

ABSTRAK

Batik “Gajah Oling” merupakan ekspresi bercampurnya kepercayaan suku Osing dengan nilai-nilai bisnis. Lenyapnya batik “Gajah Oling” akan membuat lenyap pula salah satu kepercayaan suku Osing, Oleh sebab itu perlu dijaga kelestariannya. Penelitian tahun kedua ini bertujuan mengetahui dan menjelaskan pengaruh jaringan sosial melalui daya serap pengetahuan, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha mikro batik “Gajah Oling” maupun pengaruh langsung setiap variabel terhadap kinerja. Lokasi penelitian di Kabupaten Banyuwangi. Populasi penelitian 154 pengrajin. Teknik penarikan sampel menggunakan *simple random sampling method*. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus Slovin, hasilnya 111 responden. Instrumen pengumpulan data memakai kuesioner. Analisis data menggunakan *structural equation modelling* dengan *software* SmartPLS 3. Temuan penelitian menunjukkan i) kinerja usaha mikro batik “Gajah Oling” dipengaruhi langsung oleh keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan, dan daya serap pengetahuan, ii) kinerja usaha mikro batik “Gajah Oling” dipengaruhi tidak langsung oleh daya serap pengetahuan melalui keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk, iii) jaringan sosial berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja usaha mikro batik “Gajah Oling” melalui daya serap pengetahuan.

Kata kunci: Jaringan Sosial, Daya Serap Pengetahuan, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja.

ABSTRACT

Batik of "Gajah Oling" is an expression of trust mixing Osing tribe, natives in Banyuwangi, with business values. When batik of "Gajah Oling" unable to compete in the market then would make vanish one Osing tribal trust, therefore, the existence of batik of "Gajah Oling" should remain on the market. This study aims to identify and explain the influence of social networks through the absorption of knowledge, entrepreneurial orientation, product innovation, and competitive advantage to the business performance of batik micro of "Gajah Oling". The research location in Banyuwangi. The study population 154 craftsmen. The sampling technique using simple random sampling method. Determination of the number of respondents using the formula Slovin. Total respondents 111 craftsmen. Data collection instrument put the questionnaire. Data analysis using structural equation modeling with software SmartPLS 3. The findings show the performance of micro-enterprises of batik "Gajah Oling" is largely determined by the competitive advantage, entrepreneurial orientation, and absorption of knowledge. In addition, social networks through the ability to absorb knowledge also determines the performance of the business. This gives a very important meaning for the micro businesses to pay high attention to the importance of social networks and the ability to absorb knowledge.

Keywords: Social Network, Knowledge Absorption, Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage, and Performance.