

Knowledge Sharing Sebagai Sumber Inovasi dan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Batik

Drs. M. Asegaff, MM
Dra. Wasitowati, MM

Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRACT

Small and medium batik sector are significantly contribution to economic development and the cultural heritage, but development are still many problems, especially the empowerment of internal assets so it has an impact on the development of innovation capability and competitive advantage. This study aims to examine the effect of knowledge sharing process to innovation capability and competitive advantage at small and medium batik sector in Central Java. Sampling methods using purposive sampling and data analysis using the Partial Least Square (PLS). The research results that knowledge donating and knowledge collecting are significantly effect on innovation capability. Knowledge donating, knowledge collecting and innovation capability are significantly effect on the competitive advantage.

Keywords: Knowledge collecting , Knowledge donating, Innovation capability

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sektor batik memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi, terutama pada pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja dan warisan budaya, sehingga upaya pengembangan inovasi serta pelestarian terus diupayakan. Pemerintah daerah memiliki potensi cukup untuk mulai mengembangkan batik sesuai budaya lokal, karena memiliki sumber daya yang cukup untuk diberdayakan. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah lemahnya kemampuan dalam memberdayakan aset internal, terutama kemampuan sumber daya manusia sehingga berdampak pada lemahnya kapabilitas inovasi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor batik merupakan bagian dari empat sektor UMKM yang ada, yaitu di bidang produksi, pertanian, perdagangan dan jasa (Dinas Koperasi dan UMKM, 2014). Dari keempat sektor tersebut selama 6 enam tahun terakhir menunjukkan bahwa tahun 2013 sektor produksi tumbuh 15,02%, sektor pertanian tumbuh 19,46 %, sektor perdagangan tumbuh sebesar 5,94 % dan jasa tumbuh sebesar 14,74 %. Kemudian kenaikan jumlah UMKM selama enam tahun terakhir (2008-2013) juga mengalami pasang surut, tertinggi tahun 2008 sebesar 21,55 % dan terendah tahun 2009 sebesar 2,45 %, dan rata-rata selama enam tahun terakhir tumbuh sebesar 9,55%.

Dilihat dari kenaikan penyerapan tenaga kerja selama enam tahun terakhir sangat fluktuatif, tertinggi tahun 2013 sebesar 39,02 % dan terendah tahun 2008 sebesar 1,95 % dan rata kenaikan selama enam tahun terakhir sebesar 11,52 %. Sedangkan dilihat dari kenaikan omzet penjualan selama enam tahun terakhir, tertinggi tahun 2011 sebesar 38,35 % dan terendah tahun 2010 sebesar 2,63 %, serta rata kenaikan selama enam tahun terakhir sebesar 16,16 %. Kenaikan penyerapan jumlah tenaga kerja hampir sama dengan kenaikan jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), kondisi ini menunjukkan setiap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) hanya mampu menyediakan lapangan kerja pada dirinya sendiri dan belum mampu menyediakan lapangan kerja yang cukup bagi orang lain,

Organisasi yang inovatif memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja inovasi baik individu maupun organisasi, agar mampu memecahkan masalah di perusahaan. Knowledge sharing diantara orang yang terlibat didalamnya akan mampu menciptakan kerjasama yang saling menerima dan memberi antar karyawan, sehingga akan mendorong kemampuan untuk melakukan inovasi. Knowledge sharing mampu meningkatkan kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi (Rahab, 2011). Knowledge sharing diharapkan mampu mendorong kemampuan sumber daya manusia untuk melakukan inovasi dan menemukan ide-ide kreatif. Kesediaan karyawan untuk menyumbangkan dan mengumpulkan pengetahuan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kemampuan inovasi (Fen Lin, 2007).

Knowledge sharing merupakan suatu pemahaman bersama terkait dalam penyediaan akses informasi bagi karyawan dengan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan dalam organisasi yang dianggap mampu menjadi pendorong inovasi. Motivasi mempunyai pengaruh langsung dan signifikan pada proses knowledge sharing dalam organisasi, demikian juga kepercayaan karyawan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap pengembangan knowledge sharing dalam organisasi (Javadi, 2012).

Studi literatur sebelumnya tentang pengembangan innovation capability pada industri kreatif melalui pendekatan knowledge sharing process (collecting dan donating) menunjukkan enjoyment in helping others berpengaruh signifikan pada knowledge collecting knowledge donating kemudian knowledge self-efficacy tidak berpengaruh signifikan pada knowledge collecting dan knowledge donating (Rahab, 2011). Top management support berpengaruh signifikan pada knowledge collecting dan knowledge donating, serta organization rewards berpengaruh signifikan pada knowledge collecting dan knowledge donating (Rahab, 2011) dan rewards (ekstrinsik dan intrinsik) berpengaruh pada knowledge sharing (Soureh, 2013).

Studi tentang peran knowledge sharing terhadap innovation capability menunjukkan knowledge collecting dan knowledge donating berpengaruh signifikan pada innovation capability (Rahab, 2011), demikian juga knowledge collecting dan knowledge donating juga berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi (Fen Lin, 2007). Knowledge sharing antara anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan produk (Mehrabani, 2012). Knowledge collecting berpengaruh signifikan pada inovasi

produk dan inovasi proses (Alhuseini, 2013). Knowledge collecting berbasis ICT tidak berpengaruh pada inovasi generasi ide-ide baru (Saenz, 2012).

Berdasar studi literatur sebelumnya menunjukkan perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh organization rewards dan knowledge self-efficacy terhadap knowledge donating dan knowledge collecting, serta pengaruh knowledge collecting terhadap innovation capability. Perbedaan hasil penelitian tersebut sangat penting untuk dikaji lebih lanjut, oleh karena itu penelitian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor batik sangat diperlukan karena mampu menyediakan lapangan kerja yang besar dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta warisan budaya. UMKM dengan segala keterbatasannya dituntut untuk meningkatkan kapabilitas inovasi melalui pemberdayaan aset internal yaitu knowledge sharing process demi mewujudkan UMKM yang kuat dan tangguh dan memiliki keunggulan bersaing.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan antara Knowledge donating dan Innovation Capability

Knowledge donating berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi (Fen Lin, 2007) dan Knowledge donating berpengaruh signifikan pada innovation capability (Rahab, 2011), Knowledge sharing antara anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan produk (Mehrabani, 2012). Knowledge donating diluar organisasi tidak berpengaruh yang signifikan terhadap inovasi eksploitatif, inovasi eksplorasi dan inovasi ambidextrous (Kamasak, 2010). Knowledge donating berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhuseini, 2013). Ada hubungan antara tacit pengetahuan dan kualitas inovasi dan kualitas inovasi dan kinerja perusahaan perdagangan dan industri (Azadehdel, 2013). Explicit knowledge sharing dan Tecit knowledge sharing berpengaruh signifikan pada kecepatan dan kualitas inovasi (Zohoori, 2013). Knowledge collecting oleh mitra rantai suplai tidak meningkatkan inovasi, dan knowledge donating untuk mitra rantai suplai tidak memiliki efek mediasi antara kompetensi inti dan inovasi (Sun, 2013). Knowledge sharing (donating) berbasis ICT tidak berpengaruh pada inovasi generasi ide-ide baru (Saenz, 2012). Berbagi pengetahuan tacit ini akan membantu UKM untuk menjadi kreatif dan inovatif sehingga meningkatkan kinerjanya (Ngah, 2009). Ada hubungan antara tacit pengetahuan dan kualitas inovasi dan kualitas inovasi dan kinerja perusahaan perdagangan dan industri (Azadehdel, 2013).

H1 : Knowledge donating berpengaruh signifikan pada innovation capability

Hubungan knowledge collecting dengan innovation capability

Knowledge sharing diakui sebagai senjata penting dalam menghasilkan keunggulan kompetitif dan sebagai kunci untuk meningkatkan inovasi. Inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk memperkaya dan meningkatkan kehidupan (Suryana, 2003). Knowledge collecting berpengaruh signifikan pada Innovation Capability (Rahab, 2011), dan Knowledge collecting berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi (Fen Lin, 2007). Knowledge sharing antara anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan

produk (Mehrabani, 2012). Eksplisit dan tacit knowledge sharing berpengaruh positif dan signifikan pada innovation speed dan innovation quality (Mahmood, 2012). Knowledge Collecting berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhuseini, 2013). Explicit knowledge sharing dan Tacit knowledge sharing berpengaruh signifikan pada kecepatan dan kualitas inovasi (Zohoori, 2013). Knowledge sharing mampu meningkatkan inovasi produk (Chatarina, 2013). Knowledge collecting memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi eksploitatif, inovasi eksplorasi dan inovasi ambidextrous (Kamasak, 2010). Knowledge collecting oleh mitra rantai suplai tidak meningkatkan inovasi, dan knowledge donating untuk mitra rantai suplai tidak memiliki mediasi antara kompetensi inti dan inovasi (Sun, 2013). Ada hubungan antara tacit pengetahuan dan kualitas inovasi dan kualitas inovasi dan kinerja perusahaan perdagangan dan industri (Azadehdel, 2013). Ada hubungan antara tacit pengetahuan dan kualitas inovasi dan kualitas inovasi dan kinerja perusahaan perdagangan dan industri (Azadehdel, 2013). Knowledge sharing (collecting) berbasis ICT tidak berpengaruh pada inovasi gensai ide-ide baru (Saenz, 2012). Berbagi pengetahuan tacit ini akan membantu UKM untuk menjadi kreatif dan inovatif sehingga meningkatkan kinerjanya (Ngah, 2009)

H2: Knowledge collecting berpengaruh signifikan pada innovation capability

Hubungan Knowledge Sharing dengan Competitive Advantage

Knowledge sharing (donating dan collecting) dan inovasi merupakan faktor kunci keberhasilan dan keunggulan bersaing. Inovasi produk maupun proses sangat penting bagi organisasi dalam menentukan keberhasilan bisnis. Knowledge sharing mampu meningkatkan kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing produk baru bagi perusahaan yang menggunakan teknologi tinggi (Lin, 2008). Knowledge sharing mampu meningkatkan keunggulan bersaing (Almahamid, 2010). Tacit knowledge sharing mampu meningkatkan kompetensi dan kinerja organisasi (Ngah, 2009). Kemampuan organisasi dan sumber daya manusia berpengaruh pada keunggulan bersaing (Jordan, 2012)

H3 : Knowledge donating berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

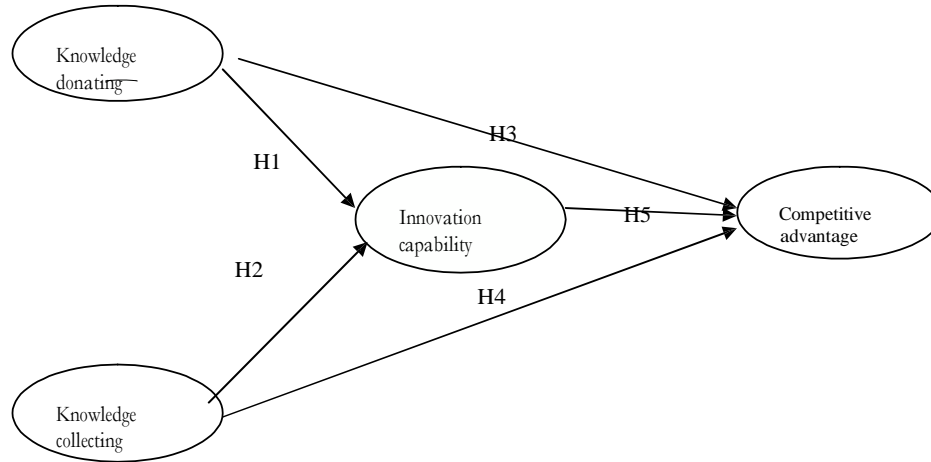
H4 : Knowledge collecting berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

Hubungan Innovation capability dengan Keunggulan bersaing

Perusahaan tanpa inovasi tidak akan bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam. Kemampuan bersaing bagi industri dipasar global tidak hanya mengandalkan harga maupun kualitas, melainkan harus berbasis kreativitas dan inovasi (Esti dan suryani, 2008). Semakin baik kemampuan melakukan inovasi dan kapital intelektual akan semakin tinggi kemampuan bersaing (Jose, 2012), sumber daya internal yang baik menjadi keunggulan bersaing (Raduan, 2010). Organisasi yang inovatif memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja individu maupun organisasi, memecahkan masalah dan meningkatkan keunggulan kompetitif (Liao dan Wu, 2010). Knowledge sharing mampu meningkatkan kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing produk baru bagi perusahaan yang menggunakan teknologi tinggi (Lin, 2008), dan tanpa kreativitas dan inovasi tidak akan mampu bersaing (Larsen, 2007). Keunggulan bersaing dapat tercipta melalui salah satu atau kombinasi dari cost leadership, differentiation dan focus dibanding pesaing (Kuncoro, 2006). Perusahaan kosmetik dan herbal di Indonesia bersaing dipasar global dengan menggunakan diferensiasi sebagai keunggulan bersaing (Permatasari, 2013). Kemampuan melakukan inovasi

meningkatkan keunggulan bersaing (Parkman,2012). Inovasi mampu meningkatkan daya saing berkelanjutan (Najib, 2014). Inovasi pemasaran yang berkelanjutan dipandang sebagai alat yang bagus dalam mendapatkan keunggulan bersaing berkelanjutan (Ren, 2010).

H5 : Innovation capability berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing



METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan digunakan pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian. Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menguji pengaruh knowledge sharing process terhadap pengembangan innovation capability. Populasi pada penelitian ini adalah pengrajin atau karyawan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah sektor di Pantura JawaTengah, dengan pertimbangan UMKM batik jumlahnya cukup banyak dan perkembangan di masing-masing daerah belum merata. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling, dengan memilih 5 kabupaten/kota, yaitu Pekalongan, Semarang, Kudus, Pati, dan Yuwana, serta jumlah sampel sebanyak 145 responden.

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian oleh peneliti karena dipandang sebagai sebuah lingkungan penelitian, sedangkan sampel merupakan subset dari sebuah populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2011). Ukuran sampel yang representatif menggunakan analisis Structural Equation Modelling adalah berkisar antara 100 sampai 200 (Hair,1995). Setiap variabel penelitian beserta indikatornya akan diuji validitas maupun realibilitasnya. Skala pengukuran menggunakan skor 1 sampai 5, (1 = Sangat tidak setuju , dan 5 = Sangat Setuju). Data yang diperoleh akan diolah menggunakan program Partial Least Square (PLS). Adapun definisi operasional variabel terlihat pada tabel 1, berikut :

Tabel : 1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Knowledge collecting	Knowledge collecting merupakan pemahaman bersama dalam mengumpulkan informasi bagi karyawan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan bagi organisasi.	1. berbagi informasi ketika rekan meminta 2. berbagi ketrampilan ketika rekan meminta, 3. kolega berbagi pengetahuan ketika saya meminta, 4. kolega berbagi keahlian ketika saya meminta	Rahab, 2011, Fen Lin, 2007
Knowledge donating	Knowledge donating merupakan pemahaman bersama dalam berbagi informasi informasi bagi karyawan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan bagi organisasi.	1. berbagi pengetahuan pada rekan kerja tanpa diminta, 2. menerima pengetahuan dari rekan tanpa meminta, 3. berbagai pengetahuan hal yang normal 4. berbagi informasi tanpa diminta	Rahab, 2011 , Fen Lin, 2007, Yesil, 2013
Innovation Capability	innovation Capability adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang	1. Mencoba ide baru 2. Metode operasi baru 3. Pruduk baru di pasar 4. Kenaikan jumlah produk baru	Tatiek, 2008, Sheng Lee, 2010, Fe Lin, 2007
Keunggulan bersaing	Keunggulan bersaing merupakan bertindak lebih baik dibandingkan perusahaan lain dalam di lingkungan industri yang sama	1. price/cost, 2. produk inovatif 3. Customer reationship 4. defference	Kuncoro,2006; Moghli 2012, Thatte, 2013

HASIL ANALISIS

Teknik analisis yang digunakan untuk pengujian model empiris adalah permodelan persamaan structural dengan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). Teknik ini merupakan metode umum untuk mengestimasi path model yang menggunakan konstruk laten dengan multiple indikator. Pendekatan PLS adalah distribution free atau merupakan metode penelitian yang powerful karena tidak mengasumsikan data berdistribusi tertentu tetapi dapat berupa nominal, ordinal, interval, dan ratio serta jumlah sample tidak harus besar (Ghozali, 2006).

Pendekatan ini menggunakan asumsi bahwa semua varian yang dihitung merupakan varian yang berguna untuk dijelaskan. Pendekatan pendugaan variabel latent dalam PLS adalah sebagai exact kombinasi linier dari indikator, sehingga mampu menghindari masalah indeterminacy dan memberikan definisi yang pasti dari komponen skor (Imam Ghozali, 2006). Adapun analisis yang akan dilakukan melalui dua pendekatan :

1. Outer model, digunakan untuk mengukur spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Pengujian validitas data dilakukan melalui pendekatan Convergent Validity, dimana indikator dinilai berdasarkan

korelasi antara item score /component score. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Menurut Chin, 1999 (dalam Ghazali, 2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Pada tabel 3 dibawah menunjukkan nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel laten menunjukkan bahwa loading factor memiliki nilai diatas 0,50 sehingga konstruk untuk semua variabel membuktikan bahwa indikator-indikator dinyatakan sudah valid.

Sedangkan metode untuk mengukur reliabilitas variabel dilakukan menggunakan pendekatan discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai square root of Avarage Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model memiliki discriminant validity yang baik jika nilai akar AVE setiap variabel laten lebih besar daripada nilai korelasi antara variabel laten dengan variabel laten lainnya dalam model dan direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar dari 0,50.

Tabel 2
 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	AVE
Knowledgr donating	0,896	0,685
Knowledge collecting	0,841	0,570
Innovation Capability	0,860	0,607
Competitive advantage	0,869	0,623

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan nilai composite reliability semua variabel diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel, terbukti dengan nilai Composite Reliability diatas 0,60 dan nilai Average Variance extracted (AVE) diatas 0,50.

Tabel 3
 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading faktor	Kesimpulan
Knowledge donating	KD1	0,777	Valid
	KD2	0,889	Valid
	KD3	0,879	Valid
	KD4	0,757	Valid
Knowledge collecting	KC1	0,711	Valid
	KC2	0,808	Valid
	KC3	0,812	Valid
	KC4	0,680	Valid
Innovation capability	IC1	0,730	Valid
	IC2	0,799	Valid
	IC3	0,812	Valid
	IC4	0,771	Valid
Competitive Advantage	KB1	0,759	Valid
	KB2	0,801	Valid
	KB3	0,817	Valid
	KB4	0,780	Valid

2. Inner Model, digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel laten (structural model) dalam penelitian atau disebut dengan istilah inner relation, yang menjelaskan hubungan antar variabel laten. Adapun pengaruh antar variabel laten dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel : 4

Hubungan antar Variabel Penelitian

Pengaruh antar variabel penelitian	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	t-Statistic	Keterangan
Knowledge donating → innovation capability	0,337	0,367	0,160	2,108	Signifikan
Knowledge collecting → innovation capability	0,561	0,534	0,151	3,710	signifikan
Knowledge donating → competitive advantage	0,319	0,331	0,088	3,631	Signifikan
Knowledge collecting → competitive advantage	0,259	0,242	0,086	3,015	Signifikan
Innovation capability → competitive advantage	0,434	0,438	0,107	4,063	Signifikan

Pada tabel 4 diatas menunjukkan pengaruh antar variabel laten dalam model penelitian serta pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t statistik dengan nilai t dalam tabel (1,96). Kesimpulan yang akan diambil bila nilai t statistik lebih besar dibanding nilai t dalam tabel menunjukkan ada pengaruh signifikan antar variabel laten, dan sebaliknya bila nilai t statistik lebih kecil dibanding nilai t dalam tabel, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antar variabel laten.

Inner model atau model struktural digunakan untuk menguji hubungan antara konstruk, nilai signifikan dan R-square dari model penelitian. Hubungan antar variabel laten (structural model) dalam penelitian disebut juga inner relation, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest diskala zero means dan unit varian sama dengan satu sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dari model. Adapun besarnya nilai R-Square pada model PLS untuk setiap variabel laten dependen dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5

Nilai R-square

	R-square
Innovation capability	0,782
Competitive advantage	0,946

Pada tabel 5 diatas menunjukkan nilai R-square untuk variabel innovation capability sebesar 0,782 sedangkan untuk variabel competitive advantage sebesar 0,946. Kondisi menunjukkan bahwa variabel innovation capability dijelaskan oleh knowledge donating dan knowledge collecting sebesar 78,2 % dan sisanya (100 % - 78,2 %) = 21,8 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian. Sedangkan nilai R Square untuk variabel competitive advantage sebesar 0,946, artinya variabel competitive advantage dijelaskan oleh variabel knowledge donating , knowledge collecting dan innovation capability sebesar 94,6 % sisanya (100 %-94,6%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh knowledge donating terhadap innovation capability

Knowledge donating berpengaruh signifikan terhadap innovation capability Membangun kebersamaan dan kekompakan bagi pengrajin batik di setiap daerah sangat diharapkan, agar mampu menciptakan kohesi lokal yang menjadi ciri khas daerah tersebut. Knowledge donating bagi pengrajin batik sudah menjadi kebiasaan, sehingga bila ada karyawan atau pengrajin yang mendapat tambahan ilmu terkait dengan kegiatan membatik, mereka dengan senang hati membagikan ilmu yang diperoleh pada pengrajin yang lain yang membutuhkan walaupun orang lain tidak meminta. Berbagi pengetahuan secara ikhlas pada rekan kerja dianggap sebagai perbuatan baik, karena mampu menolong orang lain yang memerlukan, memupuk kebersamaan dan gotong royong dan membuat orang lain menjadi pandai dan trampil.

Knowledge donating berpengaruh signifikan terhadap innovation capability. Berbagi pengetahuan antar rekan kerja dalam suatu organisasi, merupakan hal yang wajar dan seharusnya dilakukan demi kemajuan dan kebersamaan. Knowledge donating mampu meningkatkan kapabilitas inovasi, melalui penemuan ide baru, metode operasi baru, kenaikan jumlah produk baru di pasar. Berbagi pengetahuan baru pada rekan kerja tanpa diminta maupun menerima pengetahuan baru dari rekan kerja tanpa meminta merupakan hal yang wajar agar dapat menemukan ide baru dan mencoba metode operasi baru.

Berbagi pengetahuan baru pada rekan kerja lain sudah menjadi keharusan dan mengharapkan imbalan, misalnya bonus, insentif dan mendapatkan jaminan keamanan kerja. Kegiatan berbagi pengetahuan dengan rekan kerja mengharap ada imbalan dan tidak semata-mata untuk membantu teman kerja, Bonus atau insentif karena berbagi pengetahuan harus dipisahkan dengan prestasi kerja, peningkatan prestasi kerja akan diikuti dengan pemberian gaji maupun bonus sesuai prestasi kerjanya. Balas jasa karena berbagi ilmu pengetahuan dengan rekan kerja diharapkan mendapatkan jaminan keamanan kerja, misalnya tidak ada pemutusan hubungan kerja, tidak ada ancaman atau intimidasi dari rekan kerja maupun dari perusahaan, akan membuat karyawan menjadi lebih tenang dalam bekerja.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, yang mengatakan knowledge donating berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi

(Fen Lin, 2007; Rahab, 2011) dan knowledge sharing antara anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan produk (Mehrabani, 2012). Knowledge donating berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhuseini, 2013).), knowledge sharing mampu meningkatkan inovasi produk (Chatarina, 2013), knowledge sharing mampu meningkatkan kapabilitas inovasi (Saenz, 2012).

Pengaruh knowledge collecting terhadap innovation capability

Knowledge collecting berpengaruh signifikan terhadap innovation capability. Memberikan pengetahuan baru pada pengrajin batik lain yang sedang membutuhkan sangat menyenangkan karena dapat meningkatkan kemampuan dan ketrampilan orang lain. Mengumpulkan pengetahuan baru dari rekan kerja sangat menyenangkan karena akan menambah wawasan dan berguna peningkatan kerja. Berbagi pengetahuan dan informasi pada rekan kerja sesama pengrajin yang membutuhkan merupakan kenikmatan batin tersendiri, karena dapat membantu orang lain yang membutuhkan, mampu berbagi ilmu dengan sesama rekan kerja.

Mencari tambahan pengetahuan baru dari rekan kerja yang mendapat dukungan dari pimpinan sangat menyenangkan, dengan bertambahnya pengetahuan dan ketrampilan akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Pimpinan sangat mendukung kegiatan berbagi pengetahuan yang positif antar rekan kerja, karena sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha. Kondisi ini terlihat bahwa pimpinan sangat mendukung kegiatan berbagi pengetahuan antar rekan kerja, karena kegiatan tersebut sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha dan kesejahteraan karyawan.

Bagi pengrajin batik mengumpulkan pengetahuan baru untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan sudah seharusnya, akan tetapi kegiatan tersebut dilakukan agar mendapatkan rewards dari perusahaan. Mencari pengetahuan baru dari rekan kerja sangat penting untuk meningkatkan ketrampilan, membangun kebersamaan, demi mewujudkan UMKM batik yang mandiri dan berdaya saing. Kegiatan mengumpulkan pengetahuan baru merupakan hal yang wajar dan harus dihargai dengan bonus atau imbalan gaji yang tinggi agar dapat memotivasi pengrajin. Mencari pengetahuan baru sudah menjadi keharusan agar mendapat imbalan untuk berupa bonus atau insentif. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, yaitu knowledge collecting berpengaruh signifikan pada innovation capability (Fen Lin, 2007 ; Rahab, 2012), dan knowledge sharing meningkatkan kapabilitas inovasi (Al-hhuseini, 2013; Saenz, 2012).

Pengaruh knowledge donating terhadap keunggulan bersaing

Knowledge donating berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kemampun pengrajin batik untuk berbagi pengetahuan pada teman lain tanpa diminta serta menerima pengetahuan baru dari orang lain tanpa meminta akan berdampak positif pada efisiensi dan efektivitas kerja. Pada umumnya pengrajin sangat mengharapkan insentif dari perusahaan atas prestasi kerja, mereka menganggap bahwa setiap aktivitas ditempat kerja diharapkan mendapatkan balas jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, baik berupa bonus atau insentif. Berbagai pengetahuan dan informasi tanpa diminta merupakan hal yang normal terjadi dalam perusahaan agar meningkatkan

ketrampilan dan keahlian diantara rekan kerja. Kerjasama yang baik diantara rekan kerja akan memudahkan berbagi pengetahuan, khususnya dalam pengembangan produk baru, akan meningkatkan efisiensi sehingga berdampak pada keunggulan bersaing.

Kemampuan karyawan untuk berbagi pengetahuan baru pada rekan kerja merupakan hal yang wajar untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan diantara rekan kerja. Berbagi pengetahuan antar rekan diharapkan mendapat balas jasa berupa insentif atau bonus walaupun kegiatan tersebut untuk meningkatkan ketrampilan, membangun kebersamaan, demi mewujudkan UMKM batik yang mandiri dan berdaya saing. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa knowledge sharing mampu meningkatkan keunggulan bersaing (Almahamid, 2010).

Pengaruh knowledge collecting terhadap keunggulan bersaing

Knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berbagi pengetahuan dianggap sebagai kebaikan membantu sesama dan menyenangkan untuk terus dilakukan agar sesama rekan kerja mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan. Berbagi pengetahuan dengan rekan kerja yang sedang mengumpulkan dan mencari pengetahuan baru merupakan perbuatan yang sangat menyenangkan, karena dapat membantu orang lain dan memupuk kebersamaan. Pencarian informasi dari rekan kerja untuk meningkatkan kapabilitas inovasi dengan mencoba ide baru maupun metode operasi baru sangat diperlukan. Kerjasama yang baik diantara rekan kerja maupun kolega memudahkan berbagi pengetahuan ketika ada rekan kerja yang lain membutuhkan pengetahuan baru. Kerja sama yang baik juga dapat membantu dalam meningkatkan keahlian dan ketrampilan untuk mendukung inovasi produk baru dipasar. Membangun hubungan baik dengan kolega memudahkan berbagi pengetahuan dan ketrampilan untuk meningkatkan inovasi sehingga mampu mengembangkan inovasi dan menciptakan keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, bahwa knowledge sharing mampu meningkatkan keunggulan bersaing (Almahamid, 2010)

Pengaruh innovation capability terhadap keunggulan bersaing

Innovation capability berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kemampuan UMKM yang melakukan inovasi yang diwujudkan dalam bentuk selalu mencoba ide-ide baru, mencoba metode operasi baru, inovasi produk, akan dapat menciptakan keunggulan bersaing. Kemampuan untuk mencoba ide-ide baru dilakukan dengan meningkatkan kreativitas untuk menemukan ide dan diwujudkan dalam bentuk inovasi. Sedang inovasi dalam proses produksi dilakukan dengan mencoba cara proses produksi baru untuk mendapatkan sistem proses produksi yang paling efisien. Dengan demikian perusahaan akan mencoba berbagai inovasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi, dengan harapan dapat meminimalkan biaya produksi sehingga berdampak pada penurunan harga serta peningkatan keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Lin, 2008), dan tanpa kreativitas dan inovasi tidak akan mampu bersaing (Larsen, 2007).

SIMPULAN

Kapabilitas inovasi dalam organisasi batik yang dilakukan dengan penemuan ide baru, metode operasi baru, kenaikan jumlah produk baru di pasar dapat ditingkatkan melalui knowledge sharing (donating dan collecting) dan dukungan dari semua karyawan dan top management. Berbagi pengetahuan dan informasi adalah hal yang normal dan dilakukan dengan senang hati dalam suatu organisasi, sehingga bila ada rekan kerja mendapatkan pengetahuan baru mereka akan memberitahu pada rekan kerja lain tanpa diminta, demikian juga mereka menerima pengetahuan baru dari rekan kerja tanpa meminta. Keunggulan bersaing dapat ditingkatkan melalui knowledge sharing dan inovasi secara terus menerus.

Implikasi manajerial pada penelitian ini adalah pentingnya memberdayakan aset internal yang berupa knowledge sharing dalam organisasi. Disamping itu dukungan dari top management dan karyawan sangat diperlukan sehingga terjadi saling berbagi ilmu pengetahuan antar rekan dimana saling memberi dan menerima yang mampu meningkatkan inovasi sehingga berdampak keunggulan bersaing.

Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah innovation capability dapat ditingkatkan melalui knowledge sharing antar rekan kerja dan dukungan dari top management. Demikian juga keunggulan bersaing dapat ditingkatkan ketika proses knowledge donating, knowledge collecting dalam perusahaan dapat berjalan baik serta pengembangan inovasi dilakukan untuk menciptakan produk baru yang efisien dan sesuai permintaan pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pengembangan ilmu, khususnya dibidang manajemen.

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan sampel relatif sedikit (145 responden) yang berasal dari berbagai kabupaten/kota di Pantura Jawa Tengah, sehingga hasilnya belum optimal, dan penelitian kedepan dapat diarahkan pada tingkat pendidikan, pengalaman kerja, dengan harapan diperoleh hasil yang lebih sempurna.

REFERENSI

- Almahamid. S., A. Awwad., A.C. McAdams., 2010, Effects of Organizational Agility and Knowledge Sharing on Competitive Advantage: An Empirical Study in Jordan, *International Journal of Management*, 27(3), 387-404.
- Azadehdel. M.R., F.Farahbod., M.A. Jamshidinejad, 2013, The Relationship between Knowledge Sharing , Innovation and Performance of Manufacturing and Trading Companies in Guilan Province, *Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*, 5 (5), 408-412
- Alhousseini. S., I. Elbeltagi, 2013, Knowledge Sharing and Innovation: An Empirical Study in Iraqi Private Higher Education Institutions, *International Conference on Intellectual Capital and Knowledge Management and Organisational Learning*: 129 XI. Kidmore End: Academic Conferences International Limited. (October), 129-138

- Alhousseini. S., I. Elbeltagi, 2015, Knowledge Sharing Practices as a Basis of Product Innovation: A Case of Higher Education in Iraq, *International Journal of Social Science and Humanity*, 5 (2), 182-185
- Chatarina. J., J. Landeta, 2013, Effects of Knowledge-sharing Routines and Dyad-based Investments on Company Innovation and Performance: An Empirical Study of Spanish Manufacturing Companies, *International Journal of Management*, 30 (1), 21-39
- Dinas Koperasi dan UMKM : Time Series Data UMKM Binaan Propinsi Jawa Tengah, 2014, <http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id>, diakses : 8 Februari 2015
- Ferdinad. A., 2011, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Penerbit BP.UNDIP, ISBN :979-704-254-5
- Fen Lin. H., 2007, Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study, *International Journal of Manpower*, 28 (3/4), 315-332
- Ghozali, Imam, 2006, *structural Equation Modeling Metode alternatif Partial Least Square*, Semarang, Penerbit UNDIP, ISBN :979.704.250.9
- Hair, J.F. Anderson R.E, R.I.Tatam and Black W.C, 1995, *Multivariate Data Analisis*, New Jesy, 4th Edition, Penerbit Prentice Hall.
- Jordan. C.M., M. S.Martos, 2012, Intellectual capital as competitive advantage in emerging clusters in Latin America, *Journal of Intellectual Capital*, 13 (4), 462-481
- Javadi. M.H.M., at.al., 2012, Effect of Motivation and Trust on Knowledge Sharing and Effect of Knowledge Sharing on Employee's Performance, *International Journal of Human Resource Studies*, 2 (1), 210-221
- Kamasak. R., F. Bulutlar, 2010, The influence of knowledge sharing on innovation, *European Business Review*, 22 (3), 2010, 306-317, (<http://cangkirparagraf.blogspot.com/2011/11/potensi-batik-sebagai-penyangga-ekonomi>).
- Kuncoro. M., 2006, *Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta.
- Lin. M.J., C.J.Chen, 2008, Integration and knowledge sharing: transforming to long-term competitive advantage, *International Journal of Organizational Analysis*, 16 (1/2), 83-108
- Mahmood, Z. at.al., 2013, The relationship between knowledge sharing and innovation in electronic industry of Iran, , *Interdisciplinary Journal of contemporary Research*, 5(1), 722-729.
- Mehrabani, S. E. ,2012,. "Knowledge Management and Innovation Capacity", *Journal of Management Research*, 4(2), 164 - 177.
- Ngah. R., K. Jusoff., 2009, Tacit Knowledge Sharing and SMEs' Organizational Performance, *International Journal of Economics and Finance*, 1(1), 216-220
- Najib. M., F. R. Dewi & H. Widyastuti, 2014, Collaborative Networks as a Source of Innovation and Sustainable Competitiveness for Small and Medium Food Processing Enterprises in Indonesia, *International Journal of Business and Management*, 9 (9), 147-160

- Ngah. R., A.R. Ibrahim., 2011, The Influence of Intellectual Capital on Knowledge Sharing: Small and Medium Enterprises' Perspective, IBIMA Publishing
<http://www.ibimapublishing.com/journals/CIBIMA/cibima.html/> DOI: 10.5171/2011.444770
- Permatasari. A., W. Dhewanto, 2013, Business Model Innovation towards Competitive Advantage: Case Study in Indonesian Cosmetics and Herbal Health Companies, *Information Management and Business Review*, 5(8), 385-393
- Rahab., Sudjono., Sulistyandari., 2011, The Development of Innovation Capability of Small Medium Enterprises Through Knowledge Sharing Process : An Empirical Study of Indonesiaian Creative Industry, *International Journal of Business and Social Science*, 2 (21),112 - 123
- Ren. Liqin., G. Xie., K. Krabbendam, 2010, Sustainable competitive advantage and marketing innovation within firms, *Management Research Review*, 33 (1), 79-89
- Saenz. J., N. Aramburu., C.E. Blanco, 2012, Knowledge sharing and innovation in Spanish and Colombian high-tech firms, *Journal of Knowledge Management*, 16 (6), 919-933
- Soureh., A. At.al, 2013, Relationship among Reward System, Knowledge Sharing and Innovation Performance, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(6), 115-141
- Sun. L., 2013, Core Competences, Supply Chain Partners' Knowledge-Sharing, and Innovation: An Empirical Study of the Manufacturing Industry in Taiwan, *International Journal of Business and Information*, 8(2), 299-324
- Tatiek. N, 2009, Orientasi entrepreneur dan Modal Sosial : Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi, Desertasi, FE UNDIP.
- Zohoori. M., S. Mohseni., B. Samadi., O. Attarnezha, 2013, The relationship between knowledge sharing and innovation in electronic industry of Iran, *Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*, 5 (1), 722-729