

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penyebaran virus COVID-19 masih menjadi kosen berbagai negara, terutama yang sudah mengonfirmasi kasus positif terinfeksi di negaranya. Di Negara Indonesia tercatat total kasus positif COVID-19 sejumlah 45.029 orang, sedangkan pada wilayah Jawa Tengah tercatat total kasus positif COVID-19 sejumlah 2.569 orang pada Minggu (21/6) (CNN Indonesia, 21 Juni 2020). Akibatnya diberlakukan *lockdown* dan *work from home* yang mengakibatkan semua aktivitas terhenti, dimana banyak sekali perusahaan dan unit-unit bisnis lainnya mengalami penurunan kinerja organisasi. Dengan dilakukannya pembatasan sosial bersekala besar, aktivitas ekonomi terutama produksi, distribusi, dan penjualan mengalami gangguan yang pada akhirnya berkontribusi semakin dalam pada kinerja UKM. Moody's Investor Service memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 mengalami perlambatan pada angka 4, 8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam situasi krisis seperti ini, sektor UKM sangat perlu perhatian khusus karena merupakan penyumbang terbesar terhadap PDB. Dalam situasi pandemi ini, menurut Kemenkop UKM ada sekitar 37.000 UKM di Jawa Tengah yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan: sekitar 56% melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22% melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% melaporkan pada

masalah inovasi dan distribusi produk, dan 4% melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah.

Permasalahan ini harus dihadapi oleh para UKM demi mempertahankan usahanya. Melakukan tugas besar ini dalam mengoptimalkan kinerja organisasi di tengah pandemi sangat membutuhkan peran *stakeholder* dalam memanfaatkan *networking* atau jaringan sebagai jembatan untuk terhubung dengan komunitas, berhubungan dan berkomunikasi dengan *stakeholder* dalam membantu bertukar informasi mengenai kendala dan solusi di masa pandemi ini. Dan komunikasi yang digunakan oleh UKM adalah online. Dalam penelitian ini *stakeholder* yang akan dikaji mencakup; pesaing, konsumen, distributor, pemerintah, perbankan dan asosiasi mode (G. Dumont & M. Ots, 2019). Disisi lain, terdapat hambatan pada UKM dalam meningkatkan kinerja organisasi yaitu UKM adalah jenis usaha yang masih kecil serta dalam cakupan sempit sehingga terjadi ketidakmampuan UKM dalam menjalin hubungan dengan sesama unit, pesaing, konsumen, distributor, pemerintah, perbankan dan asosiasi mode. Hambatan tersebut mengakibatkan munculnya ketidakmampuan UKM dalam membangun aktivitas berbagi informasi, pengetahuan dan pengalaman karena tidak bergabung dengan komunitas, UKM sangat terbatas akan pengetahuan dan pengetahuan yang dimiliki belum terdokumentasi. *Stakeholder* yang terlibat secara aktif bekerjasama dengan UKM dalam merencanakan, mengembangkan, membuat bersama, atau meningkatkan produk / merek dapat membantu meningkatkan kinerja inovasi pada organisasi dan membantu meningkatkan kinerja organisasi (Bresciani, Thrassou, & Vrontis, 2013; Contò, Fiore, Vrontis, & Silvestri, 2015; Kaufmann & Shams, 2016; Kumar &

Pansari, 2016). UKM yang memiliki kualitas hubungan yang dinamis dengan *stakeholder* akan berkontribusi pada pemahaman kita saat ini tentang bagaimana wirausahawan dapat memanfaatkan jaringan dengan *stakeholder* mereka untuk berbagi pengetahuan tanpa diminta untuk merencanakan dan mengimplementasikan strategi wirausaha inovatif secara kolaboratif yang akan meningkatkan kinerja organisasi.

Tidak sempurna jika UKM hanya menjalin kualitas hubungan dengan stakeholder, pentingnya berbagi informasi dan pengetahuan dengan *stakeholder* sangat memungkinkan untuk mengeksploitasi dan memanfaatkan sumber daya berbasis pengetahuan dalam meningkatkan kinerja inovasi yang akan membantu meningkatkan kinerja organisasi. Di tengah pandemi ini, peran *stakeholder* untuk berbagi pengetahuan secara sukarela sangat bermanfaat bagi kelangsungan perusahaan untuk menangani permasalahan-permasalahan akibat COVID-19, inilah yang disebut dengan *altruistic knowledge donating*. Berbagi pengetahuan tanpa diminta dalam organisasi umumnya dipandang sebagai perilaku altruistik yang menekankan kepedulian terhadap kebaikan orang lain atas kesejahteraan pribadi seseorang yang bertujuan semata-mata untuk memberi manfaat kepada orang lain (Kuznetsov, 2006). Dalam islam Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang berilmu dan mengamalkannya. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa ayat 66 yang artinya: “Dan sesungguhnya kalau mereka mengamalkan pelajaran yang diberikan kepada mereka, tentulah hal yang demikian itu lebih baik bagi mereka dan lebih menguatkan mereka”. Dengan mengembangkan konsep *knowledge donating* menjadi *altruistic knowledge*

donating, terciptanya value yang menekankan pada kepedulian dan kebaikan pada sesama. Hal tersebut didasari oleh sebuah temuan Wang & Noe (2010) yang membuktikan terdapat hubungan positif antara berbagi pengetahuan secara sukarela, kombinasi pengetahuan dan hasil kontribusi sebagai solusi dalam pengurangan biaya produksi, penyelesaian proyek pengembangan produk baru yang lebih cepat, kinerja tim, kemampuan inovasi perusahaan, dan kinerja perusahaan.

Ini menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan tanpa diminta berhubungan positif dengan pengurangan biaya produksi, penyelesaian proyek pengembangan produk baru yang lebih cepat, meningkatkan kinerja tim, meningkatkan kemampuan inovasi perusahaan dan kinerja perusahaan meningkat karena pertumbuhan penjualan dan pendapatan dari produk dan layanan baru yang tinggi (Mesmer-Magnus & DeChurch, 2009). Hal ini didasari dengan temuan dari Kim et al (2018) bahwa berbagi pengetahuan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UKM melalui inovasi. Knowledge sharing (donasi dan koleksi) secara positif mempengaruhi kemampuan untuk berinovasi (Saez et al, 2012 & Podrug et al, 2017). Namun terdapat organisasi atau individu yang memiliki orientasi pada tujuan kinerja yang tinggi, dimana lebih mementingkan dalam menunjukkan kompetensi mereka dan tidak peduli dengan organisasi atau individu lain. Mereka mungkin merasa bahwa berbagi pengetahuan untuk orang lain itu menghabiskan waktu dan upaya pada aktivitas kerja yang seharusnya dapat menghasilkan manfaat dan imbalan pribadi yang lebih besar dengan melampaui harapan pada tujuan kinerja (Szulanski et al, 2004). Organisasi yang berorientasi pada sasaran kinerja

mungkin tidak ingin meluangkan waktu untuk terlibat dalam bertukar pengetahuan dengan organisasi lain dan tidak berusaha memahami serta tidak ingin menerapkan pengetahuan yang dibagi untuk pekerjaan mereka. Akibatnya, mereka lebih kecil kemungkinannya untuk berbagi pengetahuan.

Terlepas dari hubungan yang signifikan terkait dengan berbagi pengetahuan dan kombinasi pengetahuan, masih banyak organisasi gagal dalam mengeksploitasi pengetahuan mereka (Wang & Noe, 2010). Terdapat perbedaan hasil bahwa *knowledge sharing* (*donating* dan *collecting*) tidak secara langsung mempengaruhi *innovation* (Oliveira, M., Curado, C., Balle, A.R. & Kianto, A, 2020), ini bisa dijelaskan karena karakteristik UKM yang berbeda-beda. Maka perlunya perlunya meningkatkan pemahaman UKM tentang bagaimana makna pengetahuan dan penyerapannya dikalangan UKM *fashion*. UKM harus dapat menyerap semua pengetahuan yang telah dibagikan oleh stakeholder (*absorptive capacity*) dengan baik sehingga dapat diimplementasikan oleh UKM untuk meningkatkan kinerja inovasi yang akan secara otomatis dapat meningkatkan kinerja perusahaannya juga.

Sedikit yang diketahui oleh UKM mengenai peran *dynamic stakeholder relationship quality* dan *altruistic knowledge donating* yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja organisasi pada UKM dimasa pandemi ini. Peran *stakeholder* dalam menunjang keberhasilan kinerja UKM dan dari beberapa hasil yang sudah diteliti, diantaranya tidak menjelaskan sejauhmana kontribusi dan peran *stakeholder* terhadap kinerja UKM. Permasalahan ini terjadi karena UKM memiliki karakter yang berbeda-beda disetiap negara dan sesuai kenyataannya UKM masih banyak dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan eksternal di negara tersebut. Dan

belum banyak penelitian sebelumnya yang membahas mengenai *altruistic knowledge donating* karena ini adalah sebuah konsep yang cukup baru. Metode penelitian yang digunakan penelitian yang sebelumnya kebanyakan menggunakan pendekatan kuantitatif dan sangat sedikit yang menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini menggabungkan kedua pendekatan dengan menggunakan *mixed methods*. *Mixed methods* dalam penelitian ini yaitu menganalisis hubungan antar variabel faktor kinerja UKM serta memeriksa mengenai sejauhmana peran dan kontribusi *stakeholder* utama terhadap kinerja UKM *fashion* di Jawa Tengah, kemudian juga memeriksa mengenai bagaimana makna dan penyerapan pengetahuan dikalangan UKM *fashion*.

Pada tahap kuantitatif, penelitian ini menganalisis variabel-variabel dari faktor kinerja UKM *fashion* di Jawa Tengah dari sudut pandang pengetahuan. Dalam tahap ini, lebih fokus pada hubungan variabel antar satu dengan yang lain dan hasil yang diperoleh berupa statistik. Pada tahap kualitatif, penelitian ini akan menginvestigasi peran dari *stakeholder* utama pada UKM *fashion* di Jawa Tengah, karena kontribusi *stakeholder* utama diyakini menjadi pemicu utama untuk mempercepat laju kinerja UKM ditengah pandemi ini. Selanjutnya, pada tahap ini juga menginvestigasi bagaimana UKM *fashion* di Jawa Tengah memaknai apa itu pengetahuan dan bagaimana daya serap pengetahuan dilakukan, karena manfaat pengetahuan sangat bisa diandalkan dalam meningkatkan kinerja UKM. Menggunakan *mix methods* dalam penelitian ini, memberikan deskripsi lengkap tentang kualitas hubungan dengan *stakeholder* yang dinamis dan membagi pengetahuan secara sukarela terhadap Kinerja UKM dari sudut pandang

pengetahuan. Pendekatan mixed methods ini akan membuat deskripsi yang lebih kaya dan berwarna tentang peningkatan kinerja UKM dimasa pandemi serta akan berguna untuk diimplementasikan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana peran *dynamic stakeholder relationship quality* dan *absorptive capacity* dari sudut pandang pengetahuan pada UKM *fashion di Jawa Tengah?*”

Sedangkan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis anteseden faktor kinerja UKM dari sudut pandang pengetahuan :
 - a. Bagaimana pengaruh *dynamic stakeholder relationship quality* terhadap *altruistic knowledge donating*?
 - b. Bagaimana pengaruh *altruistic knowledge donating* terhadap *innovation performance*?
 - c. Bagaimana *absorptive capacity* memoderasi hubungan antara *altruistic knowledge donating* terhadap *innovation performance*?
 - d. Bagaimana pengaruh *innovation performance* terhadap *organizational performance*?
2. Sejauhmana peran dan kontribusi *stakeholder* utama terhadap kinerja UKM *fashion* di Jawa Tengah?
3. Bagaimana makna pengetahuan dan penyerapan pengetahuan dikalangan UKM *fashion* di Jawa Tengah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Menganalisis anteseden faktor kinerja UKM dari sudut pandang pengetahuan
 - a. Menganalisis pengaruh *dynamic stakeholder relationship quality* terhadap *altruistic knowledge donating*.
 - b. Menganalisis pengaruh *altruistic knowledge donating* terhadap *innovation performance*.
 - c. Menganalisis peran moderasi absorptive capacity dalam hubungan antara *altruistic knowledge donating* terhadap *innovation performance*.
 - d. Menganalisis pengaruh *innovation performance* terhadap *organizational performance*.
2. Mengeksplorasi kontribusi *stakeholder* utama dan perannya dalam peningkatan kinerja UKM *fashion* di Jawa Tengah.
3. Mengeksplorasi bagaimana UKM *fashion* memaknai pengetahuan dan bagaimana daya serap pengetahuan dilakukan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi guna untuk menjadi panduan bagi perkembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang dan khususnya untuk para akademisi untuk

mengetahui teori yang berhubungan dengan *dynamic stakeholder relationship quality*, *altruistic knowledge donating*, *absorptive capacity*, *innovation performance*, dan *organizational performance*.

1.4.2. Manfaat Praktisi

Manfaat praktisi dari hasil penelitian ini digunakan sebagai panduan dan rekomendasi untuk para praktisi manajemen dalam menjalankan bisnisnya.

1.4.3. Manfaat Peneliti

Manfaat peneliti dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber pengetahuan bagi para peneliti khususnya dengan adanya variabel-variabel baru dan temuan baru yang pada akhirnya dapat dikembangkan dalam penelitian yang akan mendatang.

1.4.4. Manfaat bagi Pelaku UKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para pelaku UKM sebagai strategi pengembangan perusahaan dimasa pandemi COVID-19 sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaannya serta mempertahankan perusahaannya.