MODEL PENINGKATAN *BUSINES PERFORMANCE* MELALUI *KNOWLEDGE MANAGEMENT* DAN *INNOVATION CAPABILITY* PADAINDUSTRI MEUBEL DI JAWA TENGAH

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

Anggi Nur Oktaviani

NIM : 30401700030

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG
2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

MODEL PENINGKATAN *BUSIESS PERFORMANCE* MELALUI *KNOWLEDGE MANAGEMENT* DAN *INNOVATION CAPABILITY* PADA INDUSTRI MEUBEL DI JAWA TENGAH

Disusun Oleh:

Anggi Nur Oktaviani

30401700030

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan kehadapansidang panitia ujian usulan penelitian untuk skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UniversitasIslam Sultan Agung Semarang

Semarang, 05 April 2021

Pembimbing,

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

NIK: 210499042

MODEL PENINGKATAN *BUSINESS PERFORMANCE* MELALUI *KNOWLEDGE MANAGEMENT* DAN *INNOVATION CAPABILITY* PADA INDUSTRI MEUBEL DI JAWA TENGAH

Disusun Oleh:
Anggi Nur Oktaviani

NIM : 30401700030

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 24 April 2021

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing	Penguji I
Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM	Dra.Sri Hindah Pudjihastuti, MM
NIK: 210499042	NIK.210485009

Penguji II

Agus Sobari, SE., M.Si

NIK.210401048

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratanUntuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Semarang, 24 April 2021
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM

NIK: 210499042

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Anggi Nur Oktaviani
NIM	:	30401700030
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **"Model Peningkatan *Business Performance* Melalui *Knowledge Management* Dan *Innovation Capability* Pada Industri Meubel Di Jawa Tengah**" adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis oranglain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lainyang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 24 April 2021

Pembimbing,	Yang memberi pernyataan
Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM	Anggi Nur Oktaviani
NIK : 210499042	NIM : 30401700030

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untu mengetahuai pengaruh variabel Manajemen pengetahuan dan Kemampuan inovasi terhadap Kinerja bisnis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden Industri Meubel di Jawa Tengah. Bagian dari responden terdiri dari direktur, general manager, owner, hrd, admin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengujian penelitan ini menggunakan path analisis dan untuk menguji variabel intervening digunakan uji sobel test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) manajemen pengetahuan berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi (2)manajemen pengetahuan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis (3) kemampuan inovasi berpengaruh positif terhdap kinerja bisnis (4) manajemen pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi. Dalam penelitian ini dari 3 variabel yang memiliki pengaruh paling besar keterkaitannya antara satu dan yang lain. Yaitu variabel Knowledge Menegement dengan jumlah beta 0,615. Hal ini menunjukkan perusahaan membutuhkan pengetahuan yang lebih luas untuk dapat dieksplor kembali. Kemudian diharpakan perusahaan dapat mengembangkan, menciptakan serta menangkap hal – hal baru yang bersumber dari manajemen pengetahuan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yang lebih efektif dan efesien yang dapat mendungkung meningkatnya kinerja bisnis.

Kata kunci : Manajemen pengetahuan, Kemampuan inovasi, Kinerja bisnis

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influrnce of variable Knowledge Management and Innovation Capability on Business Performance. The data used in this study are primary data in the form of distributing questionnaires 100 furniture industry respondents in Central Java. Mamber of the respondents consist of director, general manager, owner, HRD and admin. Using purposive sampling as the technique. The research test uses path analysis and to test the intervening variable the writer uses sobel test. The result of this study to show that (1) knowledge management has a positive effect on innovation capability (2) knowledge management has a positive effect on business performance (3) innovation capability has a positive effcet on business performance (4) knowledge management has not positive effect on business performance through innovation capability. In this study, from the 3 variable that have a greatest influence, related between one and to another is the knowledge management variable with a beta amount of 0,615. This shows that the company need a broader nowledge to be explored again. Then it is expected that the company can develop, create and catch new things that come from knowledge management to be able to achieve company goals that are more effective and efficient that can support increased business performance.

Keywords : Knowledge management, Innovation Capability, Business Performance

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

-Motto-

Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna

-Persembahan-

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Dengan mengucap syukur alhamdulillah kepada Allah SWT kupersembahkan karya kecil ini kepada orang – orang terdekat saya Terlebih untuk ibundaku tersayang (Sakdiyah) dan ayahandaku tersayang (Muh Andim), motivator terbesar dalam hidup saya yang pengorbanannya dan kesabarannya mengantarkan saya sampai saat ini. Beliau tak pernah lelah mendoakan saya sehingga penelitian ini telah selesai. Tak lupa, teruntuk dosen pembimbing saya yang sangat luar biasa bapak Dr. H Ardian Adhiatma, SE, MMyang selalu sabar membimbing dan mengarahkan saya. Serta para sahabat dan teman – teman seperjuangan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga akhir dengan judul : Model Peningkatan *Business performance* Melalui *Knowledge management* dan *Innovation Capability* Pada Industri Meubel di Jawa Tengah. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari mendapat banyak bantuan, bimbingan serta dukungan penuh dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Ibu Prof Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.
5. Seluruh staff dan karyawan bagian tata usaha dan perpustakaan yang telah

banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi penulis.

6. Bapak dan Ibu tercinta dan keluarga yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga menjadikan skripsi ini.
7. Para sahabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang dapat digunakan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak berkepentingan.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Semarang, 05 April 2021

Penulis,

Anggi Nur Oktaviani

DAFTAR ISI

SKRIPSI i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH v

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH vi

ABSTRAKSI vii

ABSTRACT viii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ix

KATA PENGANTAR x

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 12

1.4 Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA 14

2.1. Basis Teoritis 14

2.1.1 *Business Performance* 14

2.1.2 *Knowledge Management* 19

2.1.3 *Innovation Capability* 27

2.2. Pengembangan Hipotesis 32

2.2.1. Hubungan antara *knowledge management* dan *innovation capability* 32

2.2.2. Hubungan antara *knowledge management* dan *business performance* 33

2.2.3. Hubungan antara *innovation capability* dan *business performance* 34

2.2.4. Manajemen pengetahuan mempengaruhi *business performance* melalui *innovation capability* 35

2.3. Model empiris 36

BAB III METODE PENELITIAN 38

3.1. Jenis Penelitian 38

3.2. Sumber Data 38

3.3. Metode Pengumpulan Data 39

3.4. Populasi dan Sampel 39

3.4.1. Populasi 39

3.4.2. Sampel 39

3.5. Definisi Oprasional dan Indikator 41

3.6. Teknik Analisis Data 43

3.6.1. Uji Instrumen 43

3.6.2. Uji Asumsi Klasik 44

3.6.3. Analisis Jalur (Path Analysis) 45

3.6.4. Pengujian Hipotesis 48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 52

4.1. Karakteristik Responden 52

4.1.1. Jabatan Responden 52

4.1.2. Tingkat Pendidikan 52

4.2. Deskripsi Variabel 53

4.3. Analisis Kuantitatif 55

4.3.1. Hasil Uji Validitas 55

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas 56

4.3.3. Hasil Uji Normalitas 56

4.3.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas 57

4.3.5. Hasil Uji Multikolinearitas 58

4.4. Analisis Jalur (Path Analysis) 59

4.4.1. Analisis Jalur Tahap 1 59

4.4.2. Analisi Jalur Tahap 2 60

4.5. Pengujian Hipotesis 63

4.5.1. Uji Statistik t (Uji Sgnifikan Model) 63

4.5.2. Uji Koefesien Determinasi (R2) 65

4.6. Uji Sobel 66

4.7. Pembahasan 66

4.7.1. Pengaruh *Knowledge management* terhadap *Innovation capability* 66

4.7.2. Pengaruh *Knowledge management* terhadap *Business performance* 67

4.7.3. Pengaruh *Innovation capability* terhadap *Business performance* 68

4.7.4. Pengaruh *Knowledge management* terhadap *Business performance* melalui *Innovation capability* 69

BAB V PENUTUP.....70

5.1. Kesimpulan.....70

5.2. Saran 72

5.3. Keterbatasan Penelitian 73

5.4. Agenda Peneliti Mendatang 73

DAFTAR PUSTAKA 75

LAMPIRAN.....79

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri pada Industri Besar dan Sedang di Provinsi Jawa Tengah 5

Tabel 1. 2. Jumlah Perusahaan Dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri Pada Industri Mikro Dan Kecil Di Provinsi Jawa Tengah.....5

Tabel 3. 1. Defisinisi Operasional dan Indikator Penelitian 41

Tabel 4. 1. Jabatan Responden 52

Tabel 4. 2. Tingkat Pendidikan 52

Tabel 4. 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....53

Tabel 4. 4. Hasil Uji Validitas.....55

Tabel 4. 5. Hasil Uji Reliabilitas.....56

Tabel 4. 6. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....57

Tabel 4. 7. Hasil Uji Multikolinearitas.....59

Tabel 4. 8. Persamaan Regresi Linier.....59

Tabel 4. 9. Persamaan Regresi Linier.....60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Industri Yang Mengalami Kenaikan Pada Tahun 2019 (%yoy) 4

Gambar 2. 1. Kerangka Kepemikiran.....37

Gambar 4. 1. Pengujian Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot.....58

Gambar 4. 2. Analisis Jalur (Path Analysis) 62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner Penelitian.....79

Lampiran 2. Uji Validitas.....83

Lampiran 3. Uji Reliabilitas.....86

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik 87

Lampiran 5. Path Analysis.....89

Lampiran 6. Tabulasi 90

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didalam era globalisasi pada saat ini perusahaan dituntut untuk terus berkembang dalam mencapai target pembangunan yang baik dan terus tetap bekerja sama. Pada saat ini perusahaan dihadapkan dengan adanya penuh persaingan yang sangat ketat antara peluang bisnis dan resiko kehilangan konsumen dengan mudah karena sulitnya perusahaan dalam menggapai lingkungan pasar yang berubah dengan cepat. Pada saat ini banyak pesaing bisnis baru yang ditandai adanya persaingan usaha yang sejenis dengan tujuan yang sama, maka perusahaan harus memiliki kemampuan dengan mengembangkan strategi pilihannya supaya dapat beradaptasi dengan lingkungan pasar yang dapat berubah untuk menarik para konsumen. Pada era globalisasi saat ini dihiasi dengan banyaknya inovasi yang terdapat dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Afqarina & Dihan, 2019).

Pada era yang terdapat pardigma yang mana pekerjaanya hanya mengandalkan fisik semata sebagai basis kerja saat ini berubah menjadi pekerjaan dengan basis pengetahuan (Wibowo, Wahyu Hidayat, 2020). Dengan melalui berbagai informasi yang didapat dan memanfaatkannya sehingga informasi tersebut menjadi dasar pengetahuan serta dengan didapatkannya informasi mampu memunculkan pengetahuan baru. Di era

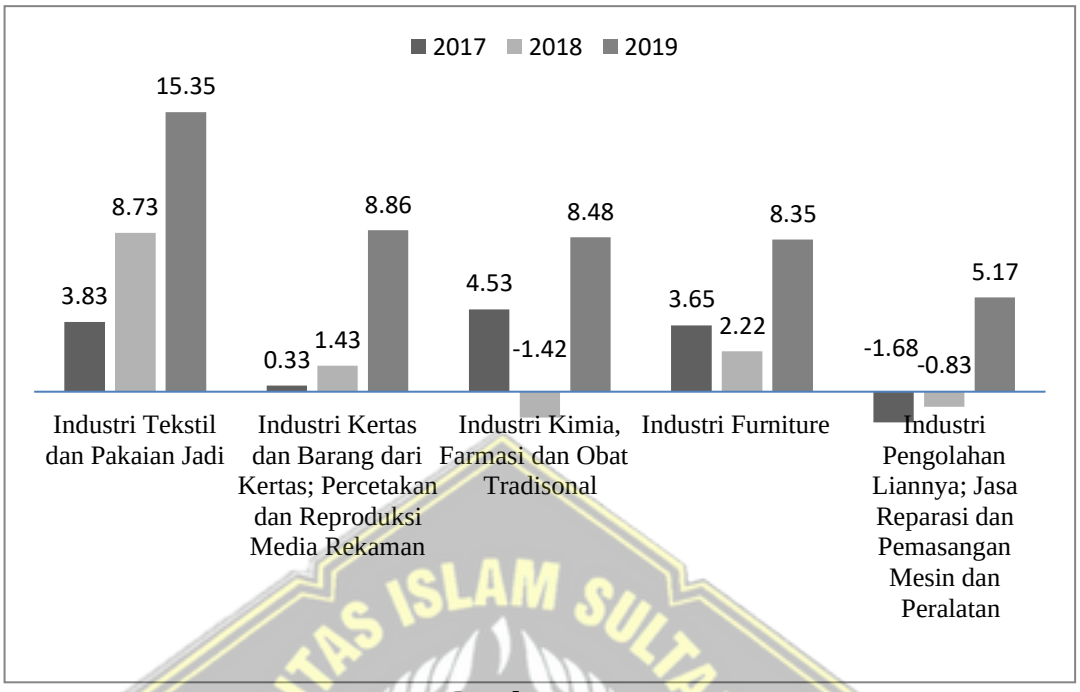
sekarang pengetahuan menjadi sumber daya utama untuk mempertahankan kelangsungan usaha serta meningkatkan organisasi. Pengetahuan juga menjadi dasar pengembangan kompentensi yang akan menciptakan keunggulan usaha dan dapat meningkatkan kinerja bisnis. Prusahaan juga dituntut untuk secara cepat dapat menangkap lingkungan pasar yang berubah.

Didalam suatu negara industri memiliki peran yang penting bagi perekonomian termasuk pada Indonesia. Banyak dari sektor industri masuk dalam sumber utama pendapatan, dimana salah satunya adalah industri meubel atau*furniture* kayu. Di wilayah Indonesia terdapat adanya potensi hutan yang sangat luas membuat banyak pengrajin meubel yang tersebar. Terdapat ciri khas lokal atau daerah dan desain yang khsusus maupun unik pada *furniture* di Indonesia yang membuat memiliki keunggulan pada daya saing yang mana meubel mengandalkan sentuhan ukirannya serta dengan berbagai macam jenis kayu yang memberikan kesan yang menarik.

Industri sendiri mempunyai tujuan menciptakan, meningkatkan serta menambah nilai suatu barang atau jasa dan juga meningkatkan keuntungan serta dapat memperluas lapangan pekerjaan. Industri sendiri juga terdapat beberapa golongan seperti industri besar, industri sedang, industri kecil, dan industri mikro. Pada suatu industri didalam era sekarang ini yang mana penuh dengan persaingan sangatlah penting untuk terus mengembangkan industrinya supaya tidak kalah saing dengan industri

pendatang dan mampu mempertahankan keunggulannya untuk menjaga kelangsungan usahanya. Dengan pengembangan industri yang optimal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta pendapatan masyarakat dan pendapatan daerah.

Industri meubel kayu di indonesia memiliki ciri sebagai industri padat karya. Industri meubel ini mempunyai banyak tenaga kerja yang dipekerjakan. Dengan adanya perkembangan pasar industri meubel memiliki nilai yang tinggi di pasar global dan industri mebel di Indonesia menjadi salah satu eksportir *furniture* terbesar di kanca dunia. Perkembangan ini sangat baik untuk kondisi industri meubel atau *furniture* di Indonesia. Tetapi industri meubel di Indonsesia harus terus waspada dengan adanya pendatang baru karena bertahan di posisi seperti ini bukanlah hal yang mudah. Perlu untuk menyikapi hal ini dengan selalu mengembangkan potensi industri meubel tersebut supaya para konsumen baik didalam negeri maupun luar negeri tidak berpindah memilih produk *furniture*hasil olahan industri meubel Indonesia.



Gambar 1. 1.
Industri Yang Mengalami Kenaikan Pada Tahun 2019 (%yoy)
Sumber : Kemenperin, 2020

Berdasarkan Gambar 1.1 pada grafik presentase menunjukan bahwa industri *furniture* pada tahun 2019 mengalami kenaikan dan berada pada posisi ke empat. Dimana pada tahun 2018 mengalami penurunan pertumbuhan sebesar 2,22%. Tetapi pada tahun 2019 industri *furniture* mengalami kenaikan tercatat sebebsar 8,35%. Walaupun mengalami kenaikan industri *furniture* harus terus meningkatkan dan mengembangkan daya saing yang lebih baik.

Produksi meubel telah lama dikenal di kanca dunia termasuk industri meubel di Jawa Tengah yang memiliki cukup tinggi potensi yang dapat dikembangkan. Banyak produk olahan kayu di Jawa Tengah ini dengan ciri khas seni dan budaya yang dipadukan dengan kualitas internasional.

Tabel 1. 1.
Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri pada Industri Besar dan Sedang di Provinsi Jawa Tengah

Klasifikasi Industri	Perusahaan	Tenaga Kerja
Furniture	618	65.295
Jumlah	618	62.295

Sumber : BPS Provinsi Jawa Tengah, 2017

Tabel 1. 2.
Jumlah Perusahaan Dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri Pada Industri Mikro Dan Kecil Di Provinsi Jawa Tengah

Klasifikasi Industri	Perusahaan	Tenaga Kerja
Furniture	62.256	140.312
Jumlah	62.256	140.312

Sumber : BPS Provinsi Jawa Tengah, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 menunjukan bahwa banyaknya perusahaan *furniture* menurut klasifikasi industri sedang dan besar sebanyak 618 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja 62.295 orang. Sedangkan menurut klasifikasi industri mikro dan kecil terdapat perusahaan *furniture* sebanyak 62.256 dengan tenaga kerja sebanyak 140.312 orang. Pada industri ini penyerapan tenaga kerja sangat tinggi karena banyaknya produsen mebel atau *furniture* di JawaTengah.

Pusat produk industri meubel atau *furniture* di Jawa Tengah salah satunya adalah Jepara dan Semarang. Industri meubel atau *furniture* di Jepara dan Semarang sudah banyak dikenal sejak lama termasuk industri meubel di Jepara. Banyak industri meubel *furniture* dari Jepara dengan mempunyai ciri khas seni ukir Jepara membuat Jepara terkenal di Indonesia sebagai daerah produksi *furniture* terbesar. Selain Jepara baik Semarang dan sekitarnya juga menjadi salah satu pusat industri meubel

furniture yang mempunyai kualitas tinggi dan sentuhan seni maupun budayanya dari daerah masing-masing yang mampu mendobrak pasar dunia. Maka itu perlu selalu adanya pengembangan potensi produk olahan kayu di Jawa Tengah ini.

Banyaknya industri meubel di Jawa Tengah membuat persaingan pasar sangat ketat bagi para pengusaha meubel. Mereka harus terus bersaing dengan pendatang baru dan juga dengan pesaing usaha di lingkungan sekitar. Banyak produsen meubel dengan skala kecil menengah mengalami persaingan dengan pendatang baru dan juga produsen meubel yang memilki modal yang besar. Perlu adanya pengembangan dan peningkatan usaha agar mampu bersaing dan mempertahankan keunggulannya.

Kinerja usaha akan digunakan untuk melihat pencapaian hasil pada periode tertentu serta pencapaian kinerja yang baik dengan menggunakan upaya yang positif (Yonita, Yem, & Linda, 2019). Kinerja yaitu sebuah konstruk yang mempunyai sifat multidimensional, pengukuranya juga berbagai macam tergantung dengan faktor-faktor yang membentuk kinerja (Rasyid & Firdayani, 2018). Kinerja bisnis juga bisa dilihat dengan konsep yang digunakan untuk mengukur sampai mana prestasi pasar dan produk yang dihasilkan perusahaan yang telah tercapai (Susilowati & Kaharti, 2019). Kinerja bisnis bisa diukur dengan berbagai macam cara yang mana dihasilkan dari pemanfaatan sumberdaya pada usaha. Untuk hasil dan pencapaian pertumbuhan kinerja perusahaan tergantung bagaimana

perusahaan itu menyikapinya.

Pertumbuhan industri mebel menurut data dari Kemenperin (2020) pada tahun 2019 mengalami peningkatan. Meskipun mengalami peningkatan tetapi hal itu belum bisa membuat daya saing *furniture* di Indonesia lebih baik. Banyak persoalan yang timbul dimana saat ini masih dihadapi oleh pengusaha meubel seperti adanya kelangkaan bahan baku, kurangnya pengetahuan untuk memasarkan produk meubel dan masih banyaknya peraturan yeng bisa menghambat perkembangan industri meubel. Bagi industri meubel kecil dan menengah yang mengalami kesulitan dalam memasarkan produk dalam ketatnya persaingan dagang mampu membuat industri kecil dan menengah ini tidak bertahan lama dan bisa mengalami gulung tikar.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja adalah manajemen pengetahuan. Manajemen pengetahuan merupakan faktor utama sebagai dasar sumber daya utama yang dikembangkan serta diasah pengetahuannya dalam perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan. *Knowledge* atau pengetahuan dijadikan senjata penting dalam menggapai keunggulan yang kompetitif dan berkelanjutan sebagai pertanda dikeluarkannya era ekonomi baru yang disebut sebagai era ekonomi berbasis pengethauan dengan didampingi ketatnya persaingan bisnis berbasis pengetahuan (Try, Angga, & Mulyanto, 2015). Suatu proses pengidentifikasian, pengorganisasian, penangkapan, dan penyebaran pengetahuan-pengetahuan intelektual yang menjadi hal

penting bagi sebuah kinerja organisasi pada jangka panjang yang disebut dengan manajemen pengetahuan (Rasyid & Firdayani, 2018). Manajemen pengetahauan menjadikan informasi sebagai dasar sumber pengetahuan dengan mereformasi dan menginovasi suatu kegagalan dalam sebuah bisnis dengan mendorong pertumbahan bisnis tersebut menjadi lebih baik dengan menghasilkan pengetahuan baru yang relevan pada suatu organisasi (Yonita et al., 2019). Hubungan antara manajemen pengetahuan dan kinerja bisnis didukung dengan bukti keberhasilan suatu usaha dengan dasar manajemen pengetahuan yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan oleh Yonita et al., (2019) menyatakan bahwa manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis yang artinya jika ilmu manajemen yang semakin tinggi akan dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Di dukung penelitian oleh Endah Prihartini dan Anwar Sanusi (2019) menyatakan bahwa manajeman pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, yang artinya faktor pendorong sebuah organisasi adalah manajemen pengetahuan dengan tingginya kemampuan yang dimiliki oleh para pelaku usaha serta paham akan Standar Operasi Prosedure (SOP) maka kinerja usaha akan lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh (Rukaiyah & Muliana, 2018) yang menyatakan bahwa manajemen pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UKM, yang artinya pokok tujuan dan sasaran dari suatu bisnis yaitu manajemen pengetahuan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

Nikmah Hanum, Jono Mintarto Munandar, dan Joko Purwono (2020) menyatakan bahwa knowledge mangement berpengaruh positif dan nyata terhadap kinerja. Namun penelitian dari (Wulansari,Ranihusna, & Wijaya, 2020) menyatakan bahwa manajemen pengetahuan tidak berpengaruh dengan kinerja bisnis dikatakan menjadi tidak signifikan, yang artinya tinggi rendahnya manajemen pengethauan tidak akan mempengaruhi performa bisnis.

Sehubung dengan beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa masih rendahnya variabel manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kinerja bisnis dan masih ada perbedaan hasil penelitian antara peniliti satu dengan lainnya. Oleh karena itu peneliti memberikan variabel intervening untuk menjawab perbedaan hasil penelitian tersebut. Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemampuan inovasi. Kemampuan inovasi adalah sebuah kemampuan perusahaan yang menggambarkan kemampuan dalam mencapai kinerja organisasi yang tinggi dengan karakteristik yang dipunyai dari organisasi yang mendukung strategi inovasi tersebut (Nham, Tran, & Nguyen, 2020). Inovasi yaitu hasil dari sebuah proses pembentukan kemampuan yang berada pada perusahaan dengan mensejajarkan strategi yang dimiliki perusahaan yang membentuk sebuah kemampuan inovasi yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah produk baru dengan cepat (Zawislak, Fracasso, & Tello- Gamarra, 2018). Untuk dapat memperoleh keunggulan yang kompetitif perusahaan harus dapat mengelola dan menciptakan

inovasi baru secara bersamaan terus menerus (Tovan, 2019). Dengan itu kemampuan inovasi dapat dikembangkan di perusahaan melalui kemampuan individu maupun kelompok untuk dapat menggapai lingkungan pasar yang berubah dan mempertahankan keunggulannya dengan cepat dalam menangkap perubahan pada persaingan yang sangat ketat.

Berdasarkan pernyataan dari ketua umum HIMKI Indonesia (2020) telah menggelar pameran Indonesia *International Furniture Expo* dengan mengundang buyers melalui pameran digital. Dengan adanya covid-19 HIMKI telah melakukan inovasi dengan menggunkan teknologi digital agar dapat saling berinteraksi antara para buyers dan exhibitors. Pameran digital ini diikuti oleh 300 perusahaan dengan pengalaman baru ini supaya industri meubel di Indonesia dapat terus bekerja, bekarya serta mengembangkan kemampuan inovasi yang dimiliki perusahaan.

Beberapa penelitian yang membahas tentang kemampuan inovasi menyatakan bahwa kemampuan inovasi merupakan proses inovasi dalam menghasilkan wawasan untuk meningkatkan iklim dan kinerja organisasi dengan hasil kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja (Yeşil, Koska, & Büyükbeşe, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Diharto, Budiyanto & Muafi,(2017) menyatakan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sedangkan penelitian dari Putri Rahma Dayanti, Mohammad Iqbal & Yudha Prakasa (2020) menyatakan bahwa manajemen pengetahuan

berpengaruh secara langsung terhadap kemampuan inovasi. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Sulistyo (2020) yang menyatakan bahwa kapabilitas manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan inovasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang melakukan penelitian terhadap kinerja bisnis dengan variabel yang memiliki pengaruh yang berbeda-beda dan adanya *research gap*, serta berdasarkan latar belakang yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Model Peningkatan *Business Peformance* Melalui *Knowledge Management* dan *Innovation Capability*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas telah dijelaskan beberapa alasan mengapa penelitian ini dilakukan. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji manajemen pengetahuan terhadap kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi sebagai variabel intervening. Dari urian diatas maka dapat ditarik rumusanmasalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *knowledge management* berpengaruh terhadap *innovation capability*?
2. Apakah *knowledge management* berpengaruh terhadap *business performance*?
3. Apakah *innovation capability* berpengaruh terhadap *business performance*?
4. Apakah *knowledge management* berpengaruh terhadap *business*

performance melalui *innovation capability*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap *innovation capability*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap *business performance*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *innovation capability* terhadap *business performace*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap *business performance* melalui*innovation capability*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perkembangan industri meubel di Jawa Tengah, memberikan saluran pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian baik secara teoritis maupun praktis.
   b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah penelitian di bidang industri meubel, sekaligus dapat dijadikan referensi untuk penelitianselanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam upaya mengembangkan sektor industri di Jawa Tengah maupun di Indonesia, khusunya industri mebel. Bagi instansi terkait dapat dijadikan masukan tambahan dan saran yang bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah serta dapat memberikan informasi kepada msayarakat ataupun peneliti lain sebagai penelitian lebih lanjut.

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Basis Teoritis

2.1.1 *Business Performance*

2.1.1.1.Konsep kinerja bisnis

Performance dapat diartikan sebagai kinerja, hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja mempuanyai arti yang sangat luas, tidak hanya sebagai hasil kerja melainkan bagaimana proses kerja berlangsung. Kinerja adalah suatu proses pelaksanaan dan penyempurnaan pekerjaan yang tepat, sehingga mampu mencapai hasil yang diharapkan dengan secara optimal (Marwan, 2020). Kinerja secara umum dapat digunakan untuk semua kegiatan dalam suatu organisasi untuk mencapai standart target yang telah ditetapkan dengan efesien (Marwan, 2020). Kinerja (*performance*) merupakan pencapaian hasil dan prestasi seseorang secara nyata yang dapat dihitung secara periodik baik kuantitas maupun kualitas berdasarkan standart target dan kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau organisasi sebagai hasil tanggung jawab suatu pekerjaan (Sinaga, 2020).

Menurut Prawirosentono, 1999 (dalam Akhmad Fauzi, 2020) *performance* yaitu pencapaian hasil kerja seseorang maupun sekelompok orang dalam sebuah organisasi yang sesuai dengan masing-masing wewenang dan tanggung jawab untuk mencapai suatu tujuan organisasi

yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum serta sesuai moral dan etika. Sedangkan menurut Robbins, 1996 (dalam Akhmad Fauzi, 2020) menyatakan bahwa kinerja merupakan suatu ukuran yang mencakup koefesien dan efesiensi dalam mencapai tujuan. Dengan koefesien yang dimaksud adalah rasio pengeluaran efektif terhadap pemasukan yang diperlukan dalam mencapai tujuan.

Dari urian diatas, dapat disimpulkan yang dikamsud dengan kinerja, performance atau prestasi kerja yaitu sebuah pencapaian hasil kerja seseorang baik yang berupa produk maupun jasa yang digunakan *sebagai* dasar penilaian atas karyawan maupun oraganisasi kerja yang bersangkutan yang menggambarkan suatu pengetahuan pekerjaan kepada karyawan. Dimana tingginya pencapaian kinerja dilihat dari tingginya kualitas dan kuantitas hasil kerja (Akhmad Fauzi, 2020).

Menurut (Devi Ratna Ningsih, 2019) kinerja bisnis adalah pencapaian keberhasilan usaha seseorang maupun organisasi dalam suatu periode waktu tertentu yang dipengaruhi dari faktor dalam maupun luar usaha untuk mencapai tujuan perusahaan dan mencapai kinerja bisnis yang unggul dengan secara lebih efesien. Kinerja bisnis juga dapat digunakan sebagai alat untuk melihat apakah perusahaan sudah mencapai target maupun tujuan atau tidak dan juga sebagai bahan evaluasi perusahaan (Herman, Hady, & Arafah, 2018).

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja bisnis adalah suatu pencapaian hasil kerja maupun ukuran prestasi usaha yang dapat dilihat dari pencapaian suatu tujuan perusahaan yang dipengaruhi dari beberapa faktor baik dalam maupun luar perusahaan dalam periode waktu tertentu secara lebih efektif dan efesien dan juga sebagai bahan evaluasi perusahaan.

Pelaksanaan kinerja yang lebih efektif dan efesien sangat berpengaruh terhadap pencapaian hasil kerja dan tujuan suatu perusahaan. Kinerja yaitu fungsi hasil pekerjaan dan kegiatan dalam suatu organisasi yang dipengaruhi dari beberapa faktor untuk mencapai tujuan organisasi dan mewujudkan sasaran strategi yang diharapkan (Sinaga, 2020). Menurut Hidayat N, 2017 (dalam Akhmad *Fauzi*, 2020) menyatakan bahwa pencapaian hasil kerja pada suatu instansi atau perusahaan dalam menjalankan tugasnya pada periode waktu tertentu, dapat meningkatkan pencapaian kinerja yang efektif dan efesien, apabila:

1. Keluaran (*output*) yaitu pencapaian sesuatau dari suatu kegiatan yang berupa fisik maupun non fisik yang diharapkan dapat dinikmati oleh masyarakat secara langsung.
2. Hasil yaitu pengukuran sebuah pencapaian atau hasil yang telah dilaksanakan dengan adanya pemberian layanan, dimana segala sesuatu sebagai fungsi keluaran kegiatan dalam jangka menengah (efek langsung), maka pelaksanaan kegiatan tersebut diharapakan dapat memberikan efek secara langsung dari kegiatan tersebut.

3. Kaitan usaha dengan pecapaian yaitu pengukuran secara efesiensi yang mengaitkan usaha dengan pengeluaran pelayanan dengan memberikan informasi tentang keluaran pada tingkat periode tertentu yang menunjukkan efesiensi relatif pada suatu unit dengan standar tujuan yang telah ditetapkan agar bisa dihasilkan dengan setara dan dapat diterima.

Menurut Henry Simamora, 2004 (dalam Sulaksono, 2015) menyatakan bahwa meskipun tidak mungkin mengidentifikasi kriteria *ataupun* karakteristik kinerja yang menyeluruh atau universal yang bisa diterpakan dalam semua pekerjaan, yaitu dengan menentukan kriteria atau karakteristik yang harus dimiliki yang diharapkan dapat bermanfaat pada penilaian suatu kinerja. Adapun kriteria atau karakteristik kinerja adalah sebagai berikut:

1. Kriteria yang baik harus dapat diukur dengan cara-cara yang bisa dipercaya. Dengan pengukuran menggunakan dua kompenan konsep keandalan yaitu stabilitas dan konsistensi. Dimana stabilitas adalah pengukuran kriteria kerja yang dilakukan pada periode waktu yang berbeda dengan harus mencapai hasil yang sama. Sedangakan konsistensi yaitu pengukuran kriteria kinerja menggukan metode yang berbeda dengan harus mencapai hasil yang kira-kira sama.
2. Kriteria yang baik harus bisa membedakan antara individu satu dengan yang lainnya atas kinerja mereka masing-masing. Dengan tujuan dapat mengevaluasi hasil kinerja anggota maupun hasil kinerja usaha atau

organisasi.

3. Kriteria yang baik haruslah peka terhadap masukan dan tindakan pemegang jabatan. Dengan tujuan untuk menilai efektivitas kinerja anggota dan juga kinerja perusahaan.
4. Kriteria yang baik harus bisa diterima oleh individu dengan mengetahui sedang adanya penilaian kinerja. Karena sangat penting untuk mengetahui adanya pengukuran atau penilaian kinerja supaya bisa dijadikan sebagai petunjuk yang benar dan adil tentang kinerja kedepannya.

Keberhasilan suatau organisasi dalam mencapai sutau tujuan dan sasaran yang ditetapkan sangat dipengaruhi oleh kinerja bisnis. Pelaksanaan kinerja dapat sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang bersumber dari dalam organisasi baik pekerjanya maupun organisasinya sendiri. Menurut Simanjuntak, 2011 (dalam Sinaga, 2020) menyatakan bahwa kinerja dalam sebuah organisasi dipengaruhi oleh tiga faktor jika dilihat berdasarkan strukturnya. Adapun faktor- faktornya yaitu:

a. Dukungan organisasi, seperti: struktur organisasi yang kompatibel, menerapakan teknologi untuk mendukung kerja, dan lingkungan atau atmosfer kerja.
b. Kemampuan dan efektivitas manajemen, seperti: perencanaan, pengorganisasian, penyediaan SDM, serta pengawasan yang baik.
c. Kinerja setiap individu dalam organisasi, seperti: kompetensi individu yang sehat, adanya dukungan organisasi, serta adanya dukungan

manajemen.

Indikator kinerja merupakan aspek-aspek yang dijadikan ukuran dalam suatu penilaian kinerja. Menurut Fitzgerald, 1991 (dalam Saunila, 2016) terdapat dua tipe indikator dalam pengukuran kinerja dalam bisnis yaitu yang pertama pengukuran terkait dengan hasil yang meliputi daya saing, kinerja keungan dan yang kedua yaitu berfokus pada penentu hasil seperti kualitas, fleksibilitas, pemanfaatan sumber daya, dan inovasi.

2.1.2 *Knowledge Management*

2.1.1.2.Konsep manajemen pengetahuan

Dalam konsep manajemen pengetahuan terdapat pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan teknologi informasi (TI), karena manjemen pengetahuan tidak lepas dari sumber daya manusia dan juga informasi teknologi yang sangat berperan penting dalam organisasi yang mana hampir setiap aktivitas menggunakan teknologi sehingga dengan adanya sumber daya manusia dan informasi teknologi dapat mencapai tujuan organisasi yang lebih baik dan dapat meraih kompetisi (Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019).

Manajemen pengetahuan yaitu suatu susunan kegiatan yang digunakan pada suatu organisasi untuk mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan, dan menyalurkan pengetahuan agar dapat digunakan kembali, dipahami dan dipelajari dalam organisasi dengan suatu kegiatan yang terkait dalam target organisasi dengan tujuan untuk mencapai hasil

tertentu, seperti berbagi pengetahuan bersama, meningkatkan kinerja, keunggulan kompetitif, dan menciptakan inovasi yang baru (Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019). Manajemen pengetahuan yaitu sebuah prinsip dasar pengorganisasian yang diletakkan untuk meraih potensi pengetahuan yang dimiliki pada suatu organisasi dan untuk meningkatkan pengetahuan perlu adanya pengelolaan teknologi dan orang-orang guna untukmemanfaatkan penyediaan lingkungan yang berpengetahuan (Teguh Pambudi,2017)

Menurut McFarlane, 2006 (dalam Teguh Pambudi, 2017) menyatakan bahwa pengetahuan yaitu hasil belajar yang didapatkan dari hasil interaksi antara pengalaman dan kompensi dengan adanya keterkaitan pada hal-hal yang bersifat politis. Sedangkan menurut David, 2012 (dalam Teguh Pambudi, 2017) memaparkan manajemen pengetahuan adalah sebagai alat seseorang untuk melakukan proses berbagi pengetahuan, belajar, dan bekerja bersama secara lebih efektif dengan proses yang mental menyenangkan (*fun mentality*).

Menurut Fahmi Alusi, 2013 (Endah Prihartini, 2019) mengungkapkan bahwa manajemen pengetahuan adalah sebagai alat atau metode dalam sebuah organisasi untuk mensimplifikasi, menciptakan, meningkatkan, menangkap, membagi, mendistribusi, dan memahami pengetahuan. Manajemen pengetahuan yaitu sebagai salah satu alat yang digunakan dalam manajemen untuk dapat membantu mencapai tujuan organisasi dan melihatkan keunggulan bersaing sehingga dapat

menciptakan kinerja organisasi yang baik (Endah Prihartini, 2019).

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pengetahuan adalah sebuah alat untuk menciptakan, menangkap, meningkatkan dan menyalurkan pengetahuan serta sebagai pengelolaan sumber daya manusia dan informasi teknologi yang selanjutnya untuk mendorong mencapai tujuan organisasi yang lebih efektif dan lebih baik dengan memperlihatkan keunggulan dalam bersaing.

Indikator manajemen pengetahuan merupakan aspek-aspek yang digunakan untuk mengukur dalam manajemen pengetahuan. Menurut (Linda, Thabrani, Firman, & Patrisia, 2020) terdapat empat indikator manajemen pengetahuan sebagai berikut:

a. Pengetahuan baru sebagai proses pembangungan berkelanjutan
b. Pengembangan dan proses ide-ide baru
c. Pertukaran pengethauan antar organisasi
d. Pengembangan dan proses menciptakan karya baru

Manajemen pengetahuan sebagai alat untuk menyalurkan pengetahuan untuk dapat dimanfaatkan dalam organisasi. Menurut Yuliazmi, 2015 (dalam Teguh Pambudi, 2017) terdapat lima strategi dalam *knowledge transfer* yaitu:

a. *Knowledge map*
b. *Talk space*
c. *Smart office layout*
d. *Dedicated knowledge sharing event*

e. *Common languange*

Manajemen pengetahuan mempunyai kriteria landasan yang sangat penting bagi implementasi suatu organisasi. Terdapat delapan kriteria manajemen pengetahuan yang diciptakan oleh Indonesian *Most Admired Knowledge Enterprise* menurut Soesetyo, 2013 (dalam Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019). Adapun kriterianya sebagai berikut:

1. Penciptaan budaya organisasi yang didorong dengan adanya pengetahauan.
2. Memajukan pekerja pengetahuan (*knowledge workers*) melalui kepemimpinana manajemen.
3. Menyediakan produk/jasa/solusi berbasis pengetahuan.
4. Pemaksimalan model intelektual organisasi.
5. Berbagi pengetahuan dengan menciptakan lingkungan secara kolaboratif.
6. Menciptakan organisasi pembelajaran.
7. Pemberian nilai sesuai dengan pengetahuan mengenai pelanggan.
8. Menyalurkan pengetahuan organisasi sebagai nilai untuk pengguna.

Penerapan manajemen yang baik dan benar dalam suatu organisasi harus dapat mengetahui kompenan-kompenan yang ada didalam manajemen pengetahuan. Menurut Abell dan Oxbrow, 2001 (dalam Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019) terdapat tiga kompenan manajemen pengetahuan yang terdiri dari orang (people), proses (process), dan teknologi (technology). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Orang (*people*)

   Pengetahuan berasal dari orang yang akan dibagikan ke orang juga, yang mana orang yaitu sebagai faktor utama dalam menerapkan keberhasilan manajemen pengetahuan dan juga terdapat sumber daya manusia yang menjadi kompenan penting dalam sebuah organisasi. Orang yaitu individu yang mempunyai pengetahuan, mengatur system serta proses, dan menjalankan pengetahuan strategi (*strategic knowledge*) untuk dapat mencapai keberhasilan dalam organisasi.

b. Proses (*process*)

   Proses membantu untuk mengembangkan pengetahuan yang berkaitan dengan perubahan proses kerja, organisasi, dan lain sebagianya. Proses adalah pengaturan dan beberapa strategi, prinsip, nilai, serta praktik untuk memastikan manajemen pengetahuan berjalan dengan baik saat sedang didimplementasikan.

c. Teknologi (*technology*)

   Menurut Dalkir, 2005 (dalam Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019) menyatakan bahwa manajemen pengetahuan membutuhkan

beragam alat yang cukup untuk dapat terlibat dalam sepanjang siklus manajemen pengethauan, maka itu teknologilah yang dapat memfasilitasi termasuk dalam hal komunikasi, kolabirasi, dan manajemen konten yang bertujuan untuk menciptakan, mengorganisasikan, melestarikan dan mengaplikasikan pengetahuan. Teknologi disini juga berperan serta dalam sistem manajemen pengetahuan (*knowledge management system*).

Menurut Probst et al, 2000 (dalam Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019) perlu adanya pengelompokan dan kategorisasi masalah yang dijumpai dalam mengelola manajemen pengetahuan pada organisasi. Terdapat enam proses inti manajemen pengethauan yang ditunjukan sebagai pengoptimalan aktivitas pengetahuan yang dimulai dari individu ke seluruh ranah organisasi, diantaranya:

a. Identifikasi pengethauan (*knowledge identification*)

   Proses pengidentifikasian pengetahuan, baik pengetahuan tasit ataupunpengetahuan eksplisit.

b. Pengadaan pengetahuan (*knowledge acquisition*)

   Penggambaran proses hubungan antara pihak luar organisasi, seperti dengan mitra lainnya yang ikut kerja sama dalam memberikan pengetahuan secara potensial.

c. Pengembangan pengetahuan (*knowledge development*)

   Proses yang memfokuskan sebuah peningkatan kompetensi, produkbaru, ide-ide baru, dan proses efesiensi

lainnya.

d. Distribusi dan berbagi pengethauan (*knowledge sharing dandistribution*)

Peroses pembagian dan distribusi pengetahuan yang sudah ada dalam organisasi. Sehingga dapat ditunjukkan untuk mengubah informasi dan pengalaman sebagai pengetahuan untuk dapat dimanfaatkan dalam kemajuan organisasi.

e. Utilisasi pengetahuan (*knowledge utilization*)

Proses memastikan dengan menyimpan pengetahuan sebaik mungkin untuk dapat mendukung aktivitas dan proses bisnis yang sedang berlangsung dalam organisasi.

d. Penyusutan (*knowledge retenation*)

Tahap ini merupakan proses penyusutan, penyimpanan, pemilihan, dan memperbaruai pengethauan yang memiliki nilai sebagai antisipasi masalah potensial yang terdapat dalam organisasi.

Dalam manajemen pengetahuan terdapat faktor-faktor utama dalam penerapan manajemen penegtahuan. Terdapat empat faktor utama sebagai penopang kekuatan dalam manajemen pengetahuan (Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019). Adapun faktor dan penejelasannya sebagai berikut:

a. Kepemimpinan (*leadership*)

Setiap usaha dan organisasi membutuhkan pengembangan stretagi kepemimpinan. Kepemimpinan menentukan visi,

misi, tujuan dan sasaran memadukan manajemen pengetahuan dengan strategi organisasi mendorong tercapainya nilai-nilai dari manajemen pengetahuan sehingga mampu meresap kesetiap individu dan seluruh bagian organisasi.

b. Organisasi (*organization*)

Merupakan tempat manajemen pengetahuan untuk dapat melakukan perubahan dan inovasi. Dalam sebuah organisasi untuk melakukan perubahan manajemen pengetahuan harus diintegrasikan dengan proses bisnis sehingga dapat dijadikan sebagai petunjuk dalam budaya organisasi.

c. Teknologi (*technology*)

Yaitu alat yang digunakan sebagai pendukung manajemen pengetahuan dalam organisasi. Mengidentifikasi serta menentukan kemampuan teknologi sangat penting dilakukan untuk dapat sejalan dan memenuhI kebutuhan organisasi.

d. Pembelajaran (*learning*)

Pembelajaran sebagai proses inti dalam manajemen pengetahuan. Dalam organisasi pembelajar sebuah pembelajaran harus diarahkan dalam pendekatan seperti peningkatan kualitas komunikasi, kerja sama tim, dan

menciptakan komunitas belajar. Belajar juga dapat disimpulkan sebagai usaha mendapatkan pengetahuan dan kompetensi dengan melalui ragam aktivitas dan media.

2.1.3 *Innovation Capability*

2.1.1.3.Konsep kemampuan inovasi

Inovasi berasal dari dua kriteria utama yaitu kebaruan dan perbaikan. Kebaruan dalam inovasi tidak selalu berhubungan dengan menciptakan produk baru melainkan bisa dilihat dari sisi nilai guna, kondisi, dan aplikasinya. Sedangkan perbaikan yang dimaksud yaitu sebagai pencarian alternative terbaik sebuah proses maupun produk yang lebih efektif dan efesien (Rintan Saragih, 2017). Menurut Helltrom, 2004 (dalam Rintan Saragih, 2017) inovasi perlu mempertimbangkan adanya proses penciptaan produk yang incremental dan radical, ada juga yang dipertimbangkan dengan inovasi yang bisa disebarkan dan diadopsi.

Menurut Schermerhorn, 2006 (dalam Ekawati & Soleha, 2017) menyatakan bahwa inovasi yaitu sebuah proses penciptaan ide-ide baru dan menempatkannya dalam prakter. Dimana ide-ide kreatif tersebut digunakan dalam praktek setiap hari dengan berkontribusi terhadap peningkatan pelayanan pelanggan maupun produktivitas organisasi. Menurut Bessant & Tidd, 2011 (dalam Ekawati & Soleha, 2017) menyatakan bahwa inovasi yaitu sebuah proses pengaturan dan pengelolaan baik dalam melalui sebuah usaha baru maupun memperbarui bisnis 100 tahun dengan dorongan kemampuan untuk dapat melihat

koneksi, menangkap peluang, dan mendapatakan keuntungan.

Menurut Ancok, 2012 (dalam Endah Prihartini, 2019) menyatakan bahwa inovasi yaitu sebuah proses pemikiran dan pengimplementasian pemikiran tersebut, sehingga dapat menghasilkan suatu yang baru yang berbentuk produk, jasa, proses bisnis, cara baru, kebijakan, dan lain sebagainya untuk memajukan organisasi. Inovasi merupakan kemampuan dalam rangka untuk menangkap sebuah peluang dan memecahkan suatu masalah yang ada dengan menerapkan sebuah kreativitas (Megawati & Farida, 2018).

Menurut Iddris, 2016 (dalam Heru Sulistyo & Ayuni, 2018) menyatakan bahwa kemampuan inovasi merupakan proses implementasi dan penciptaan teknologi yang diterapkan pada kebijakan, sistem, program, produk baru, layanan dan proses pada suatu organisasi. Menurtu O'Cass & Weerawardena, 2009 (dalam Heru Sulistyo & Ayuni, 2018) menyatakan bahwa kemampuan inovasi yaitu sebuah karakteristik organisasi yang lengkap dengan adanya fasilitas dan dorongan strategi inovasi dengan memodifikasi produk, proses, layanan, sistem organisasi dan sistem pemasaran untuk menciptakan nilai tinggi kepada pelanggan.

Menurut Liao, 2009 (dalam Heru Sulistyo & Ayuni, 2018) kemampuann inovasi sebagai upaya untuk menciptakan peningkatan kinerja perusahaankeseluruhan dengan memlalui berbagai macam inovasi. Sedangkan menurut Lawson & Samson, 2010 (dalam Nham et al., 2020) mendefinisikan kemampuan inovasi sebagai alat atau kapasitas untuk

mengubah sebuah pengetahuan menjadi produk baru dan juga sebagai proses untuk mendapatkan banyak manfaat untuk organisasi.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kemmapuan inovasi (*innovation capability*) adalah proses penciptaan produk baru, sistem, dan layanan dengan melalui berbagai macam strategi inovasi dan juga sebuah pengetahuan dengan karakteristik organisasi yang lengkap yang dapat menciptakan nilai tinggi dan mendapatkan lebih banyak manfaat untuk suatuorganisasi.

Inovasi dalam penerapannya memiliki prinsip-prinsip yang sangat penting dalam mengembangakan inovasi. Terdapat dua prinsip inovasi (Megawati & Farida, 2018) yaitu sebagai berikut:

a. Prinsip keharusan, meliputi:
    1. Keharusan dalam menganalisis sebuah peluang.
    2. Keharusan dalam menambah wawasan.
    3. Keharusan dalam menjalakan kegiatan secara efektif.
    4. Keharusan untuk tidak berpikir muluk.
b. Prinsip larangan, meliputi:

1. Larangan untuk berlagak lebih pintar.
2. Larangan untuk rakus.
3. Larangan untuk berpikir jauh kedepan

Dalam sebuah inovasi terdapat faktor-faktor yang mendasari adanya pengembangan berinovasi untuk dapat mencapai nilai tinggi dalam organisasi. Terdapat empat faktor yang mendasari organisasi (Nugroho J.

Setiadi, S.E., 2003) yang terdiri dari:

a. Orientasi produk

Konsumen disini menyukai produk berkualitas yang ditawarkan dan sebuah kinerja yang baik dan lebih inovatif. Kebanyakan perusahaan mendesain produknya tanpa ada input dari customer.

b. Orientasi pasar

Terdapat kunci dalam mencapai sebuah tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan keinginan dan kebutuhan dari target pasar yang ditetapkan dengan memberikan kepuasan yang lebih baik dibandingkan pesaing.

c. Orientasi perusahaan

Penentuan keinginan dan kebutuhan dari target pasar dengan memberikan kepuasan yang lebih baik dari para pesaing melalui berbagai cara yang dapat meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

d. Orientasi konsumen

Dalam prinsip penyebaran produk baru konsumen menginginkan produk yang ada di berbagai tempat dengan kualitas yang tinggi, baik, dan dengan harga yang rendah ataupun terjangkau sehingga konsumen akan merasa puas dengan barangnya dan melakukan pembelian berulang-ulang.

Kemampuan inovasi mempuanyai tiga bentuk jenis untuk mengembangakan produk baru. Adapaun tiga jenis kemampuan inovasi sebagai berikut (Sondakh, 2019) :

a. Kemampuan inovasi organisasi

   Menurut Utterback, 1994 (dalam Sondakh, 2019) kemampuan inovasi organisasi mengacu pada mekanisme yang telah diterpakan oleh organisasi untuk dapat beradaptasi dengan mengubah kondisi persaingan, kemajuan teknologi, dan perluasan pasar dengan menghasilkan produk yang terbaru. Maka kapabilitas inovasi organisasi merupakan hal yang penting yang dimiliki organisasi untuk mendapatkan strategi daya saing.

b. Kemampuan inovasi produk

   Menurut Polder, 2010 (dalam Sondakh, 2019) kemampuan inovasi produk yaitu kemampuan organisai dalam mengenalkan produk atau jasa baru dengan memberikan peningkatan yang signifikan pada produk atau jasa tersebut.

c. Kemampuan inovasi proses

   Menurut Polder (dalam Sondakh, 2019) kemampuan inovasi proses dapat diartikan sebagai kemampuan dalam organisasi untuk dapat meningkatkan metode produksi dan logistik secara signifikan dalam mendukung kegiatan akuntansi, pembelian, pemeliharaan, dan komputasi.

Menurut Kuratko, 1995 (dalam Megawati & Farida, 2018) mengatakan terdapat empat jenis indikator penerapan kemampuan inovasi yang terdiri dari:

a. Penemuan (invensi) yaitu sebuah produk, jasa, ataupun proses yang terbaru.
b. Pengembangan (ekstensi) yaitu sebuah pemanfaatan yang baru dan penerapan lain pada produk, jasa atau proses yang sudah ada.
c. Penggandaan (duplikasi) yaitu peniruan atas konsep yang sudah ada secara kreatif.
d. Sintesis yaitu kombinasi atas konsep atau faktor yang sudah ada dalam penggunaan atau formulasi yang baru.

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Hubungan antara *knowledge management* dan *innovation capability*

Manajemen pengetahuan berperan penting dalam sebuah organisasi dalam menjalankan suatu kegiatan untuk dapat mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan, dan menyalurkan pengetahuan agar dapat digunakan kembali, dipahami dan dipelajari dengan cara berbagi pengetahuan bersama serta menciptakan sebuah inovasi baru untuk dapat mencapai tujuan tertentu dalam organisasi (Muhammad Rosyihan Hendrawan, 2019). Perusahaan perlu menggunakan manajemen pengetahuan dengan efektif dengan menambah pengetahuan dan mencari informasi akan dapat memunculkan ide-ide dan wawasan serta dapat menangkap perubahan yang dapat dikembangkan untuk dapat mengasah

kemampuan dalam menciptakan sebuah inovasi baru baik dalam bentuk produk maupaun jasa. Manajemen pengetahuan dapat membawa perubahan baru bagi organisasi untuk dapat mengembangkan kemampuan berinovasi dengan lebih kreatif dan inovatif. Hasil penelitian oleh (Prakasa, 2020) dan (H. Sulistyo, 2020) menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan mempengaruhi kemampuan inovasi. Berdasarkan uraian ini, asumsi berikut dapat dibuat:

H1: *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation capability*

Manajemen pengetahuan dalam organiasai menjadi sumber utama dalam kelangsungan usaha di era globalisasi saat ini. Manajemen pengetahuan dapat diterpakan untuk mengembangkan kemampuan berinovasi yang bersumber dari pengetahuan dan informasi yang didapat.

2.2.2. Hubungan antara *knowledge management* dan *business performance*

Manajemen pengetahuan dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan, membagi, menangkap, dan memahami pengetahuan dalam sebuah organisasi untuk dapat mencapai tujuan organisasi dan meningkatkan keunggulan bersaing sehingga mampu menciptakan kinerja usaha yang lebih baik (Endah Prihartini, 2019). Manajemen pengetahuan dijadikan sebagai proses untuk berbagi pengetahuan dan belajar serta bekerja sama sehingga dapat membantu pekerjaan dengan lebih efektiv dan efesien. Dengan semakin tingginya ilmu manajemen pengethauan yang didapat sehingga dapat menciptakan pengetahuan baru

yang kemungkinan besar akan dapat meningkatkan suatu kinerja bisnis yang lebih tinggi. Hasil penelitian oleh (Yonita et al., 2019), (Endah Prihartini, 2019), (Rukaiyah & Muliana, 2018) dan (Nikmah Hanum, Jono Mintarto Munandar, 2020) menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan mempengaruhi kinerja bisnis. Berdasarkan uraian ini, asumsi berikut dapat dibuat:

H2: *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *businessperformance*

Manajemen pengetahuan sangat penting dalam meningkatkan kinerja suatu bisnis. Dengan menangkap pengetahuan dan informasi yang lebih banyak dapat menciptakan perubahan dalam organisasi dengan mengembangkan pengetahuan baru yang dapat meningkatkan kinerja bisnis yang lebih tinggi.

2.2.3. Hubungan antara *innovation capability* dan *business performance*

Kemampuan inovasi menggambarkan sebuah kemampuan perusahaan untuk mencapai suatu kinerja usaha yang berinovasi dengan lebih tinggi secara rutin (Nham et al., 2020). Kemampuan inovasi dilihat sebagai salah satu kemampuan terpenting yang harus dimiliki perusahaan dengan dipertimbangakan dalam sebuah organisasi baik secara individu maupun kelompok (Nham et al., 2020). Dengan kemampuan inovasi dapat menciptakan sebuah produk atau jasa yang terbaru dengan melalui berbagai informasi yang dapat memberikan nilai tinggi bagi organisasi. Kemampuan inovasi menjadi salah satu kunci faktor keberhasilan dalam

meningkatkan kinerja bisnis yang kompetitif (Heru Sulistyo & Ayuni, 2018). Hasil penelitian oleh (Yeşil et al., 2013) dan (Diharto et al., 2017) menunjukkan bahwa kemampuan inovasi mempengaruhi kinerja bisnis. Berdasarkan uraian ini, asumsi berikut dapat dibuat:

H3: *Innovation capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*

Kemampuan inovasi dijadikan salah satu faktor dalam meningkatkan sebuah kinerja bisnis yang lebih baik. Dengan berinovasi dalam menciptakanproduk maupun jasa yang dapat menambah nilai tinggi pada sebuah organisasi dalam miningkatkan kinerja bisnisnya.

2.2.4. Manajemen pengetahuan mempengaruhi *business performance* melalui *innovation capability*

Manajemen pengetahuan dijadikan sebagai sumber dasar dalam sebuah oraganisasi. Dengan pengetahuan yang dimiliki dan informasi yang didapat mampu menangkap dan menciptakan sebuah pengetahuan baru untuk membantu meningkatkan kinerja bisnis yang lebih baik dan mampu menjaga keberlangsungan usaha. Meningkatkan kinerja bisnis perlu adanya jembatan yang menjadikan penghubung manajemen pengetahuan dengan kinerja bisnis. Manajemen pengetahuan yang lebih baik akan dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan melalui kemampuan berinovasi untuk mengembangkan pengetahuan dan menciptakan sesuatu yang baru. Hasil penelitian oleh (Wulansari et al., 2020) dan (Prakasa, 2020) menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan mempengaruhi kinerja

bisnis melalui kemampuan inovasi. Berdasarkan uraian ini, asumsi berikut dapat dibuat:

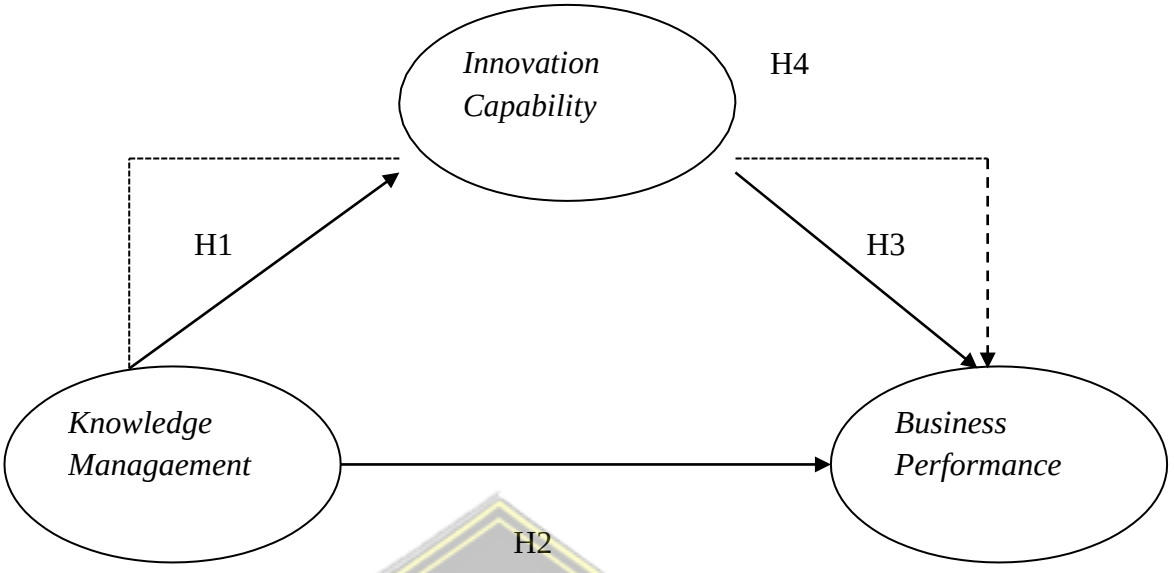
H4: *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *businessperformance* melalui *innovation capability*

manajemen pengetahuan dalam sebuah organisasi akan lebih baik penggunaannya dalam meningkatkan kinerja bisnis dengan ditambahakan kemampuan inovasi. Dengan diterapkannya jika melalui kemampuan inovasi mampu menciptakan ide-ide baru yang dapat meningkatkan kinerja bisnis.

2.3. Model empiris

Kinerja bisnis adalah suatu pencapaian hasil kerja maupun ukuran prestasi usaha yang dapat dilihat dari pencapaian suatu tujuan perusahaan yang dapat dipengaruhi dari beberapa faktor dalam periode waktu tertentu secara lebih efektif dan efesien dan juga dijadikan sebagai bahan evaluasi perusahaan. Di banyak organisasi kinerja bisnis merupakan faktor penting dalam keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditentukan. Dimana tingginya pencapaian kinerja dilihat dari tingginya kualitas dan kuantitas hasil kerja. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis, tetapi dalam penelitian ini faktor tersebut dianalisis melalui manajemen pengetahuan dan kemampuan inovasi.

Berdasarkan pemikiran diatas, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1.
Kerangka Kepemikiran

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Ananta Wikrama Tungga, Komang Adi Kurniawan Saputra, 2014).

3.2. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Nasution (2009) sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data secara khusus dan berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2005) sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan kepada peneliti, peneliti mencari data melalui orang lain atau melalui dokumen.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data primer menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara sedangkan data sekunder menggunakan buku literatur, jurnal dan data perusahaan. Pada penelitian ini metode pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dengan menggunakan google form. Sedangakan metode pengumpulan data sekunder menggunkan data perusahaan yang diperoleh dari Kementrian Perindustrian yang berupa daftar perusahaan meubel di Jawa Tengah.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan obyek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti yang kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang akan diambil adalah kinerja perusahaan *furniture* atau meubel yang berada di Jawa Tengah yang berjumlah 62.256 perusahaan yang terdaftar di BPS Provinsi Jawa Tengah.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan kesimpulan yang ditarik dari beberapa populasi dan dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Tenik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive

sampling yang mana cara penarikan sampel dalam memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriterianya yaitu perusahaan yang berada di Jawa Tengah dengan kategori *furniture* dan meubel yang terdaftar di BPS Provinsi Jawa Tengah.

Melihat jumlah populasi yang sangat besar, maka untuk memberikan sempel yang akurat, dalam penelitian ini mengacu pada rumus Slovin (Sugiyono, 2017) dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

Ne^2 = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilansamperl yang masih dapat ditolerir (10%)

Besarnya populasi yang diketahui sebesar 62.256 perusahaan meubel, sehingga berdasarkan rumus Slovin dapat dijelaskan dengan hasil sebagai berikut:

$$= \frac{62.256}{1 + (62.256) \times 0,01}$$

$$= \frac{62.256}{623,56}$$

$$= 99,83 \quad n = 100$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, jumlah sampel

yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden yang berada di Jepara dan Semarang

3.5. Definisi Oprasional dan Indikator

Definisi oprasional dalam penelitian ini adalah manajemen pengetahuan, kemampuan inovasi dan kinerja bisnis dengan definisi masing masing variabel dijelaskan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1.
Defisinisi Operasional dan Indikator Penelitian

No.	Definisi Oprasional	Indokator	Skala
1.	**Manajemen pengetahuan** adalah sebuah alat untuk menciptakan, menangkap, meningkatkan dan menyalurkan pengetahuan serta sebagai pengelolaan sumber daya manusia dan informasi teknologi yang selanjutnya untuk mendorong mencapai tujuan organisasi yang lebih efektif dan lebih baik dengan memperlihatkan keunggulan dalam bersaing.	➢ Pengetahuan baru sebagai proses pembanguanan berkelanjutan ➢ Pertukaran pengetahuan antar organisasi ➢ Pengembangan dan proses menciptakan karya baru (Linda et al., 2020)	Skala Likert5 Point
2.	**Kemampuan inovasi** adalah proses penciptaan produk baru, sistem, dan layanan dengan melalui berbagai macam strategi inovasi dan juga sebuah pengetahuan dengan karakteristik organisasi yang lengkap yang dapat menciptakan nilai tinggi dan mendapatkan lebih banyak manfaat untuk suatu organisasi.	➢ Penemuan (invensi) yaitu sebuah produk, jasa, ataupun proses yangterbaru. ➢ Pengembangan (ekstensi) yaitu sebuah pemanfaatan yangbaru dan penerapanlain pada produk,jasa atau prosesyang sudah ada. ➢ Penggandaan (duplikasi) yaitu peniruan ataskonsep yang sudahada secara kreatif.	Skala Likert5 Point

		➢ Sintesis yaitu kombinasi atas konsep atau faktor yang sudah ada dalam penggunaan atau formulasi yang baru. Kuratko, 1995 (Megawati & Farida, 2018)	
3.	**Kinerja bisnis** suatu pencapaian hasil kerja maupun ukuran prestasi usaha yang dapat dilihat dari pencapaian suatu tujuan perusahaan yang dipengaruhi dari beberapa faktor baik dalam maupun luar perusahaan dalam periode waktu tertentu secara lebih efektif dan efesien dan juga sebagai bahan evaluasi perusahaan.	➢ Kualitas ➢ Fleksibilitas ➢ Pemanfaatansumber daya ➢ Inovasi Fitzgerald, 1991 (Saunila, 2016)	Skala Likert5 Point

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek atau tidak setuju dengan pernyataan pada 5 (lima) titik skala (Sekaran & Bougie, 2013). Nilai untuk skala likert ditentukan mulai nilai 1 untuk pertanyaan negatif dan 5 untuk pernyataan positif seperti :

1. Sangat tidak setuju = 1
2. Tidak setuju = 2
3. Ragu-ragu = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat setuju = 5

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari validity, yang mempunyai arti sejauh manaketepatan atau kecermatan instrumen pengukur dalam melakukan fungsinya. Sebuah kuesioner bisa dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Validitas data diukur dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, dimana :

- Apabila r hitung > r tabel pada taraf signifikan 5%, maka dapat dikatakan kuesioner valid.
- Apabila r hitung < r tabel pada taraf signifikan 5%, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas ditujukan untuk menguji konsistensi kuesioner dalam mengukur stabilitas kuesioner apabila digunakan dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel, dilakukan uji statistik dengan melihat Cronbach's Alpha. Kriteria yang digunakan adalah :

- Jika nilai Alpha > 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.

- Jika nilai Alpha < 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas data

Uji normalitas data memiliki tujaun untuk menguji apakah dalam model regresi linier variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*. Apabila dalam perhitungan diperoleh nilai signifikan lebih dari 0.05, maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikan dibawah 0.05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu ke pengamatan lain.Jika variance tersebut tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas tetapi jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Keadaan heteroskedastisitas dapat menyebabkan penerjemahan koefesien-koefesien regresi menjadi tidak efesien sehingga hasil terjemahannya menjadi kurang dari semestinya. Permasalahan heteroskedastisitas dalam model persamaan regresi ini dilakukan menggunkanmetode Scatterplot.

Metode Scatterplot dapat dilihat dengan grafik plot dimana penyebaran titik – titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak

membentuk pola tertentu, serta arah penyebrannya berada diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga layak dipakai untuk memprediksi variabel terikat berdasarkan masukan variabel bebas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi merupakan untuk mengetahui ada tidaknya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel independennya. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tetapi jika nilai tolerance di atas 0.1 dan nilai VIF dibawah 10, maka antar variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3. Analisis Jalur (Path Analysis)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis) dengan menggunakan program SPSS Statistic versi 20. Menurut Ghozali, (2013) menyatakan bahwa untuk dapat menguji pengaruh intervening digunakan metode analisis jalur (path analysis). Analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan

kausalitas antar variabel dibentuk dengan modal berlandaskan teoritis. Analisis jalur dilakukan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner. Model persamaan yang digunakan dalam hipotesis 1, hipotesis 2 dan hipotesis 3 adalah sebagai berikut :

P_1 : $Y_1 = a + ß_1X + e_1$

P_2 dan P_3 : $Y_2 = a + ß_2X + ß_3Y_1 + e_2$

Keterangan :

P_1 = Jalur (path) 1

P_2 = Jalur (path) 2

P_3 = Jalur (path) 3

Y_1 = Kemampuan inovasiY_2 = Kinerja bisnis

X = Manajemen pengetahuana = Konstanta

$ß_1$ = Koefisien Jalur 1

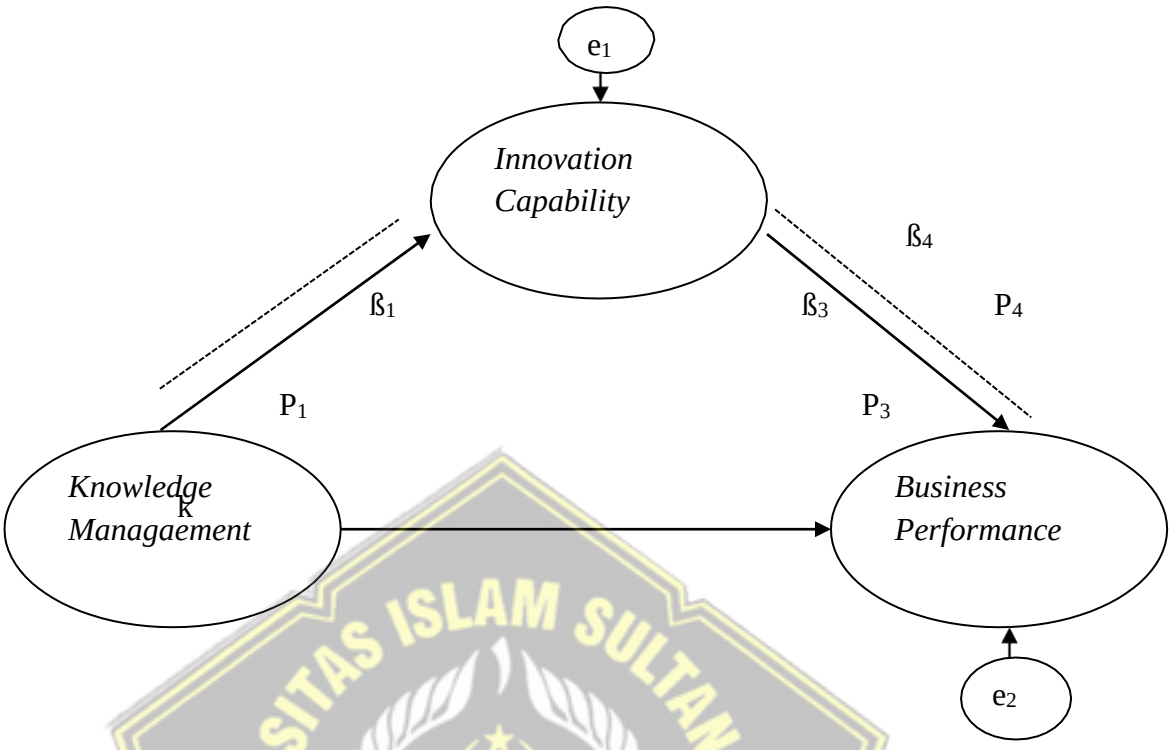
$ß_2$ = Koefisien Jalur 2

$ß_3$ = Koefisien Jalur 3

e_1 = error 1

e_2 = error 2

Teknik analisis data hipotesis 4 menggunakan uji analisis jalur (path analysis) untuk mengetahui pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui intervening. Adapun model persamaan analisis jalur disajikan pada gambar sebagai berikut :



Gambar 3. 1.
Analisis Jalur (Path Analysis)

Dalam Gambar 3.1 diatas maka terdapat dua persamaan sebagai berikut :Persamaan 1 : $Y_1 = a + P_1X + e_1$

Persamaan 2 : $Y_2 = a + P_2X + P_3Y_1 + e_2$

Untuk dapat mengetahui pengaruhnya secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung manajemen pengetahuan terhadap kinerja bisnis = P_1
2. Pengaruh tidak langsung manajemen pengetahuan terhadap kinerja bisnis = P_2 x P_3
3. Total pengaruh = P_1 + (P_2 x P_3)

3.6.4. Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunkan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur (path analysis) yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelmnya. Persamaan regresi yaang dilakukan dalam pengujian sebagai berikut :

a. Uji Statistik t (Uji Signifikan Model)

Pengujian ini dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t hitung (observasi) dengan t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5% atau α = 0.05. Jika hasil pengujian menunjukkan :

1) t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak

Variabel independen dapat menerangkan variabel dependen, atau ada pengaruh signifikan antar dua variabel yang diuji.

2) t hitung < t tabel, maka H_0 diterima

Variabel independen tidak dapat menerangkan variabel dependen, atautidak ada pengaruh signifikan antara dua variabel yang diuji.

b. Uji Koefesien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk melihat sejauh mana keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefesien determinasiyaitu antara 0 dam 1. Jika koefesien determinasi mendekati satu berarti semua variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasai variabel dependen. Semakin kecil nilai koefesien determinasi maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen

tebatas.

c. Uji Sobel

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hasil dari mediasi antara independen dengan variabel dependen. Variabel intervening adalah variabel antaraatau mediasi yang mempunyai fungsi memediasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini yaitu untuk menguji apakah variabel intervening Kemampuan inovasi dapat menjadi variabel intervening antara Manajemen pengetahuan dan Kinerja bisnis, maka digunakanlah uji sobel.

Menurut Ghozali, (2013) uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan variabel tidak langsung (X) ke variabel (Y2) melalui variabel mediasi (Y1). Uji sobel dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Keterangan :

S : Standart eror X-M

S : Standart eror M-Y

S : Koefisien regresi M-Y

S : Koefisien regresi X-M

Untuk menghitung pengaruh signifikan tidak langsung dilakukan dengan cara menghitung nilai t dari koefisien dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2013) :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Hasil perhitungan signifikan uji sobel dapat disimpulkan terjadi pengaruhmediasi jika tabel nilai t hitung > nilai t tabel.

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

4.1.1. Jabatan Responden

Tabel 4. 1.
Jabatan Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
HRD	29	29,00
Owner	23	23,00
Direktur	21	21,00
General Manager	15	15,00
Admin	12	12,00
Jumlah	100	100

Sumber :Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui tingkat jabatan responden pada industri meubel di Jawa Tengah paling banyak adalah pada tingkat HRD sebesar 29 dengan jumlah presentase 29% kemudian Owner dengan jumlah 23 dengan presentase 23% kemudian Direktur 21% kemudian General Manager 15% dan Admin 12%. Jabatan responden paling banyak terdapat diposisi HRD.

4.1.2. Tingkat Pendidikan

Tabel 4. 2.
Tingkat Pendidikan

Keterangan	Frekuensi	Presentasi
S1	63	63,00
S2	19	19,00
SMA	16	16,00
D3	2	2,00
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan respondenpaling banyak adalah pada strata S1 yaitu sebanyak 63 responden dengan presentase 63% dan yang paling sedikit adalah D3 dengan jumlah 2 orang responden dengan tingkat presentase 2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kualitas pendidikan yang baik dan terukur sehingga dapat mendukung kualitas kuesioner dan penilitian.

4.2. Deskripsi Variabel

Statistik deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran data dan kecenderungan data, dengan hasil nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata – rata, dan nilai standar devisiasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *knowledge management*, *innovation capability*, dan *business performance*. Hasil pengujian statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 3.
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Knowledge Management	100	14.00	20.00	17.3200	1.69896
Innovation Capability	100	10.00	20.00	17.1100	1.87969
Business Performance	100	12.00	20.00	17.6100	1.68112
Valid N (listwise)	100				

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 4.3 dapat dijelaskan variabel Manajemen pengetahuan yang diukur memiliki nilai minimum 14,00. Sedangkan nilai maksimum manajemen pengetahuan yaitu 20,00 yang dimiliki pada perusahaan meubel. Nilai rata – rata yang menunjukkan

rata – rata manajemen pengetahuan dalam penelitian ini adalah sebesar 17,3200 sedangkan standar deviasi sebesar 1,69896 dengan pengertian tidak terdapat penyimpangan manajemen pengetahuan pada masing – masing perusahaan meubel yang terdaftar di Kementrian Perindustrian karena nilai standar deviasi 1,69896 lebih kecil dari pada nilai rata – rata 17,3200.

Variabel Kemampuan inovasi yang diukur memiliki nilai minimum 10,00. Sedangkan nilai maksimum kemampuan inovasi yaitu 20,00 yang dimiliki pada perusahaan meubel. Nilai rata – rata yang menunjukkan rata – rata kemampuan inovasi dalam penelitian ini adalah sebesar 17,1100 sedangkan standar deviasi sebesar 1,87969 dengan pengertian tidak terdapat penyimpangan kemampuan inovasi pada masing – masing perusahaan meubel yang terdaftar di Kementrian Perindustrian karena nilai standar deviasi 1,87969 lebih kecil dari pada nilai rata –rata 17,1100.

Variabel Kinerja bisnis yang diukur memiliki nilai minimum 12,00. Sedangkan nilai maksimum kinerja bisnis yaitu 20,00 yang dimiliki pada perusahaan meubel. Nilai rata – rata menunjukkan rata – rata kinerja bisnis dalam penelitian ini adalah sebesar 17,6100 sedangkan standar deviasi sebesar 1,68112 dengan pengertian tidak terdapat penyimpangan kinerja bisnis pada masing – masing perusahaan meubel yang terdaftar di Kementrian Perindustrian karena nilai standar deviasi 1,68112 lebih kecil dari pada nilai rata – rata 17,6100.

4.3. Analisis Kuantitatif

4.3.1. Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas diukur dengan menghitung korelasi antara skor masing – masing pertanyaan dengan total skor yang diperoleh.

Tabel 4. 4.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R table 5%	Sign	Keterangan
Knowledge management (X)	KM.1	0,561		0,000	Valid
	KM.2	0,735	0,195	0,000	Valid
	KM.3	0,828		0,000	Valid
	KM.4	0,836		0,000	Valid
Innovation capability (Y1)	IC.1	0,771		0,000	Valid
	IC.2	0,818	0,195	0,000	Valid
	IC.3	0,891		0,000	Valid
	IC.4	0,863		0,000	Valid
Business performance (Y2)	BP.1	0,755		0,000	Valid
	BP.2	0,602	0,195	0,000	Valid
	BP.3	0,827		0,000	Valid
	BP.4	0,825		0,000	Valid

Sumber : Output hasil estimasi validitas, 2021

Dari hasil uji validitas variabel manajemen pengetahuan, kemampuan inovasi, dan kinerja bisnis dapat dikatakan bahwa keseluruhan indikator yang diajukan peneliti terhadap responden dinyatakan valid. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu indikator yang mewakili variabel. Indikator pada penelitian ini dapat mewakili variabel sehingga menghasilkan nilai r hitung > r tabel.

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. 5.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Angka Standar Reliabel	Kriteria
Knowledge management (X)	0,723	0,6	Reliabel
Innovation capability (Y1)	0,832	0,6	Reliabel
Business performance (Y2)	0,745	0,6	Reliabel

Sumber :Output hasil estimasi reliabilitas, 2021

Berdasarkan tabel koefesien 4.5 bahwa semua variabel dikatakan reliabel sehingga layak diuji ke tahap selanjutnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel manajemen pengetahuan, kemampuan inovasi, dan kinerja bisnis telah memenuhi persyaratan yang artinya bahwa variabel memiliki nilai alpha 0,6 sehingga keseluruhan variabel adalah reliabel. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten serta menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengkur gejala yang sama.

4.3.3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov yaitu data yang normal ditunjukkan dengan nilai signifikan di atas 0,05.

Tabel 4. 6.
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

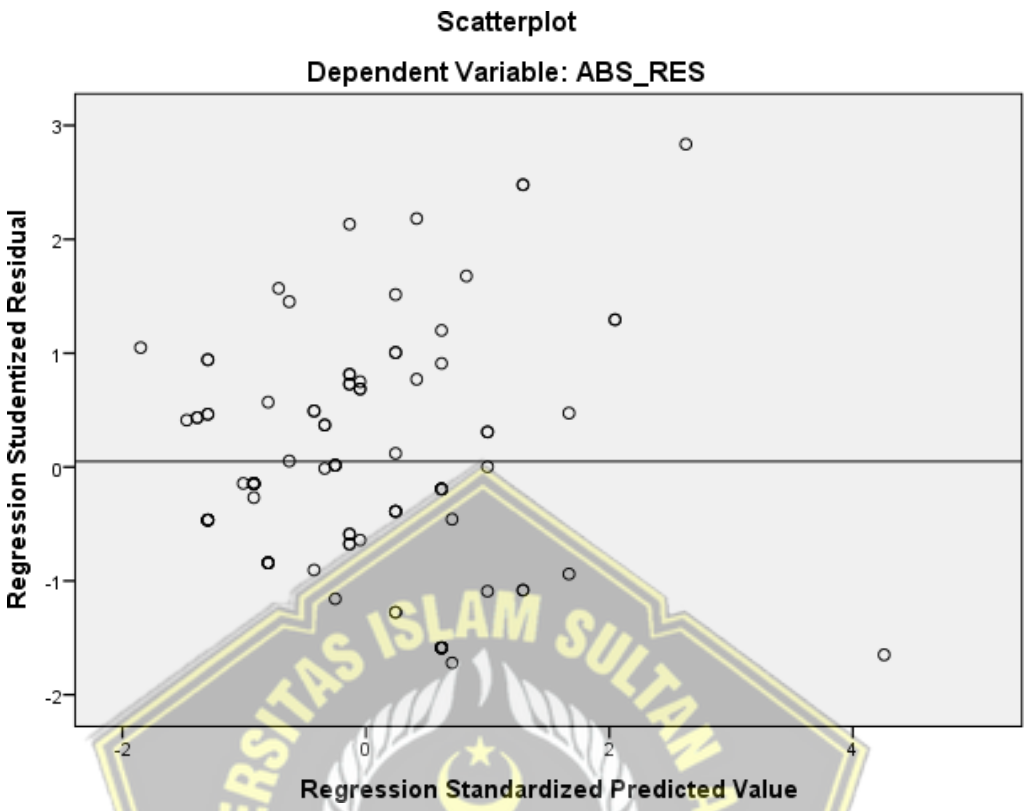
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.29485526
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.063
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.715
Asymp. Sig. (2-tailed)		.687

Sumber :Output hasil estimasi kolmogorov-smirnov, 2021

Dari Tabel 4.6 uji kolmogorov smirnov test menunjukan angka nilai signifikan 0,687 yang berarti telah melebihi niali signifikan yaitu 0,05 maka dapatdisimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

4.3.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regreasi terjadi ketidaksamaan variance dari resedul satu ke pengamatan lain. Cara mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas ialah dengan melihat grafik plot dimana penyebaran titik – titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentu pola tertentu, serta arah penyebarannya berada diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yangbaik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4. 1.
Pengujian Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot

Berdasarkan hasil pengamatan Gambar 4.1 diatas dapat dilihat grafik tidak membentuk pola khusus, yaitu titik – titik yang menyebar sehingga dapat dikatakan bahwa model tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas.

4.3.5. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi merupakan untuk mengetahui ada tidaknya kolerasi antara variabel independen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel independennya. Multiklinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 7.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Knowledge management (X)	0,622	1,609
Innovation capability (Y1)	0,622	1,609

Sumber : Output hasil estimasi multikolinearitas, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat permasalahan multikolinearitas. Maka model regresi tersebut layak dipakai.

4.4. Analisis Jalur (Path Analysis)

4.4.1. Analisis Jalur Tahap 1

Pengujian hopotesis dilakukan dengan mrnggunakan metode analisis jalur (path analysis). Pengolahan data dengan program SPSS memberikan nilai koefesien jalur sebagai berikut :

Tabel 4. 8.
Persamaan Regresi Linier

	Model 1				
	Dep = *innovation capability*				
Variabel	B	SE	Beta	T	Sig
(Constant)	5.323	1.553		3.471	0.001
Knowledge management	0.681	0.088	0.615	7.724	0.000
R Square	0.378				
Adj R Square	0.372				
Std Erorr Estimate	1.48953				

Sumber : Output hasil estimasi regresi, 2021

Model persamaan adalah sebagai berikut : **Y1 = 0,615X**

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa *knowledge management*berpengaruh positif terhadap *innovation capability*. Sehingga menunjukkan bahwakoefesien regresi memiliki arah positif sebagaimana yang diharapkan.

a. Koefesien manajemen pengetahuan memiliki arah positif terhadap kemampuan inovasi yang berarti bahwa manajemen pengetahuan yang lebih baik akan meningkatkan kemampuan inovasi. Dan selanjutnya hasil tersebut dapat diinterprestasikan untuk besarnya nilai dari masing – masing koefesien regresinya.

4.4.2. Analisi Jalur Tahap 2

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode analisis jalur (path analisis). Pengolahan data dengan program SPSS memberikan nilai koefesien jalur sebagai berikut :

Tabel 4. 9.
Persamaan Regresi Linier

	Model 1 Dep = *Business performance*				
Variabel	B	SE	Beta	T	Sig
(Constant)	6.260	1.427		4.387	0.000
Knowledge management	0.287	0.98	0.290	2.920	0.004
Innovation capability	0.373	0.89	0.417	4.207	0.000
R Square	0.638				
Adj R Square	0.407				
Std Erorr Estimate	1.30814				

Sumber : Output hasil estimasi regresi, 2021

Model persamaan adalah sebagai berikut : **Y2 = 0,290X +**

0,417Y1

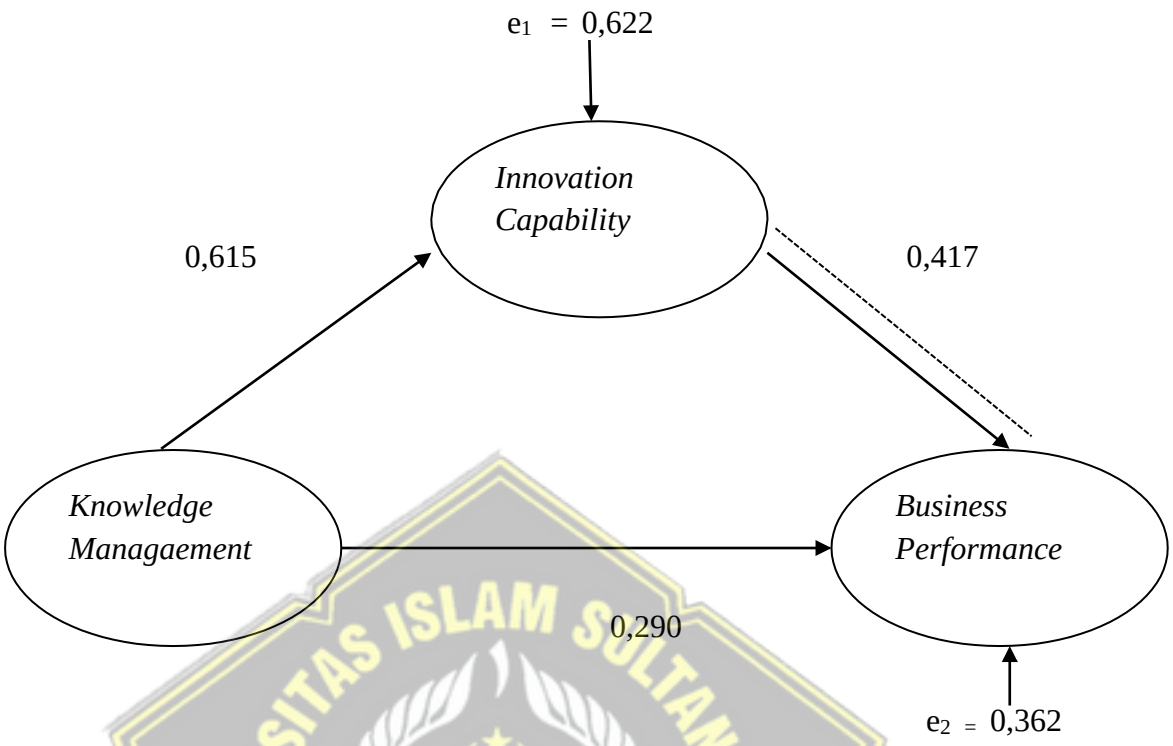
Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa *knowldge management* dan *innovation capability* berpengaruh positif terhadap *business performance*. Sehingga menunjukkan bahwa koefesien regresi memiliki arah positif sebagaimana yang diharapkan.

a. Koefesien manajemen pengetahuan memiliki arah positif terhadap kinerja bisnis yang berarti bahwa manajemen pengetahuan yang lebih baik akan meningkatkan kinerja bisnis.
b. Koefesien kemampuan inovasi memiliki arah positif terhadap kinerja bisnis yang berarti bahwa kemampuan inovasi yang lebih baik akan meningkatkan kinerja bisnis.

Berdasarkan model – model pengaruh diatas, maka dapat disusun model lintasan pengaruh yang disebut path analysis. Pengaruh eror pada persamaanpertama dan kedua adalah sebagai berikut :

$Pe_1 = \sqrt{1 - R^2}$
$Pe_1 = \sqrt{(1 - 0{,}378)} = 0{,}622$
$Pe_2 = \sqrt{(1 - 0{,}638)} = 0{,}362$

Adapun model persamaan analisis jalur (path analysis) disajikan padagambar sebagai berikut :



Gambar 4. 2.
Analisis Jalur (Path Analysis)

Berdasarkan gambar diatas, untuk mencari pengaruhnya secara rinciadalah sebagai berikut :

1. Pengaruh langsung manajemen pengetahuan terhadap kinerja bisnis

   P_1 =0,290

2. Pengaruh tidak langsung manajemen pengetahuan terhadap kinerja bisnis =P_2 x P_3

   = 0,615 x 0,417

   = 0,265

3. Total pengaruh = P_1 + (P_2 x P_3)

   = 0,290 + (0,615 x 0,417)

   = 0,555

4.5. Pengujian Hipotesis

4.5.1. Uji Statistik t (Uji Sgnifikan Model)

Pengujian ini dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t hitung (observasi) dengan t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5% atau α = 0.05. Jika hasil pengujian menunjukkan :

1) t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak

   Variabel independen dapat menerangkan variabel dependen, atau ada pengaruh signifikan antar dua variabel yang diuji.

2) t hitung < t tabel, maka H_0 diterima

   Variabel independen tidak dapat menerangkan variabel dependen, atautidak ada pengaruh signifikan antara dua variabel yang diuji.

Berdasarkan pengjian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat dijelasakan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Knowledge management* Terhadap *Innovation capability*

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh nilai dari koefisien Manajemen pengetahuan sebesar 0,615 dengan nilai probabilitasnya 0,000 lebih kecil dari level signifikan yang digunakan sebesar 0,05 yang memiliki arti hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dengan hasil tersebut maka Manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan sifnifaknterhadap Kemampuan inovasi. pengujian tersebut mampu menerima hipotesis pertama, sehingga dugaan yang menyatakan Manajemen pengetahuan berpengaruh positif terhadap Kemampuan inovasi diterima.

2. Pengaruh *Knowledge management* Terhadap *Business performance*

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh nilai dari koefisien Manajemen pengetahuan sebesar 0,290 dengan nilai probabilitasnya 0,004 lebih kecil dari level signifikan yang digunakan sebesar 0,05 yang memiliki arti hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dengan hasil tersebut maka Manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Business Performmance. Pengujian tersebut mampu menerima hipotesis kedua, sehingga dugaan yang menyatakan Manajemen pengetahuan berpengaruh positif terhadap Kinerja bisnis diterima.

3. Pengaruh *Innovation capablity* Terhadap *Business performance*

Berdasarkan dari hasil peneliian yang diperoleh nilai dari koefesien Kemampuan inovasi sebesar 0,417 dengan nilai probabilitasnya 0,000 lebih kecil dari level signifikan yang digunakan sebesar 0,05 yang memiliki arti hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dengan hasil tersebut maka Kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja bisnis. Pengujian tersebut mampu menerima hipotesis ketiga, sehingga dugaan yang menyatakan Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja bisnis diterima.

4. Pengaruh *Knowledge managemnet* Terhadap *Business performance* Melalui *Innovation capability*

Berdasarkan dari analisis jalur yang signifikan telah diketahui pengaruh secara tidak langsung antara variabel independen terhadap

variabel Y_2 melalui variabel Y_1 diperoleh dengan cara mengalikan koefisien path pengaruh langsung variabel independen terhdap Y_1 (P_1) dengan koefisien path pengaruh variabel Y_1 deangan Y_2 (P_3) yaitu 0,615 x 0,417 = 0,256. Hal ini berarti terdapat pengaruh secara tidak langsung variabel independen terhadap Y_2 melalui Y_1 sebesar 0,256

4.5.2. Uji Koefesien Determinasi (R2)

Pengujian ini digunakan untuk melihat sejauh mana keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefesien determinasi yaitu antara 0 dam 1. Jika koefesien determinasi mendekati satu berarti semua variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasai variabel dependen.

1. Koefesien Determinasi (R^2)

   Pada tabel 4.8 analisis jalur tahap 1 ditunjukkan nilai R^2 pada model regresi satu sebesar 0,372 yang artinya 37,2% variasi dari Kemampuan inovasi dapat dijelaskan oleh variabel independen Manajemen pengetahuan sedangkan sisanya 62,8% Kemampuan inovasi dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain.

2. Koefesien Determinasi (R^2)

   Pada tabel 4.9 analisis jalur tahap 2 ditunjukkan nilai R^2 pada model regresi sebesar 0,407 yang artinya 40,7% variasi dari Kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh variabel independen Manajemen pengetahuan dan Kemampuan inovasi sedangkan sisanya 59,3% Kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain.

4.6. Uji Sobel

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hasil dari mediasi antara independen dengan variabel dependen. Uji sobel dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

$$= \sqrt{(0{,}417)^2(0{,}088)^2 + (0{,}615)^2(0{,}089)^2 + (0{,}088)^2(0{,}089)^2}$$

$$= 0{,}066362$$

Untuk menghitung pengaruh signifikan tidak langsung dilakukan dengan cara menghitung nilai t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{0{,}615 \ x \ 0{,}417}{0{,}066362} = 0{,}991073227$$

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa t_{hitung} = 0,991073227 lebih kecil dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,66023 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi tidak signifikan yang berarti tidak terdapat pengaruh mediasi Kemampuan inovasi dalam memediasi hubungan Manajemen pengetahuan terhadap Kinerja bisnis.

4.7. Pembahasan

4.7.1. Pengaruh *Knowledge management* terhadap *Innovation capability*

Hasil penelitian ini terbukti bahwa manajemen pengetahuan efektif untuk membangun kemampuan inovasi. Artinya semakin tinggi manajemen pengetahuan yang dilakukan, maka semakin tinggi pula kemampuan inovasi

yang dihasilkan. Knowledege management ini dapat mengimprovisasikan dan mengembangkan jalannya perusahaan melalui hal - hal baru. Dijelaskan juga bahwa perusahaan memiliki minat untuk meningkatkan hal baru untuk dapat membuat perusahaan lebih maju dan berkembang.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prakasa, 2020) menyatakan bahwa manajemen pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi. Kemudian penelitian (H. Sulistyo, 2020) juga mengungkapkan bahwa kapabilitas manajemen pengetahuan berpengaruhterhadap kemampuan inovasi.

4.7.2. Pengaruh *Knowledge management* terhadap *Business performance*

Hasil penelitian ini terbukti bahwa manajemen pengetahuan efektif untuk membangun kinerja bisnis. Artinya semakin tinggi manajemen pengetahuan yang dilakukan, maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dihasilkan. Dijelaskan juga bahwa sangat penting manajemen pengetahuan dalam mengarahkan jalannya perusahaan dengan melalui pendekatan yang terencana juga sistematis mampu menjadikan perusahaan dapat berjalan lebih terarah, efektif serta efesien. Kemudian juga dapat untuk mengimplementasikan strategi sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada dan menghadapi ancaman yang terjadi sehingga dapat meningkatkan hal baru dan mempermudah sistem kerja perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yonita et al., 2019) menjelaskan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan manjemen pengethuan terhadap kinerja bisnis. Kemudian penelitian (Endah Prihartini,

2019) juga menjelaskan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan manajemen pengetahuan terhadap kinerja UMKM Sektor Industri Sandang di Kabupaten Majalengka. Kemudian (Rukaiyah & Muliana, 2018) menjelaskan bahwa manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Selanjutnya (Nikmah Hanum, Jono Mintarto Munandar, 2020) juga menjelaskan bahwa manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja BAPETEN.

4.7.3. Pengaruh *Innovation capability* terhadap *Business performance*

Hasil penelitian ini terbukti bahwa kemampuan inovasi efektif untuk membangun kinerja bisnis. Artinya semakin tinggi kemampuan inovasi yang dilakukan, maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dihasilkan. Dijelaskan juga bahwa dalam mengembangkan perusahaan perlu adanya kemampuan inovasi yang dapat menghasilkan proses baru dan juga produk baru secara kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan penemuan baru dan ilmu pengetahuan dan teknologi atau pemanfaatan digital sehingga dapat mengembangkan perusahaan untuk menjadikan kinerja bisnis lebih meningkat.

Hal ini sejalan dengan penilitian yang dilakukan oleh (Yeşil et al., 2013) menyatakan bahwa kemampuan inovasi merupakan proses inovasi dalam menghasilkan wawasan untuk meningkatkan iklim dan kinerja organisasi dengan hasil kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Kemudian (Diharto et al., 2017)

menungkapkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

4.7.4. Pengaruh *Knowledge management* terhadap *Business performance* melalui *Innovation capability*

Hasil penelitian ini terbukti bahwa manajemen pengetahuan tidak berperan secara tidak langsung terhadap kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi. Artinya, kondisi manajemen pengetahuan mampu meningkatkan kinerja bisnis tanpa melalui kemampuan inovasi. Tidak adanya pengaruh mediasi dalam penelitian ini disebabkan karena variabel kemampuan inovasi tidak menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja bisnis dengan manajemen pengetahuan secara langsung mampu meningkatkan business perfoemance melalui pengetahuan baru dan penemuan baru untuk dapat menjalankan bisnis yang lebih terarah tanpa melalui mediasi kemampuan inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa innovaton capability memunculkan presepsi yang berbeda bagi perusahaan meubel.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspita, Christiananta, & Ellitan, 2020) menjelaskan bahwa kemampuan inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Kemudian penelitian (Mir, Casadesús, & Petnji, 2016) juga menjelaskan bahwa kemampuan inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dari penelitian ini, maka dapat diartikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Manajemen pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kemampuan inovasi Indutri Meubel Jawa Tengah. Hal ini berarti tingkat Manajemen pengetahuan yang tinggi memiliki pengaruh semakin besar terhadap Kemampuan inovasi. artinya peningkatan Kemampuan inovasi dapat dibangun oleh indikator – indikator Manajemen pengetahuan. Hal ini memicu minat perusahaan untuk mengimprovisasikan dan mengembangkan kemampuan melalui hal - hal baru dan menerapkan setiap inovasi dalam pekerjaan yang bersumber dari Manajemen pengetahuan.
2. Manajemen pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Industri Meubel Jawa Tengah. Hal ini berarti tingkat Manajemen pengetahuan yang tinggi memiliki pengaruh yang semakin besar terhadap Kinerja bisnis. Artinya peningkatan Kinerja bisnis dapat dibangun oleh indikator – indikator Manajemen pengetahuan. Hal ini mendorong perusahaan untuk mempermudah pekerjaan yang menyebabkan tingkat keyakinan untuk dapat berkembang dan lebih maju sehingga dapat meningkatkan Kinerja bisnis.

3. Kemampuan inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Industri Meubel Jawa Tengah. Hal ini berarti tingkat Kemampuan inovasi memiliki pengaruh yang semakin besar terhadap Kinerja bisnis. Artinya peningkatan Kinerja bisnis dapat dibangun oleh indikator – indikator Kemampuan inovasi. Hal ini mendorong perusahaan untuk dapat menemukandan mengembangkan hal baru yang tidak lepas dari kemajuan teknologi dalam pekerjaan sehingga dapat menyebabkan peningkatan pada Kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi yang dimiliki.
4. Dari hasil sobel test variabel Kemampuan inovasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan sebagai variabel intervening antara Manajemen pengetahuan dan Kinerja bisnis. Artinya dengan adanya kemampuan inovasi tidak akan menjadi penghubung tidak langsung pada saat pengembangan manajemen pengetahuan pada perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja bisnis. Jadi pengembangan hal – hal baru dalam perusahaan dapat digali dengan mengasah manajemen pengetahuan yang dimiliki shingga dapat menjalankan bisnis lebih terarah. Artinya untuk dapat meningkatkan Kinerja bisnis dapat scara langsung melalui manajemen pengetahuan tanpa harus adanya penghubung atau mediasi kemampuan inovasi.

5.2. Saran

Dengan demikian implikasi hasil penelitian ini bagi manejerial dapat dikembangkan berdasarkan hasil tersebut

1. Manajemen pengetahuan di dalam perusahaan merupakan sumber daya utama yang dikembangkan pengetahuannya dalam perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan serta dapat membuat perusahaan lebih maju dan terarah. Dalam penelitian ini dari 3 variabel yang memiliki pengaruh paling besar dalam keterkaitannya antar satu dan yang lain. Yaitu variabel Manajemen pengetahuan dengan jumlah beta 0,615. Hal ini menujukkan perusahaan sebenarnya membutuhkan pengetahuan yang lebih luas untuk dapat dieksplor kembali. Sehingga dihrapakan perusahaan dapat mengembangkan, menciptakan serta menangkap hal – hal baru yang bersumber dari manajemen pengetahuan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yang lebih efektif dan efesien yang dapat mendukung meningkatnya kinerja bisnis Industri Meubel di Jawa Tengah.
2. Kemampuan inovasi merupakan hal mendasar dalam perusahaan untuk mengeluarkan ide – ide demi kemajuan perusahaan. Dalam penelitian ini dari 3 variabel yang memiliki pengaruh paling besar kedua dalam keterkaitannya antar satu dan yang lain. Yaitu variabel Kemampuan inovasi dengan jumalh beta 0,417. Hal ini menunjukkan perusahaan memerlukan dukungan untuk mengasah kemampuan yang dimiliki. Kemudian mendapatkan kebebasan untuk mengukapkan ide – ide

maupun inovasi baru yang ditemukan serta pelatihan pengembangan teknologi. Teknologi digital merupakan hal yang sangat penting bagi tumbuhnya inovasi. Inovasi yang dimaksud yaitu penemuan ide – ide baru yang dapat mendukung perkembangan zaman sehingga dapat membuat perusahaan lebih modern dan berkembang. Karena revolusi industri yang terus berkembang di era digital, sehingga innovation capablity dapat meningkatkan kinerja bisnis Industri Meubel di Jawa Tengah.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Menggunakan objek kurang luas, hanya sebatas Owner, Direktur, General Manager, HRD, dan Admin. Peneliti menyebar kuesioner hanya sebanyak 100 responden.
2. Variabel penelitian ini hanya sebatas 3 variabel saja yaitu *knowledge management*, *innovation capability* dan *business performance* sehingga kurang memenuhi kondisi yang ada pada perusahaan.

5.4. Agenda Peneliti Mendatang

1. Penelitian yang akan mendatang harus lebih banyak lagi variabel yang digunakan contohnya, *knwoledge sahring*, *knowledge absorption*, *knowledge transfer*, dan *innovation individual capability*. Sehingga mampu memperkuat suatu penelitian, permasalahan lebih lengkap dan kemungkinan berdampak pada penemuan pengetahuan baru yang dapat

meningkatkan kinerja bisnis.

2. Jumlah responden yang digunakan lebih bervariasi dan lebih banyak lagi sehingga pendapatnya dapat tersampaikan. Serta memperluas populasi dan sampel yang digunakan agar diperbesar dari sampel sebelumnya, hal ini dilakukan supaya hasil penelitian lebih spesifik dan menarik untuk dikaji.

DAFTAR PUSTAKA

Afqarina, R., & Dihan, F. N. (2019). Pengaruh Knowledge Management Dan Organisasi Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kajian Bisnis*, *27*(1), 73–91.

Akhmad Fauzi, R. H. N. A. (2020). *Manajemen Kinerja*. Surabaya: Airlangga University Press.

Ananta Wikrama Tungga, Komang Adi Kurniawan Saputra, D. P. V. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Devi Ratna Ningsih, A. P. (2019). *Determinan Kinerja Bisnis Industri Kecil dan Menengah (IKM) Tenun Ikat Kabupaten Jepara*. *2*(1), 18–23.

Diharto, A. K., Budiyanto, & Muafi. (2017). A causality model of people equity, VRIN resource, social capital, innovation capability and SMEs performance. *Journal of Business and Retail Management Research*, *11*(4), 124–130.

Ekawati, R., & Soleha, L. K. (2017). Meningkatkan Kemampuan Inovasi Organisasi Melalui Human Capital. *Jurnal INTEKNA*, *17*(2), 141–147.

Endah Prihartini, A. S. (2019). *Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Inovasi*. *14*(2), 345–355.

Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Ketujuh). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (Ukm) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, *4*(8), 8–21.

Linda, M. R., Thabrani, G., Firman, & Patrisia, D. (2020). *The Linkages of the Role of Human Capital and Knowledge Management on Innovation: According to a Literature Studies*. *145*(Icebm 2019), 261–267.

Marwan. (2020). *Manajemen Kinerja dan Budaya Organisasi: Suatu Tinjauan Teoritis*. Yayasan Kita Menulis.

Megawati, & Farida, L. (2018). Strategi menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang kreatif dan inovatif. *Prosiding Seminar Nasional ASBIS*, *6014*, 296–302.

Mir, M., Casadesús, M., & Petnji, L. H. (2016). The impact of standardized innovation management systems on innovation capability and business performance: An empirical study. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, *41*(October 2017), 26–44.

Muhammad Rosyihan Hendrawan. (2019). *Mnajemen Pengetahuan Konsep dan Praktik Berpengetahuan Pada Organisasi Pembelajaran*. Malang: UB Press.

Nasution. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nham, T. P., Tran, N. H., & Nguyen, H. A. (2020). Knowledge sharing and innovation capability at both individual and organizational levels: An empirical study from Vietnam's telecommunication companies. *Management and Marketing*, *15*(2), 275–301.

Nikmah Hanum, Jono Mintarto Munandar, J. P. (2020). *The Influence Of Competence And Knowledge Management On Performance Jam*. *18*(2), 252–260.

Nugroho J. Setiadi, S.E., M. . (2003). *Perilaku Konsumen* (Revisi 1). Jakarta: Prenada Media Gruop.

Prakasa, P. R. D. M. I. Y. (2020). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Individual Innovation Capability Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *78*(1), 199–208.

Puspita, L. E., Christiananta, B., & Ellitan, L. (2020). The effect of strategic orientation, supply chain capability, innovation capability on competitive advantage and performance of furniture retails. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *9*(3), 4521–4529.

Rasyid, A., & Firdayani, P. (2018). Implementasi Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi Melalui Management Strategic. *Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *5*(2), 154–161.

Rintan Saragih. (2017). Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan*, *3*(DESEMBER), 26–34.

Rukaiyah, S., & Muliana, M. (2018). Penguatan Hubungan Antara Leadership Strategy, Knowledge Management dan Orientasi Bisnis Terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *5*(2), 32–40.

Saunila, M. (2016). Performance measurement approach for innovation capability in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, *65*(2), 162–176.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for BusineST : A Skill Building Approach, USA: John Wiley & Sons Ltd.*

Sinaga, O. S. (2020). *Manajemen Kinerja dalam Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.

Sondakh, O. (2019). Measuring the Organizational Innovation Capabilities. *Information and Knowledge Management*, *9*(April), 22–28.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sulaksono, H. (2015). *Budaya Organisasi Dan Kinerja*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Sulistyo, H. (2020). *Enhancing the Innovation Capability Through Knowledge Management Capability and Networking*. *115*(Insyma),

Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2018). How Does Knowledge Absorption Foster Performance? The Mediating Effect of Innovation Capability. *Jurnal Dinamika Manajemen*, *9*(1), 114–125.

Susilowati, I., & Kaharti, E. (2019). *Analisi Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada UKM di Kebumen*. 663–672.

Teguh Pambudi. (2017). *Pengaruh Kepemimpinan, Manajemen Pengetahuan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (PERSERO) I Cabang Kota Dumai*. *4*, 780–793.

Tovan. (2019). *Pengaruh Research And Development (R & D) dan Human Capital Terhadap Kemampuan Inovasi*. 84–91.

Try, R., Angga, N., & Mulyanto, D. (2015). Pengaruh Knowledge Management Te rhadap Inovasi, Implementasi Strategi dan Kinerja Organisasi (Studi Pada RS Lavalette Malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, *1*, 14–21.

Wibowo, Wahyu Hidayat, M. (2020). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan dan Kinerja Perusahaan Pada Kantor PLN UP3 Tanjungpinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis*, *3*(1), 92–101.

Wulansari, N. A., Ranihusna, D., & Wijaya, A. P. (2020). The role of knowledge management in MSMEs business performance. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *485*(1).

Yeşil, S., Koska, A., & Büyükbeşe, T. (2013). Knowledge Sharing Process, Innovation Capability and Innovation Performance: An Empirical Study.

Procedia - Social and Behavioral Sciences, *75*, 217–225.

Yonita, R., Yem, S., & Linda, M. R. (2019). The Effects of Intellectual Capital and Knowledge Management on Business Performance. *International Journal of Economics and Management Studies*, *6*(12), 223–226.

Zawislak, P. A., Fracasso, E. M., & Tello-Gamarra, J. (2018). Technological intensity and innovation capability in industrial firms. *Innovation & Management Review*, *15*(2), 189–207.

LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner Penelitian

DAFTAR PERNYATAAN

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : .....
2. Jabatan : .....
3. Pendidikan Terakhir : .....

Petunjuk

Berilah peringkat (jawab) atas pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda silang (√) pada huruf-huruf yang tersedia di depan jawaban yang paling tepat dengan keadaan perusahaan saudara

a. Sangat setuju (SS) Skor 5
b. Setuju (S) Skor 4
c. Ragu-ragu (R) Skor 3
d. Tidak setuju (TS) Skor 2
e. Sangat tidak setuju (STS) Skor 1

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

PERTANYAAN PENGUKURAN *MANAJEMEN PENGETAHUAN*

No	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya selalu menggunakan pengetahuan yang saya miliki untuk mempermudah pekerjaan					
2.	Saya dapat menciptakan ilmu-ilmu baru dalam pekerjaan					
3.	Saya memiliki proses untuk mendistribusikan atau bertukar pengetahuan antar organisasi					
4.	Saya selalu menerapakan setiap inovasi yang saya ciptakan dalam pekerjaan					

a. Apa pentingnya manajemen pengetahuan untuk mendukungkeberlangsungan organisasi ?

.....

.....

.....

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

PERTANYAAN PENGUKURAN *KEMAMPUAN INOVASI*

No	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya bersedia menerima penemuan baru yang ada dalam pekerjaan					
2.	Saya mampu mencoba mengembangkan hal baru dalam pekerjaan					
3.	Saya mampu menghasilkan proses baru yang sudah ada secara kreatif dalam pekerjaan					
4.	Saya mampu mencoba mengkombinasikan hal baru yang ada dalam pekerjaan					

a. Kemampuan inovasi apakah yang dihasilkan dalam organisai ?

.....

.....

.....

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

PERTANYAAN PENGUKURAN *KINERJA BISNIS*

No	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya mampu menyesuaikan dan bersikap sigap dalam situasi darurat menunjukkan kinerja bisnis yang baik					
2.	Saya merasa kualitas hasil produksi usaha yang baik menunjukkan kinerja bisnis yang baik					
3.	Saya merasa kebijaksanaan dalam pemanfaatan sumber daya sangat mempengaruhi kinerja bisnis					
4.	Saya mampu mengembangkan usaha yang tidak lepas dari kemajuan teknologi menunjukkan kinerja bisnis yang baik					

a. Kinerja bisnis seperti apakah yang dapat membuat perusahaan mencapai tujuan ?

.....

.....

.....

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 2. Uji Validitas

Correlations

		KM1	KM2	KM3	KM4	Manajemen pengetahuan
KM1	Pearson Correlation	1	.101	.406**	.323**	.561**
	Sig. (2-tailed)		.317	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
KM2	Pearson Correlation	.101	1	.408**	.521**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.317		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KM3	Pearson Correlation	.406**	.408**	1	.651**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KM4	Pearson Correlation	.323**	.521**	.651**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Manajemen pengetahuan	Pearson Correlation	.561**	.735**	.828**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		IC1	IC2	IC3	IC4	Kemampuan inovasi
IC1	Pearson Correlation	1	.376**	.512**	.414**	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
IC2	Pearson Correlation	.376**	1	.695**	.650**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
IC3	Pearson Correlation	.512**	.695**	1	.746**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
IC4	Pearson Correlation	.414**	.650**	.746**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan inovasi	Pearson Correlation	.711**	.818**	.891**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Correlations

		BP1	BP2	BP3	BP4	Kinerja bisnis
BP1	Pearson Correlation	1	.169	.531**	.528**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.092	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
BP2	Pearson Correlation	.169	1	.349**	.335**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.092		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
BP3	Pearson Correlation	.531**	.349**	1	.620**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
BP4	Pearson Correlation	.528**	.335**	.620**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kinerja bisnis	Pearson Correlation	.755**	.602**	.827**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	4

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

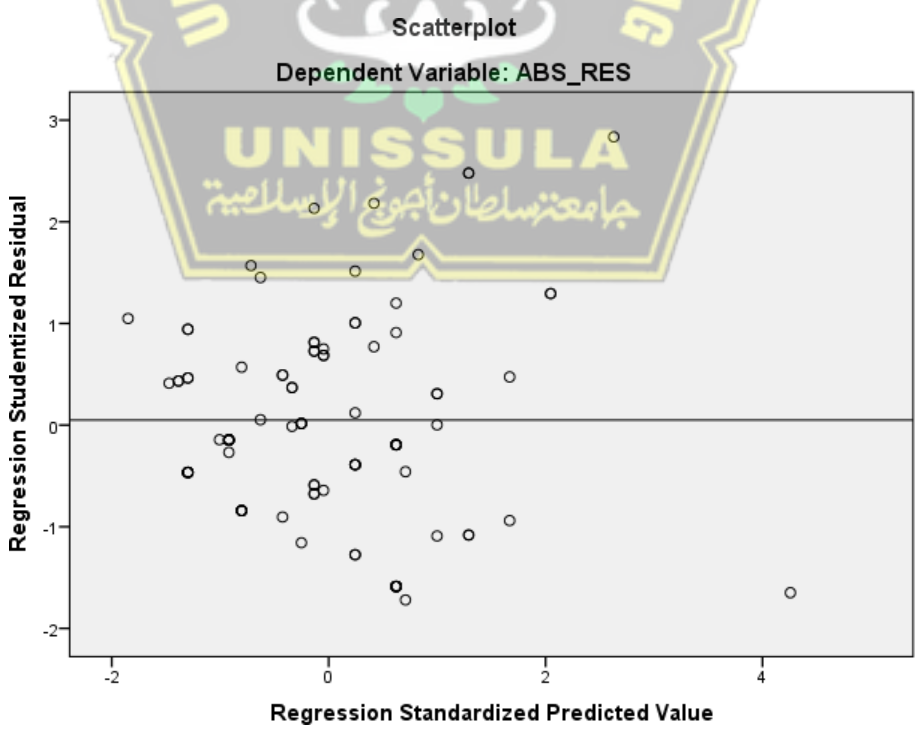
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.29485526
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.063
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.715
Asymp. Sig. (2-tailed)		.687

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Heteroskedastisitas



3. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.521	.840		1.811	.073		
	Manajemen pengetahuan	-.030	.048	-.063	-.620	.537	1.000	1.000
2	(Constant)	2.897	.788		3.675	.000		
	Manajemen pengetahuan	.146	.054	.305	2.694	.008	.622	1.609
	Kemampuan inovasi	-.259	.049	-.598	-5.276	.000	.622	1.609

a. Dependent Variable: ABS_RES

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 5. Path Analysis

TAHAP 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.323	1.533		3.471	.001		
	Manajemen pengetahuan	.681	.088	.615	7.724	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kemampuan inovasi

TAHAP 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.247	1.457		5.661	.000		
	Manajemen pengetahuan	.541	.084	.546	6.457	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	6.260	1.427		4.387	.000		
	Manajemen pengetahuan	.287	.098	.290	2.920	.004	.622	1.609
	Kemampuan inovasi	.373	.089	.417	4.207	.000	.622	1.609

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis

Lampiran 6. Tabulasi

NO	Manajemen pengetahuan				Kemampuan inovasi				Kinerja bisnis			
	KM1	KM2	KM3	KM4	IC1	IC2	IC3	IC4	BP1	BP2	BP3	BP4
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
8	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5
10	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4
11	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
12	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
17	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
19	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
21	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
22	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
26	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
27	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
28	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5
29	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
32	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4

NO	Manajemen pengetahuan				Kemampuan inovasi				Kinerja bisnis			
	KM1	KM2	KM3	KM4	IC1	IC2	IC3	IC4	BP1	BP2	BP3	BP4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
35	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
36	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
37	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5
38	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
39	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
43	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
44	5	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4
45	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
46	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
48	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
49	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
52	5	3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4
53	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
56	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
57	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
58	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4
60	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5
61	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
62	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
63	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
64	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	3	3	3	1	3	4	3	3
67	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5
68	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	5	5
69	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4

NO	Manajemen pengetahuan				Kemampuan inovasi				Kinerja bisnis			
	KM1	KM2	KM3	KM4	IC1	IC2	IC3	IC4	BP1	BP2	BP3	BP4
70	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4
71	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5
72	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
73	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
74	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
75	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
76	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5
81	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5
82	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
85	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
92	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
93	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
94	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
97	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
98	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
99	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
100	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	3

NO	Jabatan	Pendidikan	Jumlah Nilai Variabel			Jumlah Nilai	Rata2
			KM	IC	BP		
1	General Manager	S1	15	16	19	50	12,5
2	Admin	S1	17	19	19	55	13,75
3	HRD	S1	20	19	20	59	14,75
4	General Manager	S2	16	17	16	49	12,25
5	HRD	S1	18	16	18	52	13
6	HRD	S1	20	20	20	60	15
7	General Manager	S2	15	16	18	49	12,25
8	Owner	SMA	17	15	16	48	12
9	Direktur	S2	15	18	18	51	12,75
10	Admin	SMA	15	16	18	49	12,25
11	HRD	S1	18	16	19	53	13,25
12	Direktur	S2	16	16	16	48	12
13	Admin	S1	17	18	16	51	12,75
14	General Manager	S2	16	16	19	51	12,75
15	HRD	S1	20	20	20	60	15
16	Admin	S1	17	17	18	52	13
17	HRD	S1	19	15	20	54	13,5
18	Direktur	S2	16	17	17	50	12,5
19	General Manager	S2	17	15	20	52	13
20	Owner	SMA	15	16	17	48	12
21	Owner	SMA	17	19	19	55	13,75
22	HRD	S1	16	16	16	48	12
23	Owner	SMA	20	20	20	60	15
24	Owner	SMA	16	16	15	47	11,75
25	Admin	S1	17	16	17	50	12,5
26	Direktur	S2	19	17	18	54	13,5
27	HRD	S1	18	16	19	53	13,25
28	Direktur	S1	15	17	17	49	12,25
29	Owner	SMA	14	18	18	50	12,5
30	Owner	SMA	17	16	16	49	12,25
31	HRD	S1	16	16	17	49	12,25
32	HRD	S1	19	20	19	58	14,5
33	Owner	SMA	16	16	15	47	11,75

NO	Jabatan	Pendidikan	Jumlah Nilai Variabel			Jumlah Nilai	Rata2
			KM	IC	BP		
34	HRD	S1	20	20	19	59	14,75
35	Owner	S1	17	17	16	50	12,5
36	Direktur	S2	19	20	18	57	14,25
37	General Manager	S2	18	15	19	52	13
38	General Manager	S1	17	16	15	48	12
39	HRD	S1	19	20	19	58	14,5
40	General Manager	S1	17	16	17	50	12,5
41	HRD	S1	20	20	20	60	15
42	HRD	S1	18	18	17	53	13,25
43	Owner	SMA	15	16	15	46	11,5
44	Direktur	S1	15	16	16	47	11,75
45	HRD	S1	19	19	18	56	14
46	General Manager	S1	16	16	16	48	12
47	HRD	S1	19	20	19	58	14,5
48	HRD	S1	20	19	20	59	14,75
49	HRD	S1	19	20	19	58	14,5
50	Owner	S2	17	16	16	49	12,25
51	Admin	S1	15	16	15	46	11,5
52	Direktur	S1	16	17	16	49	12,25
53	General Manager	S1	17	15	16	48	12
54	Direktur	S1	19	20	19	58	14,5
55	Admin	S1	17	16	17	50	12,5
56	Owner	SMA	20	19	19	58	14,5
57	Direktur	S1	15	17	17	49	12,25
58	HRD	S1	19	20	20	59	14,75
59	Owner	S1	16	16	16	48	12
60	Owner	SMA	15	17	17	49	12,25
61	HRD	S1	19	20	19	58	14,5
62	Admin	S1	17	16	17	50	12,5
63	General Manager	S2	19	20	18	57	14,25
64	Owner	SMA	15	16	17	48	12
65	HRD	S1	17	16	16	49	12,25

NO	Jabatan	Pendidikan	Jumlah Nilai Variabel			Jumlah Nilai	Rata2
			KM	IC	BP		
66	Admin	S1	16	10	13	39	9,75
67	Direktur	S2	16	16	18	50	12,5
68	General	S2	14	14	18	46	11,5
	Manager						
69	HRD	S1	15	16	16	47	11,75
70	HRD	S1	19	19	17	55	13,75
71	Direktur	D3	18	15	18	51	12,75
72	Owner	S1	17	16	17	50	12,5
73	HRD	S1	17	13	12	42	10,5
74	Owner	S1	18	18	17	53	13,25
75	General Manager	S1	17	16	17	50	12,5
76	General Manager	S1	18	18	19	55	13,75
77	HRD	S1	16	16	17	49	12,25
78	Owner	SMA	20	20	20	60	15
79	General Manager	S2	20	19	20	59	14,75
80	Direktur	D3	19	15	20	54	13,5
81	Direktur	S1	18	19	18	55	13,75
82	Direktur	S2	17	17	16	50	12,5
83	Owner	SMA	15	17	18	50	12,5
84	Direktur	S1	17	16	17	50	12,5
85	Direktur	S2	19	20	20	59	14,75
86	Owner	S1	17	16	16	49	12,25
87	Owner	S1	17	16	16	49	12,25
88	Owner	S1	20	20	20	60	15
89	HRD	S1	20	18	17	55	13,75
90	Admin	SMA	20	20	20	60	15
91	Direktur	S1	17	15	20	52	13
92	Owner	S1	15	17	17	49	12,25
93	Direktur	S2	17	16	19	52	13
94	HRD	S1	18	16	16	50	12,5
95	Admin	S1	17	16	16	49	12,25
96	HRD	S1	17	17	19	53	13,25
97	Direktur	S1	15	17	17	49	12,25
98	HRD	S1	20	18	16	54	13,5

NO	Jabatan	Pendidikan	Jumlah Nilai Variabel			Jumlah Nilai	Rata2
			KM	IC	BP		
99	Direktur	S2	19	17	19	55	13,75
100	Admin	S1	17	16	17	50	12,5

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية