

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tantangan baru yang saat ini mempengaruhi pendidikan adalah perubahan dramatis yang datang dari revolusi industri 4.0. Revolusi industri ini membutuhkan sumber daya manusia berkualitas yang lebih berkualitas, gesit, adaptif dan tanggap terhadap perubahan yang cepat. Dunia pendidikan sedang menghadapi perubahan ekonomi, sosial, politik dan teknologi yang sangat pesat. Oleh karena itu, Industri kreatif harus fleksibel untuk dapat beradaptasi dengan situasi dan konteks yang berubah. Industri kreatif dan industri kecil lainnya membutuhkan lingkungan yang terus tumbuh secara positif dan kondusif dalam persaingan sumber daya manusia global. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa Industri kreatif membutuhkan sinergi antara wirausaha dan lingkungan kerja yang mampu terus melakukan perbaikan dalam inovasi dan kinerja. Intinya adalah di era ilmu ekonomi ini, masyarakat membutuhkan inovasi dan fleksibilitas sebagai energi untuk bertahan dalam persaingan. Oleh karena itu, strategi pengembangan industri kecil ke depan adalah dengan meningkatkan sumber daya pengetahuan, khususnya wirausaha, yang membuka ruang bagi inovasi dan pertumbuhan.

Untuk memastikan industri kecil, khususnya Industri kreatif dapat berdaya saing dan adaptif, wirausaha perlu diarahkan dan terlibat dalam pengembangan kinerja Industri kreatif. Wirausaha harus diberdayakan. Akibatnya, Industri kreatif harus berubah menjadi Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) yang

nyata. Pembelajaran berorganisasi yang memberdayakan wirausaha sebagai salah satu elemen utama transformasi Industri kreatif, serta wirausaha sebagai instrumen peradaban. Bentuk Industri kreatif sebagai Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) sangat penting bagi industri kecil yang beroperasi di lingkungan dengan perubahan yang cepat dan tidak terduga, sehingga kecepatan respon terhadap perubahan menjadi syarat mutlak untuk menciptakan sumber daya manusia, yang berdaya saing dan memenangkan persaingan SDM global.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha batik adalah kurangnya para UKM dalam melakukan inovasi yaitu dengan melakukan terobosan dan kreatifitas, baik dalam hal varian atau sesuatu yang baru. Kurangnya pemahaman UKM terhadap kekuatan dan kelebihan yang dimiliki pesaing tentu akan mempengaruhi dalam pengembangan usahanya. Munculnya UKM batik menambah semakin kompetitifnya persaingan usaha tersebut. Dampak dengan tingginya persaingan juga mempengaruhi banyaknya UKM batik yang gulung tikar. UKM batik yang mampu bertahan adalah pengusaha yang mampu menerapkan strategi dengan memanfaatkan informasi pasar dengan baik. Berikut ini akan dijelaskan pertumbuhan bisnis batik di Kabupaten Jepara:

Tabel 1. 1.

**Perkembangan UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah
Tahun 2017-2019 (triwulan III 2019)**

No	Tahun	Jumlah UMKM (unit)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Asset (Milyar)	Omset (Milyar)
1	2017	108.937	740.740	19.046	29.113
2	2018	115.751	791.767	22.891	43.570
3	2019	123.926	841.943	24.418	46.093

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jawa Tengah (diolah)

Berdasarkan tabel diatas selama tiga tahun terakhir, perkembangan UMKM binaan Provinsi Jawa Tengah selalu mengalami kenaikan. Pada periode tahun 2017-2019 perkembangan jumlah UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah meningkat sebanyak 8.175 unit dan jumlah peyerapan tenaga kerja oleh UMKM meningkat sebanyak 50.176 orang. hal ini juga dipacu oleh kenaikan jumlah omset dan aset UMKM yang di bina tersebut yang meningkat. Perkembangan asset pada periode tahun 2017-2019 sebanyak Rp. 1.527 milyar dan perkembangan omset sejumlah Rp. 2.523 milyar. Hal tersebut menunjukkan peran UMKM yang sangat dominan dalam perekonomian Indonesia. Sehingga pemberdayaan UMKM harus dilakukan sebagai upaya meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia

Salah satu cara untuk mendorong realisasi pendapatan yang diperoleh adalah dengan meningkatkan kemampuan inovasi wirausaha. Era industri 4.0 saat ini membutuhkan kemampuan inovasi wirausaha sebagai keunggulan kompetitif di Industri kreatif strategi bersaing adalah kunci untuk menghadapi era industri 4.0 bagian dari kualitas manajemen abad ke-21 memiliki banyak keunggulan bisnis (Zambon et al, 2019; Parida, Sjodin & Reim, 2019). Kemampuan inovasi diakui sebagai salah satu sumber daya internal terpenting yang dapat menghasilkan kinerja industri kecil Industri kreatif yang unggul (Huesig & Endres, 2019). Inovasi merupakan aspek penting dari pendidikan berkualitas (Klaeijssen, Vermeulen, & Martens, 2017).

Di era industri 4.0 saat ini, ditandai dengan persaingan yang semakin ketat; keberlanjutan tetap menjadi perhatian dan masalah penting. Kemampuan inovasi wirausaha adalah pendorong keberlanjutan bisnis. Kinerja ini bergantung pada

budaya pengetahuan yang terkandung dalam organisasi. Pengetahuan terdiri dari pengetahuan tacit dan eksplisit. Banyak peneliti yang membahas tentang Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) wirausaha yang menyimpulkan bahwa inovasi dipengaruhi oleh kepemimpinan, iklim keterlibatan karyawan, berbagi pengetahuan, pencarian pengetahuan, budaya kolaboratif dan proses pengetahuan (Imran et al, 2018).

Pengetahuan individu wirausaha dan Industri kreatif menjadi modal intelektual yang dengan cepat menjadi ikon baru yang menggambarkan nilai ekonomi sebuah Industri kreatif. Ini baru paradigma yang diadaptasi dari revolusi industry 4.0. Ketergantungan pada aset produktif tradisional seperti bangunan, tanah dan aset berwujud lainnya tidak akan lagi menjadi kontribusi besar untuk investasi masa depan. Aset produktif dan berkelanjutan di masa depan adalah aset tidak berwujud berupa pengetahuan yang melekat pada diri wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh proses pembelajaran dan berbagi pengetahuan (*tacit and eksplisit knowledge*) wirausaha di Indonesia terkait dengan peningkatan Kemampuan inovasi wirausaha.

Pengetahuan diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu: pengetahuan diam-diam dan pengetahuan eksplisit. Pengertian *Tacit knowledge creation* adalah ilmu yang masih ada dalam pikiran manusia dan bersifat sangat personal sulit untuk dirumuskan dan dibagi secara sehingga transformasi membutuhkan interaksi personal (Lee, 2019). Pengetahuan taktis ini berakar pada tindakan dan pengalaman seseorang, termasuk idealisme, nilai, dan emosinya (Hartley, 2018).

Berdasarkan pemahamannya, *Tacit knowledge creation* dikategorikan sebagai pengetahuan pribadi atau dengan kata lain pengetahuan yang diperoleh

dari individu (Asbari, et.al, 2019). Pengalaman yang didapat oleh setiap wirausaha tentunya berbeda-beda berdasarkan situasi dan kondisi yang tidak dapat diprediksi. Pengetahuan tacit tidak mudah diartikulasikan dan diubah menjadi pengetahuan eksplisit. Namun demikian, pengetahuan tacit dapat diberdayakan oleh Model SECI. (Nonaka & Ayano, 2018)

Setiap industri kecil Industri kreatif harus memanfaatkan *Tacit knowledge creation* wirausaha dengan mendorong berbagi ilmu dan terus belajar. Industri kecil Industri kreatif seperti ini akan semakin kreatif, inovatif dan terdepan di era pendidikan 4.0. Industri kreatif dapat memfasilitasi pengelolaan dan penggunaan *Tacit knowledge creation* yang berada di luar kesadaran yang tersimpan dalam pikiran bawah sadar masing-masing wirausaha dengan pendekatan *embedding and sharing* (Yanthy, et.al, 2020). Pengetahuan eksplisit merupakan salah satu jenis pengetahuan yang mudah didokumentasikan dan dibentuk mudah diartikulasikan dan biasanya pengetahuan melekat di Industri kreatif (Sousa & Rocha, 2019). Selain itu, pengetahuan eksplisit dapat dibuat, ditulis dan ditransfer antar unit kegiatan Industri kreatif (Lombardi, 2019). Transfer pengetahuan eksplisit di antara wirausaha lebih mudah didorong oleh mekanisme dan budaya Industri kreatif yang kondusif.

Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) yang baik akan lebih tahan terhadap krisis (Starbuck, 2017). Dimensi seperti keinginan, disiplin, pengambilan keputusan, dan keselarasan disajikan sebagai elemen penting dari Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) (Wetzel & Tint, 2019). Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) juga merupakan indikator kinerja penting untuk mengevaluasi kinerja organisasi secara keseluruhan yang

mampu membangun sumber daya pengetahuan yang diperlukan dan menjaga pertumbuhan dan kontinuitas Industri kreatif. Kemampuan mengakses pengetahuan merupakan faktor pembeda antara satu Industri kreatif dengan industri kreatif lainnya. Keberhasilan strategi industri kecil Industri kreatif sangat signifikan terkait dengan solidnya pengetahuan basis yang dimiliki oleh setiap individu industri kecil Industri kreatif.

Penelitian ini menguji pengaruh tacit and eksplisit knowledge terhadap Kemampuan inovasi wirausaha di industri kecil Industri kreatif dalam rangka menyambut revolusi industri 4.0. Peneliti sebelumnya telah membuktikan pengaruh positif dan signifikan tacit dan eksplisit pengetahuan terhadap Kemampuan inovasi wirausaha (Ganguly et al, 2019). Hasil yang sejalan dikemukakan oleh Perez-Luno et al (2018) dimana bahwa *Tacit knowledge creation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*)wirausaha. Semuanya berada dalam lingkup organisasi bisnis. Namun, ada peneliti yang mengatakan bahwa pembelajaran formal & informal mempengaruhi Kemampuan inovasi wirausaha pada wirausaha di Industri kreatif (Lecat, et.al, 2018). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Asbari et al., (2019) didapati *Tacit knowledge creation* tidak berpengaruh terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*).

Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) merupakan salah satu strategi organisasi untuk meneliti dinamika lingkungan bisnisnya (Darwish et al., 2018). Industri kreatif dengan rutinitas belajar yang terkelola akan menghasilkan kumpulan individu berpengetahuan, baik pengetahuan eksplisit maupun pengetahuan diam-diam (Hussain et al, 2018). Beberapa peneliti menyimpulkan

bahwa Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) dapat mempengaruhi oleh budaya kolaboratif dan berbagi pengetahuan (Nugroho, 2018). Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) ditemukan mempunyai pengaruh yang signifikan untuk pengembangan Pengetahuan tacit dalam organisasi (Muthuveloo, Shanmugam & Teoh, 2017). Penciptaan pengetahuan yang dikondisikan oleh Pembelajaran organisasi (*organizational learning*) akan memicu dan memacu Kemampuan inovasi wirausaha dan kinerja organisasi (Asbari, *et.al*, 2019). Inovasi Industri kreatif akan berkelanjutan bila dilandasi oleh budaya belajar yang memberi nilai tambah. Budaya belajar ini membuat semua wirausaha berinteraksi satu sama lain sehingga pengetahuan mereka saat ini dan pengetahuan baru yang diperoleh dapat ditransfer secara efektif, dipertukarkan dan digabungkan menjadi kecerdasan dan pengetahuan Industri kreatif (Lin & Lee, 2017). Lingkungan organisasi yang memberikan semangat dalam bekerja merupakan faktor penting dalam menciptakan Kemampuan inovasi wirausaha anggota organisasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Organizational learning, Tacit knowledge creation, Explicit Knowledge acquisition* Terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) (Studi Empirik Pada UMKM Batik Di Kabupaten Jepara)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, bahwa fenomena yang ada di Batik Jepara dimana tidak optimal dalam melakukan inovasi yaitu dengan melakukan terobosan dan kreatifitas. Maka rumusan masalah studi pada penelitian ini adalah “*bagaimana peningkatan pengaruh Organizational learning, Tacit*

knowledge creation, Explicit Knowledge acquisition Terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*):

1. Bagaimana pengaruh *learning organizational (LO)* terhadap *Tacit knowledge creation (TKC)* di Batik Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana pengaruh *learning organizational (LO)* terhadap *Explicit Knowledge acquisition* di Batik Kabupaten Jepara?
3. Bagaimana pengaruh *learning organizational (LO)* terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) di Batik Kabupaten Jepara?
4. Bagaimana pengaruh *Tacit knowledge creation (TKC)* terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) di Batik Kabupaten Jepara?
5. Bagaimana pengaruh *Explicit Knowledge acquisition* terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) di Batik Kabupaten Jepara?

1.3 Tujuan Penelitian

Pembahasan ini menyangkut empat variabel yaitu : *Tacit knowledge creation, Explicit Knowledge acquisition, Organizational Learning* dan Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *learning organizational (LO)* terhadap *Tacit knowledge creation (TKC)* di Batik Kabupaten Jepara
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *learning organizational (LO)* terhadap *Explicit Knowledge acquisition* di Batik Kabupaten Jepara

3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *learning organizational (LO)* terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) di Batik Kabupaten Jepara
4. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Tacit knowledge creation (TKC)* terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) di Batik Kabupaten Jepara
5. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Explicit Knowledge acquisition* terhadap Kemampuan inovasi (*Innovation capability*) di Batik Kabupaten Jepara

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas
Manfaat praktis menjadi sumber informasi dan referensi untuk peningkatan kinerja sumber daya manusia yang ada di Jepara.
2. Bagi Peneliti
Mengetahui manfaat teoritis memberikan kontribusi pengembangan bagi ilmu manajemen khususnya pada aspek sumber daya manusia.