doi10.3390/su11184851
www.mdpi.com/journal/sustainability
- (Yin, 2012) *The Impact of Venture Capital on Innovation* tahun 2010 yang dilakukan oleh dari Toulouse School of Economics