

## **Pengaruh Amalan Inovasi terhadap Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Sektor Makanan di Malaysia**

### *The influence of innovation practices on the performance of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in the food sector in Malaysia*

**Muhamad Nikmatullah Ajwad Adnan<sup>1</sup>, Mohd Rafi Yaacob<sup>2</sup>, Nawi Abdullah<sup>3</sup>, Dzulkifli Mukhtar<sup>4</sup>**

<sup>1,2,4</sup>Faculty of Entrepreneurship and Business, Universiti Malaysia Kelantan, City Campus, Pengkalan Chepa, Kota Bharu, Kelantan, Malaysia.

<sup>3</sup>Faculty of Business and Economics, Universiti Malaya, Malaysia.

<sup>1</sup>[nikmatullah182@gmail.com](mailto:nikmatullah182@gmail.com), <sup>2</sup>[rafi@umk.edu.my](mailto:rafi@umk.edu.my), <sup>3</sup>[a.nawi@um.edu.my](mailto:a.nawi@um.edu.my),

<sup>4</sup>[dzulkifli@umk.edu.my](mailto:dzulkifli@umk.edu.my)

#### **ABSTRACT**

Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dianggap sebagai enjin utama pembangunan ekonomi, menjana peluang pekerjaan dan membasmi kemiskinan. Namun begitu, persaingan sengit dalam dunia perniagaan memerlukan PKS peka dalam menghadapi pelbagai situasi yang mencabar. Dengan peningkatan kos pengeluaran, perkembangan teknologi dan perubahan corak permintaan memerlukan PKS bertransformasi untuk meningkatkan potensi daya saing di pasaran. Sektor industri makanan sedang menghadapi tempoh peralihan yang pantas didorong oleh permintaan domestik dan antarabangsa, perdagangan bebas, pembangunan genetik, pembangunan teknologi pemprosesan, paten, kepentingan asas kepada kesihatan dan keselamatan makanan. Dalam situasi pasaran yang memiliki tahap ketepuan yang tinggi, inovasi memainkan peranan yang penting untuk meningkatkan prestasi PKS dalam tempoh jangka masa yang panjang. Kajian lepas telah membuktikan bahawa inovasi merupakan strategi yang penting dalam meningkatkan produktiviti pengeluaran, menambah baik sistem operasi pengeluaran dan menjamin kelangsungan hayat perniagaan. Inovasi juga mampu meningkatkan penguasaan pasaran, kitaran hayat produk dan mengurangkan pembaziran secara optimum. Walaupun pelbagai penyelidikan yang mengkaji hubungan antara inovasi dan prestasi telah dijalankan, terdapat keperluan penting untuk mengkaji lebih lanjut

mengenai dampak jenis inovasi (produk, proses dan pemasaran) terhadap prestasi terutamanya dalam konteks PKS. Oleh itu, objektif kajian konseptual ini dijalankan bertujuan mengkaji pengaruh amalan inovasi terhadap prestasi PKS dan jenis inovasi yang diaplikasikan oleh PKS dalam sektor makanan di Malaysia.

Kata kunci: Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS), Inovasi, Sektor makanan dan minuman

### **ABSTRAK**

*Small and medium enterprises (SMEs) are essential engines of economic development, generating employment opportunities and helping to eradicate poverty. However, intense competition in the business world requires SMEs to remain vigilant when facing various challenges. With rising production costs, advancements in technology, and shifts in demand patterns, SMEs must adapt to enhance their competitive potential in the market. The food industry is currently undergoing a period of significant transformation, driven by a combination of factors such as domestic and international demand, free trade, genetic development, development of processing technology, patents, as well as the importance of health and food safety. In a market situation with a high level of saturation, innovation plays an important role in improving the long-term performance of SMEs. Research has demonstrated that innovation is a vital strategy for increasing productivity, improving operational systems, and ensuring the survival of businesses. Furthermore, innovation can help expand market share, extend product life cycles, and optimize waste reduction. Although various studies have explored the relationship between innovation and performance, there remains a significant need to investigate the specific types of innovation—such as product, process, and marketing—on performance, particularly within the context of SMEs. Therefore, the objective of this study is to examine the impact of innovation practices on the SMEs performance and the types of innovation commonly applied by SMEs in Malaysia's food industry.*

*Keywords: Small and Medium Enterprises (SMEs), Innovation, Food and Beverage Sector*

### **PENGENALAN**

Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) memainkan peranan yang sangat penting kepada negara. PKS menyumbang sebanyak 38.4% daripada Keluaran Dalam Negeri Kasar (KDNK), 48.2% daripada guna tenaga dan 10.5% daripada eksport negara (Jabatan Perangkaan Negara, 2022). Berdasarkan data terkini yang dikeluarkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia (2022), PKS merangkumi 97.4% (1,173,601) daripada keseluruhan pertubuhan di Malaysia. Terdapat peningkatan

sebanyak 87,068 PKS berbanding sejumlah 1,086,533 PKS dari tahun 2016, sekali gus mencatatkan kadar pertumbuhan purata sebanyak 1.3% setahun dalam tempoh tersebut. Daripada keseluruhan pertumbuhan PKS di Malaysia, sebahagian besar terdiri daripada sektor makanan dan minuman yang dimiliki oleh warga tempatan. Menurut laporan Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) (2022), industri makanan Malaysia merangkumi produk ikan, produk ternakan, buah-buahan, sayur-sayuran dan koko termasuk produk makanan laut yang diproses seperti ikan beku dan produk berasaskan makanan dalam tin.

Menurut laporan MITI (2022) menyatakan bahawa pasaran makanan di Malaysia dianggarkan berkembang sekitar 8% setiap tahun dari 2023 hingga 2027 dengan nilai mencecah RM350 bilion menjelang tahun 2027. Berdasarkan laporan Lembaga Pembangunan Pelaburan Malaysia (MIDA) (2022) pula sebanyak 101 projek berkaitan sektor pemprosesan makanan telah diluluskan dengan pelaburan berjumlah RM 3.6 billion yang mana berjaya mencipta 2,570 peluang pekerjaan baharu. Daripada jumlah keseluruhan pelaburan ini, sebanyak 61 peratus atau RM2.2 billion adalah daripada pelaburan tempatan dengan melibatkan sebahagian daripada PKS manakala selebihnya pelaburan asing berjumlah sebanyak 39 peratus atau RM1.4 bilion.

Oleh sebab terdapat kepentingan PKS dalam aspek pembangunan ekonomi terutama dalam sektor industri makanan, pelaksanaan inovasi dianggap strategi terbaik untuk menghadapi persekitaran perniagaan yang kompetitif. Struktur PKS yang kecil mampu bertindak balas dengan lebih pantas terhadap inovasi walaupun PKS menghadapi masalah dari sudut kekangan sumber (Fitriatia, Purwanab, & Buchdadac, 2020). Menurut Kiyabo dan Isaga (2020), kelebihan daya saing organisasi mampu diterjemahkan berbanding dengan pesaing sekiranya mereka dapat membentuk, menghasilkan dan memasarkan produk atau perkhidmatan yang baharu di pasaran. Oleh demikian, PKS perlu berdaya saing untuk meningkatkan prestasi perniagaan dan inovasi untuk bersaing secara kompetitif dalam pasaran.

Seiring dengan perkembangan sains dan teknologi dalam sektor makanan dan minuman menyebabkan kitaran hayat sesuatu produk semakin singkat. Oleh demikian, PKS berusaha menghasilkan pelbagai bentuk inovasi terhadap produk makanan bagi memenuhi kehendak dan keperluan pelanggan di samping mengekalkan penguasaan pasaran. Inovasi produk makanan yang baharu mampu menjamin kelangsungan jangka hayat sesebuah organisasi. Teknologi pemprosesan makanan yang semakin berkembang didorong oleh penambahan populasi dan juga perubahan gaya pemakanan di sesebuah negara (Herman, 2018). Penghasilan makanan yang lebih pantas, bersih dan selamat juga menjadi sebab mengapa industri makanan berkembang selari dengan inovasi teknologi baharu yang moden dan canggih (Falahat et al., 2020).

Selain itu, penggunaan teknologi dan mesin yang canggih telah meningkatkan kecekapan dalam pengeluaran produk makanan dengan proses inovasi yang diterapkan menjadikan produk yang dihasilkan lebih efisien daripada produk yang terdahulu (Saleem et al., 2021). Inovasi pemasaran juga adalah penting kepada organisasi PKS untuk memastikan mereka kekal relevan di pasaran. Perubahan yang berlaku dalam industri terhasil daripada penyelidikan dan pembangunan (R&D) dengan penawaran produk makanan baharu menyebabkan persaingan pasaran semakin kompetitif (Quaye & Mensah, 2019). Inovasi pemasaran yang baik menghasilkan sesuatu produk tidak hanya memenuhi keperluan dan kehendak pasaran (Ungerma, Dedkova, & Gurinova, 2018).

Berdasarkan rujukan kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa hanya sebilangan kecil PKS sektor makanan di Malaysia mengutamakan penerimaan amalan inovasi baharu (Jeyakumar Nathan et al., 2021; Na & Kang, 2019). Oleh itu, kajian ini dijalankan bertujuan mengkaji pengaruh amalan inovasi terhadap prestasi PKS dan jenis inovasi yang biasa diaplikasikan oleh PKS dalam sektor makanan di Malaysia. Terdapat keperluan penting kepada usaha bersepadu untuk meningkatkan kesedaran di kalangan PKS tentang kepentingan inovasi. Pembuat dasar dan penggiat industri, terutama usahawan PKS perlu menilai kepentingan amalan inovasi kerana ia mampu menjadi pencetus revolusi kepada perkembangan dan pembangunan sektor makanan di Malaysia.

### **DEFINISI PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA (PKS)**

Kerajaan telah mengumumkan definisi baharu PKS yang berkuatkuasa pada tahun 2014 iaitu menaikkan had kelayakan paras ambang bagi jualan tahunan dan bilangan pekerja bagi semua sektor ekonomi. Bagi sektor makanan dan minuman, PKS ditakrifkan sebagai organisasi yang mempunyai jualan tahunan tidak melebihi RM50 juta atau bilangan pekerja tidak melebihi 200 orang. Bagi sektor perkhidmatan, PKS ditakrifkan sebagai organisasi yang mempunyai jualan tahunan tidak melebihi RM20 juta atau bilangan pekerja tidak melebihi 75 orang (SME corp).

Jadual 1: Definisi PKS di Malaysia

Jenis industri	Mikro	Kecil	Sederhana
----------------	-------	-------	-----------

Perkilangan, perkilangan berdasarkan pertanian dan berkaitan dengan perkhidmatan	Jualan tahunan tidak melebihi RM300,000 atau Pekerja sepenuh masa kurang daripada 5 orang	Jualan tahunan RM300,000 hingga kurang daripada RM15 juta atau Pekerja sepenuh masa daripada 5 hingga kurang daripada 75 orang	Jualan tahunan antara RM15 juta hingga RM50 juta atau Pekerja sepenuh masa antara 75 hingga 200 orang
Perkhidmatan, Pertanian dan Teknologi maklumat dan komunikasi (ICT)	Jualan tahunan tidak melebihi RM300,000 Atau Pekerja sepenuh masa kurang daripada 5 orang	Jualan tahunan RM300,000 hingga kurang daripada RM3 juta atau Pekerja sepenuh masa daripada 5 hingga kurang daripada 30 orang	Jualan tahunan antara RM3 juta hingga RM20 juta atau Pekerja sepenuh masa daripada 30 hingga 75 orang

Sumber : Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan (2012)

Merujuk laporan Banci Ekonomi 2022, jumlah keseluruhan PKS yang berdaftar di Malaysia merangkumi 1,173,601 buah pertubuhan. Daripada jumlah tersebut, 84.7% terdiri daripada jumlah PKS sektor perkhidmatan (994,350), 7.9% daripada jumlah PKS (92,924) sektor pembinaan, diikuti dengan 5.6% dalam sektor pembuatan (65,657) dan baki 1.4 % (16,441) dalam sektor pertanian dan 0.4% (4,229) dalam sektor perlombongan dan pengkuarian.

Jadual 2: Jumlah PKS mengikut jenis sektor ekonomi

Jenis sektor	Jumlah	Peratusan PKS %
Perkhidmatan	994,350	84.7
Pembuatan	65,657	5.6
Pertanian	16,441	1.4
Pembinaan	92,924	7.9
Perlombongan dan Pengkuarian	4,229	0.4
Jumlah Pertubuhan	1,173,601	100

Sumber : <https://www.smecorp.gov.my>

## **DEFINISI INOVASI**

Konsep awal inovasi dalam pembangunan ekonomi dan keusahawanan dipopularkan oleh Joseph Schumpeter, seorang ahli ekonomi Jerman. Menurut beliau, inovasi terdiri daripada elemen kreativiti, penyelidikan dan pembangunan R&D, proses, produk atau perkhidmatan baharu dan berteknologi tinggi (Rogers, 1998). Menurut Baregheh, Rowley dan Sambrook, (2009), inovasi adalah penciptaan baharu atau perubahan dan peningkatan sumber sedia ada untuk membina kekayaan yang baharu. Inovasi juga dilihat sebagai proses penciptaan idea, pembangunan rekacipta dan akhirnya pengenalan produk, proses atau perkhidmatan baharu untuk pasaran (Kogabayev & Maziliauskas, 2017). Granstrand dan Holgersson (2020) percaya bahawa inovasi merupakan elemen penting untuk kemajuan ekonomi dan pemacu pembangunan daya saing industri sesebuah negara. Oleh demikian, inovasi memainkan peranan penting bukan sahaja untuk organisasi besar bahkan juga kepada organisasi PKS (Ismail et al., 2013, Kim-Soon et al., 2017). Inovasi juga dianggap sebagai langkah yang berkesan untuk meningkatkan produktiviti organisasi kerana isu kekangan sumber yang dihadapi oleh PKS (Herlinawati & Machmud, 2020).

## **PRESTASI ORGANISASI**

Prestasi organisasi merupakan satu konsep yang mempunyai pelbagai dimensi yang menjadi ukuran kepada sesebuah organisasi seperti pengeluaran, kewangan atau pemasaran atau berkaitan dengan pertumbuhan dan keuntungan (Gunday et al., 2011; He et al., 2014). Ia juga boleh diukur secara objektif atau subjektif. Bergantung kepada matlamat organisasi, kaedah yang berbeza boleh digunakan oleh organisasi yang berlainan untuk mengukur prestasi mereka. Indikator prestasi boleh diukur daripada segi kewangan dan bukan kewangan (Moullin, 2007).

## **INOVASI DAN PRESTASI ORGANISASI**

Merujuk kebanyakan kajian yang lepas, inovasi dan prestasi organisasi mempunyai hubungan yang positif (Hervas-Oliver et al., 2014; Nemlioglu & Mallick, 2017; Sok et al., 2016). Inovasi wujud dalam bentuk produk, proses, pasaran, dan organisasi (Expósito & Sanchis-Llopis, 2019), namun begitu tiga ukuran pertama adalah lebih digunapakai dalam literatur inovasi (Foreman-Peck 2013; Hervas-Oliver et al. 2014). Walaupun kajian tentang perhubungan di antara inovasi dan prestasi organisasi telah banyak dilakukan dan menunjukkan wujudnya hubungan kukuh antara inovasi dan prestasi organisasi, kebanyakan kajian tersebut telah melibatkan organisasi bersaiz besar (Nemlioglu & Mallick, 2017). Jaumand dan Mairesse

(2016) menjelaskan PKS sentiasa berhadapan pelbagai halangan dan cabaran menyebabkan aktiviti penyelidikan dan pembangunan yang merupakan asas penting kepada pelaksanaan inovasi terbatas. Oleh itu, wujudnya satu jurang kajian berkaitan amalan inovasi di kalangan PKS.

## **INOVASI PRODUK**

Inovasi produk ditakrifkan sebagai penghasilan produk baharu daripada sumber-sumber baharu atau perubahan produk sedia ada untuk memenuhi kepuasan pelanggan (Langley et al, 2005). Menurut Rubera dan Kirca (2012), inovasi produk adalah pengenalan produk atau perkhidmatan baharu bagi mewujudkan pasaran baharu untuk pelanggan baharu ataupun sedia ada. Inovasi produk juga melibatkan satu proses yang sukar dengan memerlukan kemajuan teknologi, perubahan permintaan dan keperluan pelanggan, memendekkan kitaran hayat produk, dan meningkatkan persaingan di pasaran.

Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa terdapat hubungan positif inovasi produk terhadap prestasi PKS (Bodlaj, Kadic-Maglajlic, & Vida, 2020; Hervás-Oliver, Sempere-Ripoll, & Boronat-Moll, 2021; Expósito & Sanchis-Llopis, 2019). Kajian oleh Zaim (2016) terhadap sektor PKS makanan di Malaysia menunjukkan bahawa PKS lebih memilih mengutamakan inovasi produk berbanding proses dan pasaran. Kajian oleh Shahrán dan Ahmad (2018) menunjukkan inovasi produk mempengaruhi prestasi PKS dengan melihat kepada tiga elemen utama iaitu saiz pertubuhan, tempoh pertubuhan dan jenis pemilikan perusahaan.

H1 : Terdapat hubungan yang signifikan di antara amalan inovasi produk dengan prestasi PKS dalam sektor makanan di Malaysia.

## **PROSES INOVASI**

Proses inovasi merupakan pembaharuan proses kejuruteraan dan operasi dalaman sesebuah perniagaan (Kahn, 2018). Proses ini melibatkan banyak aspek fungsi organisasi, termasuk reka bentuk teknikal, R&D, pembuatan, pengurusan dan aktiviti-aktiviti komersial (Tidd & Bessant, 2020). Inovasi proses merupakan satu bentuk pelaksanaan yang baharu atau lebih baik daripada sudut pengeluaran atau kaedah penghantaran. Ini termasuk perubahan penting dalam teknik, peralatan atau perisian. Inovasi proses bertujuan untuk mengurangkan kos unit pengeluaran atau penghantaran, meningkatkan kualiti atau menghasilkan atau membekalkan produk baharu (Oslo Manual, 2018).

Kajian-kajian terdahulu membuktikan bahawa terdapat hubungan signifikan antara inovasi proses dan prestasi PKS (Expósito & Sanchis-Llopis, 2019, Kim-Soon et al., 2017, Kee & Rahman, 2020). Menurut kajian oleh De Martino dan Magnotti (2018), kebanyakan PKS sektor makanan di Itali lebih banyak memberikan

perhatian terhadap pembangunan inovasi proses berbanding inovasi produk. Kajian oleh Abul Bashar Bhuiyan (2016) terhadap 237 PKS sektor makanan di Malaysia pula menunjukkan bahawa inovasi dijalankan mempengaruhi amalan penggunaan dan penerimaan teknologi proses baharu di samping ia juga meningkatkan prestasi PKS setelah teknologi ini diterapkan.

H2 : Terdapat hubungan yang signifikan di antara amalan inovasi proses dengan prestasi PKS dalam sektor makanan di Malaysia.

### **INOVASI PASARAN**

Menurut D'Attoma dan Ieva (2020), inovasi pasaran ditakrifkan sebagai kaedah pemasaran baharu yang melibatkan perubahan signifikan terhadap reka bentuk produk atau pembungkusan, kedudukan produk, promosi produk atau harga. Dodgson, Gann, dan hillips (2013) menegaskan bahawa inovasi pasaran memainkan peranan penting untuk memenuhi keperluan pasaran dan bertindak balas kepada peluang pasaran. Tidd dan Bessant (2020) menyatakan inovasi pasaran bertujuan untuk memenuhi keperluan pelanggan dengan lebih baik, membuka pasaran baru, atau meletakkan semula kedudukan produk untuk meningkatkan jualan produk dalam pasaran.

Kajian-kajian empirikal lepas membuktikan bahawa inovasi pasaran mempunyai kesan positif ke atas prestasi PKS (Radacic & Petković, 2023; Pradhan, Nigam, & Ck, 2018; Quaye & Mensah, 2019). Kajian oleh Khairuddin et al., (2021) terhadap 50 PKS Muslim terpilih dalam sektor agromakanan di semenanjung Malaysia mendapati bahawa inovasi pemasaran mampu meningkatkan jualan produk dan menghasilkan keuntungan tambahan kepada PKS. Kajian oleh Zaim (2016) menjelaskan inovasi pasaran juga mempunyai hubungan yang positif dalam mempengaruhi pertumbuhan dari segi jualan produk sektor makanan PKS di Malaysia.

H3 : Terdapat hubungan yang signifikan di antara amalan inovasi pasaran dengan prestasi PKS dalam sektor makanan di Malaysia.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulannya, objektif konseptual penyelidikan kajian ini adalah untuk menjelaskan hubungan antara pengaruh amalan inovasi terhadap prestasi PKS dalam sektor makanan di Malaysia. Walaupun banyak kajian empirikal telah dijalankan menggunakan inovasi sebagai instrumen sebagai kaedah pengukuran prestasi organisasi dalam pelbagai sektor, namun kajian berkenaan menghasilkan

keputusan yang berbeza hasil daripada sektor yang berbeza. Sehubungan itu, kajian ini adalah penting bagi menambahkan lagi bahan rujukan dan juga literatur kajian dalam usaha untuk memahami secara lebih dekat mengenai amalan inovasi yang mempengaruhi prestasi PKS khususnya dalam sektor makanan di Malaysia.

## RUJUKAN

- Adnan, Z. S., & Ahmad, H. (2016). Inovasi dalam perusahaan kecil dan sederhana (PKS) pembuatan makanan dan minuman. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 1(1), 79-88.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management decision*, 47(8), 1323-1339.
- Bhuiyan, A. B., Said, J., Jani, M. F. M., & Fie, D. Y. G. (2016). The innovation drivers, strategies and performance of food processing SMEs in Malaysia. *Geografia*, 12(2).
- Bodlaj, M., Kadic-Maglajlic, S., & Vida, I. (2020). Disentangling the impact of different innovation types, financial constraints and geographic diversification on SMEs' export growth. *Journal of business research*, 108, 466-475.
- D'Attoma, I., & Ieva, M. (2020). Determinants of technological innovation success and failure: Does marketing innovation matter?. *Industrial marketing management*, 91, 64-81.
- Dodgson, M., Gann, D. M., & Phillips, N. (Eds.). (2013). *The Oxford handbook of innovation management*. OUP Oxford.
- Expósito, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2019). The relationship between types of innovation and SMEs' performance: A multi-dimensional empirical assessment. *Eurasian Business Review*, 9(2), 115-135.
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y. Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance. *Technological forecasting and social change*, 152, 119908.
- Fitriatia, T. K., Purwanab, D., & Buchdadid, A. D. (2020). The role of innovation in improving small medium enterprise (SME) performance. *Innovation*, 11(2), 232-250.
- Foreman-Peck, J. (2013). Effectiveness and efficiency of SME innovation policy. *Small Business Economics*, 41(1), 55-70.

- Granstrand, O., & Holgersson, M. (2020). Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*, 90, 102098.
- Gunday, Gurhan, Gunduz Ulusoy, Kemal Kilic, and Lutfihak Alpkam (2011). Effects of Innovation Types on Firm Performance. *International Journal of Production Economics* 133 (2), 662–676. doi:10.1016/j.ijpe.2011.05.014.
- Hall, B., Lotti, F., & Mairesse, J. (2009). Innovation and productivity in SMEs: Empirical evidence for Italy. *Small Business Economics*, 33, 13–33.
- He, Yuanqiong, Kin Keung Lai, Hongyi Sun, & Yun Chen (2014). The Impact of Supplier Integration on Customer Integration and New Product Performance: The Mediating Role of Manufacturing Flexibility Under Trust Theory. *International Journal of Production Economics* 147 (PART B): 260–270.
- Herlinawati, E., & Machmud, A. (2020). The effect of innovation on increasing business performance of SMEs in Indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17(7), 51-57.
- Herman, H. (2018). The influence of market orientation and product innovation on the competitive advantage and its implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(8), 8-21.
- Hervas-Oliver, J. L., Sempere-Ripoll, F., & Boronat-Moll, C. (2014). Process innovation strategy in SMEs, organizational innovation and performance: A misleading debate? *Small Business Economics*, 43, 873–886.
- Hervas-Oliver, J. L., Sempere-Ripoll, F., & Boronat-Moll, C. (2021). Technological innovation typologies and open innovation in SMEs: Beyond internal and external sources of knowledge. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120338.
- Ismail, K., Omar, W. Z. W., Soehod, K., Senin, A. A., & Akhtar, C. S. (2013). Role of innovation in SMEs performance: A case of Malaysian SMEs. *Mathematical Methods in Engineering and Economics*, 4(3), 145-149.
- Jabatan Perangkaan Negara, (2022). Laporan Keluaran dalam negeri kasar (KDNK) tahunan.
- Jaumandreu, J., & Mairesse, J. (2016). Disentangling the effects of process and product innovation on cost and demand. *Economics of Innovation and New Technology*, 26(1–2), 150–167.
- Jeyakumar Nathan, R., Soekmawati, Victor, V., Popp, J., Fekete-Farkas, M., & Oláh, J. (2021). Food innovation adoption and organic food consumerism— A cross national study between Malaysia and Hungary. *Foods*, 10(2), 363.
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453-4.
- Kee, D. M. H., & Rahman, N. A. (2020). Entrepreneurial orientation, innovation and SME performance: A study of SMEs in Malaysia using PLS-SEM. *Global Journal of Business Society Science Review*, 8(2), 73-80.
- Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) (2022). Laporan Tahunan MITI 2021.

- Khairuddin, N.H., Kamarulzaman, N.H., Hashim, H., Hussin, S.R. (2021). Marketing Innovation of Muslim Agro-Food Small and Medium Enterprises (SMEs) in Peninsular Malaysia. In: Md Shariff, N.N., et al. *Enhancing Halal Sustainability*. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-33-4854-7\\_13](https://doi.org/10.1007/978-981-33-4854-7_13)
- Kim-Soon, N., Ahmad, A. R., Kiat, C. W., & Sapry, H. R. M. (2017). SMEs are embracing innovation for business performance. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*, 1, 1-17.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 12.
- Kogabayev, T., & Maziliauskas, A. (2017). The definition and classification of innovation. *HOLISTICA–Journal of Business and Public Administration*, 8(1), 59-72.
- Lembaga Pembangunan Pelaburan Malaysia (MIDA) (2022). Laporan Tahunan MIDA 2021.
- Lin, C. Y., & Chen, M. Y. (2007). Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Taiwan. *Management Research News*, 30(2), 115–132.
- Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan (2012). Pelan Induk PKS 2012-2020. Kuala Lumpur: Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan.
- Máñez Castillejo, J. A., Rochina Barrachina, M. E., & Sanchis Llopis, J. A. (2015). Markups, exportaciones e I + D: Evidencia para el sector manufacturero en España. *Papeles de Economía Española*, 144, 105–122.
- Na, K., & Kang, Y. H. (2019). Relations between innovation and firm performance of manufacturing firms in Southeast Asian emerging markets: Empirical evidence from Indonesia, Malaysia, and Vietnam. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(4), 98.
- Nemlioglu, I., & Mallick, S. K. (2017). Do managerial practices matter in innovation and firm performance relations? New evidence from the UK. *European Financial Management*, 23(5), 1016–1061.
- Oslo, M. (2018). *Guidelines for collecting, reporting, and using data on innovation: The measurement of scientific, technological and innovation activities*. Luxembourg: OECD Publishing.
- Popa, I. L., Preda, G., & Boldea, M. (2010). A theoretical approach of the concept of innovation. *Managerial Challenges of the Contemporary Society. Proceedings*, 151.
- Pradhan, P., Nigam, D., & Ck, T. (2018). Digital marketing and SMES: An identification of research gap via archives of past research. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23(1), 1-14.
- Quaye, D., & Mensah, I. (2019). Marketing innovation and sustainable competitive advantage of manufacturing SMEs in Ghana. *Management Decision*, 57(7), 1535-1553.

- Radicić, D., & Petković, S. (2023). Impact of digitalization on technological innovations in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122474.
- Rogers, M.(1998). The definition and measurement of innovation (Vol. 98). Parkville, VIC: Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research.
- Rubera, G., & Kirca, A. H. (2012). Firminnovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Marketing*, 76(3), 130-147. DOI: <http://dx.doi.org/10.1509/jm.10.0494>
- Saleem, H., Li, Y., Ali, Z., Mehreen, A., & Mansoor, M. S. (2021). An empirical investigation on how big data analytics influence China SMEs performance: do product and process innovation matter?. In *Corporate performance and managerial ties in China* (pp. 9-34). Routledge.
- SME Corp. (2023). Laporan jumlah PKS mengikut jenis sektor ekonomi. <https://www.smecorp.gov.my>
- Sok, P., O’Cass, A., & Miles, M. P. (2016). The performance advantages for SMEs of product innovation and marketing resource–capability complementarity in emerging economies. *Journal of Small Business Management*, 54(3), 805–826.
- Suraiya Ishak, Abd Hair Awang, Mohd Yusof Hussain, Ahmad Rafli Che Omar, & Sarmila Md Sum, Suhana Saad, & Zaimah Ramli, Azima Abdul Manaf (2015). Penelitian tingkah laku inovasi firma makanan halal kecil di Malaysia: satu analisis tentatif. *Geografia : Malaysian Journal of Society and Space*, 11 (2). pp. 64-76. ISSN 2180-2491
- Tavassoli, S., & Karlsson, C. (2016). Innovation strategies and firm performance: Simple or complex strategies? *Economics of Innovation and New Technology*, 25(7), 631–650.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Ungerma, O., Dedkova, J., & Gurinova, K. (2018). The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterprises in the context of industry 4.0. *Journal of competitiveness*, 10(2), 132.