

Pengaruh *Knowledge Donating* dan *Knowledge Collecting* terhadap *Innovation Capability* Kasus Pengembangan UKM Batik di Provinsi Jawa Tengah-Indonesia

Mulyana, Muchammad Assegaff dan Wasitowati

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, Semarang

Abstrak. *Perusahaan kecil dan menengah secara signifikan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi Indonesia. Batik dianggap sebagai warisan budaya yang terutama dihasilkan oleh perusahaan kecil menengah di Indonesia. Untuk lebih mengembangkan bisnis pada perusahaan kecil dan menengah batik, masih banyak masalah yang harus ditangani terutama berkaitan dengan meningkatkan kapabilitas inovasi mereka. Perusahaan kecil dan menengah batik terletak di beberapa kota di Propinsi Jawa Tengah-Indonesia. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil studi ini menunjukkan bahwa kesenangan dalam membantu orang lain, dukungan manajemen dan balas jasa dari organisasi secara signifikan berpengaruh baik pada kesediaan menyumbangkan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan. Akan tetapi hasil studi ini menunjukkan bahwa keyakinan kemampuan diri tidak berpengaruh signifikan pada kesediaan menyumbangkan pengetahuan maupun mengumpulkan pengetahuan. Selanjutnya, hasil studi pada perusahaan kecil dan menengah batik menunjukkan bahwa baik menyumbangkan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan secara signifikan mempengaruhi kapabilitas inovasi.*

Kata kunci: *Menyumbangkan pengetahuan, Mengumpulkan pengetahuan, Kapabilitas inovasi, UKM, Batik, Propinsi Jawa Tengah-Indonesia*

Abstract. *Small medium enterprises significantly contribute to Indonesia's economic development. Batik is considered as cultural heritage that is mainly produced by Indonesia's small medium enterprises. To further develop the business of Batik small medium enterprises, there are however still many problems to be addressed especially with regard to improving their innovation capabilities. This study aims to examine the effect of knowledge donating and knowledge collecting to innovation capabilities. Batik small medium enterprises located at several cities in the Central Java Province-Indonesia. Sampling methods using purposive sampling and data analysis using the Partial Least Square (PLS) are employed in this study. The result of this study shows that enjoyment in helping others, top management support and organization rewards significantly affect both the knowledge donating and knowledge collecting. The result of this study nevertheless shows that knowledge self-efficacy does not significantly affect both the knowledge donating and knowledge collecting. Furthermore, the result shows that both knowledge donating and knowledge collecting significantly affect the innovation capability of the studied Batik small medium enterprises.*

Keywords: *Knowledge donating, Knowledge collecting, Innovation capability, Small Medium Enterprises, Batik, the Central Java Province-Indonesia.*

Received:15 April 2015, Revision: 05 Oktober 2015, Accepted:06 Nopember 2015

Print ISSN: 1412-1700; Online ISSN: 2089-7928. DOI: <http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2015.14.3.2>

Copyright©2015. Published by Unit Research and Knowledge, School of Business and Management - Institut Teknologi Bandung (SBM-ITB)

1. Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah (UKM) sektor batik memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi, terutama pada pendapatan nasional dan penyerapan tenaga kerja (Widzati, 2014). Sejak 2 Oktober 2009 UNESCO memberikan pengakuan terhadap batik Indonesia sebagai warisan budaya (Antara, 2009). Batik diharapkan mampu membangkitkan semangat nasionalisme sehingga upaya pelestarian terus dilakukan. Salah satu bukti pelestarian terlihat semakin banyaknya pengguna batik, tidak terbatas kalangan orang tua tetapi juga anak-anak, remaja dan dewasa. Upaya pelestarian batik tentu tidak cukup hanya dengan bangga menggunakan batik saja, tetapi juga diimbangi sektor produksi, sehingga citra dan identitas bangsa tidak luntur. Pemerintah daerah memiliki potensi cukup untuk mulai mengembangkan batik sesuai budaya lokal, karena memiliki sumber daya yang cukup terutama sumber daya manusia.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sektor batik merupakan bagian dari empat sektor UKM yang ada, yaitu di bidang produksi, pertanian, perdagangan dan jasa (Dinas Koperasi dan UKM, 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 UKM 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% (Dinas Koperasi dan UKM, 2014).

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-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-rata kenaikan selama enam tahun terakhir sebesar 16,16 %. Kenaikan penyerapan jumlah tenaga kerja hampir sama dengan kenaikan jumlah usaha kecil dan menengah (Dinas Koperasi dan UKM, 2014). Kondisi ini menunjukkan setiap usaha kecil dan menengah (UKM) hanya mampu menyediakan lapangan kerja pada dirinya sendiri dan belum mampu menyediakan lapangan kerja yang cukup bagi orang lain.

Berbagi pengetahuan dalam organisasi akan mampu menciptakan kerjasama yang saling menerima dan memberi informasi antar karyawan, sehingga akan mendorong kemampuan untuk melakukan inovasi. Organisasi yang inovatif memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja inovasi baik individu maupun organisasi. Kreativitas dan inovasi mempengaruhi keberhasilan wirausaha kecil (Hidayati, 2011). Penciptaan nilai melalui inovasi ditentukan oleh pengetahuan, ketrampilan, pengalaman karyawan (Wang, 2012) dan berbagi pengetahuan dapat meningkatkan kapabilitas inovasi (Kumar, 2012).

Berbagi pengetahuan memiliki peran penting bagi inovasi dan sumber pengembangan keunggulan bersaing berkelanjutan (Reza, 2013). Berbagi pengetahuan mampu mendorong kemampuan sumber daya manusia untuk melakukan inovasi. (Fen Lin, 2007; Rahab, 2011; Reza 2013). Berbagi pengetahuan memoderasi hubungan antara keyakinan kemampuan diri dengan kreativitas karyawan (Swati, 2015).

Berbagi pengetahuan merupakan aktivitas yang terkait dalam penyediaan akses informasi bagi karyawan dengan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan dalam organisasi. Berbagi pengetahuan dianggap mampu menjadi pendorong peningkatan kapabilitas inovasi. Motivasi juga menjadi pendorong berbagi pengetahuan dalam organisasi, demikian juga kepercayaan dan kerjasama antar karyawan menjadi pendorong pengembangan berbagi pengetahuan dalam organisasi (Javadi, 2012; Kamal, 2015), dan hubungan baik berdampak -

positif pada berbagi pengetahuan (Nghah, 2011). Keterbukaan pada perusahaan multinasional tidak mendukung terciptanya *knowledge donating* dan *knowledge collecting* (Kamal, 2015). Semakin baik *knowledge donating* antar karyawan yang didukung anggota kepemimpinan sosial (*social leader-member*) yang tinggi akan meningkatkan *knowledge collecting* (Anders, 2015).

Studi literatur sebelumnya tentang pengembangan kapabilitas inovasi pada perusahaan kecil dan menengah melalui pendekatan berbagi pengetahuan menunjukkan : senang membantu orang lain (*enjoyment in helping others*), dukungan pimpinan (*top management support*) dan balas jasa dari organisasi (*organization rewards*) berpengaruh signifikan terhadap kesediaan menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) dan kesediaan mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*). Sedangkan keyakinan atas kemampuan diri (*knowledge self-efficacy*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Demikian juga *knowledge donating* dan *knowledge collecting* juga berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi (Rahab, 2011).

Studi lain tentang pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi pada perusahaan besar menunjukkan *enjoyment in helping others*, *knowledge self-efficacy*, *top management support* berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting* dan *knowledge donating*, sedangkan *organization rewards* tidak berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* dan *knowledge collecting* (Fen Lin, 2007), *rewards* (ekstrinsik dan intrinsik) berpengaruh pada berbagi pengetahuan (Arzi, 2013). Berbagi pengetahuan antara anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan inovasi produk (Mehrabani, 2012; Alhusseini, 2013). *Knowledge collecting* berbasis ICT tidak berpengaruh pada ide-ide inovasi baru (Saenz, 2012).

Hasil studi literatur sebelumnya menunjukkan perbedaan hasil penelitian bila diterapkan pada obyek yang berbeda. Bila diterapkan pada usaha kecil dan menengah, variabel *organization rewards* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge donating* dan *knowledge collecting* dan bila diterapkan pada perusahaan besar tidak berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Demikian juga bila penelitian diterapkan pada perusahaan kecil dan menengah, variabel *knowledge self-efficacy* tidak berpengaruh pada *knowledge donating* dan *knowledge collecting*, bila diterapkan pada perusahaan besar berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* dan *knowledge collecting*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *knowledge donating* dan *knowledge collecting* terhadap kapabilitas inovasi. Sedangkan studi pada literatur sebelumnya lebih fokus pada perusahaan besar yang menerapkan teknologi tinggi dimana hasil penelitian tersebut belum tentu dapat diaplikasikan terhadap perusahaan kecil dan menengah yang memiliki banyak keterbatasan. Perbedaan hasil penelitian tersebut sangat penting untuk dikaji lebih lanjut sehingga peneliti mengambil obyek yang berbeda yaitu UKM sektor batik yang merupakan warisan budaya. Disamping itu kegiatan operasional UKM batik sebagian menggunakan ketrampilan tangan (ketrampilan membatik) sesuai dengan pola batik yang sifatnya tradisional dan kurang menggunakan teknologi. Sebagian sudah menggunakan teknologi dalam proses produksi maupun membuat pola batik.

Dengan demikian bila dibandingkan dengan studi literatur terdahulu UKM batik dalam kegiatan operasional sering menggunakan perpaduan antara ketrampilan tangan yang bersifat tradisional dan menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini diharapkan ada temuan baru yang dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu manajemen serta pengembangan usaha. Oleh karena itu penelitian pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sektor batik sangat diperlukan karena mampu menyediakan

lapangan kerja yang besar dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. UKM dengan segala keterbatasannya dituntut untuk meningkatkan kapabilitas inovasi melalui berbagi pengetahuan demi mewujudkan UKM yang kuat dan tangguh.

2. Pengembangan Hipotesis

2.1. *Enjoyment in Helping Others, Knowledge Donating dan Knowledge Collecting*

Senang membantu orang lain (*enjoyment in helping others*) merupakan dimensi dari kesediaan menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) dalam suatu organisasi (Kumar, 2012). *Enjoyment in helping others* berpengaruh signifikan pada kesediaan menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) (Rahab, 2011; Fen Lin, 2007; Vincenzo, 2015). Pengetahuan yang sudah diformulasikan secara jelas (eksplisit) dan pengetahuan yang personal, spesifik, umumnya susah diformulasikan dan dikomunikasikan kepada pihak lain (tacit) secara signifikan memoderasi hubungan variabel perilaku dan psikologis dengan berbagi pengetahuan. Terdapat hubungan yang kuat antara kepercayaan, berbagi informasi perencanaan bisnis dan hubungan sosial pada pengetahuan tacit, sementara pengetahuan eksplisit lebih fokus pada lingkungan proses informasi inti bisnis (Yazici, 2012). Motivasi mempunyai pengaruh langsung dan signifikan pada proses berbagi pengetahuan dalam organisasi (Javadi, 2012). Kepercayaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap pengembangan berbagi pengetahuan (Javadi, 2012),

H1a : *Enjoyment in helping others* berpengaruh signifikan pada *knowledge donating*

Berbagi pengetahuan merupakan suatu pemahaman bersama terkait dalam penyediaan akses informasi bagi karyawan dengan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan dalam organisasi (Hogel. *et al*, 2003). Senang membantu orang lain (*enjoyment in helping others*) berpengaruh signifikan pada kesediaan mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*) (Rahab, 2011; Fen Lin, 2007; Vincenzo, 2015).

Berbagi pengetahuan yang efektif mampu meningkatkan akumulasi pengetahuan dalam organisasi dan meningkatkan kemampuan karyawan untuk melakukan pekerjaan (Xiong, 2008).

Pengetahuan eksplisit dan tacit secara signifikan memoderasi hubungan variabel perilaku dengan berbagi pengetahuan. Pada pengetahuan tacit terjadi hubungan yang kuat antara kepercayaan, informasi perencanaan bisnis dan hubungan sosial. Berbagi pengetahuan eksplisit ditekankan pada lingkungan proses informasi inti bisnis (Yazici, 2012). Motivasi dan kepercayaan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan pada proses berbagi pengetahuan dalam organisasi (Javadi, 2012).

H1b : *Enjoyment in helping others* berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting*

2.2. *Knowledge self-efficacy, Knowledge Donating dan Knowledge Collecting*

Keyakinan atas kemampuan diri (*knowledge self-efficacy*) berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* (Fen lin, 2007; Nurliza, 2011; Vincenzo, 2015), akan tetapi tidak berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* (Rahab, 2011). Keyakinan atas kemampuan diri merupakan dimensi dari berbagi pengetahuan (Kumar, 2012). Terjadi hubungan yang kuat antara kepercayaan, informasi perencanaan bisnis dan hubungan sosial pada pengetahuan tacit, sedangkan pengetahuan eksplisit terjadi pada proses informasi inti bisnis (Yazici, 2012). Kepercayaan diantara karyawan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan pada proses berbagi pengetahuan dalam organisasi (Javadi, 2012; Vathsala, 2012).

H2a : *Knowledge self-efficacy* berpengaruh signifikan pada *knowledge donating*

Keyakinan atas kemampuan diri (*knowledge self-efficacy*) berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting* (Fen Lin, 2007; Vincenzo, 2015; Nurliza, 2011), dan tidak berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting* (Rahab, 2011). Berbagi pengetahuan memoderasi hubungan antara keyakinan kemampuan diri dengan kreativitas (Swati, 2015).

Kepercayaan mampu mendukung berbagi pengetahuan dalam organisasi (Javadi, 2012). Kegiatan berbagi pengetahuan tacit menciptakan hubungan yang kuat antara kepercayaan, hubungan sosial dan informasi perencanaan bisnis (Yazici, 2012).

H2b : *Knowledge self-efficacy* berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting*

2.3. Top Management Support, Knowledge Donating dan Knowledge Collecting

Kemampuan karyawan untuk berinovasi perlu mendapat dukungan dari pimpinan sehingga berbagi pengetahuan diantara karyawan mampu mendorong kreativitas dan meningkatkan kinerja inovasi. Pengetahuan eksplisit dan tacit yang didukung pimpinan secara signifikan memoderasi hubungan variabel perilaku dan psikologis dengan berbagi pengetahuan (Yazici, 2012). Dukungan dari pimpinan (*top management support*) berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* (Rahab, 2011; Fen Lin, 2007; Vathsala, 2012; Vincenzo, 2015). Dukungan organisasi berpengaruh negatif terhadap berbagi pengetahuan pada organisasi sektor publik (Angela, 2013). Budaya organisasi yang bersih berpengaruh positif terhadap lingkungan berbagi pengetahuan tacit (Visvalingam, 2015). Kerjasama yang baik antar karyawan pada perusahaan multinasional mampu mendukung *knowledge donating* (Kamal, 2012).

H3a : *Top management support* berpengaruh signifikan pada *knowledge donating*

Dukungan dari pimpinan yang berhubungan dengan ketrampilan dan pengetahuan akan mendorong lebih kreatif dan inovatif. Inovasi organisasi menggambarkan kerja sama dalam bisnis yang menghubungkan orang-orang, ide dan sumber daya yang saling berinteraksi akan menghasilkan kreativitas dan inovasi (Soasa, 2012). Kerjasama yang baik antar karyawan pada perusahaan multinasional mampu mendukung *knowledge collecting* (Kamal, 2015). *Top management support* sangat diperlukan untuk mendorong kesediaan menyumbangkan pengetahuan. *Top management support* berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting* (Rahab, 2011; Fen Lin, 2007; Vathsala, 2012; Vincenzo, 2015).

Pengetahuan eksplisit merupakan pengetahuan bersifat formal, telah dikumpulkan dan diterjemahkan dalam bentuk dokumentasi untuk disebarluaskan kepada orang lain. Pengetahuan eksplisit telah mendapat dukungan dari pimpinan dan memperkuat hubungan perilaku dengan berbagi pengetahuan. Demikian juga pengetahuan tacit yang berupa gagasan, wawasan, keahlian juga mendapat dukungan pimpinan mampu memoderasi hubungan perilaku dengan berbagi pengetahuan (Yazici, 2012).

H3b : *Top management support* berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting*

2.4. Organizational Rewards, Knowledge Donating dan Knowledge Collecting

Berbagi pengetahuan antar individu dalam organisasi mendapatkan balas jasa dari organisasi dan meningkatkan motivasi kerja. Pimpinan organisasi akan berusaha menciptakan lingkungan yang baik agar orang termotivasi untuk berbagi pengetahuan. Balas jasa dari organisasi (*organization rewards*) pada perusahaan besar tidak berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* (Fen Lin, 2007; Serdar, 2013), sedangkan balas jasa dari organisasi (*organization rewards*) pada usaha kecil dan menengah berpengaruh signifikan pada *knowledge donating* (Rahab, 2011). *Rewards* (ekstrinsik dan intrinsik) pada organisasi pelayanan publik berpengaruh pada berbagi pengetahuan (Arzi, 2013; Adel, 2007). Ketika budaya organisasi berbagi pengetahuan baik maka akan memperkuat pengaruh balas jasa organisasi terhadap kesediaan berbagi pengetahuan (Serdar, 2013). Berbagi pengetahuan dilakukan ketika organisasi memberi imbalan seperti promosi, bonus dan gaji yang tinggi (Sheng, 2015).

H4a : *Organizations rewards* berpengaruh signifikan pada *knowledge donating*

Balas jasa dari organisasi (*organizations rewards*) pada karyawan akan meningkatkan kesediaan mengumpulkan pengetahuan (Serdar, 2013). Karyawan akan memiliki motivasi kerja yang tinggi bila ada balas jasa atas aktivitas berbagi pengetahuan antar individu dalam organisasi.

Pimpinan organisasi berusaha menyediakan lingkungan kerja yang layak agar karyawan termotivasi dan bersedia berbagi pengetahuan. Pada organisasi sektor publik berbagi pengetahuan dipengaruhi oleh motivasi intrinsik (Kumar, 2012). *Rewards* (ekstrinsik dan intrinsik) dapat mendorong berbagi pengetahuan dan kinerja inovasi dalam konteks organisasi, interpersonal, karakteristik budaya, karakteristik individu dan faktor motivasi pada organisasi sektor publik (Arzi, 2013).

Organization rewards pada perusahaan besar tidak berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting* (Fen Lin, 2007), dan berpengaruh negatif terhadap aktivitas berbagi pengetahuan pada organisasi sektor publik (Angela, 2013). Sedangkan pada perusahaan kecil dan menengah balas jasa berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting* (Rahab, 2011). Balas jasa sosial dan kegiatan berpengaruh positif terhadap berbagi pengetahuan (Li-An, 2013), dan budaya yang baik akan memperkuat pengaruh balas jasa terhadap berbagi pengetahuan (Serdar, 2013).

H4b : *Organizations rewards* berpengaruh signifikan pada *knowledge collecting*

2.5. Knowledge Donating, Knowledge Collecting dan Kapabilitas Inovasi

Berbagi pengetahuan dan inovasi merupakan faktor kunci keberhasilan dan keunggulan kompetitif. Ketersediaan menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi (Rahab, 2011; Fe Lin, 2007; Kumar, 2012). Inovasi produk maupun proses sangat penting bagi organisasi dalam menentukan keberhasilan bisnis. Berbagi pengetahuan antara anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan produk (Mehrabani, 2012). *Knowledge donating* diluar organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi eksploitatif (Kamasak, 2010). Berbagi pengetahuan mampu meningkatkan inovasi dan keunggulan bersaing (Almahamid, 2010), dan membantu usaha kecil dan menengah menjadi lebih kreatif dan inovatif sehingga meningkatkan kinerja organisasi (Ngah, 2009).

Knowledge donating berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhusseini, 2013). Ada hubungan kuat antara pengetahuan tacit dan kualitas inovasi serta kinerja perusahaan perdagangan dan industri (Azadehdel, 2013). Berbagi pengetahuan eksplisit dan tacit berpengaruh signifikan pada kecepatan dan kualitas inovasi (Zohoori, 2013; Mohammad, 2013; Azadehdel, 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 donating* berbasis ICT tidak berpengaruh pada inovasi (Saenz, 2012).

Berbagi pengetahuan tacit akan membantu UKM untuk menjadi kreatif dan inovatif (Ngah, 2009). *Knowledge donating* didalam organisasi berpengaruh signifikan pada inovasi eksploitatif (Kamasak, 2010). *Knowledge donating* untuk mitra rantai suplai tidak mediasi hubungan antara kompetensi inti dan inovasi (Sun, 2013).

H5 : *Knowledge donating* berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi.

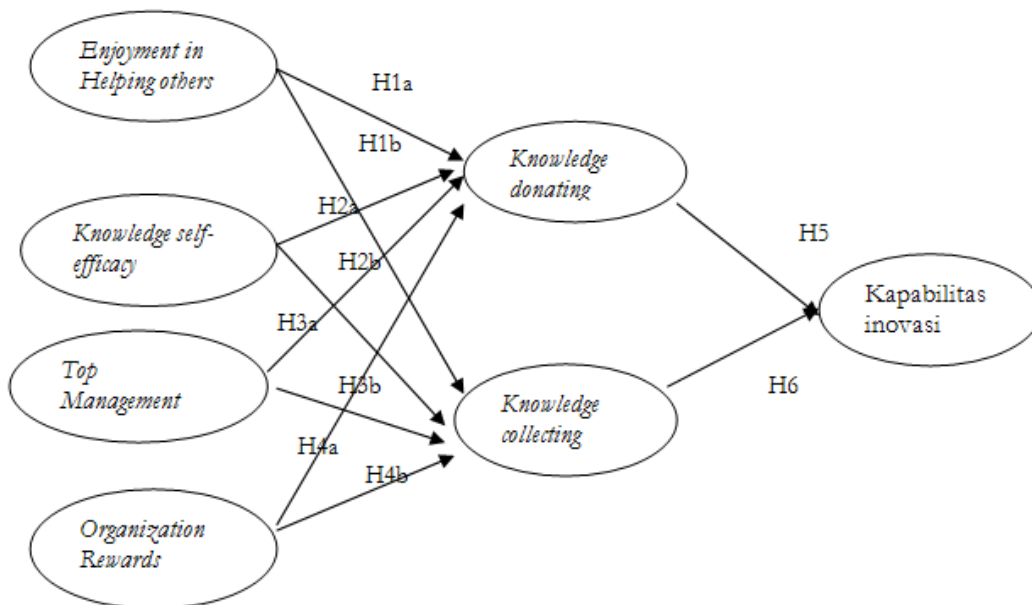
Berbagi pengetahuan diakui sebagai senjata penting dalam menghasilkan keunggulan kompetitif dan sebagai kunci untuk meningkatkan inovasi. *Knowledge collecting* berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi (Rahab, 2011; Felin, 2007). Inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk memperkaya dan meningkatkan kehidupan (Suryana, 2003). Berbagi pengetahuan mampu meningkatkan inovasi produk (Alhusseini, 2015) dan berbagi pengetahuan tacit akan membantu UKM untuk menjadi kreatif dan inovatif sehingga meningkatkan kinerja (Ngah, 2009).

Ketersediaan menyumbangkan pengetahuan antar anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan produk (Mehrabani, 2012; Chatarina, 2013). Berbagi pengetahuan eksplisit dan tacit berpengaruh positif dan signifikan pada kecepatan dan kualitas inovasi (Zohoori, 2013; Mahmood, 2012).

Knowledge collecting berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhusseini, 2013). Berbagi pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi *eksploitatif* (Kamasak, 2010), dan meningkatkan inovasi antara mitra rantai suplai (Sun, 2013).

Pada perusahaan perdagangan dan industri terdapat hubungan yang kuat antara pengetahuan tacit, kualitas inovasi dan kinerja (Azadehdel, 2013). *Knowledge collecting* berbasis ICT tidak berpengaruh pada inovasi (Saenz, 2012).

H6 : *Knowledge collecting* berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi.



Gambar 1. Model Penelitian

3. 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 donating* dan *knowledge collecting* terhadap kapabilitas inovasi. Populasi pada penelitian ini adalah pengrajin atau karyawan pada Usaha Kecil dan Menengah sektor batik di Pantura Jawa Tengah. Adapun yang menjadi pertimbangan adalah peningkatan kapabilitas inovasi melalui berbagi pengetahuan di UKM batik masih perlu ditingkatkan. Disamping itu batik merupakan warisan budaya dan masing-masing daerah ingin menampilkan ciri khas serta perkembangan pengrajin batik di masing-masing daerah belum merata. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan memilih 5 kabupaten/kota di Pantura yaitu Pekalongan, Semarang, Kudus, Pati, dan Yuwana.

Jumlah sampel diambil dari daerah yang potensi UKM batik belum berkembang sampai pada daerah yang sudah maju, dengan harapan sampel yang diambil dapat mewakili populasi pada masing-masing daerah. Adapun jumlah responden yang dapat dijadikan 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 dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
<i>Enjoyment in Helping others</i>	<i>Enjoyment in Helping others</i> merupakan kenikmatan berbagi pengetahuan tanpa diminta pada rekan kerja	1. senang berbagi pengetahuan dengan rekan 2. menikmati berbagi pengetahuan dengan rekan, 3. berbagi pengetahuan merupakan kebaikan 4. menyenangkan dalam berbagai pengetahuan.	Rahab, 2011, Fen Lin, 2007
<i>Knowledge self-efficacy</i>	<i>Knowledge self-efficacy</i> keyakinan atas kemampuan diri yang bermanfaat bagi orang lain dan organisasi.	1. kemampuan yang saya miliki dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi orang lain 2. keahlian yang saya miliki diperlukan perusahaan . 3. pengetahuan yang saya berikan pada rekan kerja berbeda dengan yang dimiliki oleh rekan lain 4. karyawan lain dapat memberikan pengetahuan lebih berharga dari pada yang saya miliki	Rahab, 2011, Fen Lin, 2007
<i>Top management support</i>	<i>Top management support</i> merupakan dorongan pimpinan pada karyawan untuk berbagi pengetahuan yang bermanfaat bagi organisasi	1. Pimpinan tertarik pentingnya manfaat berbagi pengetahuan 2. Pimpinan mendukung berbagi pengetahuan antar rekan 3. Pimpinan memberi bantuan sumber daya dalam berbagi pengetahuan. 4. Pimpinan senang melihat bawahan berbagai pengetahuan antar rekan	Rahab, 2011, Fen Lin, 2007
<i>Organizational rewards</i>	<i>Organizational rewards</i> merupakan imbalan yang diberikan pada karyawan atau pengrajin atas berbagi pengetahuan.	1. Gaji tinggi 2. Bonus tinggi 3. Promosi jabatan 4. Keamanan kerja	Rahab, 2011, Fen Lin, 2007, Arzi, 2013
<i>Knowledge collecting</i>	<i>Knowledge collecting</i> 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. rekan kerja berbagi pengetahuan ketika saya meminta, 4. rekan kerja berbagi keahlian ketika saya meminta	Rahab, 2011, Fen Lin, 2007
<i>Knowledge donating</i>	<i>Knowledge donating</i> merupakan pemahaman bersama dalam berbagi informasi bagi karyawan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan bagi organisasi.	1. berbagi pengetahuan pada rekan kerja tanpa diminta, 2. menerima pengetahuan dari rekan kerja tanpa meminta, 3. berbagai pengetahuan hal yang normal. 4. berbagi informasi tanpa diminta	Rahab, 2011 , Fen Lin, 2007, Yesil, 2013
Kapabilitas inovasi	Kapabilitas inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang	1. Mencoba ide baru 2. Metode operasi baru 3. Produk baru di pasar 4. Kenaikan jumlah produk baru	Tatiek, 2008, Fe Lin, 2007

4. Hasil Penelitian

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 sampel 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 skore komponen (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 Ghozali, 2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai 0,6 dianggap cukup memadai.

Pada tabel 2 (*lihat tabel 2*) 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 Average 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.

Berdasarkan tabel 3 (*lihat tabel 3*) 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.

2. *Inner Model*, digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel laten (*structural model*) dalam penelitian atau disebut dengan istilah *innerrelation*, yang menjelaskan hubungan antar variabel laten. Adapun pengaruh antar variabel laten dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 4 (*lihat tabel 4*). Pada tabel 4 menunjukkan pengaruh antar variabel laten dalam model penelitian serta pengujian hipotesis yang 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 *innerrelation*, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest di skala *zeromeans* 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 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading faktor	Kesimpulan
<i>Enjoyment in helping others</i>	EHD1	0,793	Valid
	EHD2	0,833	Valid
	EHD3	0,861	Valid
	EHD4	0,778	Valid
<i>Knowledge self-efficacy</i>	KSE1	0,846	Valid
	KSE2	0,776	Valid
	KSE3	0,713	Valid
	KSE4	0,776	Valid
<i>Top management support</i>	TMS1	0,823	Valid
	TMS2	0,760	Valid
	TMS3	0,809	Valid
	TMS4	0,809	Valid
<i>Organizational rewards</i>	OR1	0,786	Valid
	OR2	0,872	Valid
	OR3	0,883	Valid
	OR4	0,734	Valid
<i>Knowledge donating</i>	KD1	0,768	Valid
	KD2	0,889	Valid
	KD3	0,880	Valid
	KD4	0,766	Valid
<i>Knowledge collecting</i>	KC1	0,703	Valid
	KC2	0,804	Valid
	KC3	0,812	Valid
	KC4	0,690	Valid
<i>Kapabilitas inovasi</i>	IC1	0,685	Valid
	IC2	0,830	Valid
	IC3	0,737	Valid
	IC4	0,698	Valid

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	AVE
EHD	0,889	0,667
KSE	0,861	0,608
TMS	0,877	0,641
OR	0,892	0,675
KC	0,896	0,685
KD	0,840	0,569
KI	0,828	0,547

Tabel 4. Hubungan antar Variabel Penelitian

Pengaruh antar variabel penelitian	<i>original sample estimate</i>	<i>mean of subsamples</i>	<i>Standard deviation</i>	t-Statistic	Keterangan
<i>Enjoyment in helping others</i> → <i>knowledge donating</i>	0,274	0,279	0,093	2,956	Signifikan
<i>Knowledge self-efficacy</i> → <i>knowledge donating</i>	0,101	0,105	0,054	0,1874	Tidak signifikan
<i>Top management support</i> → <i>knowledge donating</i>	0,207	0,207	0,059	3,516	Signifikan
<i>Organizational rewards</i> → <i>knowledge donating</i>	0,461	0,455	0,105	4,399	Signifikan
<i>Enjoyment in helping others</i> → <i>knowledge collecting</i>	0,312	0,321	0,085	3,657	Signifikan
<i>Knowledge self-efficacy</i> → <i>knowledge collecting</i>	0,119	0,125	0,066	1,806	Tidak signifikan
<i>Top management support</i> → <i>knowledge collecting</i>	0,143	0,141	0,065	2,209	Signifikan
<i>Organizational rewards</i> → <i>knowledge collecting</i>	0,418	0,409	0,110	3,802	Signifikan
<i>Knowledge donating</i> → <i>kapabilitas inovasi</i>	0,521	0,529	0,166	3,145	Signifikan
<i>Knowledge collecting</i> → <i>kapabilitas inovasi</i>	0,409	0,403	0,163	2.515	Signifikan

Tabel 5. Nilai R-square

	R-square
<i>Knowledge donating</i>	0,723
<i>Knowledge collecting</i>	0,649
<i>Innovation capability</i>	0,836

Pada tabel 5 diatas menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel *knowledge donating* diperoleh sebesar 0,723 dan untuk variabel *knowledge collecting* diperoleh sebesar 0,649, sedangkan variabel kapabilitas inovasi sebesar 0,838. Kondisi ini menjelaskan bahwa variabel *knowledge donating* yang dijelaskan oleh variabel *enjoyment in helping others*, *knowledge self-efficacy*, *top management support* dan *organization rewards* sebesar 72,3 % sedangkan sisanya (100% - 72,3 % = 27,7 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian.

Sedangkan *R-square* untuk variable *knowledge collecting* sebesar 0,649 artinya variabel *knowledge collecting* dijelaskan oleh variabel *enjoyment in helping others*, *knowledge self-efficacy*, *top management support* dan *organization rewards* sebesar 64,9 %, sedangkan sisanya (100% - 64,9% = 35,1 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian.*R-square* untuk variaibel kapabilitas inovasi sebesar 0,836 artinya variabel kapabilitas inovasi dijelaskan oleh *knowledge donating* dan *knowledge collecting* sebesar 83,6 % dan sisanya (100 % - 83,6 % = 16,4 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian.

5. Pembahasan

5.1. Pengaruh *enjoyment in helping others* terhadap *knowledge donating*

Senang membantu orang lain (*enjoyment in helping others*) berpengaruh signifikan terhadap *knowledge donating*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dengan obyek perusahaan kecil dan menengah maupun perusahaan besar (Rahab, 2011; Fen Lin 2007). Membangun kebersamaan dan kekompakan bagi pengrajin batik di setiap daerah sangat diharapkan, sehingga mampu menciptakan kohesi lokal yang menjadi ciri khas daerah tersebut.

Membantu orang lain hal yang menyenangkan bagi pengrajin, sehingga bila ada karyawan atau pengrajin yang mendapat tambahan ilmu terkait dengan kegiatan membatik (desain, teknik membatik) mereka dengan senang hati membagikan ilmu yang diperoleh pada pengrajin lain. Senang membantu orang lain (*enjoyment in helping others*) juga menunjukkan kesediaan menyumbangkan pengetahuan (Kumar, 2012), dan adanya motivasi berbagi pengetahuan (Javadi, 2012). Menyumbangkan pengetahuan secara ikhlas dan saling percaya pada rekan kerja bagi pengrajin batik dianggap sebagai perbuatan baik, karena mampu menolong orang lain. Berbagi pengetahuan pada yang membutuhkan akan memupuk kebersamaan dan gotong royong serta membuat orang lain menjadi pandai dan trampil. Kesediaan menyumbangkan pengetahuan menunjukkan adanya kepercayaan dalam berbagi informasi (Yazici, 2012). Kesediaan menyumbangkan pengetahuan bagi pengrajin batik pada orang lain dilakukan dengan senang hati, kondisi ini sejalan dengan yang terjadi pada perusahaan kecil dan menengah (Rahab, 2011).

Bagi pengrajin batik kesediaan menyumbangkan pengetahuan pada sesama pengrajin yang membutuhkan merupakan kenikmatan batin tersendiri, karena dapat membantu orang lain dan sebagai ladang amal kebaikan demi kemajuan dan kesejahteraan bersama. Kesediaan untuk menyumbangkan pengetahuan yang dimiliki pada orang lain

dianggap sebagai kebaikan membantu sesama dan menyenangkan untuk terus dilakukan agar sesama pengrajin mampu meningkatkan pengetahuan.

5.2. Pengaruh *enjoyment in helping others* terhadap *knowledge collecting*

Senang membantu orang lain (*enjoyment in helping others*) berpengaruh signifikan terhadap *knowledge collecting*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan besar (Fen Lin, 2007), perusahaan kecil dan menengah (Rahab, 2011). Menyumbangkan pengetahuan bagi orang lain yang sedang mengumpulkan pengetahuan dilakukan dengan senang hati dan saling percaya. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa berbagi pengetahuan diperlukan kepercayaan (Javadi, 2012).

Kesediaan mengumpulkan pengetahuan baru dari rekan kerja sangat menyenangkan karena akan menambah wawasan dan berguna peningkatan kerja. Berbagi pengetahuan dan informasi pada sesama pengrajin yang membutuhkan merupakan kenikmatan batin, karena dapat membantu orang lain dan membangun hubungan sosial (Yazici, 2012). Membantu orang lain dianggap sebagai kebaikan membantu sesama dan menyenangkan untuk terus dilakukan agar sesama rekan kerja mampu meningkatkan pengetahuan. Hasil penelitian ini selaras hasil penelitian sebelumnya bahwa *enjoyment in helping others* mampu meningkatkan *knowledge collecting* (Vincenzo, 2015).

5.3. Pengaruh *knowledge self-efficacy* terhadap *knowledge donating*

Keyakinan akan kemampuan diri (*knowledge self-efficacy*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *knowledge donating*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada perusahaan kecil dan menengah (Rahab, 2012), akan tetapi bertentangan bila diterapkan pada perusahaan besar (Fen Lin, 2007; Nurliza, 2011; Vincenzo, 2015). Pada usaha kecil dan menengah egoisme antar pegawai masih tinggi, sedangkan pada perusahaan besar sangat diharapkan kerja sama yang baik antar pegawai dalam berbagi pengetahuan.

Keyakinan atas kemampuan diri atas gagasan, wawasan, cara berfikir, keahlian untuk disumbangkan pada orang lain masih rendah, mereka menganggap pengetahuan yang dimiliki belum tentu bermanfaat bagi orang lain, mereka menganggap pengetahuan tersebut mahal harganya. Keyakinan kemampuan diri atas pengetahuan (ide, gagasan, wawasan) masih sulit disampaikan pada orang lain dan untuk kepentingan pribadi. Pengetahuan baru yang dimiliki merasa dibutuhkan perusahaan dan orang lain dimana mereka bekerja, tetapi mereka masih keberatan untuk menyumbangkan pengetahuannya. Kondisi ini tidak sesuai dengan pendapat bahwa keyakinan atas kemampuan diri merupakan dimensi dari berbagi pengetahuan (Kumar, 2012).

5.4. Pengaruh *knowledge self-efficacy* terhadap *knowledge collecting*

Keyakinan atas kemampuan diri (*knowledge self-efficacy*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *knowledge collecting*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian pada usaha kecil dan menengah (Rahab, 2011) dan bertentangan hasil penelitian pada perusahaan besar (Fen lin, 2007; Nurliza, 2011; Vincenzo, 2015). Keyakinan atas kemampuan diri pegawai masih kurang untuk menerima gagasan, cara berfikir, wawasan dari orang lain sehingga mereka kurang tertarik untuk mengumpulkan pengetahuan baru.

Membangun keyakinan atas kemampuan diri untuk menerima gagasan, cara berfikir, wawasan dari orang lain dibutuhkan saling percaya diantara pegawai. Keyakinan atas kemampuan diri belum mampu mendorong karyawan untuk bersedia mengumpulkan pengetahuan baru dari orang lain. Kondisi ini tidak sejalan dengan hasil penelitian, bahwa mencari pengetahuan baru diperlukan kepercayaan diantara pegawai (Javadi, 2012; Vathsala, 2012). Mencari tambahan pengetahuan baru dan istimewa dari rekan kerja sudah menjadi keharusan dalam rangka meningkatkan ketrampilan dan keahlian. Keyakinan atas kemampuan diri masih kurang atau belum bersedia menerima pengetahuan

tacit (gagasan, cara berfikir, wawasan, keahlian) dari teman kerja lainnya, hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kesediaan menyumbangkan pengetahuan menunjukkan adanya kepercayaan dalam berbagi informasi (Yazici, 2012).

5.5. Pengaruh *top management support* terhadap *knowledge donating*

Top management support berpengaruh signifikan terhadap *knowledge donating*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian pada perusahaan kecil dan menengah (Rahab, 2011), maupun pada perusahaan besar yang berorientasi keuntungan (Fen Lin, 2007; Vathsala, 2012; Vincenzo, 2015). Berbagi pengetahuan pada orang lain yang membutuhkan mendapat dukungan dari pimpinan. Kondisi ini mencerminkan bahwa pimpinan merasa senang bila bawahan saling berbagi pengetahuan untuk meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan. Pimpinan sangat tertarik pada bawahan bila berbagi pengetahuan antar rekan kerja dilakukan secara suka rela, saling memberi dan menerima tanpa diminta, dengan harapan mampu meningkatkan kinerja bawahan. Pimpinan juga memberikan dukungan baik secara materiil maupun non-materiil demi terciptanya transfer pengetahuan antar pengrajin.

Kesediaan menyumbangkan pengetahuan mendapat dukungan dari pimpinan menunjukkan adanya budaya kerja yang sehat, hal ini sejalan pendapat bahwa budaya kerja yang sehat berpengaruh positif terhadap berbagi pengetahuan tacit (Visvalingam, 2015). Pimpinan juga merasa senang bila antara rekan kerja dapat melakukan tukar pengetahuan untuk meningkatkan ketrampilan dan kemampuan kerja. Pimpinan selalu mendorong kerjasama antar pengrajin untuk menyumbangkan pengetahuan baru pada rekan kerja yang lain secara sukarela. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan kerjasama yang baik antar karyawan pada perusahaan multinasional mampu mendukung *knowledge donating* (Kamal, 2015).

Hasil ini tidak sejalan dengan pendapat bahwa dukungan pimpinan pada organisasi sektor publik yang bersifat birokratis, ketat pada aturan, berpengaruh negatif terhadap kegiatan berbagi pengetahuan (Angela, 2013)

5.6. Pengaruh *top management support* terhadap *knowledge collecting*

Top management support berpengaruh signifikan terhadap *knowledge collecting*. Kesediaan mengumpulkan pengetahuan dari rekan kerja mendapat dukungan dari pimpinan sangat menyenangkan, karena bertambahnya pengetahuan dan ketrampilan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dibidang usaha kecil dan menengah (Rahab, 2011) dan pada perusahaan besar (Fen Lin, 2007; Vathsala, 2012; Vincenzo, 2015).

Pimpinan sangat mendukung kegiatan berbagi pengetahuan yang positif antar pegawai, karena sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha. Pimpinan memberikan bantuan materiail maupun non materiil untuk mendorong pegawai mencari tambahan pengetahuan baru dari rekan kerja yang lain. Budaya kerja yang bersih merupakan salah satu bentuk dukungan pimpinan pada bawahan yang selalu mencari pengetahuan baru mendapat tanggapan baik dari bawahan. Sejalan dengan terciptanya budaya organisasi yang bersih berpengaruh positif terhadap lingkungan berbagi pengetahuan tacit (Visvalingam, 2015).

Pimpinan selalu mendorong kerjasama untuk mencari pengetahuan baru bagi pengembangan usaha. Pada perusahaan multinasional kerjasama yang baik antar karyawan mampu mendukung *knowledge collecting* (Kamal, 2015). Kondisi ini juga mendukung hasil penelitian bahwa pengetahuan tacit yang berupa gagasan, wawasan, keahlian juga mendapat dukungan pimpinan mampu memoderasi hubungan perilaku dengan berbagi pengetahuan (Yazici, 2012).

5.7. Pengaruh *Organizational rewards* terhadap *knowledge donating*

Organizational rewards berpengaruh signifikan terhadap *knowledge donating*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dibidang usaha kecil dan menengah (Rahab, 2011) serta *rewards* (ekstrinsik dan intrinsik) berpengaruh pada berbagi pengetahuan dan kinerja inovasi (Arzi, 2013), dan hasil penelitian bertentangan bila diterapkan pada perusahaan besar (Fen Lin, 2007; Serdar, 2013). Pada usaha kecil dan menengah, balas jasa berupa uang, penghargaan sangat penting, mereka menganggap uang merupakan kebutuhan dasar untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kesediaan untuk menyumbangkan pengetahuan harus mendapat balas jasa dari organisasi. Sedangkan pada perusahaan besar, kebutuhan hidup pegawai pada umumnya sudah tercukupi dan menyumbangkan pengetahuan dalam tim kerja dan organisasi sudah sewajarnya.

Balas jasa dari organisasi bagi yang bersedia menyumbangkan pengetahuan walaupun tanpa diminta merupakan hal yang wajar untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan. Kesediaan menyumbangkan pengetahuan pada orang lain perlu mendapat imbalan berupa penghargaan, insentif atau bonus walaupun kegiatan tersebut untuk meningkatkan ketrampilan, membangun kebersamaan. Berbagi pengetahuan merupakan hal yang wajar dan harus dihargai dengan pemberian bonus, insentif, penghargaan. Sejalan dengan hasil penelitian bahwa *reward* (ekstrinsik dan intrinsik) pada organisasi pelayanan publik berpengaruh pada berbagi pengetahuan (Arzi, 2013; Adel, 2007).

5.8. Pengaruh *organizational rewards* terhadap *knowledge collecting*

Organizational rewards berpengaruh signifikan terhadap *knowledge collecting*. Hasil penelitian ini sejalan dengan obyek penelitian yang sama yaitu usaha kecil dan menengah (Rahab, 2011). Balas jasa dari organisasi bagi pegawai yang bersedia mengumpulkan pengetahuan untuk usaha kecil dan menengah (batik) merupakan hal yang wajar, mereka menganggap imbalan sangat diperlukan. .

Sedangkan pada perusahaan besar imbalan dari organisasi tidak berpengaruh signifikan pada kesediaan mengumpulkan pengetahuan (Fen Lin, 2007). Kesediaan untuk mengumpulkan pengetahuan bagi pegawai di perusahaan besar sudah menjadi tuntutan demi kemajuan perusahaan.

Bagi pengrajin batik mengumpulkan pengetahuan baru untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan sudah seharusnya, akan tetapi kegiatan tersebut dilakukan agar mendapat imbalan dari organisasi. Pemberian imbalan dari organisasi sudah merupakan budaya yang akan memperkuat kegiatan berbagi pengetahuan. Kondisi ini sejalan pendapat bahwa ketika budaya organisasi berbagi pengetahuan kuat akan memperkuat pengaruh balas jasa organisasi terhadap kesediaan mengumpulkan pengetahuan (Serdar, 2013). Kegiatan mengumpulkan atau mencari pengetahuan baru merupakan hal yang wajar dan harus dihargai dengan balas jasa baik ekstrinsik maupun intrinsik. Hasil ini sejalan penelitian yang menunjukkan *rewards* (ekstrinsik dan intrinsik) memiliki peran dalam menciptakan berbagi pengetahuan dan kinerja inovasi (Arzi, 2013).

5.9. Pengaruh *knowledge donating* terhadap kapabilitas inovasi

Kesediaan menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dengan obyek usaha kecil dan menengah (Rahab, 2011), dan perusahaan besar (Fen Lin, 2007; Kumar, 2012). Kesediaan menyumbangkan pengetahuan dalam suatu organisasi, merupakan hal yang wajar dan seharusnya dilakukan demi kemajuan organisasi. *Knowledge donating* mampu meningkatkan kapabilitas inovasi, melalui penemuan ide baru, metode operasi baru, kenaikan jumlah produk baru di pasar. Bertentangan dengan pendapat *knowledge donating* berbasis ICT tidak berpengaruh pada inovasi (Saenz, 2012).

Kesediaan menyumbangkan pengetahuan tanpa diminta merupakan hal yang wajar agar dapat menemukan ide baru dan mencoba metode operasi baru. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat bahwa *knowledge donating* berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhousseini, 2013; Chatarina, 2013). Kesediaan menyumbangkan pengetahuan dan informasi tanpa diminta merupakan hal yang normal terjadi dalam organisasi agar meningkatkan ketrampilan dan keahlian. Kerjasama yang baik diantara rekan kerja akan memudahkan berbagi pengetahuan, khususnya dalam pengembangan produk baru. Sejalan pendapat bahwa berbagi pengetahuan mampu meningkatkan kapabilitas inovasi (Saenz, 2012).

Berbagi pengetahuan mampu meningkatkan inovasi, membantu usaha kecil dan menengah menjadi lebih kreatif dan inovatif sehingga meningkatkan kinerja organisasi (Nghah, 2009). Kesediaan menyumbangkan pengetahuan yang berupa ide, gagasan, wawasan, konsep bagi orang lain dan organisasi menjadi kreatif dan inovatif. Kondisi ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa berbagi pengetahuan tacit akan membantu menjadi kreatif dan inovatif (Nghah, 2009). Demikian juga *knowledge donating* di dalam organisasi berpengaruh signifikan pada inovasi eksploitatif (Kamasak, 2010).

6.0. Pengaruh *knowledge collecting* terhadap kapabilitas inovasi

Kesediaan mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*) berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian pada usaha kecil dan menengah (Rahab, 2011), serta hasil penelitian dengan obyek perusahaan besar (Fen Lin, 2007). Kesediaan mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*) bagi UKM batik dapat meningkatkan kapabilitas inovasi dalam bentuk metode operasi baru, pengembangan produk baru serta peningkatan jumlah produk baru. Sejalan temuan penelitian yang menyatakan bahwa kesediaan menyumbangkan pengetahuan dalam anggota organisasi cenderung menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan produk (Mehrabani, 2012; Chatarina, 2013).

Kesediaan mengumpulkan ide, gagasan, wawasan dari orang lain secara sukarela akan menambah pengetahuan dan ketrampilan. Pencarian pengetahuan untuk mendapatkan informasi dari rekan kerja dapat meningkatkan kapabilitas inovasi produk dan proses. Kerjasama yang baik akan mendorong kesediaan mengumpulkan pengetahuan dalam organisasi. Kerja sama yang baik dapat meningkatkan keahlian dan ketrampilan yang mendukung inovasi produk baru dipasar. Kemampuan karyawan untuk terus mengumpulkan pengetahuan baru akan mendorong terciptanya ide-ide baru yang produktif dan meningkatkan inovasi produk maupun proses. Sejalan temuan penelitian sebelumnya, bahwa *knowledge collecting* berpengaruh signifikan pada inovasi produk dan inovasi proses (Alhousseini, 2013). Bertentangan dengan hasil penelitian berbasis ICT, bahwa *knowledge collecting* tidak berpengaruh pada inovasi (Saenz, 2012).

7. Simpulan

Kapabilitas inovasi dalam organisasi yang diwujudkan dalam bentuk penemuan ide baru, metode operasi baru, kenaikan jumlah produk baru di pasar dapat ditingkatkan melalui *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Demikian juga *knowledge donating* dan *knowledge collecting* akan berhasil bila dalam organisasi tercipta hubungan baik diantara anggota, membuat mereka merasa senang dapat membantu orang lain, mendapat dukungan dari pimpinan dan balas jasa dalam berbagi pengetahuan. Saling memberi dan menerima pengetahuan dan informasi bagi UKM batik adalah hal yang normal dilakukan dengan senang hati, 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.

Implikasi manajerial pada penelitian ini adalah pentingnya membangun kerjasama yang baik antara karyawan dan pimpinan sehingga implementasi dari *enjoyment in helping others*,

knowledge self-efficacy, *top management support* dan *organization rewards* dapat berjalan secara efektif dalam mewujudkan *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Demikian juga kapabilitas inovasi dapat ditingkatkan ketika *knowledge donating* dan *knowledge collecting* dalam organisasi berjalan baik dan mendapat dukungan dari *top management* serta karyawan.

Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah *knowledge donating* dan *knowledge collecting* dapat ditingkatkan melalui budaya *enjoyment in helping others*, *organization rewards* dan dukungan dari *top management*. Keyakinan atas kemampuan diri (*knowledge self-efficacy*) bagi UKM batik masih rendah sehingga belum mampu mendukung terciptanya *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Demikian juga kapabilitas inovasi dapat ditingkatkan ketika *knowledge donating* dan *knowledge collecting* yang terjadi sesuai dengan harapan karyawan dan pimpinan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pengembangan ilmu, khususnya dibidang manajemen untuk UKM.

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

- 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
- Angela, T.A. (2013). Determinants of knowledge sharing in a public sector organization. *Journal of Knowledge Management*, 17(3), 454–471
- Anders. D., R. Buch., & B. Kuvaas. (2015). Knowledge donating and knowledge collecting. *Leadership & Organization Development Journal*, 36(1), 35–53.

- Arzi, S., N. Rabanifard., Snassajtarshizi., & N. Omran. (2013). Relationship among Reward System, Knowledge Sharing and Innovation Performance. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Bussiness*, 5(6), 115-141
- 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.
- Alhusseini, 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.
- Adel, I. A., N. Y. Marzooqi, & Y. F. Mohammed. (2007). Organizational culture and knowledge sharing: critical success factors. *Journal of Knowledge Management*, 11(2), 22 – 42.
- Antara. (2009). *UNESCO Setujui Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia*. <http://www.antaranews.com> (accessed 4 Nopember 2015)
- 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. (2015). *Time Series Data UMKM Binaan Propinsi Jawa Tengah, 2014*. <http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id>, diakses : 8 Pebruari 2015.
- Durmusoglu, S., Jacobs, M., Nayir, D.Z., K, S., & Wang, X. (2013). The quasi-moderating role of organizational culture in the relationship between rewards and knowledge shared and gained. *Journal of Knowledge Management*, 18(1), 19-37.
- Fen Lin, H. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 315-332
- Hidayati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Pada Kewirausahaan Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16
- Hair, J.F. Anderson R.E, R.I. Tatam & Black W.C. (1995). *Multivariate Data Analisis*, New Jesy, 4th Edition, Penerbit Prentice Hall.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling Metode alternatif Partial Least Square*, Semarang, Penerbit UNDIP, ISBN :979.704.250.9
- Ferdinad. A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Penerbit BPUNDIP, 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
- Hogel, M., Parboteeah, K.P. & Munson, C.L. (2003). Team-level antecedents of individuals' knowledge networks. *Decision Sciences*, 34(4), 741-70.
- Javadi, M.H.M., Zadeh, N.D., Zandi, M., & Yavarian, J. (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.
- Kumar. N. & R. Che Rose. (2010). The Impact of Knowledge Sharing and Islamic Work Ethic on Innovation Capability. *Cruss Cultural Management*, 19(2), 142-165.
- Kamal. K. J., M. S. Sandhu., & S. K. Goh. (2015). Organizational climate, trust and knowledge sharing: insights from Malaysia. *Journal of Asia Business Studies*, 9 (1), 54 – 77.

- Kamasak, R., & F. Bulutlar. (2010). The influence of knowledge sharing on innovation. *European Business Review*, 22(3), 306-317.
- 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.
- Li-An Ho., & T.H. Kuo. (2013). How system quality and incentive affect knowledge sharing. *Industrial Management & Data Systems*, 113 (7), 1048 – 1063.
- 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
- 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>
- Nurliza, M.F, U.Cyril Eze., & G.G. Gan Goh. (2011). Key Determinant of Knowledge sharing in an electronics Manufacturing firm in Malaysia, *Library Review*, 60(1) 53-67.
- Rahab, S., & 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.
- Reza, A., M. Zohoori, M. Malakouti, & O. Attarnezhad. (2013). Factors Influencing Knowledge sharing toward Innovation: A study of Electronic Industry of Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research on Business*, 5(1), 142-165
- 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.
- Sheng, W. L., & L. Shih Lo. (2015). Mechanisms to motivate knowledge sharing: integrating the reward systems and social network perspectives. *Journal of Knowledge Management*, 19(2), 212 – 235.
- Swati, M., & R. L. Dhar. (2015). Transformational leadership and employee creativity. *Management Decision*, 53(5), 894 – 910.
- Sousa, F.C. (2012). Creativity, Innovation and Collaborative Organizations. *The International Journal of Organization Innovation*, 5(1), 26-64.
- 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.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta, Salemba Empat.
- Tatiek, N. (2009). *Orientasi entrepreneur dan Modal Sosial : Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi*, Desertasi, FE UNDIP.
- Vincenzo, C., S. Lombardi., & L. Giustiniano. (2015). Knowledge sharing in knowledge-intensive manufacturing firms. An empirical study of its enablers. *Journal of Knowledge Management*, 19(6) 1124 – 1145.
- Visvalingam, S., & M. S. Sandhu. (2011). Organisational culture's influence on tacit knowledge-sharing behaviour. *Journal of Knowledge Management*, 15(3), 462 – 477.
- Vathsala, W., & R. Widyaratne. (2012). Effects of interpersonal trust, team leader support, rewards, and knowledge sharing mechanisms on knowledge sharing in project teams. *The journal of information and knowledge manajement system*, 42(2), 214-236.
- Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899-8908.
- Widzati, A. (2014). *Usaba Kecil Menengah*, <https://widzatiannisa.wordpress.com> (accessed 4 Nopember 2015).

- Xiong, S., & Deng, H. (2008). *Critical success factors for effective knowledge sharing in Chinese joint ventures*. 19th Australasian Conference on information systems, 3-5 December, Christchurch, New Zealand, pp.1089-1098.
- Yazici, H.J. (2012). *Buyer-Supplier Knowledge Sharing in a Service Supply Chain*. Proceedings, Industrial and Systems Engineering Research Conference G. Lim and J.W. Herrmann, eds.
- Yesil, S. (2013). An Empirical Investigation into the influence of Knowledge sharing barriers on Knowledge Sharing and Individual Inovation Behavior. *International journal of knowledge Management*, 9(2), 38-61
- 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.