

Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kinerja Bisnis Melalui Inovasi

Siti Alliyah, SE., M.Si

wildankafa@yahoo.co.id

Anik Nurhidayati, SE., MM

anhangjel@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji upaya peningkatan kinerja bisnis usaha kecil menengah (UKM) Batik Tulis Lasem dengan *knowledge sharing* melalui inovasi. Sampel pada penelitian ini adalah sampel jenuh, yaitu menggunakan seluruh UKM Batik Lasem yang ada di Kabupaten Rembang yang berjumlah 87 UKM. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi dapat memediasi pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja bisnis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran *knowledge sharing* dan inovasi sangat penting bagi kinerja bisnis UKM Batik Lasem.

Keyword: Kinerja Bisnis, Knowledge Sharing dan Inovasi

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang perekonomian nasional. UKM dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja bisnisnya dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompetitif. Kinerja bisnis UKM yang baik akan menunjukkan tingkat pertumbuhan dan profitabilitas yang tinggi yang selanjutnya akan berdampak terhadap tingkat kesejahteraan karyawan dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi negara.

UKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja dibanding usaha besar (UB). Tahun 2017 kontribusi UKM terhadap *product domestic bruto* (PDB) sebesar 60,34%, sedangkan UB sebesar 39,66% dan kontribusi UKM dalam penyerapan tenaga kerja sebesar 97,22%, sedangkan

UB sebesar 2,78% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2017).

Salah satu UKM yang ada di Kabupaten Rembang adalah UKM Batik Tulis Lasem. Batik Tulis Lasem mempunyai ciri khas Laseman terutama pada pewarnaannya yaitu warna merah yang dulu didominasi pengusaha *Chines* yang secara *cultural* sangat identik dengan budaya Tionghoa, dan warna soga yang didominasi oleh para pengusaha pribumi. Namun dalam perjalanannya telah banyak terjadi kolaborasi dari keduanya. Motif batik tulis Lasem meliputi gringsing/gunung, ringgit/sisik, sekar jagad, latohan/dapur umum, parang menag/parang rusak, sido mukti, abang biru (bang biru), tiga negeri, empat negeri, kawong, pasiran, es teh, tumpal main, tumpal lereng, latar lereng, latar ireng, kricak/watu pecah dan lainnya.

Meskipun dalam beberapa tahun terakhir perkembangan UKM Batik Tulis Lasem terus meningkat, namun

namanya masih kalah dengan Batik Solo, Batik Yogyakarta dan Batik Pekalongan. Secara umum UKM memiliki beberapa kelemahan antara lain: 1) masih lemah dalam persaingan; 2) keterbatasan mengakses pada lembaga keuangan; 3) keterbatasan dalam menjangkau harga sumberdaya energi; 4) keterbatasan teknologi; 5) biaya produksi yang kurang efisien; 6) adanya pengaruh faktor ekonomi, seperti kebijakan pemerintah tentang fiskal dan moneter; 7) kemampuan manajerial yang terbatas; 8) proses produksi yang kurang baik; 9) keterbatasan dalam menjual atau memasarkan produk; dan 10) bahan baku yang sulit dijangkau (Irjayanti dan Aziz, 2012). UKM Batik Tulis Lasem sendiri memiliki kelemahan yang berakibat pada harga jual yang cukup tinggi dibanding dengan batik Solo, Pekalongan, maupun Yogyakarta, yaitu bahan baku kain, obat batik, dan lilin masih mengambil dari luar kota (Solo). Pesaing Batik Tulis Lasem saat ini bukan hanya dari dalam negeri saja, namun sudah dengan produk batik luar negeri, yaitu mulai masuknya produk batik *printing* dari China, Jepang, dan Korea. Masalah lain yang dihadapi oleh UKM Batik Tulis Lasem adalah berkaitan dengan inovasi, yaitu berkaitan dengan ide baru dan kreativitas dari pelaku usaha Batik Tulis Lasem dalam hal inovasi produk, proses, dan manajerial.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori penting yang perlu diperhatikan adalah *Knowlegde Based View* (KBV). Pendekatan *Knowlegde Based View* menyatakan bahwa suatu organisasi dapat memiliki keunggulan

kompetitif maka organisasi tersebut harus memiliki pakar manajemen pengetahuan, termasuk di dalamnya adalah berbagi pengetahuan (*kwonledge sharing*).

Resource based-view (inside-out) dikenalkan oleh Wernerfelt (1984); Barney (1991); dan Grant (1991), yang menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan kompetitif, maka perusahaan harus menggunakan kekuatan internal (sumberdaya dan kapabilitas) dalam mengeksplorasi peluang dan menetralkan ancaman lingkungan serta menghindari adanya kelemahan internal. Supaya terjadi keberlanjutan keunggulan kompetitif adalah dengan menggunakan sumberdaya dan kapabilitas perusahaan secara efektif dan efisien.

Sumberdaya perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaingnya terutama adalah sumberdaya manusianya. Dalam hal ini berarti bahwa keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh sumberdaya yang dimiliki dan kapabilitas perusahaan yang mampu merubah sumberdaya yang dimiliki menjadi sesuatu yang *economic benefit* (Ismail et al., 2012; Ferreira, 2011). Intinya adalah ketika perusahaan memiliki sumberdaya yang unik dan sulit ditiru oleh para pesaingnya atau merupakan *superior resources* yang diolah melalui kapabilitas perusahaan yang baik, maka perusahaan akan dapat memiliki keunggulan kompetitif yang pada akhirnya dapat memiliki kompetensi inti.

Faktor-faktor yang menentukan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif adalah tersedianya sumberdaya dan kapabilitas yang memiliki karakteristik: 1) Daya tahan

(*durability*), sumberdaya yang dapat bertahan lama baik sumberdaya modal, peralatan, dan teknologi; 2) Transparan (*transparency*), kondisi dimana sumberdaya dan kapabilitas perusahaan mudah diketahui oleh pesaing, keberhasilan mempertahankan keunggulan kompetitif sepanjang waktu tergantung pada kecepatan pesaing dapat meniru strategi perusahaan; 3) Transfer (*transferability*), sebagian besar sumberdaya dan kapabilitas perusahaan tidak dapat ditransfer ke perusahaan lain, supaya pesaing tidak dapat mengambil atau meniru sumberdaya yang diperlukan dan tidak mengancam keunggulan kompetitif; dan 4) Ditiru (*replicability*), kapabilitas untuk ditiru akan terbatas dengan transfer yang tidak sempurna (Grant, 1991).

Sumberdaya yang sesungguhnya dari keunggulan kompetitif adalah pada kemampuan manajemen untuk mengkonsolidasikan teknologi dan keahlian produksinya ke dalam kapabilitas bisnis sumberdaya manusia untuk mengadaptasi perubahan dengan cepat. Perusahaan dengan kapabilitasnya dapat mengidentifikasi, mengolah, dan mengeksplorasi kompetensi inti (*core competencies*) yang dapat membuat pertumbuhan yang memungkinkan. Dalam jangka waktu panjang, daya saing ditentukan oleh kapabilitas untuk membangun, dengan biaya yang murah dan lebih cepat dari pesaing; kompetensi inti dapat menimbulkan produk yang tidak dapat diantisipasi oleh pesaing. Untuk berkompetitif pada masa yang akan datang, perusahaan harus melihat struktur, nilai, dan ketrampilan yang dimiliki untuk menyesuaikan dengan

kondisi yang ada (Hamel dan Prahalad, 1990).

Dari uraian tentang *resource-based view* di atas dapat dirumuskan bahwa sumberdaya dan kapabilitas dapat menjadi kekuatan bagi organisasi jika setelah dibandingkan dengan pemimpin pasar, pesaing terdekat, rata-rata industri, data historis, *benchmarking*, dan standar tertentu dalam suatu industri. Kekuatan sumberdaya dan kapabilitas yang dimiliki oleh organisasi dapat menjadi keunggulan kompetitif jika dapat memberikan manfaat bagi pelanggan dan memiliki keunikan; serta dapat mencapai keberlanjutan keunggulan kompetitif jika sumberdaya dan kapabilitas organisasi adalah langka, sulit ditiru, memiliki daya tahan, tidak dapat ditransfer, transparan, dan mobilitas; serta dapat menjadi kompetensi inti organisasi jika memiliki akses pasar yang potensial.

Sumberdaya dapat diartikan sebagai sesuatu yang berwujud dan tidak berwujud yang menunjukkan sesuatu yang terikat semi permanen bagi perusahaan (Wernerfelt, 1984; Lo, 2012), maka sumberdaya perusahaan dapat dibagi menjadi 2 (dua) kategori, yaitu: 1) sumberdaya yang berwujud, yang umumnya masuk dalam pembukuan perusahaan seperti kendaraan, tanah, bahan baku, dan mesin; dan sumberdaya yang tidak berwujud, seperti keahlian karyawan, budaya perusahaan, struktur organisasi, persepsi seluruh anggota organisasi dan proses yang terjadi dalam perusahaan (Jardon dan Martos, 2012).

Kedua sumberdaya perusahaan yang berwujud dan tidak berwujud sangat penting bagi keberlanjutan

perusahaan. Namun demikian, kaitannya dengan keunggulan kompetitif yang dapat memunculkan kompetensi inti perusahaan, beberapa ahli berpendapat bahwa hanya sumberdaya yang tidak berwujud saja yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif, karena sumberdaya yang tidak berwujud saja yang sulit untuk ditiru dan unik, dengan kata lain bahwa sumberdaya yang tidak berwujud adalah sumberdaya yang mempunyai peran strategis bagi perusahaan terutama dalam era intelektual saat ini (Durst, 2011). Suraj dan Bontis (2012) juga berpendapat bahwa sumberdaya tidak berwujud lebih mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan yang memastikan tercapainya keunggulan kompetitif.

Berkaitan dengan sumberdaya yang dimiliki oleh UKM, Wensley et al. (2011) menyatakan bahwa sumberdaya yang dimiliki oleh UKM masih bersifat langka dan pengetahuan akan pelanggan masih lebih merupakan akibat kontak anggota UKM dengan pelanggannya. Keterbatasan pengetahuan UKM tentang pelanggan merupakan suatu kewajiban karena keterbatasan dana yang dimiliki oleh UKM sehingga belum memungkinkan UKM untuk melakukan riset pasar guna mendalami pelanggannya, selain itu faktor lain adalah tingkat pendidikan UKM yang belum tinggi (Mulyono, 2013).

Pendekatan *Knowledge Based View* (KBV) menjelaskan tentang bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan, mengintegrasikan, dan mendistribusikan pengetahuan yang dimilikinya. Kesuksesan suatu organisasi dapat diukur dari

kemampuannya untuk membangun pengetahuan yang baru yang berdasar pada sumberdaya yang ada pada pemiliknya. Pendekatan KBV juga menyatakan bahwa inti dari sumberdaya organisasi adalah pengetahuan (Grand, 1996).

Pengetahuan merupakan salah satu sumber dari keberlanjutan keunggulan kompetitif dari suatu organisasi. Untuk menciptakan kinerja yang tinggi, maka organisasi perlu sumberdaya dan kapabilitas yang tinggi pula, termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dalam organisasi dapat diintegrasikan serta mengkoordinasikan sumberdaya dan kapabilitas yang ada. Dalam KBV, pengetahuan di suatu organisasi merupakan hal yang sangat penting dan merupakan sumber utama dari kompetensi organisasi. Dalam pandangan KBV, pengetahuan adalah informasi yang kontekstual, pengalaman, nilai, dan opini dari suatu ahli. Pendekatan *Knowledge Based View* fokus pada bagaimana organisasi menciptakan, memperoleh, mengimplementasikan, menjaga, dan mentransfer pengetahuan. Suatu organisasi dapat memiliki keunggulan kompetitif bila organisasi tersebut berdasar pada pengetahuan dan kemampuannya untuk membangun keberlanjutan organisasi. Dalam pandangan *Knowledge Based View*, pengetahuan merupakan faktor yang sangat penting bagi kesuksesan organisasi (Grand, 1996).

Knowledge sharing merupakan salah satu pengetahuan manajemen untuk memberikan kesempatan kepada anggota kelompok, organisasi, atau perusahaan untuk berbagi pengetahuan, teknik, pengalaman, dan ide yang

dimiliki kepada anggota lain (Ngah dan Kamaruzzaman, 2009). *Knowledge sharing* merupakan sesuatu proses yang sangat penting dalam manajemen pengetahuan (Li et al, 2008).

Knowledge sharing hanya dapat dilakukan bila masing-masing anggota kelompok atau organisasi diberikan kesempatan untuk memberikan opini, ide, kritik, dan komentar terhadap anggota kelompok lain. *Knowledge sharing* meliputi enam tahap, yaitu: membuat, merebut, menangkap, menyimpan, memproses, dan mendistribusikan pengetahuan, termasuk di dalamnya adalah keinginan dari masing-masing anggota organisasi untuk berbagi pengetahuan (Ngah dan Kamaruzzaman, 2009). Keberhasilan kinerja perusahaan dapat dievaluasi berdasarkan keberhasilannya menerapkan *knowledge sharing*. Untuk menciptakan kinerja yang tinggi, maka organisasi perlu sumberdaya dan kapabilitas yang tinggi pula, termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dalam organisasi dapat diintegrasikan serta mengkoordinasikan sumberdaya dan kapabilitas yang ada. Semakin tinggi pertukaran informasi dan pengalaman yang diberikan maka kinerja bisnis perusahaan akan semakin tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : *Knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

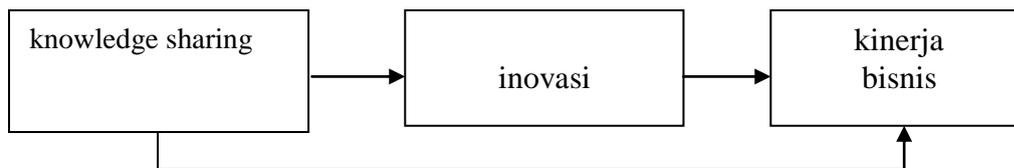
Inovasi adalah prinsip keterbukaan pada ide baru sebagai salah satu aspek budaya organisasi. Inovasi merupakan suatu ukuran dari orientasi organisasi ke arah inovatif. Inovasi sebagai salah satu karakteristik budaya organisasi yang menekankan pada

pembelajaran, pembuatan keputusan partisipatif, dukungan dan kolaborasi, dan berbagi kekuatan, yang berpengaruh pada orientasi inovatif. Inovasi pada budaya organisasi dilakukan secara bersama-sama dengan berbagai level struktural perusahaan untuk mempengaruhi kapasitas inovasi dari organisasi (Hurley dan Hult, 1998). Kapasitas inovasi berhubungan dengan apa yang oleh Cohen dan Levinthal (1990) disebut sebagai *absorptive capacity*, yaitu kapasitas yang dapat diukur dengan jumlah dari inovasi suatu organisasi yang mampu untuk diadopsi atau diimplementasikan dengan sukses.

Inovasi dari budaya organisasi ketika dikombinasikan dengan sumberdaya dan karakteristik organisasi yang lain dapat menciptakan kapasitas yang lebih besar untuk inovatif. Organisasi yang memiliki kapasitas yang lebih besar dalam inovasi mampu untuk mengembangkan suatu keunggulan kompetitif dan mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi. Inovasi pada suatu budaya organisasi dapat terjadi, ketika sumberdaya yang ada saat ini dapat dengan mudah mengimplementasikan inovasi. Organisasi dengan kapasitas yang lebih besar untuk inovatif akan menjadi lebih sukses dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kapabilitas yang lebih besar sehingga dapat menunjukkan keunggulan kompetitif dan kinerja yang *superior* (Hurley dan Hult, 1998). Inovasi merupakan suatu konsep yang lebih luas yang menunjukkan implementasi dari ide, produk, atau proses baru (Thompson, 1965). Pencapaian kinerja yang tinggi dalam suatu organisasi merupakan hal yang sangat krusial dan membutuhkan

pengembangan dari waktu ke waktu. Sesuai dengan tujuan organisasi, maka organisasi harus bisa tetap eksis, memperoleh laba dan terus berkembang. Dengan demikian, maka organisasi dapat mencapai kinerja yang baik.

Dari uraian di atas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagaimana gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil seluruh populasi (sampel jenuh) UKM Batik Tulis Lasem yang berada di Kecamatan Lasem, Kecamatan Pancur, dan Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang. Menurut data dari Disperindagkop dan UKM Kabupaten Rembang (2016) bahwa jumlah UKM Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang pada tahun 2015 berjumlah 87 UKM.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik survei dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada UKM Batik Tulis Lasem yang berada di Kecamatan Lasem, Kecamatan Pancur, dan Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *knowledge sharing*. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah inovasi dan

Dari uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2 : Knowledge sharing berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui inovasi

variabel dependennya adalah kinerja bisnis. Variabel *Knowledge Sharing* diukur dengan menggunakan skala Likert 1 – 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan 9 item pernyataan. Indikator yang digunakan: 1) menerima pengetahuan, 2) menyebarkan pengetahuan, dan 3) merespon terhadap pengetahuan baru. Variabel Inovasi diukur dengan menggunakan skala Likert 1 – 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan 9 item pernyataan. Indikator yang digunakan: 1) inovasi produk, 2) inovasi dalam proses, 3) mengelola inovasi. Variabel Kinerja Bisnis diukur dengan menggunakan skala Likert 1 – 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan 10 item pernyataan. Indikator yang digunakan: 1) pertumbuhan penjualan relatif, 2) pertumbuhan aset, dan 3) profitabilitas relatif.

Uji instrumen dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sudah valid dan reliabel atau belum. Uji instrumen dalam penelitian ini diujikan kepada 30

responden yang meliputi uji reliabilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu butir pertanyaan/pernyataan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* yang didapatkan lebih besar dari 0,7 (Nunally dalam Ghozali, 2013). Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* berarti semakin tinggi tingkat reliabilitas alat ukur yang digunakan.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *confirmatory factor analysis*. Kriteria signifikansi dari item pertanyaan dalam penelitian ini didasarkan pada signifikansi praktis dengan *factor loading* lebih besar dari 0,40. Semakin besar *factor loading* maka semakin baik indikator tersebut dalam menafsirkan suatu faktor (Hair et al, 2006, h. 129).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan model sebagai berikut:

$$\text{Inov} = \alpha_1 + \beta \text{KS} + e_1$$

..... (1)

$$\text{KBis} = \alpha_1 + \beta_1 \text{KS} + \beta_2 \text{Inov} + e_2$$

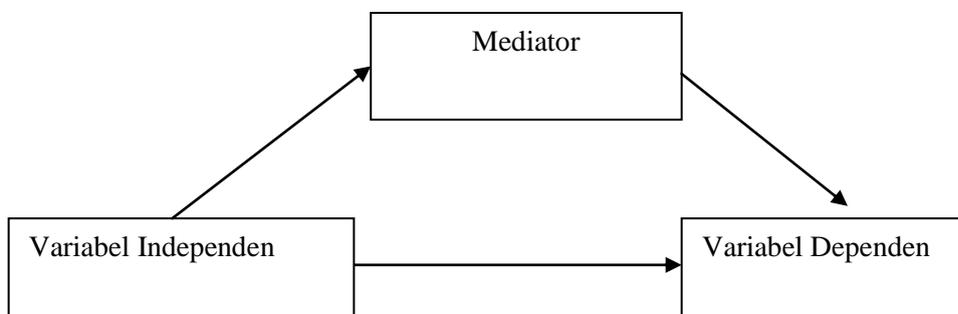
..... (2)

Dalam hal ini untuk persamaan

(1), Inov adalah Inovasi, merupakan variabel dependen sekaligus sebagai variabel mediasi (*intervening*), KS adalah *Knowledge Sharing*, sebagai variabel independen; α_1 adalah konstanta; β_1, β_2 , adalah koefisien; dan e_1 adalah *error term*.

Untuk persamaan (2), KBis adalah Kinerja Bisnis Klaster UKM Batik, merupakan variabel dependen; Inov adalah Inovasi, merupakan variabel mediasi (*intervening*); KS adalah *Knowledge Sharing*, sebagai variabel independen; α_1 adalah konstanta; β_1, β_2 , adalah koefisien; dan e_2 adalah *error term*.

Untuk pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan menggunakan analisis jalur dalam menentukan signifikansi variabel *intervening*, juga menggunakan aplikasi Sobel Test yaitu dengan Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation. Dengan uji ini kita bisa mengetahui apakah variabel *intervening* dapat menjadi mediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Dengan uji ini Dengan uji ini kita juga bisa mengetahui nilai signifikansi baik One-tailed probability maupun two tailed probability.



Gambar 3. Analisis Intervening dengan Sobel Test

Dimana :
ta : nilai t statistik variabel independen ke variabel intervening
tb : nilai t statistik variabel intervening ke variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini diuji cobakan pada 30 responden. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dan uji reliabilitas akan diuraikan di bawah ini.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh

konsistensi suatu alat ukur yang digunakan. Pengujian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* yang nilainya berkisar antara 0 hingga 1 dengan bantuan alat analisis *Software SPSS for windows versi 19*. Menurut Nunnally dalam Ghozali (2011) suatu butir pernyataan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7. Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* berarti semakin tinggi tingkat reliabilitas alat ukur yang digunakan. Pada tabel 1 memperlihatkan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*.

Tabel 1.

Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Knowledge Sharing	0,907
Inovasi	0,882
Kinerja Bisnis	0,884

Data primer diolah, 2018

Hasil uji reliabilitas pada tabel 1 menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang dapat diterima yaitu diatas 0,70 sebagai kriteria minimal untuk dapat diterima.

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi bivariat antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Uji signifikansi dilakukan

dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel, dengan jumlah sampel = 30, maka $df = 30 - 2 = 28$, diperoleh r tabel 0,3610. Dari hasil uji validitas variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Untuk uji validitas knowledge sharing dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini

Tabel 2

Hasil uji validitas Variabel Knowledge Sharing

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	0,906	0,3610	Valid
2	0,941	0,3610	Valid
3	0,922	0,3610	Valid
4	0,941	0,3610	Valid
5	0,922	0,3610	Valid

6	0,922	0,3610	Valid
7	0,488	0,3610	Valid
8	0,799	0,3610	Valid
9	-0,079	0,3610	Tidak Valid

Hasil uji validitas untuk variabel knowledge sharing sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk item pernyataan 1 sampai dengan 8 lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel knowledge sharing dinyatakan valid. Sedangkan untuk item pernyataan 9

nilai r hitung lebih kecil dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut tidak valid, sehingga pada saat penyebaran sisa kuesioner untuk item pernyataan 9 dihilangkan. Untuk uji validitas inovasi sharing dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini

Tabel 3

Hasil uji validitas Variabel Inovasi

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	0,689	0,3610	Valid
2	0,697	0,3610	Valid
3	0,703	0,3610	Valid
4	0,802	0,3610	Valid
5	0,791	0,3610	Valid
6	0,742	0,3610	Valid
7	0,797	0,3610	Valid
8	0,854	0,3610	Valid
9	0,378	0,3610	Valid

Hasil uji validitas untuk variabel inovasi sebagaimana tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai r hitung semua item pernyataan lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua

item pernyataan variabel inovasi dinyatakan valid. Untuk uji validitas kinerja bisnis dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini

Tabel 4

Hasil uji validitas Variabel Kinerja Bisnis

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	0,667	0,3610	Valid
2	0,657	0,3610	Valid
3	0,673	0,3610	Valid
4	0,804	0,3610	Valid
5	0,789	0,3610	Valid
6	0,733	0,3610	Valid
7	0,785	0,3610	Valid
8	0,847	0,3610	Valid
9	0,457	0,3610	Valid

10	0,582	0,3610	Valid
----	-------	--------	-------

dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel kinerja bisnis sebagaimana tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai r hitung semua item pernyataan lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan variabel kinerja bisnis

Hasil dan Pembahasan

Perbandingan jumlah responden berdasarkan lama berdirinya usaha dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5

Karakteristik Responden Berdasarkan lama berdirinya usaha

Keterangan	Jumlah	Persentase
1 th – 5 th	32	36,78%
6 th – 10 th	40	45,97%
≥10 th	15	17,24%
Total	87	100%

Sumber: data yang diolah (2018)

Bila dilihat dari lama berdirinya usaha UKM dari tabel 5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebesar 40 UKM (45,97%) telah berdiri 6-10 tahun, sedangkan UKM yang memiliki umur antara 1 – 5 tahun terdapat 32 UKM (36,78%), dan UKM yang berumur lebih dari 10 tahun sebanyak

15 UKM (17,24%). Hal ini menunjukkan bahwa UKM yang berada di Kabupaten Rembang bisa eksis dalam berbisnis karena bisa bertahan dalam kurun waktu yang cukup lama.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan model regresi dengan persamaan sebagai berikut.

Tabel 6

Hasil Pengujian

Variabel Independen	Koefisien	t hitung
Hasil Regresi I :		
Constant	28,689	-
Knowledge Sharing → Inovasi	0,362	2,690
Hasil Regresi II:		
Constant	4,666	
Knowledge Sharing → K.Bisnis	0,215	1,847
Inovasi → K.Bisnis	0,870	9,568

Hasil Sobel Test Calculator

KS → Inovasi → K.Bisnis (Sobel Test Calculator)	-	2,589
Adjusted R ²		0,585

Sumber: Data primer, diolah 2018

Keterangan:
Signifikansi pada level 5% (1,663)

Dengan memperhatikan model model regresi dari Tabel 6 diatas, maka terdapat persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Inov} = 28,689 + 0,362\text{KS} + e \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{KBis} = 4,666 + 0,215 \text{KS} + 0.870 \text{INO} + e_2 \dots\dots\dots (2)$$

Hasil Pengujian hipotesis yang pertama pada tabel di atas pada penelitian ini terdukung dengan tanda koefisien positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1 terdukung dimana nilai t hitung (1,847) > t tabel (1,663), hal ini berarti bahwa knowledge sharing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis. Nilai Adjusted R² sebesar 0,585 menunjukkan bahwa 58,5% variasi kinerja bisnis bisa dijelaskan oleh variasi knowledge sharing, sedangkan sisanya 41,5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model.

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (Sobel test) dengan menggunakan aplikasi Sobel Test Calculator for the significance of Mediation. Dengan uji ini kita bisa mengetahui apakah variabel intervening dapat menjadi mediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat mengetahui pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap

variabel dependennya. Dengan uji ini kita juga bisa mengetahui nilai signifikansi baik One-tailed probability maupun Two tailed probability. Berdasarkan Tabel pengujian Sobel test menunjukkan bahwa: Hasil pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan t hitung (2,589) > t tabel (1,663), hal ini berarti bahwa variabel inovasi memediasi hubungan antara knowledge sharing dengan kinerja bisnis.

Pembahasan

Hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa knowledge sharing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis. *Knowledge sharing* hanya dapat dilakukan bila masing-masing anggota kelompok atau organisasi diberikan kesempatan untuk memberikan opini, ide, kritik, dan komentar terhadap anggota kelompok lain. Semakin tinggi knowledge sharing maka semakin tinggi pula kinerja bisnis seseorang. *Knowledge sharing* merupakan salah satu pengetahuan manajemen untuk memberikan kesempatan kepada anggota kelompok, organisasi, atau

perusahaan untuk berbagi pengetahuan, teknik, pengalaman, dan ide yang dimiliki kepada anggota lain (Ngah dan Kamaruzzaman, 2009). Hal ini berarti UMKM batik berhasil menciptakan knowledge sharing untuk memaksimalkan kinerja bisnis. Kegiatan berbagi pengetahuan pada UKM Batik Tulis Lasem membantu percepatan dalam melaksanakan pekerjaan yang ada dan dapat membantu meningkatkan kinerja dari karyawan yang lain.

Hasil hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel inovasi memediasi hubungan antara knowledge sharing dengan kinerja bisnis. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Setyani, Troena, Nimran, dan Rahayu (2013) bahwa Inovasi dapat memediasi hubungan antara kapabilitas manajemen, *knowledge sharing* dengan kinerja bisnis. Hal tersebut terjadi karena peningkatan kinerja bisnis UKM terjadi adanya karena faktor pertukaran pengetahuan antar pemilik UKM, melalui inovasi produk. Berbagi pengalaman dan pengetahuan pribadi melalui inovasi banyak membantu dalam meningkatkan kemampuan karyawan untuk meningkatkan atau memperbaiki proses kerja agar lebih efektif dan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel knowledge sharing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis. Selain itu juga knowledge sharing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis melalui inovasi. Peningkatan kinerja UKM batik tulis di Kabupaten Rembang terjadi karena adanya pertukaran berbagi pengetahuan, teknik, pengalaman, dan ide melalui inovasi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, penelitian ini tidak menggali informasi mendalam tentang apa saja pengetahuan dan pengalaman yang pernah mereka dapatkan dan berikan. Atas dasar keterbatasan tersebut, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar dapat diteliti kemungkinan pengaruh variabel-variabel lain terhadap peningkatan kinerja UKM batik tulis di Kabupaten Rembang.

Daftar Pustaka

- Abhayawansa, dan Abeysekera, Indra, (2008), "An Explanation Of Human Capital Disclosure From The Resource-Based Perspective", *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, Vol. 12 No. 1, pp. 51-64.
- Ainuddin, R. Azimah, Paul W. Beamish, John S Hulland & Michael J. Rouse, (2007), "Resources Attributes and Firm Performance in International Joint Venture", *Journal of World Business*, 42, pp: 47-60.
- Ardiana, I.D.K.R., I.A. Brahmayanti, dan Subaedi, (2010), "Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12, no. 1, Maret, pp: 42 – 55.
- Antoncic, B. and Hisrich, R.D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5): pp. 495– 527.
- Barney, J.B., (1995), "Looking Inside for Competitive Advantage",

- Academy of Management Executive*, 9(4): pp. 49-61.
- Barney, J.B., (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17(1): pp. 99–120.
- Barney, Jay B., Mike Wright dan David J Ketchen, Jr, (2001), "The Resource-Based View of The Firm: Ten Years After 1991", *Journal of Management*, 27, pp: 625-641.
- Bratnicki, M. (2005). Organizational Entrepreneurship: Theoretical Background, Some Empirical Tests, and Directions for Future Research. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 15(1): pp. 15–33.
- Covin, J.G., and Slevin, D.P. (1991). A Conceptual Model. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1): pp. 7–25.
- Covin, J.G., and Miles, M.P. (1999). Corporate Entrepreneurship and The Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(4): pp. 47–63.
- Cohen, W.M., and Levinthal, D.A. (1990). Absorptive capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35: pp. 128-152.
- Damanpour, F., (2010), "Organizational Size and Innovation, Organization Studies", *Journal of Management*, Vol. 13 No. 3, pp: 375-402.
- Durst, Susanne, (2011), "Small And Medium-Sized Enterprises' Succession Process: Do Intangible Assets Matter and A Study Conducted In Germany", *The European Chair on Intellectual Capital Management, Working Paper Series*, No. 2011-1B, pp. 1-23.
- Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Rembang, 2016, "Data UMKM Kabupaten Rembang 2015".
- Ferreira, J.J.; Azevedo, G.S.; and Fernandez, R., (2011), "Contribution of Resource- Based View and Entrepreneurial Orientation on Small Firm Growth", *Cuadernos de Gestin.*, Vol 11, no 1, pp.95-116.
- Grant, R. M., (1996), "Toward A Knowledge Based Theory of The Firm", *Strategic Management Journal*, 17, pp: 109-122.
- Grant, R.M., (1991), "The Resource-based Theory of Competitive advantage: Implication for Strategy Formulation", *California Management Review*, 17: 114-135.
- Ghozali, Imam, (2013), "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi", Semarang: BP. Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr., J.F., R.E Anderson, R.L. Tatham dan William C. Black, 2006, "Multivariate Data Analysis With Readings", Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(3): pp. 42-54.
- Irjayanti, Maya and Azis, Anton Mulyono, (2012), "Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs",

- Procedia Economics and Finance*. Vol. 4, pp. 3-12.
- Ismail, Alimin Ismadi; Rosez, Raduan Che; Uli, Jegak; and Abdullah, Haslinda, (2012), "The Relationship Between Organizational Resources, Capabilities, Systems and Competitive Advantage", *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 17, No. 1, pp. 151-17.
- Jardon, Carlos M. and Martos, Maria Susana, (2012), "Intellectual Capital As Competitive Advantage In Emerging Clusters In Latin America", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 13 Issue: 4 pp. 462 - 481.
- Kementerian Koperasi dan UKM, (2013), "*Sandingan Data UKM 2011 – 2012*". Kementerian Koperasi dan UKM, Jakarta.
- Lukiastuti, Fitri, (2011), "*Upaya Peningkatan Kinerja UKM Melalui Dukungan Komitmen Perilaku Terhadap Proses Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring (Studi Empirik pada Klaster UKM Batik di Jawa Tengah)*", Disertasi tidak dipublikasikan, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Li, Yong-Hui, Jing-Wen Huang and Mey-Tien Tsai, (2008), "Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Knowledge Creation Process", *Industrial Marketing Management* (38), pp: 440-449.
- Mulyono, Fransisca, (2013), "Sumberdaya Perusahaan dalam Teori *Resouce-based View*", *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 9, No. 1: hal. 59-78.
- Nasution, Hanny N, Felix T Mavondo, Margaret Jekanyika and Nelson Oly Ndubidi, (2011), "Entrepreneurship: Its Relationship with Marketing Orientation and Learning Orientation and As Antecedent to Innovation and Customer Value", *Industrial Marketing Management*, pp: 330-345.
- Ngah, Rohana and Kamaruzaman Jusoff, Tacit (2009), "Knowledge Sharing and SMEs Organisational Performance", *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 1, No. 1, pp: 216-220.
- Putra, Defin Sharial dan Atin Djazuli, (2013), "Pengaruh Strategi Resource-Based terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan (Studi pada Usaha Kecil Menengah Sasirangan Kota Banjarmasin)", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 11, no. 3, pp: 392 – 398.
- Quaddus, Mohammed and Jun Xu, (2008), "Towards Understanding of Knowledge Sharing Among Small Businesses in Australia: Development of a Research Model", *Australasian Conference on Information Systems*, pp: 770-779.
- Streiner, David L., (2005), "Finding Our way: An Introduction to Path Analysis". *Can J Psychiarty*, Vol. 50, no. 2, February.
- Sarwono, Jonathan, (2013), "Mengenal *Path Analysis*: Sejarah, Pengertian, dan Aplikasi", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 11, no. 2, November, pp: 285-296.
- Setyanti, Sri Wahyu Lelly Hana, Eka Afnan Troena, Umar Nimran, dan Minarti Rahayu, (2013), "Innovation Role in Mediating the Effcet of Entrepreneurship Orientation, Management Capabilities and Knowledge Sharing Toward Business Performance: Study at Batik SMEs in East Java Indonesia", *IOSR Journal of Business and Management*, Vol. 8, Issue 4 (Maret- April), pp 16-27.
- Suraj, Olunifesi Adekunle and Bontis, Nick, (2012), "Managing Intellectual Capital In Nigerian Telecommunications Companies", *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 13 No. 2, pp. 262-282.
- Thompson, V.A. (1965), "Bureaucracy and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 5: pp. 1-20.

- Wensley, Anthony K.P.; Cegarra-Navarro, Juan Gabriel; Cepeda-Carrin, Gabriel; and Milln, Antonio Genaro Leal, (2011), "How Entrepreneurial Actions Transform Customer Capital Through Time: Exploring And Exploiting Knowledge In An Openmindedness Context", *International Journal of Manpower*, Vol. 32 Issue: 1 pp. 132-150.
- Wernerfelt, B., (1984), "A Resource-Based View of The Firm", *Strategic Management Journal*, 5: pp. 171-180.
- Wiklund, J & Shepherd D, (2005), "Knowledge Based Resources, Entrepreneurial Orientation and The Performance of Small and Medium Sized Business", *Strategic Management Journal*, (24), pp: 1307-1314.
- Yahya, Achmad Zahiruddin, Choong Kwai Fatt, Abdullah Sanusi Othman and Jumaat Moen, (2011), "Management Skills and Entrepreneurial Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in The Service Sector", *African Journal of Business Management*, Vol. 5 (26), pp: 10410-104

