

**ANTESENDEN
STIMULATION ISLAMIC VALUE ENTREPRENEUR
MENUJU PENINGKATAN KINERJA ORGANISASI**

Disertasi



Disusun oleh :

D a s m a d i

NIM : 1040800005

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor Ilmu manajemen
Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang

**Program Studi Doktor Ilmu Manajemen
Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung
Semarang
2021**

ANTESENDEN
STIMULATION ISLAMIC VALUE ENTREPRENEUR
MENUJU PENINGKATAN KINERJA ORGANISASI

Disusun oleh :

D a s m a d i

NIM : 1040800005

Semarang, Oktober 2021

Telah Disetujui untuk dilaksanakan oleh :

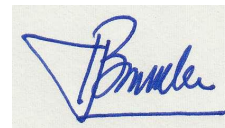


Ketua Program Pasca Sarjana
Program Studi Doktor Ilmu Manajemen

Tim Promoto

Prof. Dr. Widodo, S.E., M.Si
NIDN. 0608026502

Prof. Dr. Widodo S.E., M.Si.
NIDN. 0608026502



Dr. Budhi Cahyono., S.E., M.Si.
NIDN. 0609116802

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah S.W.T yang maha kuasa yang telah memberikan berbagai anugerah. terselesainya usul penelitian Desertasi ini adalah wujud anugerah-Nya. Oleh karena itu pula pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

Prof. Dr. Widodo, SE., M.Si dan Dr. Budhi Cahyono., S.E., M.Si selaku Tim Promotor, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh komunikatif, kesabaran dan keteladanan.

Seluruh Dosen Program Doktor Ilmu Manajemen Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah menginspirasi untuk selalu belajar dan memberikan dinamika keilmuan.

Rekan-rekan Mahasiswa Program Doktor ilmu Manajemen, khususnya angkatan III Program Doktor Ilmu Manajemen Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Akhirnya kepada semua pihak dan handai taulan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kami dalam penyusunan Desertasi ini.

Semarang, Oktober 2021

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
Error! Bookmark not defined.	
LEMBAR PENGESAHAN	
iiError! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	2
A. Research GAP	6
B. Fenomena Bisnis.....	7
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	 12
2.1. <i>Transformational Leadership</i>	13
2.2. <i>Islamic Enterpreunership</i>	16
2.3. <i>Organization Performance</i>	23
2.4. Model Teoretikal Dasar.....	25
2.5. Model Empirik Penelitian.....	30
 BAB III. METODE PENELITIAN	 47

3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Pengukuran Variabel.....	48
3.3. Sumber Data.....	49
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5. Responden.....	50
3.6. Teknik Analisis.....	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Identitas Responden	54
4.2. Deskripsi Variabel	60
4.3. Uji Asumsi	71
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas data	76
4.5. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	87
4.6. Pengujian Hipotesisi	83
4.7. Pengaruh Langsung, Tak Langsung Dan Total	97
BAB V. PENUTUP	101
5.1. Kesimpulan Rumusan Masalah	101
5.2. Kesimpulan Hipotesisi	105
BAB VI. IMPLIKASI DAN AGENDA PENELITIAN MENDATANG.	108
6.1. Implikasi Teori	109
6.2. Implikasi Manajerial	110
6.3. Keterbatasan Penelitian	115
6.4. Agenda Penelitian Mendatang	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN- LAMPIRAN	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Ikhtisar Research Gap	6
Tabel 2.1. Karakteristik Muslimpreneur.....	22
Tabel 2.2. Indikator <i>Stimulation Islamic Value Enterpreuner</i>	27
Tabel 2.3. <i>State of The Art Knowledge Quality</i>	
Error! Bookmark not defined.39	
Tabel 3.1. Pengukuran Indikator.....	49
Tabel 3.2. Distribusi Sampel.....	52
Tabel 3.3. <i>Goodness of Fit Indices</i>	56
Tabel 4.1. Gender	59
Tabel 4.2. Pendidikan	60
Tabel 4.3. Tipe Perusahaan Penerbit	59
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif <i>Intrinsic Knowledge Quality</i>	62
Tabel 4.5. Deskriptif <i>Intrinsic Knowledge Quality</i>	63
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif <i>Actionable Knowledge Quality</i>	63
Tabel 4.7. Deskriptif <i>Actionable Knowledge Quality</i>	64
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif <i>Follow Up Quality Knowledge</i>	65
Tabel 4.9. Deskriptif <i>Follow Up Quality Knowledge</i>	66
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Stimulation Oriented Moral Entrepreneur</i> ..	67
Tabel 4.11. Deskriptif <i>Stimulation Oriented Moral Entrepreneur</i>	68
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif <i>Stimulation Harmony Quality Life Entrepreneur</i>	69
Tabel 4.13. Deskriptif <i>Stimulation Harmony Quality Life Entrepreneur</i>	69
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif <i>Kinerja Organisasi</i>	70
Tabel 4.15. Deskriptif <i>Kinerja Organisasi</i>	71

Tabel 4.16. Uji Validitas	72
Tabel 4.17. Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	74
Tabel 4.18. Hasil <i>Goodness of Fit Model</i>	75
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Hipotesis	77
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

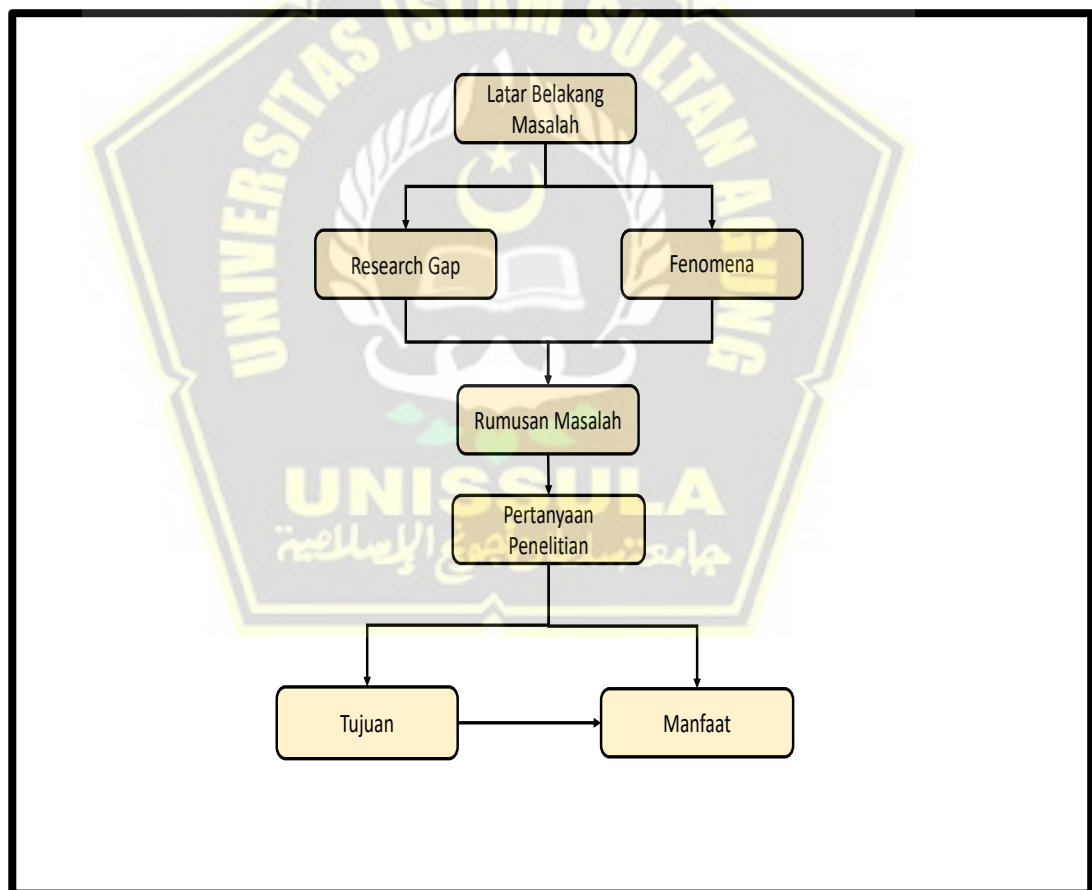
Gambar 1.1. Alur Bab I Pendahuluan	1
Gambar 2.1. Alur Kajian Pustaka	13
Gambar 2.2. Dimensi <i>Transformational Leadership</i>	17
Gambar 2.3. <i>The Muslimpreuner Characteristic</i>	21
Gambar 2.4. Dimensi <i>Islamic Entrepreneurship</i>	23
Gambar 2.5. Integrasi Teori.....	26
Gambar 2.6. Proposisi 1 <i>Stimulation Islamic Value Entrepreneur</i>	27
Gambar 2.7. Proposisi 2 Kualitas Pengetahuan.....	28
Gambar 2.8. Grand Teoritikal Model.....	29
Gambar 2.9. Model Empirik	46
Gambar 3.1. Alur Metodologi Penelitian.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I Pendahuluan membahas latar belakang masalah yang merupakan integrasi masalah masalah penelitian, *research gap*, dan fenomena-fenomena yang menjadi dasar perumusan masalah dan dirinci menjadi pertanyaan penelitian. Sistematika Bab 1 Pendahuluan nampak seperti Gambar 1.1.

Gambar 1.1 : Alur Bab I Pendahuluan



1.1 Latar Belakang Masalah

Kepemimpinan merupakan karakteristik seseorang, terutama berkaitan agen perubahan dan bertindak mempengaruhi orang lain serta mempengaruhi dirinya (Nahum & Carmeli, 2019). Dinamika pendekatan kepemimpinan dalam beberapa literature seperti *traits approach*, *style approach*, *contingency approach* dan *transformational leadership* (Rana *et.al*, 2019).

Tichy dan Ulrich (2013) menyatakan kepemimpinan transformasional merupakan kepemimpinan tentang merenovasi sebuah organisasi melalui visi baru yang menyebabkan terjadinya evolusi budaya organisasi, singkatnya *transformational leadership* sosok pemimpin yang memberdayakan para pengikutnya. Studi Northouse (2013) menjelaskan bahwa kelemahan kepemimpinan transformasional tidak memiliki kejelasan konseptual karena adanya tumpang tindih substansial antara masing-masing komponen yang dimiliki kepemimpinan transformasional, yaitu pengaruh ideal, motivasi inspirasional, stimulasi intelektual, dan pertimbangan individual. Namun studi lain menunjukkan perkembangan pemikiran kepemimpinan model transformasional lebih menarik karena konsep dan teori ini mampu memberikan ukuran dan komponen yang sudah bisa diukur. Efektivitas *style* kepemimpinan dapat ditunjukkan pada masa-masa kritis dalam pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu pemimpin harus mempraktikkan inovasi-inovasi. Sikap dan perilaku kepemimpinannya didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkembang dan secara intelektual ia mampu menerjemahkannya dalam bentuk kinerja yang produktif. Pemimpin senantiasa menggali ide-ide baru dan solusi yang kreatif dari para staf dan selalu mendorong staf mempelajari dan mempraktikkan pendekatan baru dalam melakukan pekerjaan.

Pemimpin menunjukkan tentang cara baru dalam menyelesaikan tugas dan mendorong karyawan lebih inovatif, serta mengajak karyawan untuk melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda dan menemukan cara baru dalam menyelesaikan masalah (*Intellectual Stimulation*). Selain itu kepemimpinan diuntut memiliki sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain (*entrepreneurship*).

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya. Seorang yang memiliki jiwa dan sikap wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Entrepreneur selalu berkreasi dan berinovasi tanpa berhenti, karena dengan berkreasi dan berinovasilah semua peluang dapat diperolehnya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Widodo, 2017). Namun dalam perkembangannya sesuai dengan dinamika lingkungan, berubah menjadi entrepreneur sosial yang artinya entrepreneur tidak mengambil keuntungan yang didapatkan, namun terus diinvestasikan yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial atau peningkatan kesejahteraan dalam masyarakat (Bornstein 2007). Menurut Roberts dan Woods (2005) *social entrepreneur* belum signifikan atau tidak memiliki kesadaran dan kepercayaan dalam masyarakat. Kemudian pendapat Pelley dan Pelley (2008) sebagian besar penelitian sebelumnya dalam kewirausahaan sosial telah meneliti masalah ini dari perspektif barat, dan sedikit perhatian di dunia Islam serta kekuatan pemerintah tidak dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam masyarakat.

Islam telah menjawab masalah ini sejak awal, pesan Islam dimulai dengan manusia pertama, Adam, dan dilanjutkan dengan para Nabi dan berikut Rasul yang dipromosikan dengan eksperimen yang kreatif, kerja keras, berani mengambil risiko, dan inovasi (Basheer 2010). Selanjutnya menjelaskan bahwa *Islamic entrepreneur* memiliki empat karakteristik ; *economic drivers*, *social drivers*, *environment drivers* dan *value based drivers*.

Selanjutnya menjelaskan bahwa *value based drivers* dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita didunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Stetment ini secara tegas di sebut dalam salah satu ayat Al-Qur'an. Wahai Orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan pada suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari adzab pedih ? yaitu beriman kepada allah & Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan jiwa dan hartamu, itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

Kemudian kualitas pengetahuan telah menjadi isu penting dalam meningkatkan kinerja organisasi dan menciptakan keunggulan kompetitif dan berurusan dengan lingkungan bisnis yang berubah cepat (Lee et al., 2002). Dari perspektif penggunaan pengetahuan, pengetahuan tidak hanya diperoleh tetapi juga terintegrasi seluruh sumber yang berbeda dari pengetahuan

husus (Majchrzak et al., 2004). Sumber daya manusia bersedia untuk menghabiskan waktu dan energi untuk mengejar pengetahuan jika pengetahuan tampaknya memiliki nilai dan dapat menyebabkan manfaat (Davenport dan Prusak, 1998). Akibatnya, mendefinisikan, menjelaskan, dan menilai kualitas pengetahuan adalah menarik bagi peneliti.

Kulkarni et al. (2006-2007) menganggap pengetahuan kualitas konten yang dinilai oleh kegunaan. Soo et al. (2004) mengeksplorasi kualitas pengetahuan yang diukur dengan frekuensi, kegunaan, dan inovasi. Rao dan Osei-Bryson (2007) konseptual mengembangkan dimensi kualitas barang pengetahuan seperti akurasi, konsistensi, mata uang, data yang interpretability, tingkat konteks, tingkat detail, tingkat kepentingan, berbagi, kegunaan, dan volatilitas. Durcikova dan Gray (2009) mengukur kualitas pengetahuan dengan ketepatan, kebutuhan rapat, dan akurasi. Studi ini mengeksplorasi kualitas pengetahuan dalam dimensi tunggal. Pengetahuan, bagaimanapun, adalah membangun multidimensi (Nonaka, 1994), dan kualitas yang tidak dapat diukur dengan dimensi tunggal. Majchrzak et al. (2004) juga menyatakan bahwa ada tiga kriteria untuk menggunakan pengetahuan untuk inovasi adalah kredibilitas, relevansi dan adaptasi. Studi ini kualitas pengetahuan didefinisikan sebagai sejauh mana kesadaran dan pemahaman ide-ide, logika, hubungan, dan keadaan yang cocok untuk digunakan, relevan dan berharga dengan konteks, dan mudah beradaptasi.

A. Research Gap

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara kepemimpinan transformasional dan kinerja organisasi (Mutahar, *et.al.* 2015). Semakin pemimpin memberikan pengaruh sebagai pemimpin transformasional, semakin berdampak pada kinerja organisasi. Gaya kepemimpinan transformasional

ditemukan mempunyai pengaruh yang rendah terhadap kinerja organisasi (Al Khajeh, 2018). Hasil penelitian menemukan bukti untuk mendukung model hipotesis dan menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh pada kinerja organisasi melalui peran mediasi dari inovasi organisasi. Berdasarkan kajian literature research gap dapat diiktisarkan pada Tabel 1.

Tabel 1.1
Ikhtisar Research Gap

No.	Peneliti	Hasil Studi
1	Keterbatasan	Northouse (2013) menjelaskan bahwa kelemahan kepemimpinan transformasional tidak memiliki kejelasan konseptual karena adanya tumpang tindih substansial antara masing-masing komponen
		Peneliti lanjutan untuk mengeksplorasi lebih lanjut efek potensial kepemimpinan transformasional dan kinerja organisasi (Arif & Akram, 2018) sedangkan Prabowo, et.al. (2018) mengemukakan bahwa kepemimpinan transformasional tidak berpengaruh kinerja organisasi.
2	Kontroversi studi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara kepemimpinan transformasional dan kinerja organisasi Mutahar, <i>et.al.</i> (2015) sedangkan gaya kepemimpinan transformasional mempunyai pengaruh yang rendah terhadap kinerja organisasi Al Khajeh, (2018). Kualitas pengetahuan berkontribusi pada kinerja perusahaan (Zubielqui et.al 2019), Namun kualitas pengetahuan tidak terbukti dapat meningkatkan kinerja secara langsung (Soo, 2004) Contextual knowledge tidak signifikan terhadap kinerja (Widodo, 2015), Namun studi James (2011) Contextual knowledge tidak signifikan terhadap kinerja

Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang kepemimpinan transformasional dengan kinerja organisasi terdapat inkonsistensi, keterbatasan serta agenda area riset yang menarik.

B. Fenomena Bisnis

Industri penerbitan buku merupakan salah satu industri yang berkontribusi besar pada peningkatan kualitas sumber daya manusia Indonesia. Dimulai sejak masa penjajahan, buku memberi kontribusi bagi kemajuan intelektual bangsa Indonesia yang terus berlanjut sampai hari ini. Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) adalah asosiasi profesi penerbit pertama yang ada di Indonesia. Sampai tahun 2010, IKAPI eksis sebagai satu-satunya asosiasi yang menaungi para penerbit di Indonesia. Setelah itu berdiri juga Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI) yang menaungi *university press* di Indonesia. Walaupun demikian, anggota APPTI sebagian besar juga adalah anggota IKAPI.

Tantangan industri buku Indonesia ke depan tidaklah mudah. Kalangan industri buku dihadapkan pada upaya keras menanamkan minat membaca di kalangan generasi muda di tengah masyarakat yang kental berbudaya lisan. Belum lagi budaya baca mengakar kuat, penetrasi teknologi digital sudah mulai mengalihkan perhatian orang dari membaca buku menjadi membaca *gadget*. Kehadiran media baru seperti *e-book* tidak serta-merta mampu menggantikan buku konvensional atau buku cetak. Kalangan industri buku di Indonesia masih tetap optimistis menghadapi berbagai tantangan meskipun dalam beberapa tahun terakhir terjadi kelesuan pasar. Faktanya masih banyak penerbit yang bertahan dan juga masih terjadi produksi karya tulis yang terbilang besar di Indonesia.

Minimnya toko buku juga membuat penerbit kesulitan memasarkan produknya. Tingginya tingkat produksi buku mengakibatkan usia pajang (*display*) di toko buku semakin berkurang. Jumlah judul baru yang besar itu harus berebut tempat di toko-toko buku yang ukuran ruangan dan jumlahnya sangat terbatas.

Begitu ada judul baru maka buku lama (*back list*) yang dipajang di toko buku akan tergeser. Jika suatu buku sudah tergeser maka akan semakin sulit buku itu dikenal masyarakat. Di sisi lain, konsumen buku sering kali tidak mendapatkan buku-buku yang dicari, terutama untuk *back list*. Mereka harus mendatangi berbagai toko buku hanya untuk mendapatkan buku *back list* yang sudah tidak lagi dipajang di rak. Kemungkinan untuk tidak mendapatkan buku yang dikehendaki sedemikian besar.

Keanggotaan IKAPI terbuka untuk semua tingkatan penerbit, baik itu penerbit kecil, penerbit menengah, maupun penerbit besar, termasuk *self-publisher* dengan syarat memiliki badan usaha atau badan hukum. Saat ini keanggotaan IKAPI di seluruh Indonesia mencapai 1.328 penerbit yang tersebar di 26 provinsi (dari 34 provinsi yang ada di Indonesia). Sebagian besar penerbit terkonsentrasi di Pulau Jawa (Trim, dkk, 2015).

Anggota IKAPI juga terdiri atas penerbit perguruan tinggi, yayasan atau lembaga pendidikan, serta lembaga riset pemerintah Indonesia. Penilaian buku ilmiah di lingkungan pendidikan tinggi dan lembaga riset juga mewajibkan buku diterbitkan oleh penerbit anggota IKAPI. Setiap tahun anggota IKAPI mengalami penambahan meskipun tidak tertutup kemungkinan adanya anggota IKAPI yang tidak lagi beroperasi ataupun vakum dengan berbagai alasan yang melatarinya. Sebagian besar penerbit anggota IKAPI awalnya adalah penerbit buku pelajaran. Namun, kini jumlah penerbit buku pelajaran terkalahkan oleh penerbit buku umum. Banyak penerbit buku pelajaran yang tutup atau tidak lagi menerbitkan buku pelajaran setelah munculnya kebijakan pemerintah Indonesia dalam satu dekade ini yang mencoba melakukan sendiri pengadaan buku pelajaran.

Penjualan buku fisik mengalami penurunan salah satunya disebabkan interaksi masyarakat Indonesia yang kuat dengan internet. Minat baca masyarakat meningkat, tetapi interaksinya lebih berbasis daring. Materi-materi pengetahuan dan kebutuhan informasi dapat dengan mudah diperoleh di internet dengan kata kunci di mesin pencari, informasi yang diperlukan sudah terpampang di layar komputer atau perangkat genggam tanpa perlu buku dan membolak-balikkan halamannya. Karena itu, bila dilihat dari sisi penerbit konvensional, Indra mengatakan volume penerbitan dan jumlah toko buku mengalami penurunan. Toko buku modern seperti Gramedia saat ini sudah berubah menjadi toko gaya hidup, karena koleksi buku hanya mengisi 40% ruangan, sementara 60% diisi produk-produk lain. Meskipun secara umum penjualan buku mengalami penurunan, penerbit masih terbantu dengan pembelanjaan pemerintah yang dialokasikan melalui anggaran pendidikan. Data menunjukkan tahun 2020 sebanyak 58,2% penerbit mengalami penurunan penjualan melebihi 50%. Sebanyak 29,6% penerbit mengalami penurunan penjualan antara 31%-50%, sementara 8,2% penerbit mengalami penurunan antara 10%-30% dan menyisakan hanya 4,1% penerbit dengan kondisi penjualan relatif sama dengan hari-hari biasa. Selama wabah Covid-19 berlangsung 54,2% penerbit menemukan adanya pelanggaran hak cipta melalui penjualan buku mereka di loka pasar (*marketplace*). Sebanyak 25% penerbit menemukan pelanggaran hak cipta melalui pembagian PDF buku mereka secara gratis, dan sebanyak 20,8% penerbit menemukan terjadinya pelanggaran (keduanya) hak cipta dan PDF gratis.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan *research gap* kontroversi studi pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kinerja organisasi; keterbatasan studi dalam literature tumpang tindih dimensi kepemimpinan transformasional; serta *future research* peran kepemimpinan transformasional dalam peningkatan kinerja organisasi.; kemudian fenomena gap tentang fluktuasi kinerja penerbit anggota IKAPI di Indonesia. Oleh karena itu diperlukan *Stimulation Islamic Value entrepreneur* yang berpotensi untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan didorong oleh kualitas pengetahuan. Maka rumusan masalah penelitian ini adalah, “***Bagaimana model pengembangan Stimulation Islamic Value entrepreneur yang didorong oleh kualitas pengetahuan menuju kinerja organisasi.***”. Kemudian pertanyaan penelitian yang muncul adalah sebagaimana berikut :

1. Apakah kualitas pengetahuan (*intrinsik knowledge knowledge, contextual knowledge knowledge, actionable knowledge knowledge*) mampu mendorong *Stimulation Islamic Value entrepreneur* IKAPI di Indonesia.
2. Apakah *Stimulation Islamic Value entrepreneur* mampu mendorong IKAPI di Indonesia.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sebuah model konseptual baru yang dapat mengisi keterbatasan studi terdahulu dan kesenjangan penelitian antara peran kualitas pengetahuan dan kepemimpinan transformasional dengan kinerja organisasi yang berpusat pada konsep *Stimulation Islamic Value entrepreneur*. Konsep *Stimulation Islamic Value*

entrepreneur diharapkan dapat memicu peningkatan kinerja organisasi.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Teori

Studi ini diharapkan memiliki manfaat dalam mengembangkan ilmu manajemen, khususnya *Enterprenuership Theory* dan *Transformational Leadership*. Khususnya *Stimulation Islamic Value entrepreneur*.

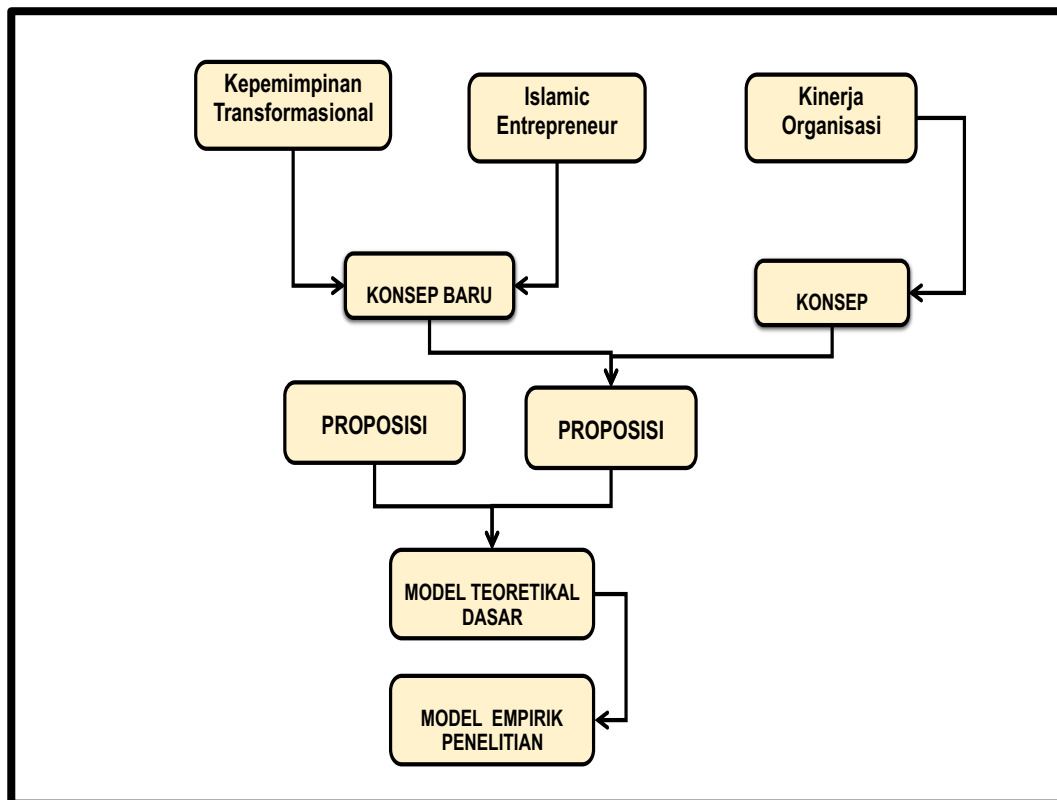
2. Praktis

Studi ini diharapkan memiliki manfaat pada penerbit anggota IKAPI di Jawa Tengah dalam mengambil keputusan, dengan menerapkan model kepemimpinan *Stimulation Islamic Value entrepren* yang berbasis kualitas pengetahuan sehingga dapat mewujudkan kinerja organisasi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka menguraikan tentang dimensi-dimensi dari *Islamic Entrepreneurship*, *Transformational Leadership* dan *Organization Performance*. Dimensi-dimensi substantif dan strategis menghasilkan konsep baru dengan konsep lain yang membentuk proposisi. Adanya dinamika internal dan eksternal menghasilkan model teoretikal dasar (*grand model theory*) dan berdasarkan *research gap* dan fenomena muncul dan model empirik (*empirical model*). Alur kajian pustaka dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.1. Alur Kajian Pustaka

2.1 *Transformational Leadership*

Kepemimpinan transformasional yang merupakan perluasan dari kepemimpinan kharismatik, pemimpin menciptakan visi dan lingkungan yang memotivasi para karyawan untuk berprestasi melampaui harapan (Odumeru & Ifeanyi, 2013). Dalam hal ini para karyawan merasa percaya, kagum, loyal dan hormat kepada kepemimpinannya, sehingga mereka termotivasi untuk melakukan lebih dari apa yang diharapkan dari mereka (Tummers *et.al.*, 2019). Bahkan tidak jarang melampaui apa yang mereka perkirakan dapat mereka lakukan. Model kepemimpinan yang berkembang pesat dalam dua dekade terakhir ini didasarkan lebih pada upaya pemimpin untuk mengubah berbagai nilai, keyakinan, dan kebutuhan para bawahan (Gumusluolu & Ilsev, 2009). Kepemimpinan transformasional dapat didefinisikan sebagai kepemimpinan yang mencakup upaya perubahan organisasi (sebagai lawan kepemimpinan yang dirancang untuk mempertahankan status quo) (Chammas, *et.al.*, 2019). Kepemimpinan transformasional ini akan mengarah pada kinerja superior dalam organisasi yang sedang menghadapi tuntutan pembaruan dan perubahan (Weller *et.al.*, 2019). Seorang pemimpin dapat mentransformasikan bawahannya melalui empat cara yang disebut Empat I (Bass, *et.al.* 1987), yaitu :

1. *Idealized Influence (Charisma)*

Merupakan pemimpin yang memiliki kharisma, menumbuhkan kebanggaan, kepercayaan dari karyawan karena memiliki visi yang jelas. Kepemimpinan transformasional memiliki integritas perilaku (*behavioral integrity*) atau persepsi terhadap kesesuaian antara *espoused values* dan *enacted values*

(Chan *et.al*, 2019). Dengan kata lain, nilai-nilai yang ia ungkapkan lewat kata-kata kongren dengan nilai-nilai yang diwujudkan dalam tindakan.

2. *Inspirational Motivation*

Pemimpin transformasional memotivasi dan menginspirasi bawahannya dengan jalan mengkomunikasikan harapan tinggi dan tantangan kerja secara jelas, menggunakan berbagai simbol untuk memfokuskan usaha atau tindakan, dan mengekspresikan tujuan penting dengan cara-cara sederhana. Ia juga membangkitkan semangat kerja sama antusiasme tim dan optimisme di antara rekan kerja dan bawahannya.

3. *Intellectual Stimulation*

Intellectual Stimulation yaitu pemimpin yang mempraktikkan inovasi-inovasi. Sikap dan perilaku kepemimpinannya didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkembang dan secara intelektual ia mampu menerjemahkannya dalam bentuk kinerja yang produktif. Pemimpin senantiasa menggali ide-ide baru dan solusi yang kreatif dari para staf dan selalu mendorong staf mempelajari dan mempraktikkan pendekatan baru dalam melakukan pekerjaan. Pemimpin menunjukkan tentang cara baru dalam menyelesaikan tugas dan mendorong karyawan lebih inovatif, serta mengajak karyawan untuk melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda dan menemukan cara baru dalam menyelesaikan masalah.

4. *Individualized Consideration*

Pemimpin transformasional memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan setiap individu untuk berprestasi dan berkembang dengan jalan bertindak selaku

pelatih atau penasihat. Pemimpin menghargai dan menerima perbedaan-perbedaan individual dalam hal kebutuhan dan minat.

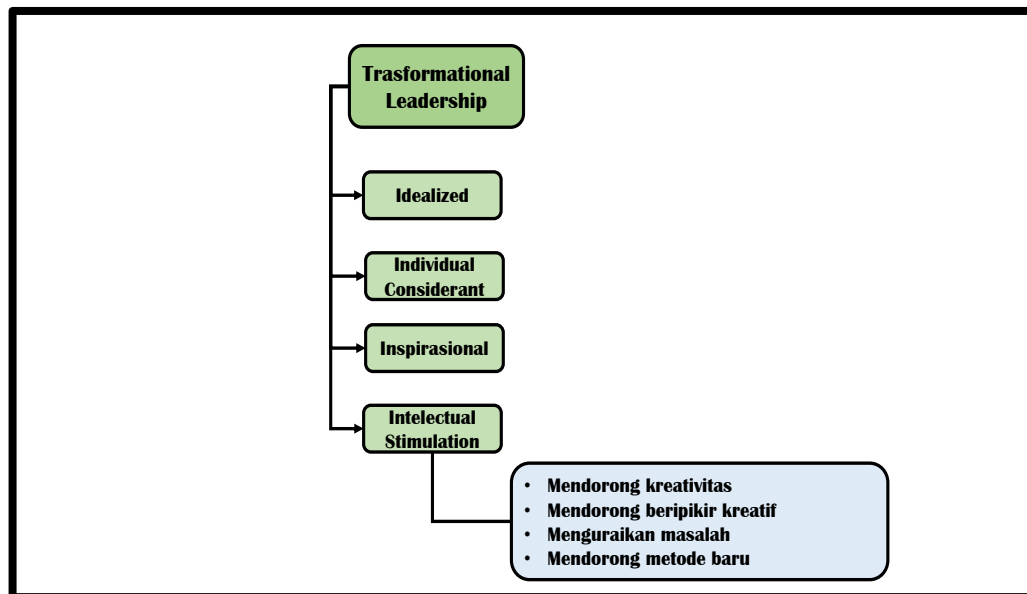
Bass (1985) menegaskan bahwa kepercayaan bawahan merupakan konsekuensi logis dari kepemimpinan transformasional. Kepercayaan merupakan faktor esensial dalam manajemen perubahan karena hal itu dibutuhkan untuk pengambilan resiko yang merupakan bagian integral dari transformasi organisasional (Samad, 2012). Kepemimpinan transformasional kerap kali diidentifikasi melalui pengaruhnya terhadap sikap, nilai, asumsi dan komitmen para pengikut (Yukl, 1998). Dikatakan oleh Bass (1985), bahwa kepemimpinan transformasional tepat diterapkan untuk situasi yang sifatnya non-rutin.

Pemimpin transformasional memberikan contoh dan bertindak sebagai *role model* positif dalam perilaku, sikap, prestasi, maupun komitmen bagi bawahannya (Buil *et.al*, 2019). Pemimpin transformasional tercermin dalam standar moral dan etika yang tinggi (Matzler *et.al*, 2019); sangat memperhatikan kebutuhan bawahannya (Judge & Bono, 2000) menanggung resiko bersama, hanya menggunakan kekuasaannya bilamana perlu dan tidak memanfaatkannya untuk kepentingan pribadi (Shao, 2019), memberi visi dan *sense of mission* (Zuraik & Kelly, 2019), serta menanamkan rasa bangga pada bawahannya (Vecchio, 2019).

Melalu pengaruh seperti itu, bawahan akan menaruh respek, rasa kagum, dan percaya pada pemimpinnya, sehingga mereka berkeinginan untuk melakukan hal yang sama sebagaimana dilakukan sang pemimpin. Hal tersebut sangat besar manfaatnya dalam hal adaptasi terhadap perubahan, terutama yang bersifat radikal dan fundamental.

Integrasi teori *Transformational leadership* digambarkan dalam gambar 2.2

berikut :



Gambar 2.2. Dimensi *Transformational leadership* (Bass, 1985)

2.2 *Islamic Entrepreneurship*

Entrepreneurship adalah orang yang berani membuka lapangan pekerjaan dengan kekuatan sendiri, tetapi juga menguntungkan masyarakat, karena dapat menyerap tenaga kerja yang memerlukan pekerjaan (Sarkar & Oberoi, 2018). Kewirausahaan juga memiliki arti lain yaitu sebagai sebuah proses dinamis dalam menciptakan tambahan kekayaan (Nardiello iet.al., 2017). Kewirausahaan juga mengandung pengertian sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi (Ćinjurević & Veselinović, 2017). Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Qian, 2016). Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang

wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah sebelumnya. Dari beberapa pengertian *entrepreneur* atau wirausaha tersebut dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mempunyai semangat untuk mandiri dalam memulai suatu usaha/bisnis, mampu menemukan peluang-peluang usaha dan berani menghadapi resiko apapun dalam usahanya tersebut.

Islamic entrepreneursip bukanlah suatu ungkapan atau istilah yang tanpa makna dan sekedar menonjolkan nilai subyektif sebagai penganut agama Islam belaka. Tapi lebih itu, konsep kewirausahaan seorang muslim memang mempunyai dasar yang kuat yang selama ini telah dibaikan atau kurang di angkat ke permukaan oleh penganut Islam itu sendiri, walaupun di Indonesia saat ini merupakan negara yang memiliki penganut ajaran Islam terbesar di dunia. Islam sebagai suatu agama yang besar di dunia ini jelas memiliki pandangan yang positif terhadap *entrepreneur* atau wirausaha (Ratten *et.al.*, 2017).

Islam adalah agama yang universal dan komprehensif, mencakup aspek akidah, syariah dan akhlak. Pada aspek Syariah Islam memiliki konsep dan panduan dalam tatanan hidup bersosial dan ekonomi. Setiap bisnis dan kegiatan kewirausahaan yang diniatkan dan konsisten dilaksanakan sesuai ajaran islam merupakan salah satu bentuk penghambaan kepada Allah SWT. Dan semua praktek yang dilaksanakan dengan berpedoman pada prinsip-prinsip Islam akan dihitung sebagai perbuatan baik (amal soleh) yang dihargai oleh Allah SWT. Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 124 dijelaskan:

“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun wanita sedang ia orang yang beriman, maka mereka itu masuk ke dalam surga dan mereka tidak dianiaya walaupun sedikit.” (QS. 4:124).

Islam sangat memperhatikan pentingnya bekerja dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, bahkan Allah SWT akan menilai kualitas hidup dan ketakwaan hamba-Nya tidak hanya atas kesetiaannya dalam menghambakan diri pada aspek-aspek tauhid dan ibadah mahdhah, fungsi *ibadah*. Tapi juga berdasarkan kegiatan-kegiatan muamalah yang dilakukannya, untuk mengaktualisasikan dirinya sebagai *khalifah fil ardhy*. Islam tidak memisahkan antara kegiatan kewirausahaan dengan agama. Islam telah memiliki aturan dan prinsip dalam melaksanakan kegiatan kewirausahaan yang dijelaskan dalam Al-Quran dan petunjuk-petunjuk operasionalnya sebagaimana diperoleh dari Al-Hadits. Para wirausahawan menunjukkan kegiatan kewirausahaan mereka tidak hanya untuk tujuan memperoleh keuntungan semata, tapi untuk memenuhi kewajiban sosial (*fardu kifayah*).

“Sesungguhnya orang-orang mukmin adalah bersaudara karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu mendapat rahmat” (QS. 49:10).

Secara individu Nabi Muhammad SAW adalah gambaran pribadi yang sempurna. Pada masa awal sejarah kehidupannya, Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai entrepreneur yang sukses di masa itu. Karakteristik entrepreneurshipnya begitu khas dan sangat dikenal di kalangan entrepreneur Arab. Rasa persaudaraan menciptakan kekuatan yang akan mempersatukan tim dalam bekerja sama. Kerjasama dan kolaborasi dalam kerja tim pada masa Rasulullah dan para sahabat menciptakan dorongan yang luar biasa kuat dalam melakukan inovasi untuk merubah kondisi sosial-ekonomi masyarakat pada saat itu.

Dalam Islam, anjuran untuk berusaha dan giat bekerja sebagai bentuk realisasi dari kekhalifahan manusia tercermin dalam surat Ar-Ra'd: 11 yang maksudnya

“ Sesungguhnya Allah tidak akan merubah suatu kaum kecuali kaum itu mau merubah dirinya sendiri ”. (QS. 13 :11).

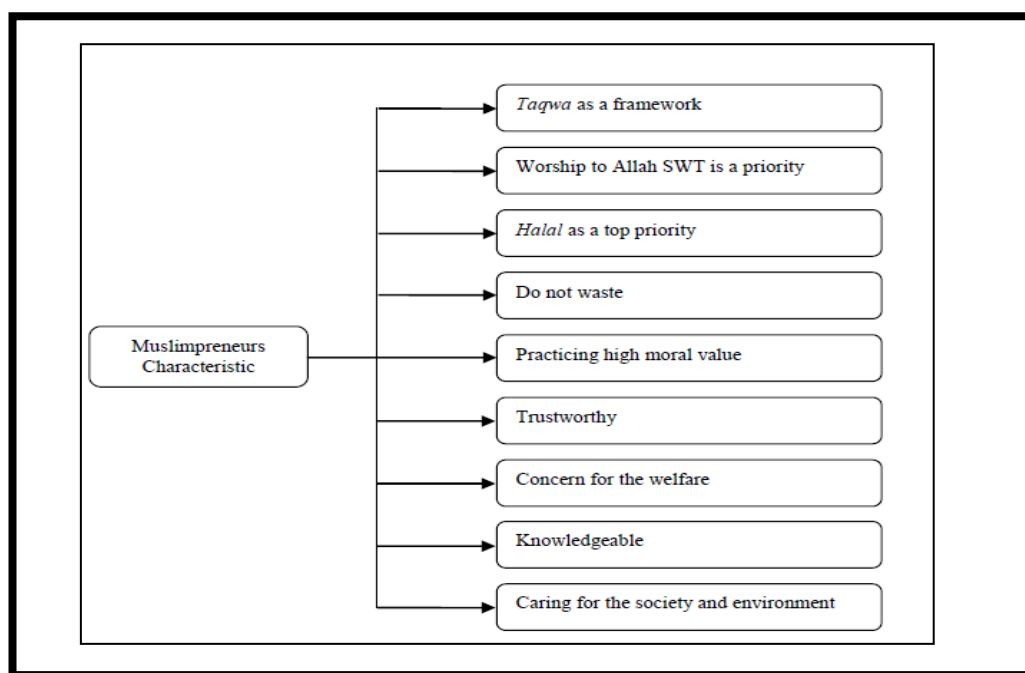
Ayat ini menggambarkan bahwa siapa saja yang mencapai kemajuan dan kejayaan bila mereka sudah merubah sebab-sebab kemundurannya yang diawali dengan merumuskan konsepsi kebangkitan.

Titik tekan konsep *entrepreneurship* dalam Islam adalah bagaimana kegiatan kewirausahaan itu tetap dijalankan dengan berpegang teguh pada prinsip-prinsip dasar perekonomian Islam (Rehan *et.al*, 2019). Naqvi menjelaskan beberapa prinsip dasar ekonomi Islam, antara lain: kesatuan (*unity* atau *Tauhid*), keseimbangan dan kesejajaran (*Equilibrium* atau *al-adl wa al-ihsan*), kebebasan (*free will* atau *ikhtiyar*) dan tanggung jawab (*Responsibility* atau *fardh*) (Naqvi, 2016).

Unity atau *Tauhid* mengarahkan setiap gerakan yang dilakukan dalam kegiatan perekonomian dan perdagangan harus didasarkan pada prinsip ketuhanan, sehingga pelaku ekonomi selalu merasa diawasi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa dan bekerja atas tujuan untuk beribadah kepada-Nya. Keseimbangan dan kesejajaran (*Equilibrium* atau *al-adl wa al-ihsan*), memposisikan muslimpreneur menyeimbangkan kehidupan duniawi dan ukhrawi, kesamaan derajat kemanusiaan di mata Allah SWT bahwa yang paling baik derajatnya adalah yang paling takwa, sehingga seorang muslimpreneur memperhatikan halal haram, mengedapankan etika dan moral Islam dalam perilaku usahanya. Prinsip kebebasan (*free will* atau *ikhtiyar*) memberikan peluang kepada muslimpreneur untuk bebas berpikir, berinovasi dan improvisasi dalam mengembangkan dan mempertahankan

usahnya. Prinsip tanggungjawab (*Responsibility* atau *fardh*) tidak hanya menekankan pada muslimpreneur untuk menggunakan prinsip tanggungjawab dalam menjalankan usahanya, akan tetapi lebih dari itu tanggung jawab kepada Allah SWT (*hablum minallah*) dan tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan sosial (*hablum minannas*) (Naqvi,*et.al.*, 2016).

Karakteristik muslimpreneur ditunjukkan pada Gambar 2.2 dan Tabel 2.3 di bawah ini.



Gambar 2.3. The Muslimpreneurs Characteristic

Kategori pertama dari wirausahawan Muslim adalah yang terdiri dari orang-orang yang berhati nurani dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, dan yang secara khusus mementingkan mendapat untung atau kekayaan yang secara ketat berasal dari apa yang diizinkan (Raquib & Khan, 2019). Motif utama dari berbisnis dengan sungguh-sungguh adalah menggabungkan antara mencapai sesuatu yang bermanfaat bagi individu itu sendiri, ekonomi atau masyarakat, dan sebuah aspirasi

untuk mendapatkan perbuatan baik untuk akhirat (Gumusay, 2015). Pendekatan ini menunjukkan bahwa dalam berbisnis harus mampu menjaga keseimbangan tertentu antara kehidupan dan akhirat, memanfaatkan sumber daya yang diberikan oleh Sang Pencipta, dengan hati-hati dan adil serta memikul tanggung jawab. Islam menegaskan keberadaan satu Tuhan dengan perintah penuh pada segala sesuatu dalam kehidupan dan akhirat, dan bahwa setiap orang akan dimintai pertanggungjawaban atau diadili atas tindakannya (Oukil, 2013).

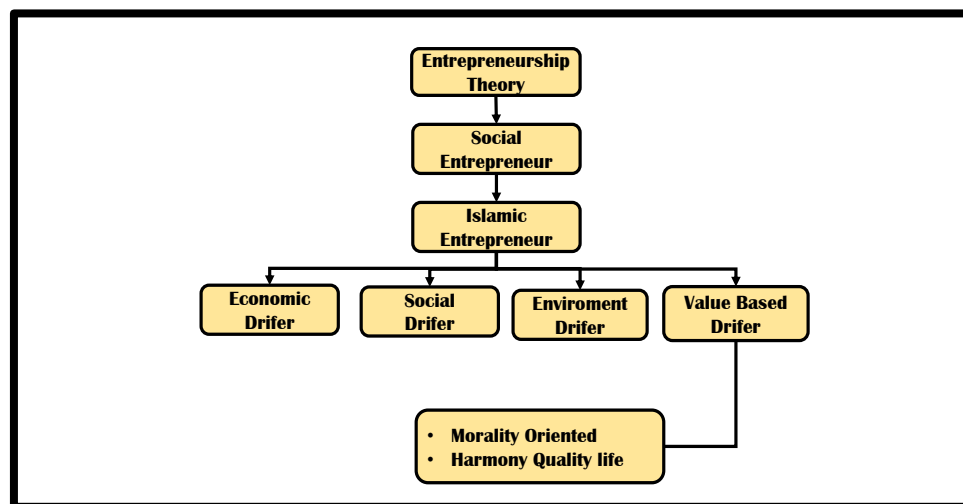
Tabel 2.1
Karakteristik Muslimpreneur

No	Karakteristik	Elemen
1	Taqwa kepada Allah sebagai kerangka kerja	Pelaksanaan ibadah wajib dan sukarela baik fardhu ain (pribadi) dan fardhu kifayah (komunitas); niat yang benar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam
2	Beribadah kepada Allah SWT adalah prioritas	Utamakan ibadah kepada Allah seperti sholat, puasa Ramadhan, haji dan umrah (ziarah), amal, zakat (sholat), sholat sunat, dan lain-lain daripada karya lainnya.
3	Halal sebagai prioritas utama	Pilih sumber halal, murni dan bersih; mempraktikkan prosedur halal
4	Jangan sia siakan (efisien)	Gunakan semua sumber daya secara efisien
5	Mengadopsi moral yang tinggi (moralitas)	Jangan terlibat dalam aktivitas apa pun yang dilarang oleh Islam seperti riba, penyuapan, penggelapan, perzinaan, mencuri, dll.
6	<i>Trustworthy</i> (Terpercaya)	Termasuk kejujuran, kepercayaan, menepati janji, ketepatan waktu dll.
7	Kepedulian terhadap kesejahteraan	Saling membantu terutama yang miskin, yang membutuhkan dan lapar
8	Berpengetahuan luas	Terus mencari pengetahuan baru
9	Merawat masyarakat dan lingkungan	Produksi tidak membahayakan masyarakat dan lingkungan

Sumber : Joni Tamkin, 2013; Nor ‘Azzah, 2013; Siti Rahmaniah, 2013.

Islamic Entrepreneurship dimulai dengan manusia pertama Adam, dan dilanjutkan dengan para Nabi dan berikut Rosul yang di promosikan dengan eksperimen yang kreatif, kerja keras, berani mengambil risiko, dan inovasi. Selanjutnya Widodo & Zulfa (2017) menjelaskan bahwa *Islamic Entrepreneur* memiliki empat karakteristik ; *economic drivers*, *sicoal drivers*, *environment drivers* dan *Value based drivers*. Mengingat kondisi indonesia pemeluk islam sangat mendominasi, *Islamic Entrepreneur* merupakan jawaban untuk mengatasi masalah yang bergejolak dalam masyarakat. Value based drivers dengan indicator morality oriented dan harmony quality lie (Bhaserr, 2005).

Adapun penelusuran konsep entrepreneurship dalam perspektif islam, melalui analisa keterkaitan ajaran islam dengan *entrepreneurship* itu sendiri, lebih merujuk pada kata atau kalimat yang dipakai al-Qur'an dan as-Sunnah yang relevan dengan *entrepreneurship*. Dalam hal ini ada beberapa kata, seperti *al-*, *amal*, *al-kasb*, *al-fi''il*, *as-sa''yu*, *an-nashru*, dan *ash- sa''n* meskipun masing-masing kata memiliki makna dan implikasi berbeda, namun secara umum deretan kata-kata tersebut berarti bekerja, berusaha, mencari rezeki, dan menjelajah (untuk bekerja) (Jalil, 2013). Dimeni *Islamic Enterpreneurship* dapat digambarkan dalam pictograf 2.3 berikut ini :



Gambar 2.4. Dimensi *Islamic Entrepreneurship* (Bhaserr, 2005)

2.3. *Organization Performance*

Kinerja (*Performance*) dapat didefinisikan sebagai sebuah pencapaian hasil atau *degree of accomplishtment* (Longshore, 1987). Kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkatan pencapaian tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya (Zaim *et.al*, 2019). Kinerja merupakan hasil dari kegiatan kerjasama diantara anggota atau komponen organisasi dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi (Al Ahbabi *et.al.*, 2019). Sederhananya, kinerja merupakan produk dari kegiatan administrasi, yaitu kegiatan kerjasama dalam sebuah organisasi atau kelompok untuk mencapai tujuan yang pengelolaannya biasa disebut sebagai manajemen.

Kinerja dikatakan sebagai sebuah hasil (*output*) dari suatu proses tertentu yang dilakukan oleh seluruh komponen organisasi terhadap sumber-sumber tertentu yang digunakan (*input*) selanjutnya, kinerja juga merupakan hasil dari serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu (Schechner, 2013). Dalam kerangka organisasi terdapat hubungan antara kinerja perorangan (*individual Performance*) dengan kinerja organisasi (*Organization*

Performance). Organisasi pemerintah maupun swasta besar maupun kecil dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan harus melalui kegiatan-kegiatan yang digerakkan oleh orang atau sekelompok orang yang aktif berperan sebagai pelaku, dengan kata lain tercapainya tujuan organisasi hanya dimungkinkan karena adanya upaya yang dilakukan oleh orang dalam organisasi tersebut.

Kinerja organisasi didefinisikan sebagai tingkat pencapaian tujuan organisasi (Al Ahbabi *et.al.*, 2019). Kinerja organisasi berhubungan dengan berbagai aktivitas dalam mata rantai (*value chain*) yang ada pada organisasi (Yukl, 1998; Robbins & Timothy, 2008). Berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi sesungguhnya memberikan informasi mengenai prestasi pelaksanaan dari unit-unit organisasi, dimana organisasi memerlukan penyesuaian-penyesuaian atas seluruh aktivitas sesuai dengan tujuan organisasi (Bustinza,*et.al.*, 2019).

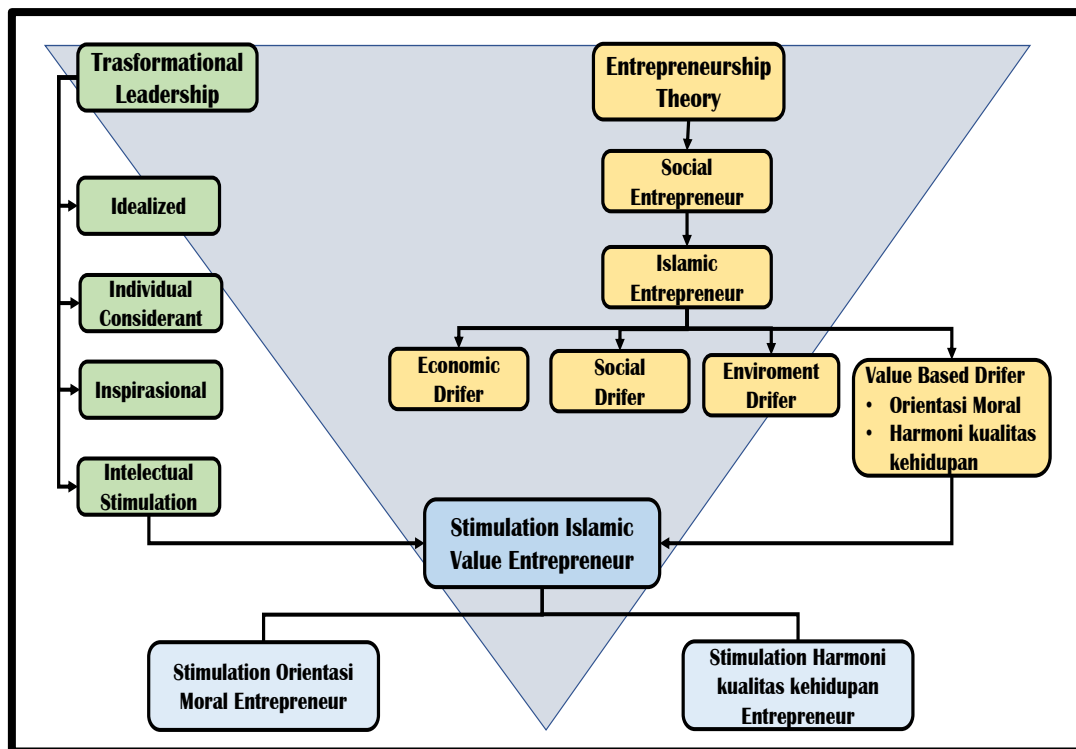
Berdasarkan definisi kinerja diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil dari serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan organisasi. Indikator kinerja yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator Kinerja menurut Bernardin dan Russel (1993:382) :

1. *Quality* yaitu tingkatan dimana proses atau penyesuaian pada cara yang ideal di dalam melakukan aktifitas atau memenuhi aktifitas yang sesuai harapan.
2. *Quantity* yaitu jumlah yang dihasilkan diwujudkan melalui nilai mata uang, jumlah unit, atau jumlah siklus aktifitas yang telah diselesaikan.
3. *Timeliness* yaitu tingkatan dimana aktifitas telah diselesaikan dengan waktu yang lebih cepat dari yang ditentukan dan memaksimalkan waktu yang ada untuk aktifitas lain.

4. *Cost effectiveness* yaitu tingkatan dimana penggunaan sumber daya perusahaan berupa manusia, keuangan, dan teknologi dimaksimalkan untuk mendapatkan hasil yang tertinggi atau pengurangan kerugian dari tiap unit.
5. *Need for supervision* yaitu tingkatan dimana seorang karyawan dapat melakukan pekerjaannya tanpa perlu meminta pertolongan atau bimbingan dari atasannya.
6. *Interpersonal Impact* yaitu tingkatan dimana seorang karyawan merasa percaya diri, punya keinginan yang baik, dan bekerja sama diantara rekan kerja.

2.4. Model Teoretikal Dasar

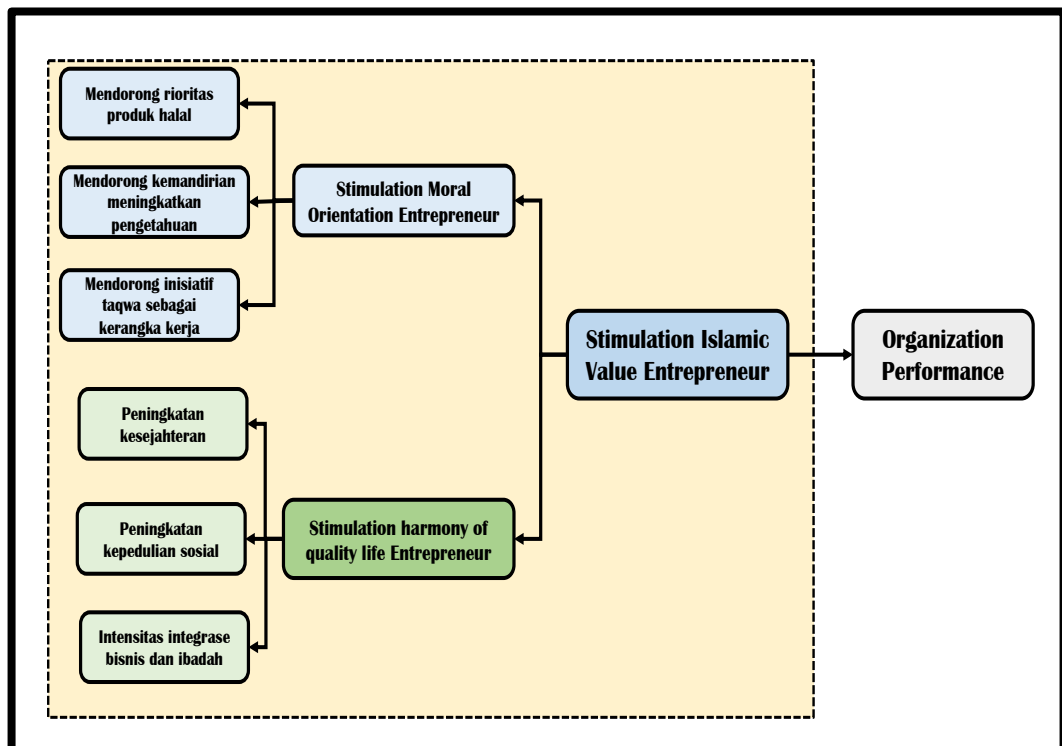
Berdasarkan kajian *Entrepreneuership Theory* dan *transformational leadership* yang komprehensif dan mendalam maka dapat diintegrasikan sebagai kebaruan (novelty) yakni *Stimulation Islamic Value Entrepreneur* yang di rinci menjadi stimulation orientasi moral entrepreneur dan stimulation harmoni kualitas kehidupan. Meningkatnya *Stimulation Islamic Value Entrepreneur* dapat mewujudkan kinerja organisasi. Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun indikator tersaji Tabel 2.2 dan proposisi 1 : *Stimulation Islamic Value Entrepreneur*, tersaji pada Gambar 2.7



Gambar 2.5. Integrasi Teori

Tabel 2.2. Indikator *Stimulation Islamic Value Entrepreneur*

No	Value Based Entrepreneur	Stimulation Intellectual	<i>Stimulation Islamic Value Entrepreneur</i>
1	Moral Oriented 1. Prioritas halal 2. Taqwa sebagai kerangka kerja 3. Berpengetahuan	1. Mendorong ide baru 2. Rasional pemecahan masalah	<i>Stimulation moral Oriented Entrepreneur :</i> 1. Mendorong prioritas produk halal. 2. Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan 3. Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja
2	Quality Harmony life 1. Perhatian terhadap kesejahteraan 2. Kepedulian social 3. Integrasi bisnis dan ibadah	3. Mendorong kemandirian	<i>Stimulation Quality Harmony life Entrepreneur</i> 1. Peningkatan kesejahteraan 2. Peningkatan kepedulian social 3. Intensitas integrase bisnis dan ibadah



Gambar 2.6. Proposisi 1 Stimulation Islamic Value Entrepreneur

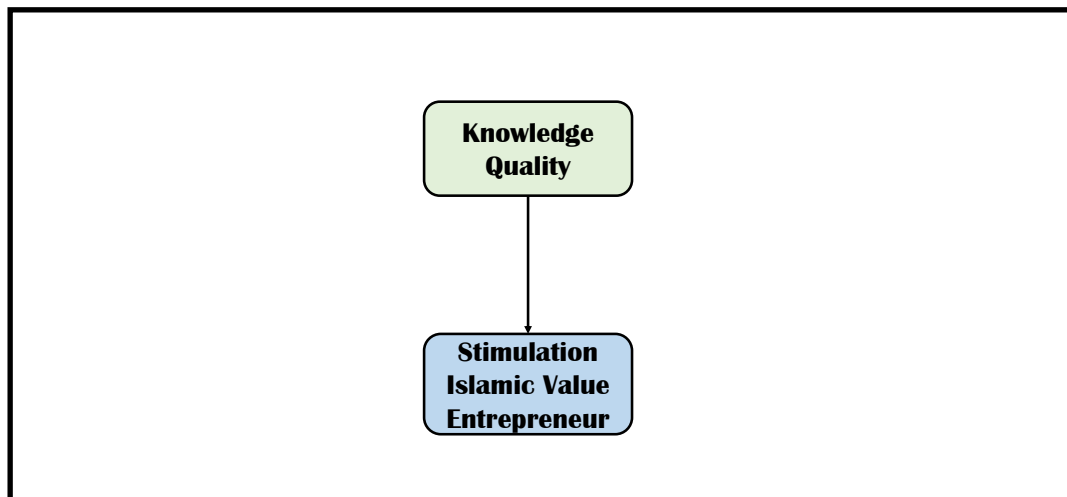
Proposisi 1 : Stimulation Islamic Value Entrepreneur

Stimulation Islamic Value Entrepreneur merupakan stimulasi berorientasi pada moral entrepreneur yang mencakup prioritas produk halal, kemandirian meningkatkan pengetahuan dan inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja. Kemudian stimulasi quality harmony life entrepreneur yang mencakup peningkatan kesejahteraan, kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dengan ibadah. Meningkatkan stimulation moral orientation entrepreneur dan stimulation quality harmony life entrepreneur akan memicu peningkatan kinerja

Kulkarni et al. (2007) menjelaskan pengetahuan kualitas konten yang dinilai oleh kegunaan. Soo et al. (2004) mengeksplorasi kualitas pengetahuan yang diukur dengan frekuensi, kegunaan, dan inovasi. Majchrzak et al. (2004) menyatakan bahwa ada tiga kriteria untuk menggunakan pengetahuan untuk inovasi adalah kredibilitas, relevansi dan adaptasi. Selanjutnya menjelaskan bahwa kualitas pengetahuan sebagai sejauh mana kesadaran dan pemahaman ide-ide, logika,

hubungan, dan keadaan yang cocok untuk digunakan, relevan dan berharga dengan konteks, dan mudah beradaptasi.

Kualitas pengetahuan telah menjadi isu penting dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan dan berurusan dengan lingkungan bisnis yang berubah cepat (Lee et al., 2002). Hasil studi Carmen Cabello-Medina (2011) modal intelektual dikonseptualisasikan sebagai pengetahuan dan mengetahui kemampuan dari organisasi, merupakan salah satu yang paling relevan antededen inovasi yang merupakan modal untuk entrepreneur dan konsekuensinya mendorong peningkatan kompetensi organisasi dan sumber daya yang tersedia. Berdasarkan uraian di atas dapat disusun proposisi 2 seperti yang tersaji dalam Gambar 2.8

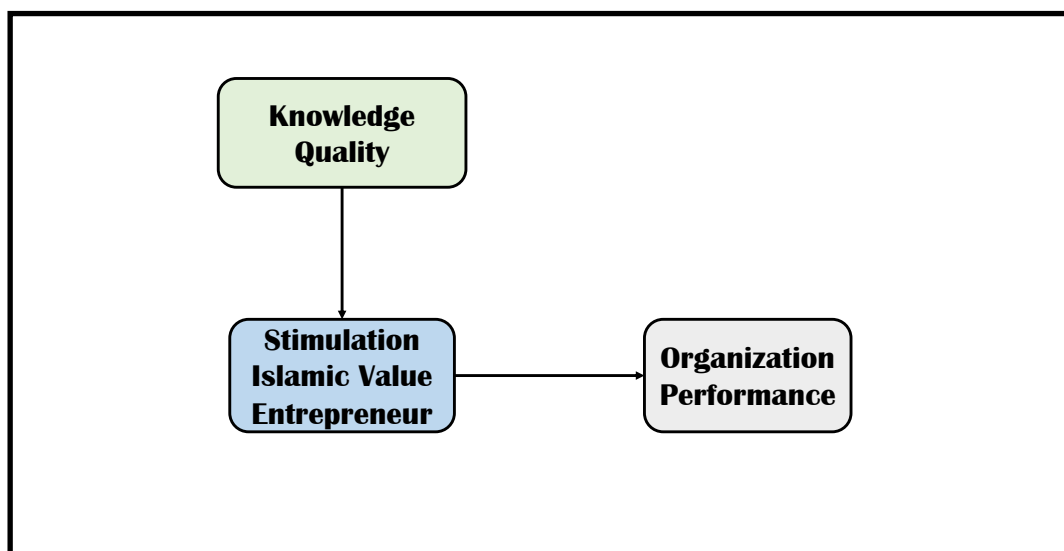


Gambar 2.7: Proposisi 2 Kualitas Pengetahuan

Proposisi 2 : Kualitas Pengetahuan

Kualitas pengetahuan merupakan kesadaran dan pemahaman ide-ide, logika, hubungan, dan keadaan yang cocok untuk digunakan, relevan dan berharga dengan konteks, dan mudah beradaptasi. Meningkatkan kualitas pengetahuan akan mewujudkan Stimulation Islamic Value Entrepreneur

Berdasarkan integrasi proposisi 1 tentang stimulation Islamic Value Entrepreneur dan proposisi 2 tentang kualitas pengetahuan dapat di susun Grand Theory Model yang tersaji dalam Gambar 2.9. Gambar tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kinerja organisasi dapat diwujudkan melalui stimulation Islamic Value Entrepreneur, yang di bangun dengan peningkatan kualitas pengetahuan.



Gambar 2.8 Grand Teoritical Model

2.5. Model Empirik Penelitian

2.5.1. *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur*

Stimulasi intelektual adalah salah satu dari empat dimensi kepemimpinan transformasional (Bass, 1985), berfokus pada perilaku pemimpin yang merangsang keingintahuan intelektual pengikut, mendorong dan menantang asumsi lama, serta menghargai pemikiran kritis dan pendekatan inovatif (Bass & Riggio, 2006). g Merangsang intelektual dengan memotivasi pengikut untuk mencari cara baru

dalam melaksanakan pekerjaan, stimulasi intelektual lebih berfokus pada tugas karena diarahkan untuk mengubah cara karyawan berpikir tentang aktivitas dan peran kerja mereka.

Stimulasi intelektual juga berusaha untuk mendorong karyawan untuk merefleksikan bagaimana mereka melakukan pekerjaan dan memikirkan pendekatan baru yang dapat membantu mereka melakukannya dengan lebih efektif. Dengan mengeksplorasi pendekatan dan praktik yang berbeda, karyawan dapat memahami makna dengan menemukan elemen dan tantangan baru dalam pekerjaan mereka dan menyadari bahwa mereka mampu menerapkan keterampilan dan pengetahuan yang lebih luas untuk memenuhi peran kerja mereka. Selain itu, CEO yang mendorong pemikiran dan inovasi nonkonvensional cenderung melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan bersama dan mendelegasikan wewenang untuk menghadapi tantangan yang muncul (Avolio, Zhu, Koh, & Bhatia, 2004; Kark, Shamir, & Chen, 2003). Ini menciptakan rasa pemberdayaan yang sering memotivasi karyawan untuk memunculkan ide-ide inovatif dan mempraktikkannya dalam organisasi mereka (Burpitt & Bigoness, 1997; Damanpour, 1991). Proses tersebut, pada gilirannya, mempromosikan tujuan yang lebih dalam tentang pekerjaan seseorang.

Ada banyak sumber bukti yang menunjukkan pentingnya karakter moral. Terlepas dari semua perintah moral dan ritual tentang ibadah yang terlihat dalam teks-teks Islam, etika dalam Islam didasarkan pada nilai-nilai moral dan agama. Preseden yang paling utama adalah Iman kepada Tuhan. Faktor terpenting dari menjadi etis adalah memiliki kemurnian batin dan hati yang murni. Inilah yang membuat tindakan seseorang layak. Semangat moral diartikan sebagai motivasi etis

sejati yang membimbing seseorang untuk memurnikan diri batinnya dengan tidak melakukan niat yang salah. Dalam etika Islam niat moral merupakan faktor terpenting untuk penerimaan tindakan moral. Filsuf Muslim percaya bahwa kebajikan dan motivasi sejati membangun karakter seseorang. Sekaligus tidak mengabaikan dampak perilaku moral dalam pembentukan karakter moral. Karena niat seseorang adalah urusan batin yang tersembunyi dan motivasi sejati tidak dapat dicapai tanpa hati yang dimurnikan, maka penekanan pada niat seseorang pada kenyataannya adalah untuk mementingkan memiliki karakter moral dan perkembangan moral seseorang (Zahra, 2020).

Perspektif Islam, menjelaskan bahwa untuk meningkatkan spiritualitas seseorang tidak dituntut untuk meninggalkan kehidupan duniawi dan membatasi diri pada akhirat. Karena jika demikian, jika seseorang mengabaikan kehidupan material dan menekan keinginannya (yang dapat dipuaskan dengan cara yang tepat), kehidupan materialnya akan bertentangan dengan kehidupan spiritual dan fakta ini lambat laun membuatnya jatuh dalam kebingungan, kontradiksi batin, dan terkadang dalam pemberontakan. Dengan demikian pandangan Islam adalah bahwa kehidupan duniawi dan akhirat tidak terpisah satu sama lain. Tetapi dengan menjalani kehidupan moral seseorang dapat menyediakan jalan untuk mencapai kebahagiaan dan kebahagiaan surgawi. Oleh karena itu, bahkan kesepakatan bisnis dan menafkahi keluarga adalah tindakan ibadah, tentu saja selama tidak ada ketidakadilan yang dilakukan terhadap orang lain.

Studi Yulian Barlling (2020) menjelaskan bahwa tidak adanya hubungan antara kecerdasan emosional dan stimulasi intelektual juga memerlukan studi lebih lanjut. Kemudian peran stimulasi intelektual sebagai prediktor sikap dan kinerja ,

menjadikannya konsep sentral dalam teori kepemimpinan transformasional. Sifat stimulasi intelektual (yaitu menyajikan tantangan intelektual, membuat orang berpikir tentang masalah lama dengan cara baru) lebih kognitif daripada tiga komponen lainnya, dan tidak bergantung pada kecerdasan emosional individu dengan cara yang sama seperti yang diindividualisasikan. pertimbangan, pengaruh ideal dan motivasi inspirasional lakukan. Meskipun tunduk pada replikasi empiris, hal ini mengarah pada kemungkinan bahwa kecerdasan emosional dapat mempengaruhi individu terhadap perilaku kepemimpinan yang berbeda. Berdasarkan uraian di atas hipotesis pertama yang di ajukan adalah :

H1 : Bila Stimulation Moral Orientation Entrepreneur meningkat, maka kinerja organisasi semakin meningkat.

2.5.2. Stimulation Quality Harmony Life Entrepreneur

Harmoni adalah kunci hidup seimbang dengan lingkungannya sendiri. Keseimbangan dan fleksibilitas dianggap sebagai kebajikan penting dalam menyelaraskan berbagai aspek di dunia . Oleh karena itu, sifat harmoni itu sendiri adalah relaional dimana hal-hal tumbuh subur melalui saling mendukung dan ketergantungan. Perspektif kesejahteraan psikologis, konsep harmoni diterima sebagai suatu kesatuan yang holistik yang mengedepankan keseimbangan dan fleksibilitas dengan mempertimbangkan isu-isu sosial dan lingkungan (Seydi Ahmet Satıcı and Emine Gocet Tekin, 2017).

Harmoni melibatkan nilai dan penilaian yang berbeda sesuai dengan budaya di mana mereka berasal. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari nilai-nilai budaya untuk lebih memahami harmoni. Perkembangan harmoni dalam hidup

didasarkan pada aspek kognitif dari fungsi psikologis sebagai komitmen mental altruistik, kontrol sekunder terfokus yang sesuai, adaptasi yang tidak menghakimi, penuh perhatian. Dambrun dan Ricard (2011) mendalilkan model teoritis di mana kesejahteraan terkait dengan dua aspek yang berbeda secara kualitatif dari fungsi psikologis diri.

Harmoni pada dasarnya terkait dengan kesejahteraan subjektif dengan sedikit perbedaan dalam penilaian kesejahteraan. Kesejahteraan subyektif didefinisikan sebagai bagaimana seseorang mengevaluasi hidupnya sendiri sehubungan dengan empat aspek terpisah: kepuasan hidup, pengaruh positif, tidak adanya pengaruh negatif, dan kepuasan domain (Diener, Suh, Lucas, dan Smith; 1999). Pengaruh positif dan pengaruh negatif mengacu pada jumlah perasaan menyenangkan dan tidak menyenangkan yang dialami orang dalam hidup mereka dan menilai komponen afektif, sedangkan kepuasan dengan kehidupan dan kepuasan domain dianggap sebagai komponen kognitif, mengevaluasi keyakinan tentang kualitas hidup seseorang.

Melihat kepuasan hidup sebagai salah satu aspek penting dari kesejahteraan kognitif daripada konsep menyeluruh atau superior, Kjell et al (2013) mengusulkan bahwa harmoni dalam hidup dapat melengkapi kepuasan dengan hidup. Harmoni dalam hidup mengacu keseluruhan tentang apakah kehidupan seseorang melibatkan keseimbangan, menyesuaikan diri dan selaras dengan kehidupan seseorang (Garcia et al., 2014). Indikasi harmony quality life mencakup : gaya hidup saya memungkinkan saya untuk menjadi harmonis, sebagian besar aspek hidup saya seimbang, ada Saya keselarasan dan menerima berbagai kondisi hidup saya, saya cocok dengan lingkungan (Kjell et al, 2013). Teori kesejahteraan saat

ini dikritik karena umumnya terlalu menekankan pada diri sendiri, egois, termasuk kepuasan pemuasan diri, aktualisasi diri yang melibatkan diri dan pada akhirnya pengejaran kesejahteraan yang sebagian besar terisolasi. Mengejar harmoni menghindari perselisihan dan konflik dengan cara apa pun dan sebagai akibatnya menipisnya kemandirian diri serta tujuan dan kebutuhan seseorang.

Stimulasi intelektual yang merupakan kemampuan pemimpin untuk membantu bawahannya mendekati masalah dengan perspektif yang segar dan tanpa takut adanya konsekuensi negatif dari berbagi ide secara terbuka. Stimulasi intelektual melibatkan membangkitkan dan menantang kesadaran pengikut tentang masalah dan kapasitas mereka untuk memecahkan masalah tersebut (Bono & Judge, 2004). Para pemimpin mempertanyakan asumsi dan keyakinan pengikut dan mendorong untuk menjadi inovatif dan kreatif, sehingga mendekati masalah lama dengan cara baru (Barbuto, 2005). Pemimpin memberdayakan pengikut dengan membujuk mereka untuk mengusulkan ide-ide baru dan kontroversial tanpa takut hukuman atau ejekan (Stone, Russell dan Patterson, 2003). Mereka memaksakan ide mereka sendiri dengan bijaksana dan tentunya tidak dengan biaya apapun (Simic, 2003). Maduabuci (2019) menjelaskan bahwa bahwa ketika batas antara diri pribadi dan peran kerja menjadi tidak jelas dan kabur (tidak seimbang), maka pelepasan pribadi akan menjadi hasilnya. Kahn (2020) juga menekankan pentingnya memberikan makna pada pekerjaan sebagai elemen penting dalam menciptakan keterikatan dengan peningkatan kinerja. Oleh karena itu hipotesis ke dua yang di ajukan adalah :

H2 : Bila Stimulation quality harmony life entrepreneur meningkat, maka kinerja organisasi semakin meningkat.

2.5.3. *Knowledge Quality* (Kualitas Pengetahuan)

Pengetahuan yang baru, inovatif, dan bermanfaat bagi organisasi / lembaga / sistem memenuhi persyaratan pengetahuan yang berkualitas (Chan et al., 2008). Pengetahuan yang digunakan berulang kali untuk pembentukan pengetahuan baru lainnya merupakan pengetahuan yang berkualitas tinggi (Waheed and Kiran, 2014). *Knowledge quality* didefinisikan sebagai sebuah perolehan pengetahuan yang berguna dan inovatif (Waheed, et.al. 2016). *Knowledge quality* didefinisikan sebagai sejauh mana kesadaran dan pemahaman ide, logika, hubungan, dan keadaan yang tepat dapat digunakan, relevan, berharga untuk konteks, dan dapat diadaptasi (Widodo, et.al. 2015). Pengetahuan dapat menjadi inovatif untuk sistem atau organisasi, akan tetapi jika pengetahuan itu tidak berguna untuk pengembangan organisasi atau inovasi baru dalam organisasi, maka tidak dapat memenuhi kriteria *knowledge quality* (Chou et.al. 2015).

Knowledge quality dapat disimpulkan sebagai pengetahuan yang digunakan dan memiliki kualitas kemampuan beradaptasi, kualitas pengembangan, dan mudah untuk diterapkan / *aplicable*. Keterkaitan, kekayaan, dan strategi dan proses pengetahuan, digunakan untuk mengukur *knowledge quality* (Chan et al., 2008). Pengetahuan yang baru, inovatif, dan bermanfaat bagi organisasi / lembaga / sistem memenuhi persyaratan pengetahuan berkualitas (Waheed and Kiran, 2014). *Knowledge quality* diukur dengan menggunakan dimensi kegunaan dan inovasi (Waheed and Kiran, 2014). *Adaptability*, *expandability*, dan *applicability* merupakan fitur penting lainnya dari pengetahuan yang berkualitas (Nonaka dan Takeuchi.1995; Yoo et al. 2011). Pengetahuan yang tidak dapat diterapkan oleh individu dalam kehidupan nyata karena penggunaan praktisnya bukanlah

pengetahuan yang berkualitas. *Knowledge quality* memungkinkan organisai untuk beradaptasi, mengembangkan, dan dengan mudah menerapkan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan tindakan yang efektif dan mengatasi ketidakpastian dengan menyesuaikan pengetahuan mereka untuk situasi yang fleksibel, luas, dan mudah (Widodo, *et.al.* 2015). Sehingga indicator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Adaptable, Applicable, Expandable, True, Innovative, dan Justified* (Waheed and Kiran, 2014).

Hasil Coral *et.al* (2018) menunjukkan bahwa transfer pengetahuan mempengaruhi kualitas pengetahuan, dan pengetahuan transfer dari pemasok, pada gilirannya, memiliki efek tidak langsung pada inovasi melalui kualitas pengetahuan. Coral *et.al* (2018) menggarisbawahi pentingnya transfer pengetahuan dari pemasok ke kualitas pengetahuan dan pengetahuan transfer dari pemasok melalui kualitas pengetahuan untuk mencapai inovasi.

Knowledge quality memiliki efek positif pada kinerja inovasi (Han *et.al*, 2018). Butt *et.al* (2018) meneliti 330 *knowledge worker* di sektor TI Pakistan dan dianalisis menggunakan SmartPLS 3 Versi 2.6. Hasilnya menunjukkan peran penting dari keterlibatan manajemen pengetahuan individu dalam meningkatkan inovasi dan produktivitas pekerja pengetahuan dalam organisasi berbasis pengetahuan.

Organisasi mentransfer pengetahuan yang berguna kepada staf dan merangsang potensi karyawan (Andrevski & Ferrier, 2019). Manajemen pengetahuan organisasi memiliki pengaruh yang positif terhadap inovasi organisasi (Ding *et.al*, 2019). Menurut Nonaka (1994) kualitas pengetahuan intrinsik merupakan sejauh mana sumber daya manusia memiliki kualitas pengetahuan

dalam dirinya sendiri. Kualitas pengetahuan ini terkait dengan akurasi, keandalan, dan ketepatan waktu pengetahuan sebagai dasar pemimpin dalam pengambilan keputusan, gaya kepemimpinan, dan dalam menjalankan organisasi (Chou *et.al.* 2015). Selain itu, karakter ini memberikan dorongan bagi pemimpin untuk menemukan cara baru yang lebih efektif dalam menyelesaikan masalah, dengan kata lain mampu mendorong (menstimulasi) bawahan untuk selalu kreatif dan inovatif (Sandstorm *et.al.*, 2019). *Knowledge -based view of firm* terletak pada pernyataan bahwa pengetahuan yang dimiliki karyawan dilahirkan kembali ke dalam pengetahuan organisasi, yang dapat dilindungi sebagai modal intelektual organisasi, dan membuka wawasan pemimpin untuk berani melakukan perubahan dengan menerapkan cara-cara tindakan yang baru dan inovatif (Maroofi, 2018).

Tabel 2.3
State of The Art Knowledge Quality

No	Author	Result
1	Coral <i>et.al</i> (2018)	<i>Knowledge quality</i> memiliki peran penting dalam mencapai inovasi.
2.	Han <i>et.al</i> (2018)	<i>Knowledge quality</i> memiliki efek positif pada kinerja inovasi
3.	Butt <i>et.al</i> (2018)	<i>Knowledge Management</i> meningkatkan inovasi dalam organisasi berbasis pengetahuan.
4.	Ding <i>et.al</i> , (2019).	<i>Knowledge Management</i> organisasi memiliki pengaruh yang positif terhadap inovasi organisasi
5.	Sandstorm <i>et.al.</i> , (2019).	<i>Knowledge quality</i> mampu mendorong pimpinan untuk menstimulasi bawahan untuk selalu kreatif dan inovatif
6.	Chou <i>et.al.</i> (2015).	<i>Knowledge quality</i> mendorong pemimpin dalam pengambilan keputusan, gaya kepemimpinan, dan dalam menjalankan organisasi.

- | | | |
|----|-------------------|---|
| 7. | Maroofi
(20190 | <i>Knowledge</i> membuka wawasan pemimpin untuk berani melakukan perubahan dengan menerapkan cara-cara tindakan yang baru dan inovatif. |
|----|-------------------|---|
-

Kulkarni et al. (2006-2007) menganggap pengetahuan kualitas konten yang dinilai oleh kegunaan. Soo et al. (2004) mengeksplorasi kualitas pengetahuan yang diukur dengan frekuensi, kegunaan, dan inovasi. Rao dan Osei-Bryson (2007) konseptual mengembangkan dimensi kualitas barang pengetahuan seperti akurasi, konsistensi, mata uang, data yang interpretability, tingkat konteks, tingkat detail, tingkat kepentingan, berbagi, kegunaan, dan volatilitas. Durcikova dan Gray (2009) mengukur kualitas pengetahuan dengan ketepatan, kebutuhan rapat, dan akurasi. Studi ini mengeksplorasi kualitas pengetahuan dalam dimensi tunggal. Pengetahuan, bagaimanapun, adalah membangun multidimensi (Nonaka, 1994), dan kualitas yang tidak dapat diukur dengan dimensi tunggal. Majchrzak et al. (2004) juga menyatakan bahwa ada tiga kriteria untuk menggunakan pengetahuan untuk inovasi adalah kredibilitas, relevansi dan adaptasi. Studi ini kualitas pengetahuan didefinisikan sebagai sejauh mana kesadaran dan pemahaman ide-ide, logika, hubungan, dan keadaan yang cocok untuk digunakan, relevan dan berharga dengan konteks, dan mudah beradaptasi.

Hasil studi Dong Kyoony Yoo (2010) dimensi kualitas pengetahuan mencakup

1. Kualitas pengetahuan intrinsik

Kualitas pengetahuan intrinsik adalah sejauh mana sumber daya manusia memiliki kualitas pengetahuan dalam dirinya sendiri. Dimensi ini terkait dengan akurasi, keandalan, dan ketepatan waktu pengetahuan. Ini adalah dasar untuk kualitas pengetahuan, dan memberikan pemahaman yang kaya dalam kegiatan dan hubungan. Pengetahuan didefinisikan sebagai keyakinan dibenarkan yang meningkatkan kapasitas suatu entitas

untuk tindakan yang efektif (Nonaka, 1994;). Ini berarti bahwa anggota membenarkan keakuratan atau keandalan pengamatan mereka (Erden et al., 2008). Meskipun pengetahuan digambarkan sebagai keyakinan, pendapat, wawasan, dan pengalaman (Nonaka, 1994; Davenport dan Prusak, 1998), harus mengandung nilai-nilai fundamental.

Zahra (2019) menjelaskan bahwa para filsuf Muslim percaya pada rasionalitas etika dan dari aspek epistemologis percaya bahwa seseorang dapat dan harus mendukung pernyataan moral secara intelektual. Jadi Islam menekankan pada kecerdasan, kontemplasi, dan pertimbangan dan menuntut untuk meningkatkan kemampuan intelektual (pengetahuan) , Hal ini karena intelek memainkan peran dalam membedakan perbuatan baik dari perbuatan buruk dan memiliki implikasi yang mendalam bagi perilaku moral. Pada saat yang sama, filsuf Muslim, karena korespondensi yang mewarisi antara agama dan intelek, berpendapat bahwa pernyataan moral, yang diakui oleh intelek, sejalan dengan moral dalam Alquran. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah :

H3 : Bila kualitas pengetahuan intrinsic semakin tinggi, maka stimulation moral orientation entrepreneur semakin tinggi.

Orang yang seimbang adalah orang yang telah mengembangkan banyak aspek berbeda dari karakternya dan dia mampu menunjukkan perilaku yang sesuai dalam situasi yang berbeda. Aspek rasional, moral, emosional, individu, sosial dan fisik merupakan aspek dasar dari karakter manusia. Filsuf Muslim berpendapat bahwa jiwa manusia adalah subjek etika dan mencoba menjelaskan perkembangan moral tergantung intelektual. Seseorang yang telah mencapai keseimbangan dalam kekuatannya dan telah mencapai kebajikan dari kekuatan itu adalah orang yang berkembang secara moral. Orang seperti itu dapat merenung dan menilai dengan benar dalam situasi yang berbeda, dan juga mengontrol dan

mengekspresikan emosinya dengan benar. Hal ini karena keseimbangan dan kesesuaian antara kekuatannya dan karena kedamaian batinnya, pada akhirnya dia akan melakukan perbuatan baik. Inilah sebabnya mengapa seorang pelaku moral perlu memperoleh kebajikan dan pengetahuan yang dinamis (Zahra, 2019). Oleh karena itu hipotesis yang keempat yang diajukan dalam studi ini adalah :

H4 : Bila kualitas pengetahuan intrinsic semakin tinggi, maka stimulation harmony quality life entrepreneur semakin tinggi.

2. Kualitas konteks pengetahuan

Kualitas pengetahuan intrinsik adalah kondisi yang diperlukan, tetapi tidak cukup. Pengetahuan yang tidak mencerminkan konteks, tidak memiliki relevansi. Pengetahuan yang sama mungkin telah berbeda arti dalam konteks yang berbeda. Pengetahuan adalah konteks-spesifik (Becerra-Fernandez dan Sabherwal, 2001; Nonaka dan Takeuchi, 1995) dan konteks yang berbeda (yaitu waktu, ruang, budaya, tujuan, peran, atau paradigma) menilai kualitas dengan cara yang berbeda. konteks yang berbeda mungkin perlu manajemen pengetahuan yang berbeda (Becerra-Fernandez dan Sabherwal, 2001). Kualitas pengetahuan kontekstual mengacu pada sejauh mana pengetahuan dianggap sebagai konteks tugas. Dimensi ini berkaitan dengan relevansi, kesesuaian, dan nilai dengan memahami lingkungan di mana tugas beroperasi. Pemahaman konteks harus meningkatkan efisiensi penggunaan pengetahuan.

Kemajuan dalam pengetahuan ilmiah cenderung bukan merupakan hasil percobaan yang terisolasi ke segala arah, melainkan serangkaian pola akumulatif yang teratur. Kemajuan awal pada penyelesaian masalah ilmiah memunculkan paradigma ilmiah, yang didefinisikan sebagai pengetahuan umum dan konsensus tentang apa yang harus diamati, pertanyaan menarik untuk ditanyakan, apa yang sesuai dan pendekatan yang berguna untuk

menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, metode apa yang mungkin berhasil digunakan, dan bahkan seperti apa jawaban yang sah. Oleh karena itu paradigma ditinggalkan untuk paradigma lain, stok pengetahuan cenderung tumbuh dengan penambahan teratur dalam paradigma yang berlaku.

Hasil studi Elizabeth (2019) menunjukkan bahwa dalam beberapa keadaan, kepercayaan orang sebelumnya bias penalarannya. Meremehkan atau mengabaikan ide-ide alternatif untuk pemikiran seseorang saat ini telah terlibat dalam sejumlah bias kognitif termasuk terlalu percaya diri dan kesalahan dalam pembaharuan keyakinan. Sebaliknya, keterbukaan intelektual dan pemikiran terbuka melibatkan pemikiran yang fleksibel, kesediaan untuk mendekontekstualisasi dan kecenderungan untuk mempertimbangkan bukti baru terhadap kepercayaan saat ini, yakni kapasitas pengetahuan. Knowledge Based View melihat pengetahuan baik sebagai sumber daya dan sebagai kemampuan, di mana memanfaatkan dan mengembangkannya diperlukan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Grant, 1996). Hasil studi menunjukkan pentingnya memperoleh pengetahuan sebagai predictor moral yang baik (Ying Lin 2017). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah :

H5 : Bila kualitas pengetahuan kontekstual semakin tinggi, maka stimulation moral orientation entrepreneur semakin tinggi.

Intellectual capital adalah jumlah dari semua pengetahuan dan kemampuan mengetahui yang akan sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Nahapiet dan Ghoshal, 1998)). Intellectual berkontribusi pada penciptaan nilai dan ekstraksi nilai organisasi

melalui pengetahuan yang tidak hanya dimiliki oleh individu, tetapi juga disimpan dalam database organisasi, proses bisnis, sistem, dan hubungan.

Organisasi membutuhkan individu yang berpengetahuan luas, dengan keterampilan pemecahan masalah yang sangat baik dan kemampuan untuk membuat keputusan yang efektif, modal manusia dianggap sebagai sumber daya strategis yang mendasari untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam lingkungan yang serba cepat dan berubah dengan cepat saat ini . Mengingat bahwa produk dan layanan perusahaan selalu disediakan oleh personelnnya, jelas bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk baru, meningkatkan efisiensi operasional dan manajerial, atau mempertinggi tingkat produktivitas dan kualitas terkait erat dengan sumber daya manusianya (Cabello- Medina et al., 2011). Modal manusia adalah aspek terpenting dan perusahaan yang telah menyadari pentingnya dan berinvestasi pada karyawan mereka cenderung menikmati kinerja operasional yang lebih baik (Wang et al., 2011).

Penelitian tentang pandangan berbasis sumber daya perusahaan menggambarkan bahwa bagi sebagian besar pengetahuan perusahaan adalah sumber daya strategis yang paling penting dan bahwa kemampuan untuk membuat, mengintegrasikan dan menerapkan pengetahuan sangat penting untuk pengembangan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Nonaka, 1994). Dengan demikian, pandangan berbasis pengetahuan tentang perusahaan telah muncul, yang mengidentifikasi alasan utama bagi perusahaan sebagai penciptaan dan penerapan pengetahuan. Pendekatan ini mengarah bahwa perusahaan harus menjadi `` organisasi pembelajar " untuk memaksimalkan basis pengetahuan mereka (misalnya Senge, 1990). Namun kesulitan dalam mengintegrasikan berbagai jenis

pengetahuan (Kogut dan Zander, 1992) dan kebutuhan untuk kapasitas penyerapan, untuk memahami dan memperoleh pengetahuan organisasi eksternal. Mengikuti pandangan berbasis pengetahuan, analisis strategis berfokus pada berbagai cara perusahaan dapat memperkuat basis pengetahuan mereka secara keseluruhan dengan menentukan bidang pengetahuan spesifik mana yang harus diperkuat. Argumen umum para peneliti ini adalah bahwa pengetahuan yang unggul di bidang kritis akan mengarah pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kesuksesan organisasi. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah :

H6 : Bila kualitas pengetahuan kontekstual semakin tinggi, maka stimulation harmony quality life entrepreneur semakin tinggi.

3. Kualitas Tindak Lanjut pengetahuan

Vallaster (2019) menjelaskan bahwa perilaku kewirausahaan menyiratkan serangkaian tindakan yang menghadapkan wirausahawan dengan keadaan di mana keputusan sering kali menantang standar moral yang ada. Dalam pengertian ini, etika dapat dilihat sebagai refleksi kritis dan normatif dari moralitas itu sendiri. Kondisi tersebut meniratkan aturan dan prinsip tentang apa yang baik dan buruk. Aturan dan prinsip ini diinternalisasi - secara sadar atau tidak sadar - oleh setiap individu dan mencerminkan penilaian moral masyarakat. Pada intinya berfungsi sebagai alat bagi individu untuk berpikir kritis dan mandiri, menghasilkan keputusan yang refleksi dan otonom tentang masalah moral. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan yang mendasar. Knowledge Based View menjelaskan bahwa pengetahuan adalah sumber utama nilai, dan penciptaan nilai perusahaan

terutama merupakan fungsi dari kemampuannya untuk mengakumulasi dan menggunakan pengetahuan.

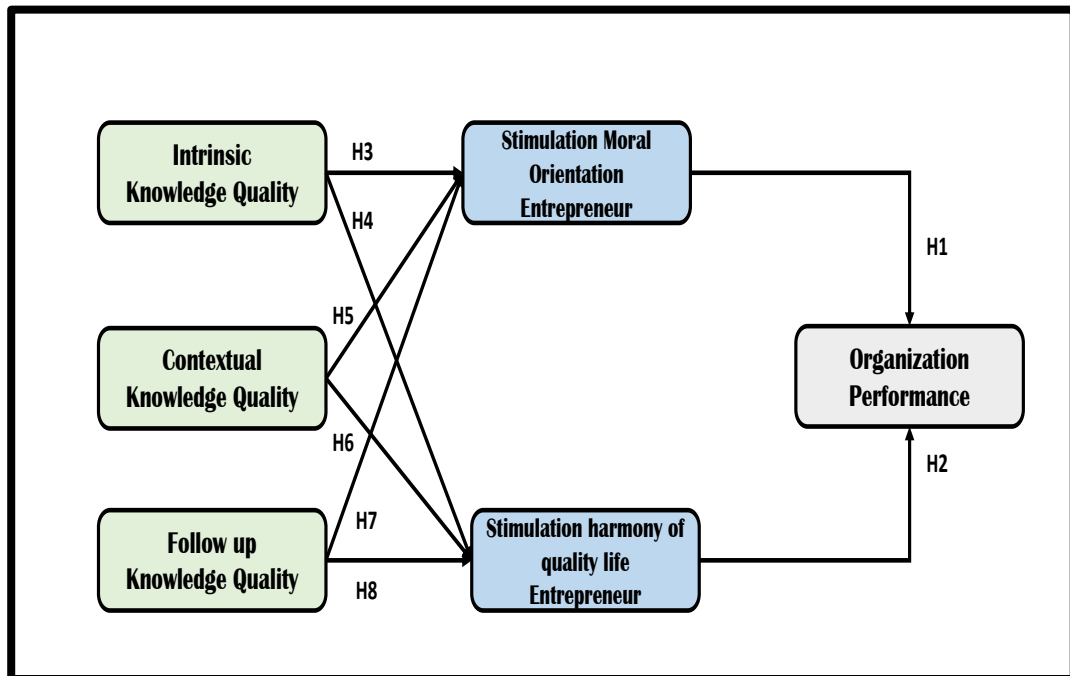
Pengetahuan adalah aksi dan harus digunakan untuk suatu tujuan (Nonaka dan Takeuchi, 1995). Kualitas tindak lanjut pengetahuan mengacu pada sejauh mana pengetahuan diperluas, beradaptasi, atau mudah diterapkan pada tugas-tugas. Pengetahuan harus ditransformasikan ke dalam tindakan untuk mewujudkan kegunaannya dan profitabilitas (Davenport dan Prusak). Karena kualitas pengetahuan tergantung pada penggunaan yang sebenarnya dari pengetahuan, ini ditindaklanjuti kualitas pengetahuan memungkinkan tim untuk fleksibel beradaptasi, banyak berkembang, dan mudah menerapkan pengetahuan dan dengan demikian meningkatkan tindakan yang efektivitas. Dimensi ini membantu kesepakatan dengan ketidakpastian dengan mengadaptasi pengetahuan untuk situasi fleksibel, luas dan mudah. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah :

H7 : Bila follow up quality knowledge semakin tinggi, maka stimulation moral orientation entrepreneur semakin tinggi.

H8 : Bila follow up quality knowledge semakin tinggi, maka stimulation harmony quality life entrepreneur semakin tinggi.

Berdasarkan kajian pustaka yang intensity dan comprehensiveness dapat disusun model empiric, yang tersaji dalam Gambar 2.9. Model empiric tersebut menunjukkan bahwa kinerja organisasi dapat diwujudkan oleh stimulation moral orientation entrepreneur dan stimulation harmony quality life entrepreneur , kedua variable ini merupakan dimensi dari value based Islamic entrepreneur. Kemudian Value based value Islamic entrepreneur di wujudkan melalui kualitas pengetahuan,

yang mencakup intrinsic quality knowledge, contextual quality knowledge dan follop up quality knowledge.

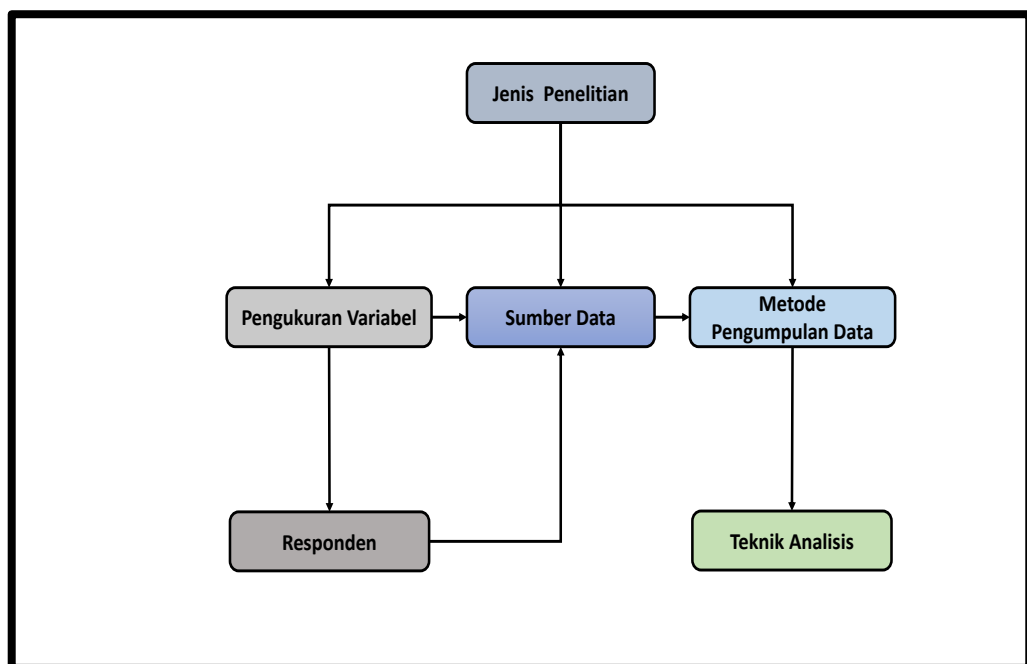


Gambar 2.9. Model Empirik

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang arah dan cara melaksanakan penelitian yang mencakup jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel dan indikator serta teknis analisis data.



Gambar 3.1. Alur Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah “*explanatory Research*” atau penelitian yang bersifat menjelaskan, artinya penelitian ini menekankan pada hubungan antara variabel penelitian dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis dengan harapan yang pada akhirnya dapat memperkuat teori yang dijadikan sebagai pijakan. Variabel penelitian ini mencakup : *intrinsic*

knowledge quality, actionable knowledge quality, follow up quality knowledge, stimulation orientation moral entrepreneur, stimulation harmony quality life dan organization, performance.

3.2. Pengukuran Variabel

Studi empirik penelitian ini mencakup variabel kualitas pengetahuan, motivasi, *intellectual stimulation value, innovation process* dan kinerja organisasi.

Adapun pengukuran (indikator) masing-masing variabel nampak pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 : Pengukuran Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kinerja Organisasi hasil dari serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan organisasi.	a. Quality b. Quantity c. Timeliness d. Cost effectiveness e. Need for supervision f. Interpersonal Impact	Bernardin dan Russel (1993:382)
2.	Stimulation oriented moral entrepreneur merupakan stimulasi berorientasi pada moral entrepreneur yang mencakup prioritas produk halal, kemandirian meningkatkan pengetahuan dan inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja.	a. Mendorong prioritas produk halal. b. Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan c. Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja	Dasmadi (2020)
3.	Stimulation harmony quality life entrepreneur Merupakan stimulasi pada keseimbangan kesejahteraan, kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dengan ibadah. Meningkatkan stimulation moral orientation entrepreneur	a. Peningkatan kesejahteraan b. Peningkatan kepedulian social c. Intensitas integrasi bisnis dan ibadah	Dasmadi (2020)
4.	Intrinsic knowledge quality Merupakan sejauh mana sumber daya manusia memiliki kualitas pengetahuan dalam dirinya	a. Akurat b. Objektif c. Update d. Dipercaya	Dong Kyoon Yoo (2010)

No	Variabel	Indikator	Sumber
	sendiri. Dimensi ini terkait dengan akurasi, keandalan, dan ketepatan waktu pengetahuan. I		
5	Actionable knowledge quality mengacu pada sejauh mana pengetahuan dianggap sebagai konteks tugas	a. Menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan b. Menambahkan nilai pada operasi tim c. Memberikan keunggulan kompetitif d. Relevan dengan tugas kami	Dong Kyoon Yoo (2010)
6	Follow up knowledge quality Merupakan fleksibel beradaptasi, banyak berkembang, dan mudah menerapkan pengetahuan dan dengan demikian meningkatkan tindakan yang efektivitas	a. Beradaptasi b. berlaku untuk meningkatkan tugas c. Menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan	Dong Kyoon Yoo (2010)

Pengambilan data yang diperoleh melalui kuesioner dilakukan dengan menggunakan pengukuran *interval* dengan ketentuan skornya adalah sebagai berikut :

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

3.3. Sumber Data

Sumber data penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian. Data ini didapatkan berdasarkan hasil jawaban questionnaire yang di bagikan kepada responden. Adapun yang termasuk dalam data primer adalah tanggapan responden terhadap variabel penelitian, mencakup *intrinsic knowledge quality*, *actionable*

knowledge quality, follow up quality knowledge, stimulation orientation moral entrepreneur, stimulation harmony quality life dan organization, performance.

Data sekunder adalah data yang telah diolah oleh orang atau lembaga lain dan telah dipublikasikan. Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan adalah data karyawan.

3.4. Metode pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, artinya pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan pada responden. Kuesioner diserahkan secara langsung pada pimpinan tersebut dalam amplop dan dikembalikan dalam amplop tertutup untuk menjaga kerahasiaannya. Pertanyaan mencakup terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka merupakan pertanyaan yang memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan jalan pikirannya. Sedangkan pertanyaan tertutup adalah pertanyaan dimana jawaban-jawabannya telah dibatasi oleh peneliti sehingga menutup kemungkinan bagi responden untuk menjawab panjang lebar sesuai dengan jalan pikirannya.

3.5. Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) seluruh Jawa yang berjumlah 1235. Kemudian metode pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, artinya berdasarkan karakteristik populasi, yakni daerah atau lokasi dan minimal beroperasi 10 tahun. Kemudian jumlah sample (*sample size*) mengacu pendapat Hair dkk (1996), yang mengatakan bahwa jumlah sampel adalah

indikator dikali 5 sampai 10 atau minimal 100 responden. Agar generalisasi lebih optimal maka sampel studi ini sebesar 150 responden. Adapun distribusi nampak pada Tabel 3.1

Tabel 3.2. Distribusi Sampel

No	Provinsi	Populasi	Sampel
1	DKI	264	35
2	Jabar	213	25
3	DIY	61	10
4	Jateng	201	25
5	Jatim	235	25
6	Jambi	3	2
7	Sumatera (Sumsel, Sumut, Sumbar, Bengkulu)	71	10
8	Kalimantan (Kalbar, Kalsel, Kaltim, Kalteng)	33	3
9	Sulawesi (Sulteng, Sulsel, Sulut)	37	3
10	Bali, NTT dan NTB	39	4
11	Banten	39	4
12	Papua	2	1
13	Aceh	26	2
14	Riau dan Kepri	11	1
Jumlah		1.235	150

Sumber : IKAPI, 2020

3.6. Teknik Analisis

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan *The Structural Equation Modelling (SEM)* dari paket *Software AMOS 20.0*. Model ini merupakan sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan relatif rumit (Ferdinand, 2000).

Keunggulan aplikasi SEM dalam penelitian manajemen adalah kemampuannya untuk mengkonfirmasi dimensi-dimensi dari sebuah konsep atau

faktor serta kemampuannya untuk mengatur hubungan-hubungan yang secara teoritis ada.

Adapun langkah-langkah dalam SEM, menurut Ferdinand (2000), adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan model berbasis teori

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Kemudian model tersebut divalidiasi secara empirik melalui pemograman SEM.

Jadi model yang diajukan berkaitan dengan kausalitas (hubungan sebab akibat) antara dua variabel atau lebih variabel, bukannya didasarkan pada metode analisis yang digunakan namun harus berdasarkan justifikasi teoritis yang mapan. SEM bukanlah untuk menghasilkan kausalitas, tetapi untuk membenarkan adanya kausalitas teoritis melalui uji data empirik.

2. Pengembangan Path Diagram

Model teoritis yang telah dibangun pada langkah pertama kemudian digambarkan dalam path diagram. Hal tersebut dimaksudkan untuk mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang akan diuji. Hal tersebut artinya hubungan alur sebab akibat dari berbagai konstruk yang akan digunakan dan atas dasar itu akan variabel-variabel untuk mengukur konstruk akan dicari.

3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Hipotesis terdiri dari lima hipotesis persamaan dapat ditulis sebagai berikut :

- a. Kinerja organisasi = β_1 stimulation oriented moral entrepreneur + β_2 Stimulation harmony quality life stimulin + Z_1
- b. Stimulation oriented moral entrepreneur = β_3 Intrinsic knowledge quality + β_4 Contextual knowledge quality + β_5 Follow knowledge quality + Z_2
- c. Stimulation harmony quality life entrepreneur = β_3 Intrinsic knowledge quality + β_4 Contextual knowledge quality + β_5 Follow knowledge quality + Z_2

4. Memilih Matrik input dan estimasi model

SEM menggunakan input data yang hanya menggunakan matriks varian/kovarian atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik kovarian SEM karena memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi. Hair et. al. (1996) menyarankan agar menggunakan matriks varians/kovarians pada saat pengujian teopri sebab lebih memenuhi asumsi-asumsi metodologi dimana standart error yang dilaporkan akan menunjukkan angka yang lebih akurat dibandingkan menggunakan metriks korelasi.

5. Memiliki kemungkinan munculnya masalah identifikasi

Problem identikal pada prindipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Bila setiap kali estimasi dilakukan muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*.

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness of Fit*. Berikut ini beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak.

- a. X^2 *Chi Square statistic*, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai *Chi-Square*-nya rendah. Semakin kecil *nilai Chi-Square*, semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p \geq 0,05$ atau $p \geq 0,10$ (Huland, et.al. dalam Ferdinand, 2000).
- b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair et.al., 1996). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom* (Ferdinand, 2000).
- c. GFI (*Goodness of fit Index*), adalah ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”.
- d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0.90 (Hair et.al., 1996).

- e. CMIN/DF, adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah statistik *Chi-Square*, X^2 dibagi DF-nya, disebut X^2 relatif. Bila nilai X^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Arcbucle, 1997).
- f. TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *base line* model, di mana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah ≥ 0.95 (Hair et.al., 1996) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit* (Arcbucle, 1997).
- g. CFI (*Comparative Fit Index*), dimana mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah CFI ≥ 0.95

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
X ² -Chi-Square	Diharapkan kecil
Significanced	
Probability	
RMSEA	
GFI	
AGFI	
CMIN/DF	
TLI	
CFI	
	≥ 0.05
	≤ 0.08
	≥ 0.90
	≥ 0.90
	$\square \square 2.00$
	≥ 0.95
	≥ 0.95

Sumber : Ferdinand (2000)

7. Interpretasi dan Modifikasi Model

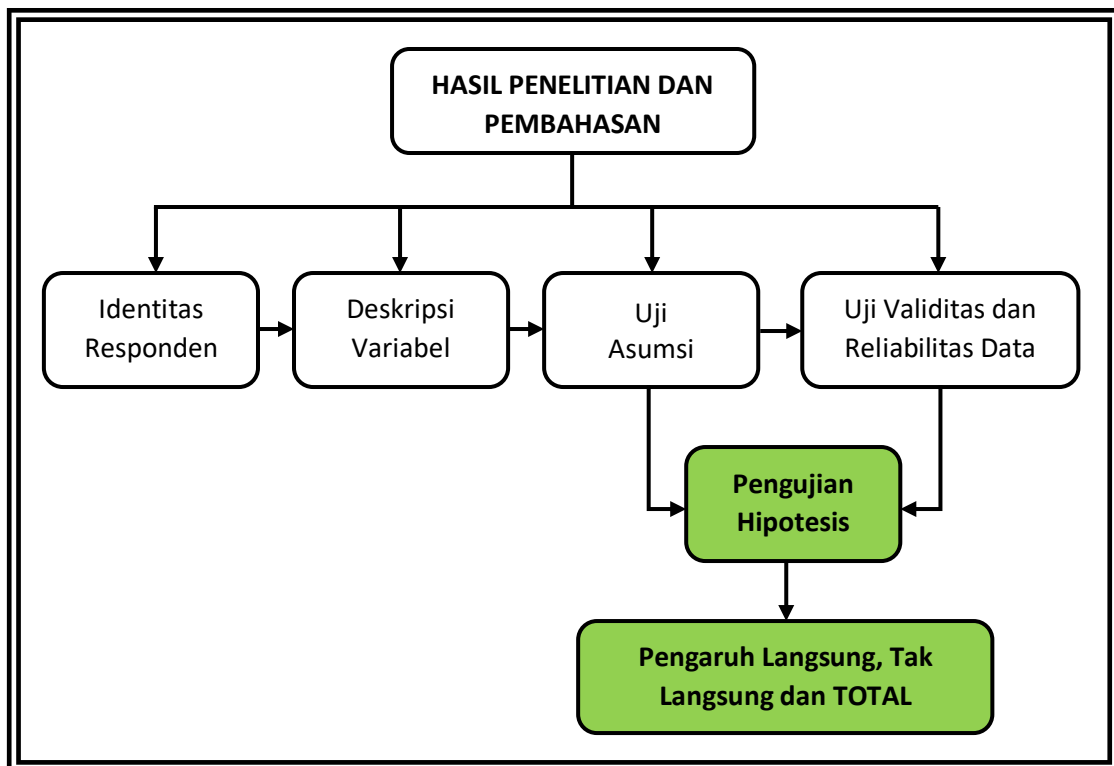
Tahap akhir ini adalah menginterpretasikan model yang memodifikasi model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Hair et.al. (1996) memberikan pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi sebuah model dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model. Batas keamanan untuk jumlah residual 5%. Bila jumlah residual lebih besar dari 5% dari semua residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka sebuah modifikasi mulai perlu dipertimbangkan (Hair et.al., 1996). Bila ditemukan bahwa nilai residual yang dihasilkan model cukup besar ($> 0,58$) maka cara lain dalam modifikasi adalah dengan mempertimbangkan untuk menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi itu. Nilai residual value yang lebih besar atau sama dengan $\pm 2,58$ diinterpretasikan sebagai signifikansi secara statistik pada tingkat 5%.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab 4 hasil penelitian dan pembahasan ini menjawab masalah dan tujuan penelitian. Rincian bab ini mencakup : identitas responden, dekripsi variabel, uji asumsi, uji validitas dan reliabilitas, pengujian hipotesis dan pengaruh total. Secara piktoğrafis nampak pada Gambar 4.1.

Gambar 4.1 : Piktografis Hasil Penelitian dan Pembahasan



4.1. Identitas Responden

Data penelitian diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yakni pimpinan Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) seluruh Indonesia sebanyak 150 responden. Jumlah kuesioner yang dibagikan sebanyak 150 lembar.

Dari jumlah tersebut kuesioner yang dijawab dan dikembalikan (*respon rate*) oleh responden sebanyak 123 set kuesioner, dan kesemuanya layak untuk dianalisis. Sehingga respon rate kuestionaire adalah $123/150 \times 100\% = 82\%$.

4.1.1. Gender

Latar belakang pimpinan Ikatan Penerbit Indonesi (IKAPI) seluruh. berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Gender

No	Gender	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	98	79.7
2	Perempuan	25	20.3
Jumlah		123	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 123 responden yang mendominasi adalah responden yang berjenis kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 98 responden atau sebesar 79,7% sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah 25 atau 20,3%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak adalah Laki-laki. Hal ini memberi keuntungan lebih dimana laki laki lebih mampu bergerak lebih cepat, memiliki mobilitas tinggi dan mampu bekerja lebih keras.

Laki-laki lebih menitik beratkan pada sebuah hasil dari kerja yang dilakukan baik secara individu maupun dalam tim. Selain itu, laki-laki akan berpikir bagaimana

cara mendapatkan hasil secara maksimal, dan menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat dibandingkan wanita. IKAPI bergerak di bidang percetakan yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital, Laki-laki akan lebih mudah dan cepat belajar bagaimana perkembangan teknologi yang ada. Sehingga kondisi ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan.

4.1.2. Latar Belakang Pendidikan

Data karakteristik responden berdasarkan pada hasil penelitian latar belakang Pendidikan responden, nampak pada Tabel 4.2

Tabel 4.2. Pendidikan

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	SMU	10	8.1
2	Diploma III	7	5.7
3	Sarjana S1	91	74.0
4	Magister S2	12	9.8
5	Doktor S3	3	2.4
Jumlah		123	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 dari tingkat pendidikan yang ditempuh oleh para responden menunjukkan bahwa sebagian besar Pendidikan Pengelola memiliki pendidikan terakhir Sarjana S1, yaitu sebanyak 91 orang atau sebesar 74% hal ini menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan pimpinan Ikatan Penerbit Indonesi

(IKAPI) seluruh Indonesia memiliki pengetahuan yang cukup, Pendidikan yang tinggi dan wawasan yang luas.

4.1.3. Tipe Perusahaan Penerbit

Berdasarkan hasil penelitian responden tipe perusahaan penerbit nampak pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Tipe Perusahaan Penerbit

No	Umur Destinasi	Frekuensi	Persentase
1	Kecil	10	8.1
2	Menengah	104	84.6
3	Besar	9	7.3
Jumlah		123	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data diatas dapat ditunjukkan bahwa Perusahaan penerbit anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) seluruh Indonesia didominasi type menengah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan penerbit di Indonesia yang tergabung dalam IKAPI memiliki usaha penerbitan yang cukup berkembang pesat dan telah banyak menerbitkan buku.

4.2. Deskripsi Variabel

Persepsi responden mengenai indicator yang diteliti dari avriabel : *inrtinsic knowledge quality, actionable knowledge quality, follow up quality knowledge, stimulation orientation moral entrepreneur, stimulation harmony quality life* dan

organization, dan *performance*. Studi ini menggunakan kriteria rentang sebesar 3. Oleh karena itu interpretasi nilai adalah : a).1 – 4 = kriteria rendah. B). 4,1 – 7 = kriteria Sedang. C). 7,1 – 10 = kriteria tinggi (Ferdinand, 2006). Berdasarkan hasil penelitian 123 pimpinan Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) seluruh Indonesia masing – masing deskripsi indikator adalah sebagai berikut :

4.2.1. *Intrinsic Knowledge Quality*

Indikator *intrinsic knowledge quality* mencakup : akurat, objektif, update dan dipercaya. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks indikator *intrinsic knowledge quality* pada Tabel 4.4

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif *Intrinsic Knowledge Quality*

No	Indikator	Rata-rata
1	Akurat	8,54
2	objektif	8,37
3	Update	8,46
4	Dipercaya	8,45
Rata-rata Keseluruhan		8,45

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban responden terhadap indikator *intrinsic knowledge quality* sebesar 8,45. Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator akurat sebesar 8,54; objektif sebesar 8,37; update sebesar 8,46 dan dipercaya sebesar 8,45. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap indikator *intrinsic knowledge quality* dengan indikator akurat,

objektif, update dan dipercaya mempunyai kriteria tinggi. Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Deskriptif *Intrinsic Knowledge Quality*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi	akurat	Penyelesaian penerbitan buku selalu menyertakan pengetahuan dan informasi yang akurat dengan menyertakan citacy sumber merupakan informasi yang benar dan menggunakan data yang valid
2	Tinggi	objektif	Konten dan pembahasan dalam buku dilakukan dengan obyektif tidak memihak ormas/politik, tidak mengandung unsur SARA dan tidak mendukung salah satu pihak tertentu
3	Tinggi	update	Pengetahuan dalam buku yang diterbitkan selalu update dengan kondisi jaman dengan menyajikan informasi terkini
4	Tinggi	dipercaya	Pengetahuan dalam buku yang diterbitkan IKAPI selalu dapat dipercaya karena selalu menyajikan data factual dengan sumber yang jelas, tidak plagiarism dan bukan merupakan hoax

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

4.2.2. *Actionable Knowledge Quality*

Indikator variabel *actionable knowledge quality* mencakup : menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan; menambahkan nilai pada operasi tim; memberikan keunggulan kompetitif dan relevan dengan tugas kami. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *actionable knowledge quality* nampak pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif *actionable knowledge quality*

No	Indikator	Rata-rata
1	Menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan	8,45
2	Menambahkan nilai pada operasi tim	8,41
3	Memberikan keunggulan kompetitif	8,38
4	Relevan dengan tugas kami	8,58
Rata-rata Keseluruhan		8,45

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 8,45. Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan 8,45; menambahkan nilai pada operasi tim 8,41; memberikan keunggulan kompetitif 8,38 dan relevan dengan tugas kami 8,58. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap *actionable knowledge quality* dengan indikator menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan; menambahkan nilai pada operasi tim; memberikan keunggulan kompetitif dan relevan dengan tugas kami mempunyai kriteria tinggi. Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Deskriptif *actionable knowledge quality*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi	Menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan	Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan dengan

			memberikan implikasi teoritis dan implikasi praktis yang jelas
2	Tinggi	Menambahkan nilai pada operasi tim	Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang menambahkan nilai pada operasi tim; memberikan arti bagi perairan tim. Penerbitan buku dipersepsikan sebagai bukti pencapaian (<i>Achievements</i>), prestise dan identitas diri penulis
3	Tinggi	Memberikan keunggulan kompetitif	Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang memberi keunggulan kompetitif bagi penerbit karena memiliki keunikan tersendiri, tidak dapat ditiru oleh pesaing dan memiliki nilai / value yang dapat diimplikasikan pembaca
4	Tinggi	Relevan dengan tugas kami	Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan tidak menyalahi etika penerbit dan sesuai dengan visi misi penerbit

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

4.2.3. *Follow Up Quality Knowledge*

Indikator variabel *follow up quality knowledge* mencakup : beradaptasi; berlaku untuk meningkatkan tugas dan menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *follow up quality knowledge* nampak pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif *Follow Up Quality Knowledge*

No	Indikator	Rata-rata
1	Beradaptasi	8,36
2	berlaku untuk meningkatkan tugas	8,31
3	Menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan	8,50
Rata-rata Keseluruhan		8,39

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 8.39. Secara rinci rata-rata jawaban responden pada indikator variabel *follow up quality knowledge* yaitu beradaptasi sebesar 8,36; berlaku untuk meningkatkan tugas sebesar 8,31 dan menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan sebesar 8,50. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap indikator *follow up quality knowledge* dengan beradaptasi; berlaku untuk meningkatkan tugas dan menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan mempunyai kriteria tinggi. Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Deskriptif *follow up quality knowledge*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi	Beradaptasi	Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang applicable, dapat dipahami dan mudah diterapkan

2	Tinggi	berlaku untuk meningkatkan tugas	Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang dapat membantu peningkatan tugas karena relevan dengan bidang kerja memiliki pengetahuan yang praktis
3	Tinggi	Menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan	Buku yang diterbitkan menyediakan pengetahuan yang memiliki kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan karena mengandung pengetahuan yang sesuai zamannya sehingga dapat memberikan wawasan untuk berkembang mengikuti jaman. Buku terbitan dapat dikatakan memiliki sifat visioner

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

4.2.4. *Stimulation Oriented Moral Entrepreneur*

Indikator variabel *Stimulation oriented moral entrepreneur* mencakup mendorong prioritas produk halal; mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *Stimulation oriented moral entrepreneur* nampak pada Tabel 4.10 :

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif *Stimulation Oriented Moral Entrepreneur*

No	Indikator	Rata-rata
1	Mendorong prioritas produk halal.	8,49
2	Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan	8,28
3	Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja	8,66
Rata-rata Keseluruhan		8,47

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban responden mengenai variabel *Stimulation oriented moral entrepreneur* sebesar 8,47. Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator mendorong prioritas produk halal sebesar 8,49%; mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan sebesar 8,28%; mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja sebesar 8,66%. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap mendorong prioritas produk halal; mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja mempunyai kriteria tinggi. Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Deskriptif *Stimulation Oriented Moral Entrepreneur*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi	Mendorong prioritas produk halal.	Material pencetakan buku seperti kertas, tinta dan materi buku diharapkan mampu mendorong prioritas produk halal
2	Sedang	Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan	Konten buku yang diterbitkan mampu mendorong peningkatan pengetahuan, mendorong tingginya angka literasi, meningkatkan jumlah citacy dan penggunaan buku sebagai bahan ajar
3	Sedang	Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja	Proses penerbitan buku mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja dengan mengajak memulai kegiatan dengan basmalah; meninggalkan pekerjaan untuk melaksanakan sholat berjamaah; menuhi unsur unsur halal produk dan memastikan seluruh buku terbutan merupakan hasil karya sendiri bukan hasil jiplak

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

4.2.5. *Stimulation harmony quality life entrepreneur*

Indikator variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* mencakup : peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrase bisnis dan ibadah. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* nampak pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Statistik Deskriptif *Stimulation Harmony Quality Life Entrepreneur*

No	Indikator	Rata-rata
1	Peningkatan kesejahteraan	8,12
2	Peningkatan kepedulian social	8,40
3	Intensitas integrasi bisnis dan ibadah	8,58
Rata-rata Keseluruhan		8,36

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban responden pada indicator variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* sebesar 9,36. Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator *stimulation harmony quality life entrepreneur* yaitu : peningkatan kesejahteraan sebesar 8,12%; peningkatan kepedulian social sebesar 8,40% dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah sebesar 8,58%. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur* yaitu, : peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrase bisnis dan ibadah mempunyai kriteria tinggi. Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Deskriptif *Stimulation Harmony Quality Life Entrepreneur*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi	peningkatan kesejahteraan	Penjualan buku mampu memenuhi kebutuhan kesejahteraan anggota IKAPI Yang diwujudkan dengan meningkatnya pendapatan, meningkatnya daya beli anggota IKAPI dan meningkatnya ketenangan dan ketenteraman hidup anggota IKAPI
2	Tinggi	peningkatan kepedulian social	Penjualan buku mampu mendorong kepedulian social anggota IKAPI, anggota semakin rajin bersedekah, berinfaq, membantu orang lain dan mengikuti dan menyelenggarakan acara social
3	Tinggi	intensitas integrase bisnis dan ibadah	Penjualan buku memberikan Intensitas integrase bisnis dan ibadah yang ditunjukkan dengan emakin tinggi income anggota IKAPI menjadikan semakin tinggi sodaqoh, semakin rajin beribadah dan semakin berusaha memperbaiki diri

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

4.2.6. *Performance (kinerja organisasi)*

Indikator variabel *kinerja organisasi* mencakup : *Quality, Quantity, Timeliness, Cost effectiveness, Need for superfision* dan *Interpersonal Impact*.

Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *kinerja organisasi* nampak pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif *Kinerja Organisasi*

No	Indikator	Rata-rata
1	<i>Quality</i>	8,56
2	<i>Quantity</i>	8,41
3	<i>Timeliness</i>	8,33
4	<i>Cost effectiveness</i>	8,46
Rata-rata Keseluruhan		8,44

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 8,44%. Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator kinerja organisasi yaitu *Quality* sebesar 8,56%, *Quantity* sebesar 8,41%, *Timeliness* sebesar 8,33%, *Cost effectiveness* sebesar 8,46. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap indikator variabel kinerja organisasi yaitu *Quality*, *Quantity*, *Timeliness* dan *Cost effectiveness*, mempunyai kriteria tinggi. Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Deskriptif Kinerja Organisasi

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi	<i>Quality</i>	Penyelesaian penerbitan buku selalu mampu memenuhi <i>standar kualitas</i> yang telah ditentukan diantaranya adalah kualitas content, material fisik, design, pemasaran dan pengemasan.
2	Tinggi	<i>Quantity</i>	Penjualan buku yang diterbitkan mampu memenuhi <i>target (kuantitas)</i> volume penjualan, dengan jumlah agen atau distributor yang

			bertumbuh, dan peningkatan kuantitas laba perusahaan.
3	Tinggi	<i>Timeliness</i>	Penyelesaian penerbitan buku selalu selesai <i>sebelum limit waktu</i> yang telah ditentukan. Penyelesaian pembuatan buku selalu emenuhi deadline review, deadline pembuatan content dan menepati <i>timeliness</i> launching buku.
4	Tinggi	<i>Cost effectiveness</i>	Penyelesaian penerbitan buku selalu mampu memenuhi <i>efektifitas biaya</i> yang ditentukan dengan penggunaan raw material yang efektif, pemilihan jenis bahan baku dan pemilihan editor yang berkualitas.

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

4.3. Uji Asumsi

Uji asumsi pada studi ini mencakup ; evaluasi normalitas data, evaluasi aouliers, evaluasi multicolinearitas dan pengujian residual. Berdasarkan analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut :

1.Evaluasi Normalitas Data

Structural Equation Model (SEM) bila diestimasi dengan menggunakan *Maximum Likelihood Estimation Estimation Technique*, mensyaratkan dipenuhinya asumsi normalitas. Berdasarkan analsis data *normalitas univariate* dan *multivariate* data nampak pada Tabel 5.16

Tabel 4.16
Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X22	4,000	10,000	-,366	-1,636	-,730	-1,633
X21	5,000	10,000	-,280	-1,250	-,733	-1,638
X20	5,000	10,000	-,149	-,666	-,563	-1,258
X26	4,000	10,000	-,271	-1,210	-,803	-1,796
X25	4,000	10,000	-,188	-,841	-,738	-1,650
X24	4,000	10,000	-,229	-1,026	-1,001	-2,239
X23	4,000	10,000	-,394	-1,762	-,595	-1,331
X9	4,000	10,000	-,072	-,320	-,988	-2,210
X11	4,000	10,000	-,002	-,010	-,792	-1,770
X12	5,000	10,000	-,065	-,289	-,849	-1,898
X18	4,000	10,000	,212	,950	-,576	-1,289
X17	4,000	10,000	,115	,514	-,714	-1,597
X16	4,000	10,000	,165	,736	-,653	-1,459
X5	5,000	10,000	,156	,699	-,592	-1,324
X6	4,000	10,000	,092	,409	-,642	-1,435
X7	5,000	10,000	,013	,057	-,664	-1,484
X8	4,000	10,000	,170	,762	-,665	-1,486
X1	5,000	10,000	,122	,546	-,535	-1,196
X2	5,000	10,000	,129	,576	-,608	-1,360
X3	5,000	10,000	,327	1,463	-,721	-1,611
X4	5,000	10,000	,299	1,337	-,715	-1,598
Multivariate					9,107	1,605

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio* sebesar ± 2.58 pada tingkat signifikansi 0,01 (1%), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada data yang menyimpang. Uji normalitas data untuk setiap indikator terbukti normal, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki sebaran yang normal. Namun demikian secara multivariate, nampak bahwa nilai c.r mencapai 9.107 atau dengan kata lain memiliki tingkat signifikansi yang ditentukan. Gejala tersebut dikemukakan oleh Hair (1995) yang menyatakan bahwa data yang normal secara *multivariate* pasti

normal pula secara *univariate*. Namun sebaliknya, jika secara keseluruhan data normal secara *univariate*, tidak menjamin akan normal secara *multivariate*.

2. Evaluasi Outliers

Outliers merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variable tunggal maupun variabel – variabel kombinasi (Hair, et al, 1995). Adapun *outliers* dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Hair, et al, 1995).

a. Univariate Outliers

Untuk mendeteksi terhadap adanya *univariate outliers* dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai *outliers* dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam *standart score* atau yang biasa di sebut *z-score*, yang mempunyai nilai rata-rata nol dengan standart deviasi sebesar 1,00 (Hair, et al , dalam Ferdinand, 2000). Pengujian *univariate outliers* ini dilakukan per konstruk variable dengan program SPSS , pada Menu *Descriptive Statistic – Summarize*. Observasi data yang memiliki nilai $z\text{-score} \geq 3,0$ dikategorikan sebagai outliers. Hasil pengujian *univariate outliers* pada Tabel 4.17 berikut ini menunjukkan tidak adanya *univariate outlier*

Tabel 4.17
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(PERFORM1)	123	-3.29729	1.33247	-1.2773774E-15	1.00000000
Zscore(PERFORM2)	123	-5.94605	1.17763	.0000000	1.00000000
Zscore(PERFORM3)	123	-5.37217	1.22095	-4.0606675E-16	1.00000000
Zscore(PERFORM4)	123	-3.05709	1.35632	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMOR1)	123	-5.39819	1.09019	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMOR2)	123	-5.24726	1.24293	-5.7376754E-15	1.00000000
Zscore(STIMOR3)	123	-3.15877	1.15822	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMHAR1)	123	-4.77702	1.25969	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMHAR2)	123	-2.95388	1.39214	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMHAR3)	123	-3.24768	1.29169	.0000000	1.00000000
Zscore(INKNOW1)	123	-4.60980	1.20990	-1.6189629E-15	1.00000000
Zscore(INKNOW2)	123	-3.71856	1.38237	-3.8018938E-15	1.00000000
Zscore(INKNOW3)	123	-3.68913	1.27003	.0000000	1.00000000
Zscore(INKNOW4)	123	-5.56593	1.16058	.0000000	1.00000000
Zscore(CONKNOW1)	123	-2.38533	1.51361	-1.2337713E-16	1.00000000
Zscore(CONKNOW2)	123	-4.08910	1.47872	.0000000	1.00000000
Zscore(CONKNOW3)	123	-3.23874	1.54930	-5.6413750E-16	1.00000000
Zscore(CONKNOW4)	123	-2.42309	1.33767	.0000000	1.00000000
Zscore(FOLKNOW1)	123	-5.60460	1.25097	-1.1811908E-15	1.00000000
Zscore(FOLKNOW2)	123	-4.66125	1.48475	.0000000	1.00000000
Zscore(FOLKNOW3)	123	-3.43781	1.46765	.0000000	1.00000000
Valid N (listwise)	123				

b.Multivariate Outliers

Outliers merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi (Hair,et.al.,1995,). Adapun *outliers* dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Hair, et.al.,1995).

Outlier pada tingkat multivariate dapat dilihat dari jarak Mahalanobis (*Mahalanobis Distance*). Perhitungan jarak mahalanobis bisa dilakukan dengan menggunakan program Komputer AMOS. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan model tidak terdapat *outlier* pada pengolahan data ini, karena mempunyai nilai *mahalanobis* masih dibawah 51.325, Apabila pada terdapatnya *outliers* data tidak perlu dihilangkan dari analisis karena data tersebut menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan tidak ada alasan khusus dari profil responden yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis tersebut (Ferdinand, 2005). Data *mahalanobis distance* dapat dilihat dalam lampiran *output*.

3. Evaluasi Multicolinearitas

Indikasi adanya multikolinearitas dan singularitas ditandai dengan nilai determinan matriks kovarians sampel yang benar-benar kecil atau mendekati nol. Hasil analisis *determinant of sample covariance matrix* pada penelitian ini adalah **3.019**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai determinan matriks kovarians sampel lebih dari nol. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terdapat *multikolinearitas* dan *singularitas*.

4. Pengujian Residual

Pengujian terhadap nilai residual mengindikasikan bahwa secara signifikan model dapat diterima dan nilai nilai residual yang ditetapkan adalah $\pm 2,58$ pada taraf signifikansi 5 % (hair, et al, 1995). Sedangkan standart residual yang diolah dengan menggunakan program AMOS dapat dilihat dalam (lampiran 5 : output

AMOS). Berdasarkan hasil olahan AMOS menunjukkan tidak terdapat nilai residual yang melebihi 2,58.

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

a Uji Validitas Data

Validitas dalam penelitian diuji dengan menggunakan uji validitas konvergen. Anderson dan Gerbing (1988) menyatakan bahwa validitas konvergen dapat dilihat dari *structural equation modelling* dengan memperhatikan pada masing-masing koefisien indikator pada setiap konstruk yang memiliki nilai lebih besar dari dua kali masing-masing *standart error*nya. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.18 tampak bahwa validitas konvergen dapat terpenuhi karena masing – masing indikator memiliki nilai *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standar error*nya.

b.Uji Reliabilitas Data

Setelah tidak menunjukkan terjadinya problem identifikasi, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang sama. Nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah sebesar 0,70. *Construct Reliability* didapatkan dari rumus Hair, et.al.,(1995,p.642):

$$Construc Reliability = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan :

- *Standard Loading* diperoleh dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- $\sum \epsilon_j$ adalah *measurement error* setiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari $1 - \text{reliabilitas indikator}$. Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,7$.

Variance extract menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variabel laten yang dikembangkan. Nilai *variance extract* yang dapat diterima adalah minimum 0,50. Persamaan *variance extract* adalah :

$$\text{Variance Extract} = \frac{\sum \text{standardized loading}^2}{\sum \text{standardized loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keseluruhan hasil uji reliabilitas dan *variance extract* pada studi ini tersaji pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17 Uji *Reliability* dan *Variance Extract*

No	Variabel	Indikator	Loading Factor	standar Loading2	Stand. Error	Variance extract	Construct Reliability
1	Intrinsic knowledge	Inknow1	0,834	0,696	0,304	0,61	0,86
		Inknow2	0,738	0,545	0,455		
	Quality	Inknow3	0,723	0,523	0,477		
		Inknow4	0,816	0,666	0,334		
2	Actionable knowledge	Conknow1	0,841	0,707	0,293	0,63	0,87
		Conknow2	0,747	0,558	0,442		
	Quality	Conknow3	0,768	0,590	0,410		
		Conknow4	0,825	0,681	0,319		
3	Follow up knowledge	Folknow1	0,825	0,681	0,319	0,76	0,90
		Folknow2	0,957	0,916	0,084		
	Quality	Folknow3	0,82	0,672	0,328		
4	Stimulation harmony quality life entrepreneur	Stimhar1	0,869	0,755	0,245	0,69	0,87
		Stimhar2	0,824	0,679	0,321		
		Stimhar3	0,803	0,645	0,355		
5	Stimulation oriented moral entrepreneur	Stimor 1	0,819	0,671	0,329	0,72	0,88
		Stimor 2	0,818	0,669	0,331		
		Stimor 3	0,902	0,814	0,186		

5	Organizational Performance	Perform 1	0,850	0,723	0,278	0,60	0,9
		Perform 2	0,799	0,638	0,362		
		Perform 3	0,700	0,490	0,510		
		Peform 4	0,951	0,904	0,096		

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

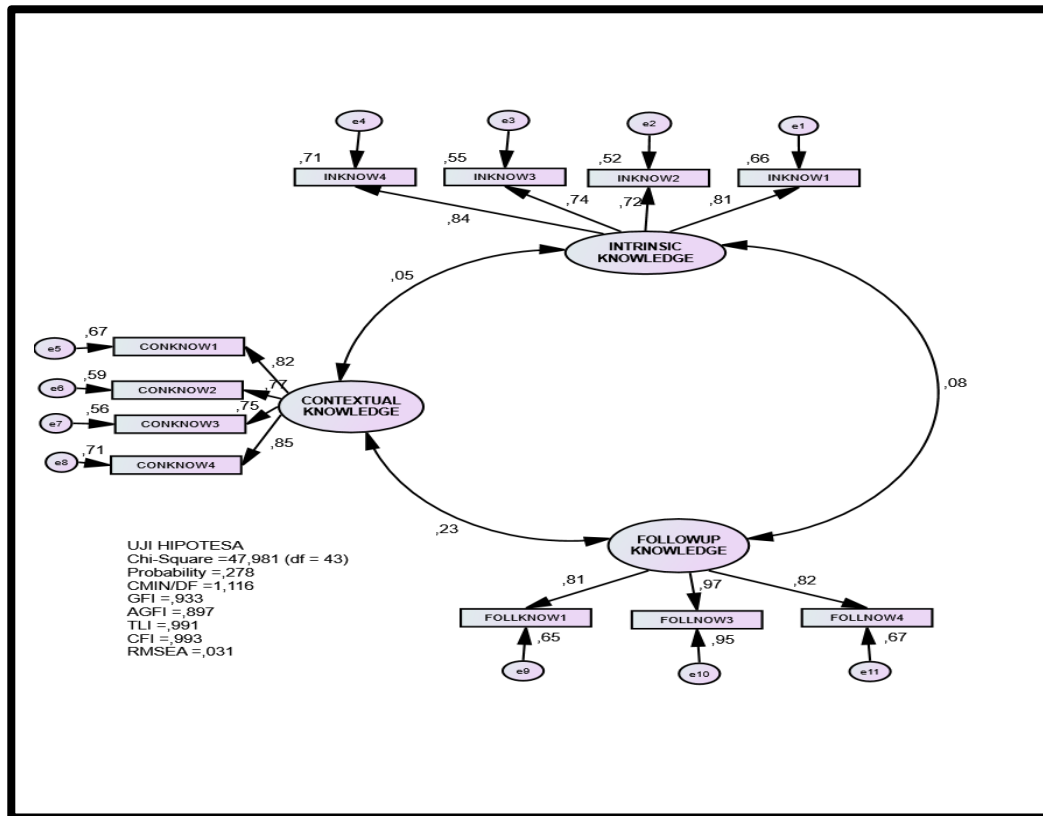
Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4.20 tampak bahwa tidak terdapat nilai reliabilitas yang lebih kecil dari 0,70. Begitu pula pada uji *variance extract* juga tidak terdapat nilai yang berada di bawah 0,50. Hasil pengujian ini menunjukkan semua indikator – indikator (*observed*) pada konstruk yang dipakai sebagai *observed variable* bagi konstruk atau variabel latennya mampu menjelaskan konstruk atau variabel laten yang dibentuknya.

4.5. Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)

a. Analisis Faktor Konfirmatori 1

Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori 1 mencakup variabel laten eksogen, yaitu *intrinsic knowledge*, *constextual knowledge* dan *follow up knowledge*. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Gambar 4.1 dan Tabel 4.18

GAMBAR 4.1
ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORY ANTAR VARIABEL EKSOGEN



Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.18
Standardized Regresion Weight (Loading Factor)

	Estimate	S.E.	C.R.
X4 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,841		
X3 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,740	,096	9,411
X2 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,722	,095	9,074
X1 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,812		
X8 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,845	,112	9,931
X7 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,746	,109	8,635
X6 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,771	,111	8,980
X5 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,820		
X12 <--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,817		
X11 <--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,972	,085	14,280
X9 <--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,808		

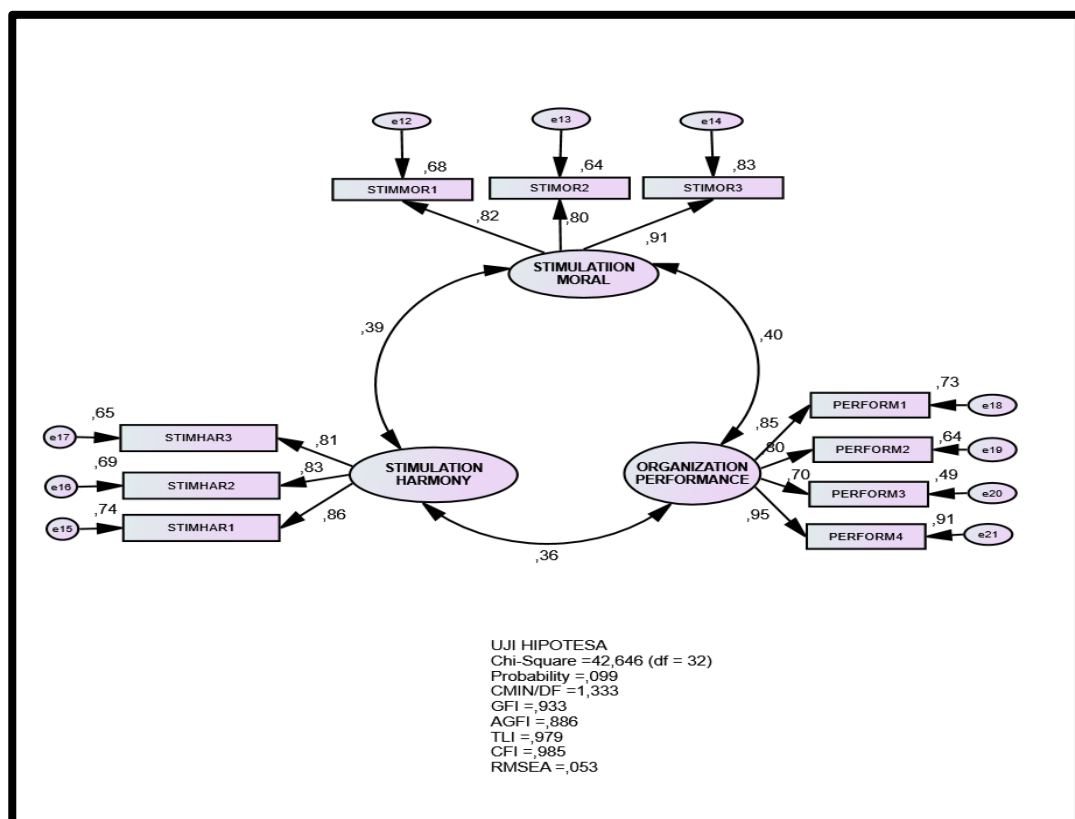
Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.21 nampak bahwa setiap dimensi-dimensi dari masing-masing memiliki nilai *loading faktor* (koefisien λ) atau *regression weight* atau *standardized estimate* yang signifikan dengan nilai Critical Ratio atau $C.R \geq 2,00$. Oleh karena itu semua indikator dapat diterima.

b. Analisis Faktor Konfirmatori 2

Model Pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori 2 mencakup dimensi variabel laten stimulation harmoni, stimulan moral dan kinerja organisasi. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Gambar 4.2 dan Tabel 4.19

Gambar 4.3
Analisis Faktor Konfirmatori Antar Variabel Endogen



Sumber : Lampiran 4

Tabel 4.19
Standardized Regresion Weight (Loadinf Factor)

	Estimate	S.E.	C.R.
X16 <--- STIMULATIION_MORAL	,822		
X17 <--- STIMULATIION_MORAL	,800	,101	9,813
X18 <--- STIMULATIION_MORAL	,914	,093	10,911
X23 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,852		
X24 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,801	,090	10,802
X25 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,703	,094	8,864
X26 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,952	,083	13,765
X20 <--- STIMULATION_HARMONY	,861		
X21 <--- STIMULATION_HARMONY	,830	,102	10,030
X22 <--- STIMULATION_HARMONY	,806	,105	9,765

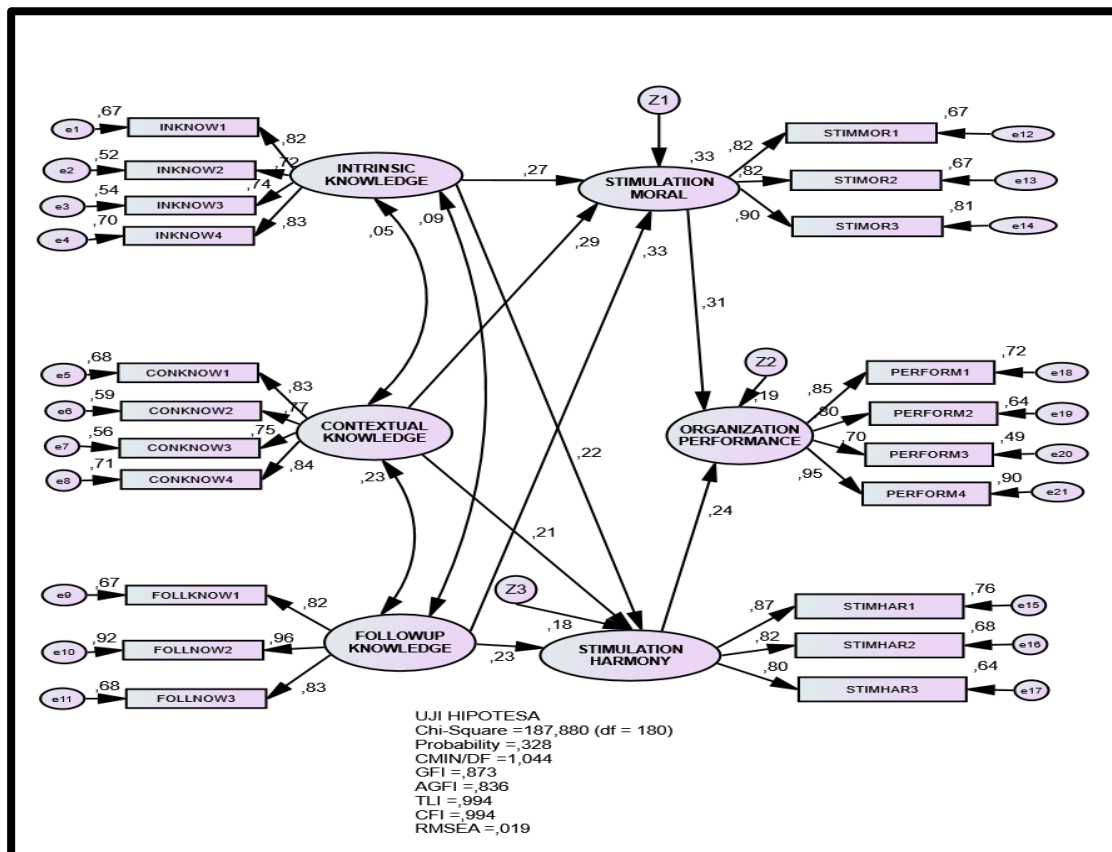
Sumber : Lampiran 4

Tabel 4.19 nampak bahwa setiap dimensi-dimensi dari masing-masing memiliki nilai *loading faktor* (koefisien λ) atau *regression weight* atau *standardized estimate* yang signifikan dengan nilai Critical Ratio atau $C.R \geq 2,00$. Oleh karena itu semua indikator dapat diterima.

c. Full Model Eksploitabilitas Pengetahuan

Setelah model dianalisis melalui faktor konfirmatori, maka masing-masing indikator dalam model yang fit tersebut dapat digunakan untuk mendefinisikan konstruk laten, sehingga full model *Structural Equation Model* (SEM) dapat dianalisis. Hasil pengolahannya dapat dilihat pada Gambar 4.3 dan Tabel 4.20

Gambar 4.3
Full Model Islamic Value Entrepreneur



Sumber : Lampiran 5

Tabel 4.20
Standardized Regression Weight (Loadinf Factor)
Islamic Value Entrepreneur

			Estimate	C.R.
STIMULATIION_MORAL	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	,269	2,951
STIMULATION_HARMONY	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,230	2,342
STIMULATIION_MORAL	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,329	3,580
STIMULATION_HARMONY	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	,219	2,220
STIMULATION_HARMONY	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,209	2,061
STIMULATIION_MORAL	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,292	3,079
ORGANIZATION_PERFORMANCE	<---	STIMULATION_HARMONY	,244	2,488
ORGANIZATION_PERFORMANCE	<---	STIMULATIION_MORAL	,311	3,154

* Sign

Kemudian uji model menunjukkan bahwa model ini sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut ditunjukkan dengan Chi-Square ,Probability, CMIN/DF, TLI berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun GFI dan AGFI diterima secara marjinal, hal tersebut nampak pada Tabel 4.21.

Tabel 4.21
Indeks Pengujian Kelayakan Structural Equation
Islamic Value Entrepreneur

Goodness-of-fit-Index	Cut-off-value	Hasil	Keterangan
X-Chi-square	Diharapkan kecil	187.880	Baik
Probobability	≥ 0.05	0.328	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.019	Baik
GFI	≥ 0.90	0.873	Marginal
AGFI	≥ 0.90	0.836	Marginal
CMIN/DF	≤ 2.00	1.004	Baik
TLI	≥ 0.95	0.994	Baik
CFI	≥ 0.94	0.994	Baik

4.5. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan perhitungan melalui analisis konfirmatori dan uji model *structural equation model Islamic Value Entrepreneur* seperti yang disajikan pada Tabel 5.21 maka model ini dapat diterima. Kemudian berdasarkan model fit ini akan dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* terhadap kinerja organisasi.

Hipotesis pertama yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *stimulation moral orientation entrepreneur* meningkat, maka kinerja organisasi semakin meningkat. Variabel *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* dibangun berdasarkan indikator peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah. Sedangkan kinerja organisasi dibangun oleh indikator *quality, quantity, Timeliness*, dan *Cost effectiveness*.

Parameter estimasi antara *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* dengan kinerja organisasi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 3,154$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama diterima, artinya bila *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* semakin tinggi, maka kinerja organisasi semakin baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dapat dilakukan dengan meningkatkan *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur*.

Dengan diteriamanya hipotesis bila *stimulation moral orientation entrepreneur* meningkat, maka kinerja organisasi semakin meningkat, mendukung pendapat Yulian Barlling (2020) menjelaskan bahwa peran stimulasi intelektual sebagai prediktor sikap dan kinerja ,

Dengan semakin meningkatnya kemampuan penjualan buku dalam meningkatkan kesejahteraan anggota IKAPI akan memberikan dampak positif pada terpenuhinya kualitas dan kuantitas penerbitan buku. Semakin tinggi kepedulian sosial anggota IKAPI yang disebabkan oleh tingginya penjualan buku akan semakin

mendorong penyelesaian penerbitan buku *sebelum limit waktu* yang telah ditentukan. Semakin baik intensitas integrasi bisnis dan ibadah anggota IKAPI akan memberikan dampak yang baik pada pemenuhan *efektifitas biaya* sebagaimana yang telah ditentukan.

Dalam perspektif Islam, untuk meningkatkan spiritualitas seseorang tidaklah dengan cara meninggalkan kehidupan duniawi dan membatasi diri pada pencapaian akhirat. Islam menghendaki kehidupan yang seimbang, kehidupan dunia dan akhirat keduanya harus mendapatkan perhatian. Islam tidak memandang baik terhadap orang yang hanya mengutamakan urusan dunia saja dan melupakan urusan akhirat. Sebaliknya Islam juga tidak mengajarkan manusia hanya untuk urusan akhirat saja sehingga melupakan kehidupan dunia. Kehidupan dunia adalah sarana yang akan menghantarkan pada kehidupan akhirat. Islam mengajarkan kepada manusia untuk mencari kebahagiaan akhirat dengan tidak melupakan kebahagiaan duniawi dan untuk berbuat baik sebagai mana Allah telah berbuat baik dan melarang untuk berbuat kerusakan (QS: Al-Qahshash; 77). Tujuan hidup Muslim adalah untuk beribadah (QS: Az_Zariyat; 56), oleh karena itu bisnis bisnis bukanlah tujuan, tetapi hanya sebagai suatu cara untuk membangun kekayaan (dengan cara sesuai syariat) dan dengan kekayaan itu manusia dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas ibadahnya (yang sifatnya mahdhah) dan melakukan banyak kebaikan-kebaikan kepada manusia yang lain (ibadah ghairu mahdah) dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah dan untuk mendapatkan ridho-Nya. Dalam bisnis yang demikian terkandung nilai ibadah, termasuk ibadah yang berdimensi sosial yang membawa kepada kebaikan bagi umat manusia (meningkatkan kesejahteraan).

Bisnis yang berorientasi pada ibadah dan akhirat akan mendorong pelaku bisnis untuk bekerja lebih giat (tidak malas), patuh syariat, bertidak lebih etis (berakhlak) dan juga bekerja secara efisien atau menjauhi sikap boros yang sangat dikecam oleh Islam (QS: Al-Isra': 27). Dengan perilaku yang demikian maka sangat wajar jika bisnis yang digelutinya akan mencapai kinerja yang terbaik (sukses).

2. Pengaruh *Stimulation quality harmony life entrepreneur* terhadap kinerja organisasi.

Hipotesis kedua yang di ajukan dalam studi ini adalah Bila *Stimulation quality harmony life entrepreneur* meningkat, maka kinerja organisasi semakin meningkat. Variabel *Stimulation quality harmony life entrepreneur* dibangun oleh indikator Mendorong prioritas produk halal; Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja. Sedangkan kinerja organisasi dibangun oleh *indicator Quality, Quantity, Timeliness, dan Cost effectiveness*.

Parameter estimasi antara *Stimulation quality harmony life entrepreneur* dengan kinerja organisasi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 2,488$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua diterima, artinya *Stimulation quality harmony life entrepreneur* semakin tinggi, maka kinerja organisasi semakin baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dapat dilakukan dengan meningkatkan *Stimulation quality harmony life entrepreneur*.

Dalam Islam, Al-Qur'an menyebutkan kata adil dalam arti yang seimbang yang merupakan perbandingan kata harmoni, yang diturunkan dalam empat ayat, di

antaranya dalam Q.S. al- Infithâr/82: 7 Islam sebagai agama misi rahmat lil âmîn, membawa keragaman sebagai salah satu dimensinya. Dalam membangun masyarakat pluralis QS al-Hujurat (49): 13 menegaskan bahwa manusia memiliki derajat kemanusiaan yang sama di sisi Tuhan. Tidak ada perbedaan antara satu suku dengan suku lainnya, juga tidak ada perbedaan nilai kemanusiaan antara laki-laki dan perempuan karena mereka semua diciptakan dari satu pribadi; pria dan wanita. Ayat ini kemudian ditegaskan oleh bagian terakhir dari ayat ini bahwa orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa di antara kamu. Oleh karena itu, ayat di atas menekankan perlunya orang-orang yang bertakwa karena sarana takwa adalah satu-satunya jalan untuk memperoleh kemuliaan di sisi Allah.

Pemahaman terhadap prinsip ini juga dapat meminimalisir potensi konflik yang biasa terjadi dalam masyarakat multikultural. Beberapa ayat Al-Qur'an antara lain: Q.S. al-Baqarah (2): 256, Q.S. Yunus (10): 99, Q.S. al-Nahl (16): 125, Q.S. al-Shaffât (37): 102 telah berbicara tentang kebebasan. Tanda-tanda kebebasan itu bahkan sudah mulai terlihat sejak awal proses penciptaan manusia.

Semakin penggunaan material pencetakan buku di IKAPI diharapkan mampu mendorong prioritas produk halal maka kualitas dan kuantitas penerbitan buku akan selalu terpenuhi. Semakin baik isi konten buku yang diterbitkan IKAPI dalam mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan akan semakin mendorong penyelesaian penerbitan buku *sebelum limit waktu* yang telah ditentukan. Ketika proses penerbitan buku IKAPI mampu mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja maka akan semakin baik pemenuhan *efektifitas biaya* yang ditentukan.

3. Pengaruh *kualitas pengetahuan intrinsic* terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur*.

Hipotesis ketiga yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *kualitas pengetahuan intrinsic* semakin tinggi, maka *stimulation moral orientation entrepreneur* semakin tinggi. Variabel *kualitas pengetahuan intrinsic* dibangun oleh indicator Akurat, Objektif, Update dan Dipercaya. Sedangkan variabel *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* dibangun oleh indicator peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah.

Parameter estimasi antara *kualitas pengetahuan intrinsic* terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 2,951$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima, artinya bila *kualitas pengetahuan intrinsic* semakin tinggi, maka *stimulation moral orientation entrepreneur* semakin tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation moral orientation entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan intrinsic*.

Islam memberikan penghargaan tertinggi terhadap ilmu pengetahuan. Tidak sedikit al-Qur'an dan hadis Nabi yang menganjurkan dan mendorong manusia untuk mempergunakan akalanya dan banyak berpikir guna mengembangkan intelektualnya. Dengan penggunaan akal itulah penerbitan buku IKAPI dapat berkontribusi pada perkembangan sikap kecendikiawanan dan kearifan masyarakat. Dalam ayat al-Qur'an disebutkan bahwa orang yang memiliki ilmu akan diangkat beberapa derajat, sebagaimana firman-Nya: "Allah mengangkat derajat orang yang beriman dan berilmu dalam berbagai derajat (QS. Al-mujadalah, 58:11)." Ayat ini berlaku untuk

semua orang, apakah ia seorang Muslim atau tidak, apabila ia memiliki ilmu ia akan memperoleh derajat yang lebih tinggi.

Dalam QS. Al-Baqarah Ayat 164 Allah swt "menuntun" manusia untuk mau melihat, memperhatikan dan memikirkan segala yang ada dan terjadi di sekitarnya dengan menyebutkan ciptaan-ciptaan Nya. Sehingga diharapkan pengetahuan yang tertulis dalam buku yang diterbitkan IKAPI harus selalu update dengan kondisi jaman dan dapat dipercaya untuk semakin meningkatkan intensitas integrasi bisnis dan ibadah anggota IKAPI.

4. Pengaruh *kualitas pengetahuan intrinsic* terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur*.

Hipotesis keempat yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *kualitas pengetahuan intrinsic* semakin tinggi, maka *stimulation harmony quality life entrepreneur* semakin tinggi. Variabel *kualitas pengetahuan intrinsic* dibangun oleh indikator Akurat, Objektif, Update dan Dipercaya. Sedangkan variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh indikator Mendorong prioritas produk halal; Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja.

Parameter estimasi antara *kualitas pengetahuan intrinsic* terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 2,20$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis keempat diterima, artinya bila *kualitas pengetahuan intrinsic* semakin baik, maka *stimulation harmony quality life entrepreneur* semakin tinggi. Hasil

tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan intrinsic*.

Ilmu dalam Islam merupakan pengetahuan mendalam hasil usaha yang sungguh-sungguh dari para ilmuwan muslim atas persoalan-persoalan duniawī dan ukhrāwī dengan berlandaskan kepada wahyu Allah. Pengetahuan ilmiah diperoleh melalui indra, akal, dan hati/intuitif harus diintegrasikan dalam penyelesaian buku terbitan IKAPI dengan selalu menyertakan pengetahuan dan informasi yang akurat mendorong prioritas produk halal dalam proses, konten maupun material penerbitan yang digunakan.

Surat Al-Alaq ayat 1-5 merupakan wahyu pertama dari Allah kepada Nabi Muhammad SAW, dan isi dari wahyu pertama itu adalah perintah untuk membaca. perintah membaca disini adalah perintah mengamati atau meneliti realitas yang ada di alam semesta seperti budaya, ritual, adat istiadat, ekonomi, termasuk ilmu pengetahuan dan teknologi, serta realitas yang lainnya. Sehingga konten dan pembahasan dalam buku yang diterbitkan IKAPI harus selalu obyektif tanpa memihak RAS, agama, politik dan unsur ormas lainnya sehingga mendorong kemandirian IKAPI dalam meningkatkan pengetahuan.

Dalam ayat terakhir surat Al Alaq, menyatakan bahwa “Sungguh terdapat tanda-tanda kebesaran Allah bagi orang-orang yang menggunakan akalnya untuk berpikir (mengetahui).” Maka secara tidak langsung, Allah juga memerintahkan kita untuk mengamati dan meneliti dengan menggunakan akal kita agar mampu memahami ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengagumi kebesaran ilmu Allah. Manusia diciptakan menjadi khalifah di muka bumi untuk menciptakan

kemakmuran dan membangun kembali keseimbangan alam yang sudah Allah tegakkan. Untuk menyelesaikan masalah tersebut tentunya kita membutuhkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang didasari dengan ilmu agama sehingga pengetahuan dalam buku yang diterbitkan IKAPI harus selalu update dengan kondisi jaman dan dapat dipercaya akan semakin mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja.

5. Pengaruh kualitas pengetahuan kontekstual (*Actionable knowledge quality*) terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur*.

Hipotesis kelima yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *kualitas pengetahuan kontekstual* semakin tinggi, maka *stimulation moral orientation entrepreneur* semakin tinggi. Variabel *kualitas pengetahuan kontekstual* dibangun oleh indikator menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan; menambahkan nilai pada operasi tim; memberikan keunggulan kompetitif dan relevan dengan tugas kami. Sedangkan variabel *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* dibangun oleh indicator peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah.

Parameter estimasi antara *kualitas pengetahuan kontekstual* terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 3.079$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis kelima diterima, artinya bila *kualitas pengetahuan kontekstual* semakin baik, maka *stimulation moral orientation entrepreneur* semakin tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan

stimulation moral orientation entrepreneur dibangun oleh *kualitas pengetahuan kontekstual*.

Allah telah meletakkan garis-garis besar sains dan ilmu pengetahuan dalam Alquran, manusia hanya tinggal menggali, mengembangkan konsep dan teori yang sudah ada, antara lain sebagaimana terdapat dalam QS. Ar-Rahman ayat 33 yang memiliki isi kandungan tentang pentingnya ilmu pengetahuan bagi kehidupan umat manusia. Dengan ilmu pengetahuan, manusia dapat menjelajahi angkasa raya. Dengan ilmu pengetahuan, manusia mampu menembus sekat-sekat yang selama ini belum terungkap. Alquran adalah kitab induk, rujukan utama bagi segala rujukan, sumber dari segala sumber, basis bagi segala sains dan ilmu pengetahuan. Di sisi lain, ilmu juga mampu menghapus kebodohan dalam diri manusia, memperkenalkan manusia dengan Tuhan, memperhalus akhlak, memperoleh ketentraman, melanggengkan Islam, serta mencari keridaan Allah. Sehingga dengan kepemilikan ilmu pengetahuan yang mampu memberikan nilai nilai dan norma dalam berbisnis maka peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah menjadi sangat mungkin dicapai.

6. Pengaruh kualitas pengetahuan kontekstual (*Actionable knowledge quality*) terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur*

Hipotesis keenam yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *kualitas pengetahuan kontekstual* semakin tinggi, maka *stimulation harmony quality life entrepreneur* semakin tinggi. Variabel *kualitas pengetahuan kontekstual* dibangun oleh indikator menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan; menambahkan

nilai pada operasi tim; memberikan keunggulan kompetitif dan relevan dengan tugas kami. Sedangkan variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh indikator Mendorong prioritas produk halal; Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja.

Parameter estimasi antara *kualitas pengetahuan kontekstual* terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 2.061$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis keenam diterima, artinya bila *kualitas pengetahuan kontekstual* semakin tinggi, maka *stimulation harmony quality life entrepreneur* semakin tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan kontekstual*.

Sebagai umat Islam, berdasarkan QS. Al-Ankabut: 2-3 Allah menjelaskan bahwa setiap orang yang beriman pasti akan diberi ujian ataupun masalah, dan ketika dihadapkan pada sebuah masalah, manusia akan dihadapkan pada proses pengambilan keputusan terkait dengan pemecahan masalah tersebut. Sikap seseorang dalam menghadapi sebuah permasalahan tentu saja berbeda-beda, proses seseorang dalam pengambilan keputusan pun juga bermacam-macam. Dalam sebuah hadits, Nabi Muhammad SAW menyatakan "Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap individu muslim." Artinya: "Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga." (HR. Muslim, no. 2699). Ilmu yang didapatkan bisa membantu kita mendekatkan diri

kepada Allah SWT. Ilmu pengetahuan dapat membantu manusia mencukupi kebutuhan dan mendapat kehidupan layak. Dengan meyakini bahwa setiap masalah yang ada adalah datang dari Allah, dalam mencari solusi pemecahannya pun seharusnya kita juga melibatkan Allah. Sehingga Buku terbitan IKAPI harus mampu selalu menambahkan nilai, pengetahuan dan mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja sebagai dasar pengambilan keputusan berbisnis yang baik.

7. Pengaruh *Follow up knowledge quality* terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur*.

Hipotesis ketujuh yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *Follow up knowledge quality* semakin tinggi, maka *stimulation moral orientation entrepreneur* semakin tinggi. Variabel *Follow up knowledge quality* dibangun oleh indikator beradaptasi; berlaku untuk meningkatkan tugas dan menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan. Sedangkan variabel *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* dibangun oleh indicator peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah.

Parameter estimasi antara *Follow up knowledge quality* terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 3.580$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis kelima diterima, artinya bila *Follow up knowledge quality* semakin baik, maka *stimulation moral orientation entrepreneur* semakin tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation moral orientation entrepreneur* dibangun oleh *Follow up knowledge quality*.

Alquran adalah kitab induk, rujukan utama bagi segala rujukan, sumber dari segala sumber, basis bagi segala sains dan ilmu pengetahuan. Alquran adalah buku induk ilmu pengetahuan, di mana tidak ada satu perkara apapun yang terlewatkan karena semuanya telah diatur di dalamnya, baik yang berhubungan dengan Allah (*hablum minallah*) sesama manusia (*hablum minannas*) alam, lingkungan, ilmu akidah, ilmu sosial, ilmu alam, ilmu empiris, ilmu agama, umum dan sebagainya (QS Al An'am: 38). Maka Ketika seseorang beradaptasi dan bereaksi terhadap keadaan dengan berdasarkan pada sumber pengetahuan yang Haq, maka akan menjamin peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrasi bisnis dan ibadah.

8. Pengaruh *Follow up knowledge quality* terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur*

Hipotesis ke delapan yang di ajukan dalam studi ini adalah bila *kualitas pengetahuan kontekstual* semakin tinggi, maka *stimulation harmony quality life entrepreneur* semakin tinggi. Variabel *Follow up knowledge quality* dibangun oleh indikator beradaptasi; berlaku untuk meningkatkan tugas dan menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan. Sedangkan variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh indikator Mendorong prioritas produk halal; Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja.

Parameter estimasi antara *Follow up knowledge quality* terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $Cr = 2,342$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis keenam diterima, artinya bila *Follow up knowledge quality* semakin tinggi, maka *stimulation harmony quality life entrepreneur* semakin tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh *Follow up knowledge quality*.

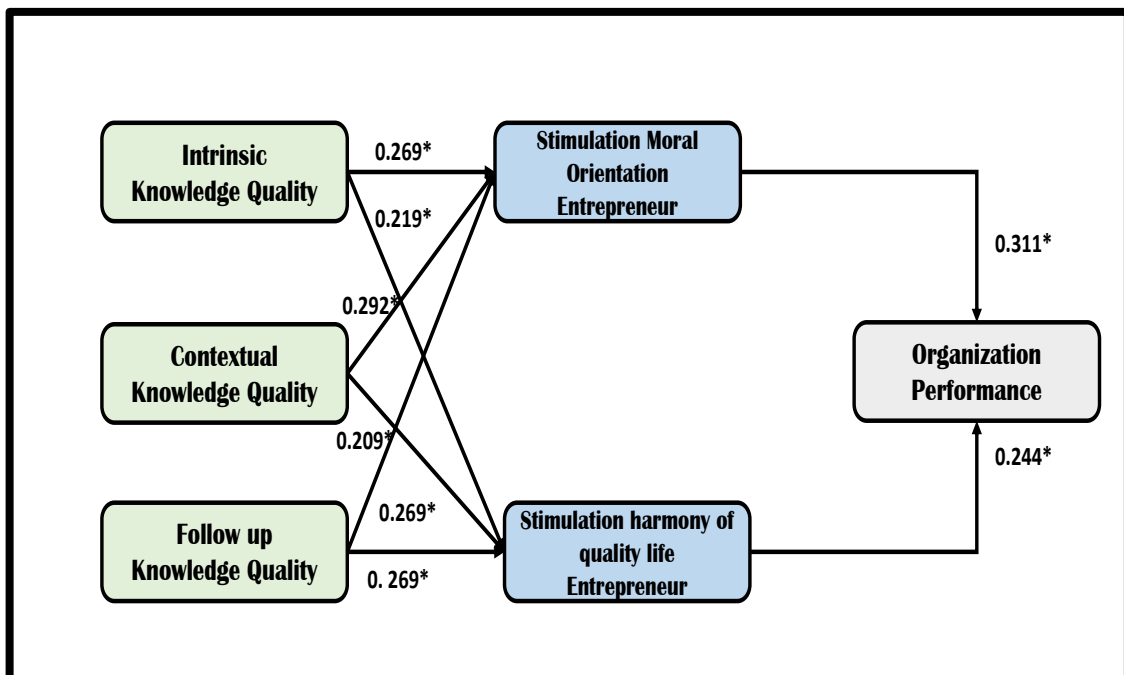
QS Al Alaq 1-5 merupakan sumber motivasi bagi umat Islam untuk tidak pernah berhenti menuntut ilmu, untuk terus membaca, sehingga posisi yang tinggi dihadapan Allah akan tetap terjaga, yang berarti juga rasa takut kepada Allah akan menjiwai seluruh aktivitas kehidupan manusia untuk melakukan amal shaleh, dengan demikian nampak bahwa keimanan yang dibarengi dengan ilmu akan membuahkan amal, iman dan membangun moral yang Islami. Moral mengandung muatan nilai dan norma yang bersumber pada hati nurani manusia, mencakup unsur perilaku, kognisi, dan afeksi yang berangkat dari ajaran tauhid akan meningkatkan dan mendorong kemandirian dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan Mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja.

4.6. Pengaruh Langsung, Tak Langsung dan Total

Analisis pengaruh langsung, tidak langsung dan total ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel yang dihipotesiskan. Pengaruh langsung merupakan

koefisien dari semua garis koefisien dengan anak panah satu ujung atau sering disebut dengan koefisien jalur, sedang pengaruh tak langsung adalah pengaruh yang diakibatkan oleh variabel antara. Sedangkan pengaruh total merupakan total penjumlahan dari pengaruh langsung dan tak langsung. Pengujian terhadap pengaruh langsung, tidak langsung dan total dari setiap variabel model *value based Islamic entrepreneur* disajikan pada Gambar 4.3. dan Tabel 4.22.

Gambar 4.3
Pengaruh antar Variabel Model Islamic Value Entrepreneur



Tabel 4.22. Pengaruh Langsung, Tak Langsung dan Total

No	Variabel	Pengaruh	Kualitas Pengetahuan Intrinsik	Kualitas Konteks Pengetahuan	Kualitas Tindakan Lanjutan Pengetahuan	harmony of quality life Entrepreneur	Stimulation Moral Orientation Entrepreneur
1	Stimulation Harmony of quality life Entrepreneur	Langsung	0.219	0.209	0.230	0.000	0.000
		Tidak Langsung	0.00	0.000	0.000	0.000	0.000
		Total	0.219	0.209	0.230	0.000	0.000
2	Stimulation Moral Orientation Entrepreneur	Langsung	0.269	0.292	0.269	0.346	0.000
		Tidak Langsung	0.00	0.000	0.000	0.000	0.000
		Total	0.329	0.292	0.364	0.346	0.000
3	Kinerja Organisasi	Langsung	0.000	0.000	0.000	0.244	0.311
		Tidak Langsung	0.137	0.142	0.159	0.000	0.000
		Total	0.137⁵	0.142⁴	0.159³	0.244²	0.311¹

Tabel 4.22 pengaruh langsung, tidak langsung dan total model *Islamic value Entrepreneur* menjelaskan bahwa variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* dipengaruhi secara langsung oleh variabel *intrinsic knowledge quality* sebesar 0,219 , *actionable knowledge quality* sebesar 0,209 dan *follow up knowledge quality* sebesar 0.230. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel *follow up knowledge quality* memiliki pengaruh dominan terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur* sebesar 23.0 %. Dan *stimulation moral quality life entrepreneur* dipengaruhi secara langsung oleh variabel *intrinsic knowledge quality* sebesar 0,269 , *actionable knowledge quality* sebesar 0,202 dan *follow up knowledge quality* sebesar 0.269. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel *follow up knowledge quality* dan *follow up knowledge quality* memiliki pengaruh dominan terhadap *stimulation*

moral quality life entrepreneur sebesar 26.9 %. Sedangkan pengaruh tidak langsung variable *intrinsic knowledge quality*, *actionable knowledge quality* dan *follow up knowledge quality* terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur* dan *stimulation harmony orientation entrepreneur* tidak dijelaskan dalam model tersebut, karena *stimulation moral orientation entrepreneur* dan *stimulation harmony orientation entrepreneur* merupakan model jenjang pertama.

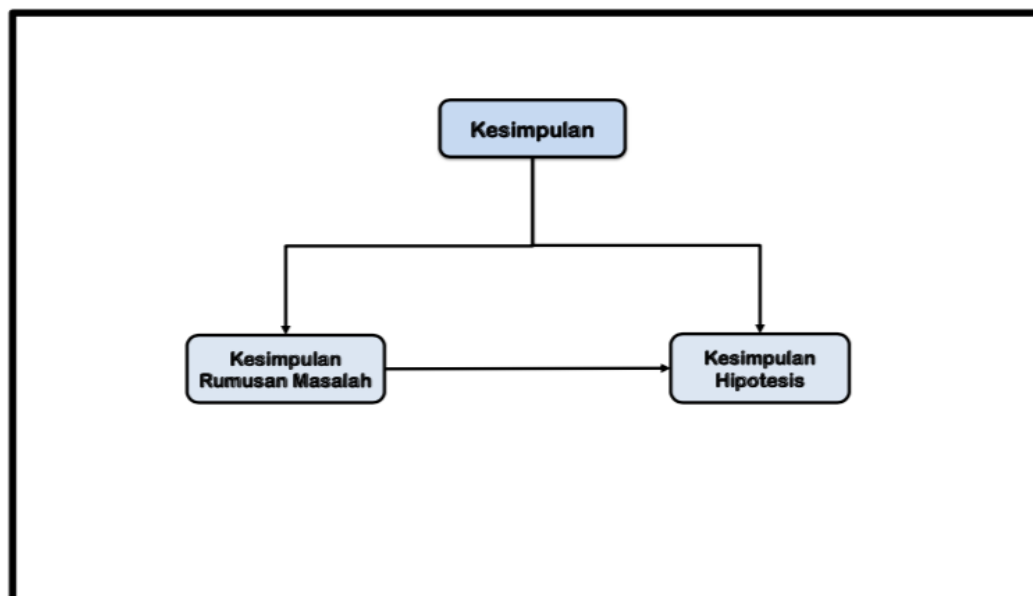
Kinerja organisasi dipengaruhi secara langsung oleh *stimulation moral orientation entrepreneur* sebesar 0.244 dan *stimulationmoral orientation entrepreneur* sebesar 0.311. oleh karena itu dapat disimpulkan variable *stimulationmoral orientation entrepreneur* memiliki pengaruh dominan terhadap kinerja organisasi sebesar 31.1 %. Kemudian pengaruh tidak langsung pengaruh variable *intrinsic knowledge quality* sebesar 0,137, *actionable knowledge quality* sebesar 0,142 dan *follow up knowledge quality* sebesar 0.159 terhadap kinerja organisasi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variable *follow up knowledge quality* memiliki pengaruh dominan terhadap kinerja organisasi sebesar 15.9 %.

Berdasarkan pengaruh total yang diuraikan di atas, menunjukkan bahwa variabel *intrinsic knowledge quality* sebesar 13.7 % , *actionable knowledge quality* sebesar 14.2 % dan *follow up knowledge quality* sebesar 15.9 % terhadap kinerja organisasi. Dan pengaruh total secara langsung oleh *stimulation moral orientation entrepreneur* sebesar 24.4 % dan *stimulationmoral orientation entrepreneur* sebesar 31.1 % terhadap kinerja organisasi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pengaruh total antesenden kinerja organisasi adalah *stimulationmoral orientation entrepreneur* sebesar **31.1 %**

BAB V

KESIMPULAN

Bab penutup menguraikan tentang kesimpulan mencakup kesimpulan masalah menjawab tentang rumusan masalah dan kesimpulan hipotesis yang menjawab hipotesis yang diajukan dan. Secara piktografis rangkaian bab penutup ini tersaji Gambar 5.1.



Gambar 5.1 Pictografis Bab Penutup

5.1. Kesimpulan Rumusan Masalah

Studi ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja organisasi dan implikasinya. Pada bab pendahuluan diuraikan tentang research gap dan fenomena bisnis yang mendasari penelitian ini telah dikembangkan sebagai masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana model pengembangan Stimulation Islamic Value entrepreneur yang didorong oleh kualitas pengetahuan menuju kinerja organisasi.”.

Dukungan hipotesis 1 dan 2, Studi Yulian Barlling (2020) menjelaskan bahwa tidak adanya hubungan antara kecerdasan emosional dan stimulasi intelektual juga memerlukan studi lebih lanjut. Kemudian peran stimulasi intelektual sebagai prediktor sikap dan kinerja, menjadikannya konsep sentral dalam teori kepemimpinan transformasional. Sifat stimulasi intelektual (yaitu menyajikan tantangan intelektual, membuat orang berpikir tentang masalah lama dengan cara baru) lebih kognitif daripada tiga komponen lainnya, dan tidak bergantung pada kecerdasan emosional individu dengan cara yang sama seperti yang diindividualisasikan. pertimbangan, pengaruh ideal dan motivasi inspirasional lakukan. Meskipun tunduk pada replikasi empiris, hal ini mengarah pada kemungkinan bahwa kecerdasan emosional dapat mempengaruhi individu terhadap perilaku kepemimpinan yang berbeda. Pemimpin memberdayakan pengikut dengan membujuk mereka untuk mengusulkan ide-ide baru dan kontroversial tanpa takut hukuman atau ejekan (Stone, Russell dan Patterson, 2003). Mereka memaksakan ide mereka sendiri dengan bijaksana dan tentunya tidak dengan biaya apapun (Simic, 2003). Maduabuci (2019) menjelaskan bahwa bahwa ketika batas antara diri pribadi dan peran kerja menjadi tidak jelas dan kabur (tidak seimbang), maka pelepasan pribadi akan menjadi hasilnya. Kahn (2020) juga menekankan pentingnya memberikan makna pada pekerjaan sebagai elemen penting dalam menciptakan keterikatan dengan peningkatan kinerja

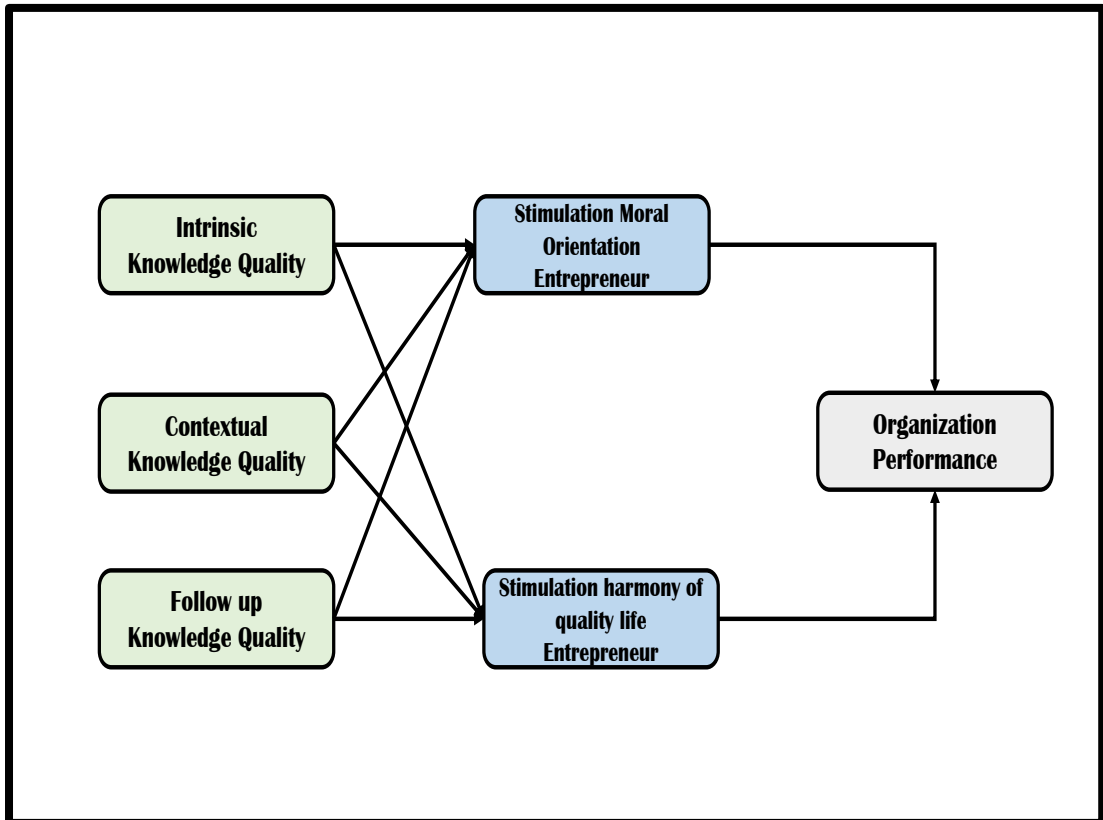
Dukungan hipotesis 3, 4 dan 5, Zahra (2019) menjelaskan bahwa para filsuf Muslim percaya pada rasionalitas etika dan dari aspek epistemologis percaya bahwa seseorang dapat dan harus mendukung pernyataan moral secara intelektual. Jadi Islam menekankan pada kecerdasan, kontemplasi, dan pertimbangan dan menuntut untuk meningkatkan kemampuan intelektual (pengetahuan), Hal ini karena intelek memainkan peran dalam membedakan perbuatan baik dari perbuatan buruk dan memiliki implikasi yang mendalam bagi perilaku moral. Pada saat yang sama, filsuf Muslim, karena korespondensi yang mewarisi antara agama dan intelek, berpendapat bahwa pernyataan moral, yang diakui oleh intelek, sejalan dengan moral dalam Alquran. Filsuf Muslim berpendapat bahwa jiwa manusia adalah subjek etika dan mencoba menjelaskan perkembangan moral tergantung intelektual. Seseorang yang telah mencapai keseimbangan dalam kekuatannya dan telah mencapai kebajikan dari kekuatan itu adalah orang yang berkembang secara moral. Orang seperti itu dapat merenung dan menilai dengan benar dalam situasi yang berbeda, dan juga mengontrol dan mengekspresikan emosinya dengan benar. Knowledge Based View melihat pengetahuan baik sebagai sumber daya dan sebagai kemampuan, di mana memanfaatkan dan mengembangkannya diperlukan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Grant, 1996). Hasil studi menunjukkan pentingnya memperoleh pengetahuan sebagai predictor moral yang baik (Ying Lin 2017).

Dukungan hipotesis 6, 7 dan 8, kesulitan dalam mengintegrasikan berbagai jenis pengetahuan (Kogut dan Zander, 1992) dan kebutuhan untuk kapasitas penyerapan, untuk memahami dan memperoleh pengetahuan organisasi eksternal.

Mengikuti pandangan berbasis pengetahuan, analisis strategis berfokus pada berbagai cara perusahaan dapat memperkuat basis pengetahuan mereka secara keseluruhan dengan menentukan bidang pengetahuan spesifik mana yang harus diperkuat. Argumen umum para peneliti ini adalah bahwa pengetahuan yang unggul di bidang kritis akan mengarah pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kesuksesan organisasi. Pengetahuan adalah aksi dan harus digunakan untuk suatu tujuan (Nonaka dan Takeuchi, 1995). Kualitas tindak lanjut pengetahuan mengacu pada sejauh mana pengetahuan diperluas, beradaptasi, atau mudah diterapkan pada tugas-tugas. Pengetahuan harus ditransformasikan ke dalam tindakan untuk mewujudkan kegunaannya dan profitabilitas (Davenport dan Prusak). Karena kualitas pengetahuan tergantung pada penggunaan yang sebenarnya dari pengetahuan, ini ditindaklanjuti kualitas pengetahuan memungkinkan tim untuk fleksibel beradaptasi, banyak berkembang, dan mudah menerapkan pengetahuan dan dengan demikian meningkatkan tindakan yang efektivitas. Dimensi ini membantu kesepakatan dengan ketidakpastian dengan mengadaptasi pengetahuan untuk situasi fleksibel, luas dan mudah.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mewujudkan kinerja organisasi di bangun oleh *stimulation moral orientation entrepreneur* sebesar dan *stimulationmoral*. Kemudian *stimulation moral orientation entrepreneur* dan *stimulation harmony orientation entrepreneur* dibangun oleh *intrinsic knowledge quality*, *actionable knowledge quality* dan *follow up knowledge quality*. . Secara comprehensive dan piktografi nampak Gambar 5.2.

Gambar 5.2 : Model Pengembangan Islamic Value Entrepreneur



5.2. Kesimpulan Hipotesis

Berdasarkan pembahasan dan analisis data dapat disimpulkan hasil penelitian sebagaimana berikut :

1. *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun oleh *Stimulation Moral Orientation Entrepreneur*.

2. *Stimulation quality harmony life entrepreneur* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun oleh *Stimulation quality harmony life entrepreneur*.
3. Kualitas pengetahuan intrinsik memiliki pengaruh signifikan terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation moral orientation entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan intrinsik*.
4. Kualitas pengetahuan intrinsik memiliki pengaruh signifikan terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan intrinsik*.
5. Kualitas pengetahuan kontekstual memiliki pengaruh signifikan terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation moral orientation entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan kontekstual*.
6. Kualitas pengetahuan kontekstual memiliki pengaruh signifikan terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh *kualitas pengetahuan kontekstual*.
7. *Follow up knowledge quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *stimulation moral orientation entrepreneur*. Hasil tersebut mengindikasikan

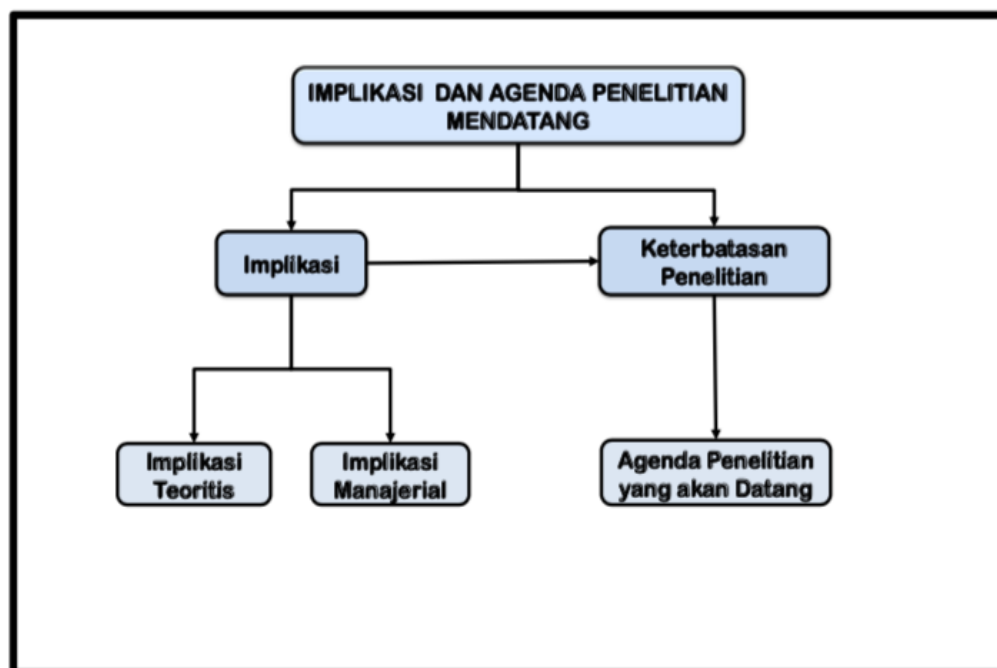
bahwa untuk meningkatkan *stimulation moral orientation entrepreneur* dibangun oleh *Follow up knowledge quality*.

8. *Follow up knowledge quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *stimulation harmony quality life entrepreneur*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *stimulation harmony quality life entrepreneur* dibangun oleh *Follow up knowledge quality*.

BAB VI

IMPLIKASI DAN AGENDA PENELITIAN MENDATANG

Implikasi dan agenda penelitian mendatang menguraikan tentang konsekuensi teori dan empiris. Implikasi menguraikan implikasi teori yang menjawab konsekuensi kontribusi teori yang di bangun dan implikasi manajerial merupakan konsekuensi praktis dari hasil studi. Mengenali studi ini nampak di keterbatasan, berdasarkan keterbatasan muncul agenda penelitian mendatang. Secara piktografis rangkaian bab penutup ini tersaji Gambar 6.1.



Gambar 6.1. Piktografis Bab Implikasi dan Agenda Penelitian Mendatang

6.1.Implikasi Teoritis

Studi Chammas, *et.al.*, 2019) menjelaskan kepemimpinan transformasional merupakan upaya perubahan organisasi dan dirancang untuk mereduksi mempertahankan status quo. Konsekuensinya kepemimpinan transformasional mengarah pada kinerja superior dalam organisasi yang sedang menghadapi tuntutan pembaruan dan perubahan (Weller *et.al.*, 2019). Seorang pemimpin dapat mentransformasikan bawahannya dengan intellectual stimulation (Bass, *et.al.* 1987), artinya pemimpin yang mempraktikkan inovasi-inovasi. Sikap dan perilaku kepemimpinannya didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkembang dan secara intelektual ia mampu menerjemahkannya dalam bentuk kinerja yang produktif. Pemimpin senantiasa menggali ide-ide baru dan solusi yang kreatif dari para staf dan selalu mendorong staf mempelajari dan mempraktikkan pendekatan baru dalam melakukan pekerjaan. Pemimpin menunjukkan tentang cara baru dalam menyelesaikan tugas dan mendorong karyawan lebih inovatif, serta mengajak sumber daya manusia untuk melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda dan menemukan cara baru dalam menyelesaikan masalah entrepreneur.

Joseph Schumpeter adalah menjelaskan bahwa gambaran yang utuh tentang seorang pengusaha, yang memiliki seni, politik, inovatif di satu sisi & aktivitas yang berulang dan mekanis dan lebih menekankan pada inovasi teknologi daripada inovasi organisasi. Singkatnya entrepreneur adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Namun dalam perkembangannya sesuai dengan dinamika lingkungan, berubah menjadi entrepreneur sosial yang artinya entrepreneur tidak mengambil keuntungan yang didapatkan, namun terus di investasikan yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial atau peningkatan kesejahteraan dalam masyarakat (Bornstein 2007). Menurut Roberts dan Woods (2005) *social entrepreneur* belum signifikan atau tidak memiliki kesadaran dan kepercayaan dalam masyarakat. Kemudian pendapat Pelley dan Pelley (2008) sebagian besar penelitian sebelumnya dalam kewirausahaan sosial telah meneliti masalah ini dari perspektif barat, dan sedikit perhatian di dunia Islam serta kekuatan pemerintah tidak dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam masyarakat.

Islam telah menjawab masalah ini sejak awal, pesan Islam dimulai dengan manusia pertama, Adam, dan dilanjutkan dengan para nabi dan berikutan rasul yang dipromosikan dengan eksperimen yang kreatif, kerja keras, berani mengambil risiko, dan inovasi (Basheer 2010). Selanjutnya menjelaskan bahwa *Islamic entrepreneur* memiliki empat karakteristik ; *economic drivers*, *social drivers*, *environment drivers* dan *value based drivers*.

Value based drivers dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang

berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita didunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Stetment ini secara tegas di sebut dalam salah satu ayat Al-Qur'an. Wahai Orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan pada suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari adzab pedih ? yaitu beriman kepada allah & Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan jiwa dan hartamu, itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

Stimulation Islamic Value Entrepreneur merupakan stimulasi berorientasi pada moral entrepreneur yang mencakup prioritas produk halal, kemandirian meningkatkan pengetahuan dan inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja. Oleh karena itu, untuk meningkatkan spiritualitas seseorang tidaklah dengan cara meninggalkan kehidupan duniawi dan membatasi diri pada pencapaian akhirat. Islam menghendaki kehidupan yang seimbang, kehidupan dunia dan akhirat keduanya harus mendapatkan perhatian. Islam tidak memandang baik terhadap orang yang hanya mengutamakan urusan dunia saja dan melupakan urusan akhirat. Sebaliknya Islam juga tidak mengajarkan manusia hanya untuk urusan akhirat saja sehingga melupakan kehidupan dunia. Kehidupan dunia adalah sarana yang akan menghantarkan pada kehidupan akhirat. Islam mengajarkan kepada manusia untuk mencari kebahagiaan akhirat dengan tidak melupakan kebahagiaan duniawi dan untuk berbuat baik sebagai mana Allah telah berbuat baik dan melarang untuk berbuat kerusakan (QS: Al-Qahshash; 77). Tujuan hidup Muslim adalah untuk beribadah (QS: Az_Zariyat; 56), oleh karena itu bisnis bisnis bukanlah tujuan, tetapi

hanya sebagai suatu cara untuk membangun kekayaan (dengan cara sesuai syariat) dan dengan kekayaan itu manusia dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas ibadahnya (yang sifatnya mahdhah) dan melakukan banyak kebaikan-kebaikan kepada manusia yang lain (ibadah ghairu mahdah) dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah dan untuk mendapatkan ridho-Nya. Dalam bisnis yang demikian terkandung nilai ibadah, termasuk ibadah yang berdimensi sosial yang membawa kepada kebaikan bagi umat manusia (meningkatkan kesejahteraan). Bisnis yang berorientasi pada ibadah dan akhirat akan mendorong pelaku bisnis untuk bekerja lebih giat (tidak malas), patuh syariat, bertidak lebih etis (berakhlak) dan juga bekerja secara efisien atau menjauhi sikap boros yang sangat dikecam oleh Islam (QS: Al-Isra': 27). Dengan perilaku yang demikian maka sangat wajar jika bisnis yang digelutinya akan mencapai kinerja yang terbaik (sukses).

6.2.Implikasi Manajerial

Berdasarkan pada pengaruh langsung, tidak langsung dan total, maka prioritas implikasi manajerial model pengembangan *Stimulation Islamic Value entrepreneur* berbasis *knowledge quality* menuju kinerja organisasi anggota IKAPI di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Pertama peningkatan kinerja organisasi di picu oleh Stimulasi moral entrepreneur yang dibangun dengan indikator mendorong prioritas produk halal, Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan dan mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja

2. Kedua peningkatan kinerja organisasi di picu oleh stimulasi harmony entre preneur yang dibangun dengan indikator keseimbangan peningkatan kesejahteraan, peningkatan kepedulian social dan intensitas integrase bisnis dan ibadah.
3. Ketiga peningkatan kinerja organisasi di picu oleh stimulasi moral entre preneur yang dibangun dengan variable follow up quality knowledge indicator kemampuan beradaptasi, berlaku untuk meningkatkan tugas dan menyediakan kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan.
4. Keempat peningkatan kinerja organisasi di picu oleh stimulasi moral entre preneur yang dibangun dengan variable actionable quality knowledge indicator menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan, menambahkan nilai pada operasi tim , memberikan keunggulan kompetitif dan relevansi dengan tugas kami
5. Kelima peningkatan kinerja organisasi di picu oleh stimulasi harmony entre preneur yang dibangun dengan variable intrinsic quality knowledge indicator akurat, objektif, update dan dapat dipercaya.

Kemudian implikasi manajerial masing-masing variable dapat uraikan sebagai berikut:

- a) *Intrinsic Knowledge Quality* Para Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI untuk mempertahankan akurasi pengetahuan dan informasi dalam pembuatan buku dengan menyertakan citacy sumber merupakan informasi yang benar dan menggunakan data yang valid. Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI juga harus meningkatkan objektivitas dalam

pembuatan konten dan pembahasan dalam buku dilakukan dengan tidak memihak ormas/politik, tidak mengandung unsur SARA dan tidak mendukung salah satu pihak tertentu.

- b) Untuk meningkatkan *actionable knowledge quality* Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus mempertahankan relevansi pengetahuan yang ada dalam konten buku dengan pelaksanaan tugas dan kebutuhan konsumen. Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus meningkatkan konten pengetahuan yang memberi keunggulan kompetitif bagi penerbit karena memiliki keunikan tersendiri, tidak dapat ditiru oleh pesaing dan memiliki nilai / value yang dapat diimplikasikan pembaca.
- c) Terkait variabel *follow up quality knowledge* Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus mempertahankan kandungan pengetahuan yang dapat membantu peningkatan tugas karena relevan dengan bidang kerja memiliki pengetahuan yang praktis. Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus meningkatkan pengetahuan yang memiliki kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan karena mengandung pengetahuan yang sesuai jamannya sehingga dapat memberikan wawasan untuk berkembang mengikuti jaman.
- d) Terkait variabel *Stimulation oriented moral entrepreneur* Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus mempertahankan dorongan untuk berinisiatif taqwa sebagai kerangka kerja dengan mengajak memulai kegiatan dengan basmalah; meninggalkan pekerjaan untuk melaksanakan sholat berjamaah; memenuhi unsur unsur halal produk dan memastikan seluruh

buku terbutan merupakan hasil karya sendiri bukan hasil jiplak. Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus meningkatkan kemandirian meningkatkan pengetahuan dengan meningkatkan sosialisasi pentingnya literasi, meningkatkan jumlah citacy dan penggunaan buku sebagai bahan ajar.

- e) Terkait variabel *stimulation harmony quality life entrepreneur* Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus mempertahankan intensitas integrasi bisnis dan ibadah dan mempertahankan peningkatan kesejahteraan karyawan dengan hasil penjualan buku.
- f) Terkait variabel *kinerja organisasi* Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus mempertahankan pemenuhan standar *standar kualitas* yang telah ditentukan diantaranya adalah kualitas content, material fisik, design, pemasaran dan pengemasan. Pemimpin perusahaan penerbit anggota IKAPI harus meningkatkan penyelesaian penerbitan buku *sebelum limit waktu* yang telah ditentukan.

6.3.Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan proses awal hingga akhir research yang di lakukan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, sebagai berikut :

1. Pengujian full model SEM menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan. Namun terdapat tiga uji kesesuaian yang diterima secara marginal yakni yakni indeks GFI, AGFI dan TLI yang memperoleh hasil yang kurang baik, tetapi nilainya

mendekati *cut off value* atau dapat dikatakan marjinal fit yaitu kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran fit.

2. Pengaruh antar variable model Islamic Value Entrepreneur memiliki rentang 20 % hingga 30 % kategori sedang.
3. *Squared Multiple Correlations* Stimulation harmony quality life entrepreneur dapat dijelaskan oleh antesenden variabel *intrinsic knowledge quality*, *actionable knowledge quality* dan *follow up knowledge quality* sebesar 18 % aktegori rendah.
4. *Squared Multiple Correlations* stimulation moral quality life entrepreneur dapat dijelaskan oleh antesenden variabel *intrinsic knowledge quality*, *actionable knowledge quality* dan *follow up knowledge quality* sebesar 33.4 % % aktegori sedang .
5. *Squared Multiple Correlations* kinerja organisasi dapat dijelaskan oleh antesenden variabel *stimulation moral quality life entrepreneur* dan *stimulation harmony quality life entrepreneur* sebesar 19.4 % aktegori rendah.

6.4. Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan hasil studi yang telah diuraikan di atas, diperlukan kajian -kajian mendatang sebagai berikut:

1. Pengaruh antar variable model *Islamic value entrepreneur* memiliki kategori sedang, agenda penelitian mendatang dengan memasukan

variabel-variabel moderating dan intervening merupakan area kajian penelitian yang menarik.

2. Pengaruh antar variable model *Islamic value entrepreneur* memiliki kategori sedang, agenda penelitian mendatang dengan memasukan atau menambah indicator-indikator pada masing-masing variabel merupakan area kajian penelitian yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Elrehail, H., Alatailat, M. A., & Elçi, A. (2019). Knowledge management, decision-making style and organizational performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 4(2), 104–114. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.07.003>
- Acar, O. A. (2019). Motivations and solution appropriateness in crowdsourcing challenges for innovation. *Research Policy*, 48(8), 103716.
- Aghayeva, K., & Ślusarczyk, B. (2019). Analytic Hierarchy of Motivating and Demotivating Factors Affecting Labor Productivity in the Construction Industry: The Case of Azerbaijan. *Sustainability*, 11(21), 5975.
- Al Ahbabi, S. A., Singh, S. K., Balasubramanian, S., & Gaur, S. S. (2019). Employee perception of impact of knowledge management processes on public sector performance. *Journal of Knowledge Management*, 23(2), 351–373. <https://doi.org/10.1108/JKM-08-2017-0348>
- Al-Alak, B. A. M., & Eletter, S. (2010). Islamic Entrepreneurship: An Ongoing Driver for Social Change. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12), 81–97. Retrieved from <http://content.ebscohost.com/>
- Alshanty, A. M., & Emeagwali, O. L. (2019). Market-sensing capability, knowledge creation and innovation: The moderating role of entrepreneurial-orientation. *Journal of Innovation and Knowledge*, 4(3), 171–178. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.02.002>
- Al Khajeh, E.H. (2018). Impact of Leadership Styles on Organizational Performance", *Journal of Human Resources Management Research*, Vol. 2018 (2018), pp.1-10.
- Arif, S. & Akram, A. (2018). Transformational Leadership and Organizational Performance The Mediating Role of Organizational Innovation. *SEISENSE Journal of Management* Vol. 1. Issue 3. July 2018. pp.59-75.
- Andrevski, G., & Ferrier, W. J. (2019). Does It Pay to Compete Aggressively? Contingent Roles of Internal and External Resources. *Journal of Management*, 45(2), 620–644. <https://doi.org/10.1177/0149206316673718>

- Azar, M., & Shafighi, A. A. (2013). The Effect of Work Motivation on Employees'™ Job Performance (Case Study: Employees of Isfahan Islamic Revolution Housing Foundation). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(9), 432–446. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i9/231>
- Bass, B.M. 1985. *Leadership and Performance Beyond Expectation*. New York: The Free Press.
- Bass, B.M. 1998. *Transformational Leadership: Industrial, Military, and Educational Impact*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Bass, B.M. 1985. *Leadership and Performance beyond Expectations*. New York: Free Press.
- Bass, B.M., Waldman, D.A., Avolio, B.J., & Bebb, M. 1987. Transformational Leadership and The Falling Dominoes Effect. *Group & Organization Studies*, 12: 73-91.
- Becker, F. (2019). Herzbergs Zwei-Faktoren-Theorie der Motivation. In *Mitarbeiter wirksam motivieren* (pp. 57-65). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Benabou, R., & Tirole, J. (2003). Intrinsic and extrinsic motivation. *The review of economic studies*, 70(3), 489-520.
- Biancone, P. Pietro, & Radwan, M. (2017). International Entrepreneurship from an Islamic (Sharia Compliant) Perspective: "The Opportunities for Western Economies." *World Journal of Accounting, Finance and Engineering*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.21742/wjafe.2017.1.1.04>
- Buil, I., Martínez, E., & Matute, J. (2019). Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality. *International Journal of Hospitality Management*, 77(June), 64–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.014>
- Bustinza, O. F., Gomes, E., Vendrell-Herrero, F., & Baines, T. (2019). Product–service innovation and performance: the role of collaborative partnerships and R&D intensity. *R and D Management*, 49(1), 33–45. <https://doi.org/10.1111/radm.12269>
- Butt, M. A., Nawaz, F., Hussain, S., Sousa, M. J., Wang, M., Sumbal, M. S., & Shujahat, M. (2019). Individual knowledge management engagement, knowledge-worker productivity, and innovation performance in knowledge-based organizations: the implications for knowledge processes and knowledge-based systems. *Computational and Mathematical Organization Theory*, 25(3), 336–356. <https://doi.org/10.1007/s10588-018-9270-z>

- Cader, A. A. (2016). Towards an Islamic model of work motivation. *Intellectual Discourse*, 24(1), 83–109.
- Chan, S. W., Ang, S. F., Andleeb, N., Ahmad, M. F., & Zaman, I. (2019). The influence of transformational leadership on organization innovation in Malaysian manufacturing industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(2), 971–976.
- Chan, J. H., & Reiner, D. (2019). “Dominance by birthright”? Reconfiguration of firm boundaries to acquire new resources and capabilities. *Industrial Management and Data Systems*, 119(9), 1888–1907. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2019-0258>
- Chammas, C. B., & Hernandez, J. M. da C. (2019). Comparing transformational and instrumental leadership. *Innovation & Management Review*, 16(2), 143–160. <https://doi.org/10.1108/inmr-08-2018-0064>
- Chiu, W. C. K., Lun, V. M. C., & Bond, M. H. (2018). Engaging in Creative Work: The Influences of Personal Value, Autonomy at Work, and National Socialization for Self-Directedness in 50 Nations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49(2), 239–260. <https://doi.org/10.1177/0022022116651336>
- Chen, C. Y., & Yang, C. F. (2012). The Impact of Spiritual Leadership on Organizational Citizenship Behavior: A Multi-Sample Analysis. *Journal of Business Ethics*, 105(1), 107–114. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0953-3>
- Cho, Y., Shin, M., Billing, T. K., & Bhagat, R. S. (2019). Transformational leadership, transactional leadership, and affective organizational commitment: a closer look at their relationships in two distinct national contexts. *Asian Business and Management*, 18(3), 187–210. <https://doi.org/10.1057/s41291-019-00059-1>
- Clarke, S. S. A. (2019). Employee motivation and working innovatively; the quality of management factor. *Research for Development*, edited by Dale Webber and Denise Eldemire-Shearer. Kingston. University of the West Indies, Mona. https://www.researchgate.net/publication/331152613_Employee_motivation_and_working_innovatively_the_quality_of_management_factor.
- Chou, Chien-Hsiang, Yi-Shun Wang, and Tzung-I. Tang. (2015). "Exploring the determinants of knowledge adoption in virtual communities: A social influence perspective." *International Journal of Information Management* 35.3: 364-376.

- Cowdean, Stephanie, et al. (2019). "Entrepreneurial learning in practice: The impact of knowledge transfer." *Industry and Higher Education* (2019): 0950422218812630.
- Coccia, M. (2019). Intrinsic and extrinsic incentives to support motivation and performance of public organizations. *Journal of Economics Bibliography*, 6(1), 20-29.
- Corral de Zubielqui, G., Lindsay, N., Lindsay, W., & Jones, J. (2019). Knowledge quality, innovation and firm performance: a study of knowledge transfer in SMEs. *Small Business Economics*, 53(1), 145–164. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0046-0>
- Dayal, I. (2018). Book review. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 56–57. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.001>
- Deci, E. L. (1972). Intrinsic motivation, extrinsic reinforcement, and inequity. *Journal of personality and social psychology*, 22(1), 113.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2010). Intrinsic motivation. *The corsini encyclopedia of psychology*, 1-2.
- Ding, W., Choi, E., & Aoyama, A. (2019). Relational study of wise (phronetic) leadership, knowledge management capability, and innovation performance. *Asia Pacific Management Review*, 24(4), 310–317. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2018.10.005>
- Dohlman, L., DiMeglio, M., Hajj, J., & Laudanski, K. (2019). Global Brain Drain: How Can the Maslow Theory of Motivation Improve Our Understanding of Physician Migration?. *International journal of environmental research and public health*, 16(7), 1182.
- Ebert, T., Brenner, T., & Brixy, U. (2019). New firm survival: the interdependence between regional externalities and innovativeness. *Small Business Economics*, 53(1), 287-309.
- Eisenberg, J., Post, C., & DiTomaso, N. (2019). Team Dispersion and Performance: The Role of Team Communication and Transformational Leadership. *Small Group Research*, 50(3), 348–380. <https://doi.org/10.1177/1046496419827376>
- Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., & Ferreira, F. A. F. (2019). To be or not to be digital, that is the question: Firm innovation and performance. *Journal of Business Research*, 101(June), 583–590. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.013>

- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fischer, C., Malycha, C. P., & Schafmann, E. (2019). The Influence of Intrinsic Motivation and Synergistic Extrinsic Motivators on Creativity and Innovation. *Frontiers in psychology*, 10, 137
- Gault, F. (2018). Defining and measuring innovation in all sectors of the economy. *Research Policy*, 47(3), 617–622. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.007>
- Gawel, J. E. (1996). Herzberg's theory of motivation and Maslow's hierarchy of needs. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 5(1), 11.
- George, J. M., & Zhou, J. (2001). When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: An interactional approach. *Journal of Applied Psychology*, 86, 513-524
- Gërguri-Rashiti, S., Ramadani, V., Abazi-Alili, H., Dana, L. P., & Ratten, V. (2017). ICT, innovation and firm performance: the transition economies context. *Thunderbird International Business Review*, 59(1), 93-102
- Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. (2019). Competitive capabilities for the innovation and performance of spanish construction companies. *Sustainability (Switzerland)*, 11(19), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su11195475>
- Goebel, B. L., & Brown, D. R. (1981). Age differences in motivation related to Maslow's need hierarchy. *Developmental Psychology*, 17(6), 809.
- Gregory Stone, A., Russell, R. F., & Patterson, K. (2004). Transformational versus servant leadership: A difference in leader focus. *Leadership & Organization Development Journal*, 25(4), 349–361. <https://doi.org/10.1108/01437730410538671>
- Guo, J., Weng, D., Zhang, Z., Liu, Y., & Wang, Y. (2019, March). Evaluation of Maslow's Hierarchy of Needs on Long-Term Use of HMDs-A Case Study of Office Environment. In *2019 IEEE Conference on Virtual Reality and 3D User Interfaces (VR)* (pp. 948-949). IEEE.
- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>

- Grimsdottir, E., & Edvardsson, I. R. (2018). Knowledge Management, Knowledge Creation, and Open Innovation in Icelandic SMEs. *SAGE Open*, 8(4). <https://doi.org/10.1177/2158244018807320>
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of business research*, 62(4), 461-473.
- Gumusluoğlu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership and organizational innovation: The roles of internal and external support for innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 26(3), 264–277. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00657>.
- Han, C., & Nielsen, B. (2018, July). Management Innovation and Firm Performance: Toward Ambidextrous Product Innovation. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2018, No. 1, p. 16709). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link?. *Journal of marketing*, 62(4), 30-45.
- Han, J., Jo, G. S., & Kang, J. (2018). Is high-quality knowledge always beneficial? Knowledge overlap and innovation performance in technological mergers and acquisitions. *Journal of Management and Organization*, 24(2), 258–278. <https://doi.org/10.1017/jmo.2016.35>.
- Hair, Jr.F., Joseph, R.E., Anderson, R.L., Tatham, & Black, W.C. (1996). *Multivariate Data Analysis with Readings*, Macmillan.
- Hamburg, Ileana. (2015). "Learning approaches for entrepreneurship education." *Archives of Business Research* 3.1 (2015).
- Harinie, L. T., Sudiro, A., Rahayu, M., & Fatchan, A. (2017). *Study of the Bandura's social cognitive learning theory for the entrepreneurship learning process. Social Sciences*, 6(1), 1.
- Herzberg, F. (2017). *Motivation to work*. Routledge.
- Herzberg, F. (1971). The motivation-hygiene theory. *Work and the nature of man*, 4.
- Hjalager, A. M. (2002), "Repairing innovation defectiveness in tourism", *Tourism Management*, vol. 23, núm. 1, pp. 465-474.
- Hjalager, A. M. (2010), "A review of innovation research in tourism", *Tourism*

Management, vol. 31, núm. 1, pp. 1-12.

- House, R. J., & Mitchell, T. R. (1975). *Path-goal theory of leadership* (No. TR-75-67). Washington Univ Seattle Dept Of Psychology.
- Hunter, Lise, and Jonathan Lean. (2018). "Entrepreneurial learning—a social context perspective: evidence from Kenya and Tanzania." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 25.4 : 609-627.
- Hynes, R., & Mickahail, B. K. (2019). Leadership, culture, and innovation. In *Effective and Creative Leadership in Diverse Workforces* (pp. 65-99). Palgrave Macmillan, Cham.
- Iqbal, A., Latif, F., Marimon, F., Sahibzada, U. F., & Hussain, S. (2019). From knowledge management to organizational performance: Modelling the mediating role of innovation and intellectual capital in higher education. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 36–59. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2018-0083>
- Imas JM, Wilson N and Weston A (2012) *Barefoot entrepreneurs*. *Organization* 19(5): 563–585.
- Jalil, Abdul. 2013. *Spiritual Enterprenuership Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*. Yogyakarta: LKIS Yogyakarta.
- Julia Nieves, Gonzalo Diaz-Meneses, (2018) "Knowledge sources and innovation in the hotel industry: Empirical analysis on Gran Canaria Island, a mature mass-tourism destination", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0341>
- Jones, Thomas M., Jeffrey S. Harrison, and Will Felps. (2018). "How applying instrumental stakeholder theory can provide sustainable competitive advantage." *Academy of Management Review* 43.3 : 371-391.
- Joni Tamkin, B. 2013. Head of Department, Department of Shariah and Economy, Akademi Pengajian Islam University Malaya. (P. R. Mohd. Faizal, Interviewer)
- Julian, B., Frank, S., & Kelloway, E. K. (2000). Transformational leadership and emotional intelligence: an exploratory study. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(3), 157–161. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/01437730010325040>
- Judge, T. A., & Bono, J. E. (2000). Five-factor model of personality and transformational leadership. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 751–765. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.5.751>

- Kach, A., Azadegan, A., & Wagner, S. M. (2015). The influence of different knowledge workers on innovation strategy and product development performance in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Production Research*, 53(8), 2489-2505.
- Kane, A. A., Argote, L., & Levine, J. M. (2005). *Knowledge transfer between groups via personnel rotation: Effects of social identity and knowledge quality. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 96(1), 56–71. doi:10.1016/j.obhdp.2004.09.002 url to share this paper: scihub.tw/10.1016/j.obhdp.2004.09.002
- Kallmuenzer, Andreas, and Mike Peters. (2018). "Innovativeness and control mechanisms in tourism and hospitality family firms: A comparative study." *International Journal of Hospitality Management* 70 : 66-74.
- Kiráľová, Alžbeta. (2019). "Sustainable Tourism Marketing Strategy: Competitive Advantage of Destination." *Sustainable Tourism: Breakthroughs in Research and Practice*. IGI Global, 183-206.
- Kreitner, R., Kinicki, A., & Buelens, M. (2002). *Organizational behaviour*. New York: McGraw Hill.
- Latilla, MV., Frattini, F., MesseniPetruzzelli, A., & Berner, M. (2018). Knowledge management, knowledge transfer and organizational performance in the arts and crafts industry: a literature review. *Journal of Knowledge Management*, 22(6), 1310–1331. <https://doi.org/10.1108/JKM-08-2017-0367>
- Leadership and Job Autonomy on Vitality: Survey and Experimental Evidence. *Review of Public Personnel Administration*, 38(3), 355–377. <https://doi.org/10.1177/0734371X16671980>
- Lee, Y.W., Strong, D.M., Kahn, B.K. & Wang, R.Y. 2002. AIMA: a Methodology for Information Quality Assessment. *Information & Management*, 40(2), 133-46
- Logan, J., & Everall, K. (2019). First Things First: Exploring Maslow's Hierarchy as a Service Prioritization Framework. *Weave: Journal of Library User Experience*, 2(2).
- Li, Z., Chen, Z., & Hui, Y. (2019). Portfolio selection through Maslow's need hierarchy theory. *Applied Economics*, 51(4), 364-372.
- Longshore, J. M. (1987). Leadership and Performance Beyond Expectations. *Academy of Management Review*, 12(4), 756–757. <https://doi.org/10.5465/amr.1987.4306754>.

- Malinowska, D., Tokarz, A., & Wardzichowska, A. (2018). Job autonomy in relation to work engagement and workaholism: Mediation of autonomous and controlled work motivation. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 31(4), 445–458. <https://doi.org/10.13075/ijomeh.1896.01197>
- Mathis dan Jackson. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba.
- Matzler, K., Schwarz, E., Deutinger, N., & Harms, R. (2008). The Relationship between Transformational Leadership, Product Innovation and Performance in SMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 21(2), 139–151. <https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593418>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- Maroofi, F. (2018). Knowledge Management and Organizational Performance in Service Industry: Transformational Leadership Versus Transactional Leadership. In *Global Practices in Knowledge Management for Societal and Organizational Development* (pp. 194-212). IGI Global.
- McCleskey, J. A. 2014. Situational, Transformational, and Transactional Leadership and Leadership Development. *Journal of Business Studies Quarterly* 2014, Volume 5, (4).
- Mohammad Ather, S., Aktaruzzaman Khan, M., & Hoque, N. (2011). Motivation as conceptualised in traditional and Islamic management. *Humanomics*, 27(2), 121–137. <https://doi.org/10.1108/08288661111135126>
- Monteagudo, Inmaculada Carrasco, and María Soledad Castaño Martínez. (2015). "Drivers of entrepreneurship innovation in tourism sector: entrepreneurship, knowledge and internationalization." *Icade: Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales* 94 (2015): 11-29.
- Monteagudo-Mera, A., Rodríguez-Aparicio, L., Rúa, J., Martínez-Blanco, H., Navasa, N., García-Armesto, M. R., & Ferrero, M. Á. (2012). In vitro evaluation of physiological probiotic properties of different lactic acid bacteria strains of dairy and human origin. *Journal of Functional Foods*, 4(2), 531-541.

- Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2016). Social entrepreneurship in an Islamic context. *Entrepreneurship and Management in an Islamic Context*, 143–158. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-39679-8>
- Nahum, N., & Carmeli, A. (2019). Leadership style in a board of directors : implications of involvement in the strategic decision - making process. *Journal of Management and Governance*, (0123456789). <https://doi.org/10.1007/s10997-019-09455-3>
- Naqvi, Syed Nawab Haider 2003. *Menggagas ilmu Ekonomi Islam* Terj. M. Saiful Anam dan M. Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).
- Nieves, Julia, and Gonzalo Diaz-Meneses. (2018). "Knowledge sources and innovation in the hotel industry: Empirical analysis on Gran Canaria Island, a mature mass-tourism destination." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 30.6 : 2537-2561.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1996). A theory of organizational knowledge creation. *International Journal of Technology Management*, 11(7–8), 833–845.
- Nor ‘Azzah, K. 2013. Head of Department, Department of Shariah and Management, Akademi Pengajian Islam University Malaya. (P. R. Mohd. Faizal, Interviewer.
- Nonaka, I. 1994. A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation", *Organization Science*, 5(1)14-37
- Northouse, Peter G. 2010. *Kepemimpinan*. Jakarta: PT Indeks.
- Olaisen, Johan, and Oivind Revang. (2017). "Working smarter and greener: Collaborative knowledge sharing in virtual global project teams." *International Journal of Information Management* 37.1: 1441-1448.
- Obiwuru, T. C., Okwu, A. T., Akpa, V. O., & Nwankwere, I. A. (2011). Effects of leadership style on organizational performance: A survey of selected small scale enterprises in Ikosi-Ketu council development area of Lagos State, Nigeria. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(7), 100.
- Oukil, M. 2013. Entrepreneurship and Entrepreneurs in an Islamic Context. *Journal of Islamic and Human Advanced Research*, Vol. 3, Issue 3, Month 2013, 111-131

- Odumeru, J., & Ifeanyi, G. (2013). Transformational vs. transactional leadership theories: evidence in Literature. *International Review of Management and Business Research*, 2(2), 355–361.
- Olowoselu, A., Mohamad, M. bin, & Aboudahr, S. M. F. M. (2019). Path-Goal Theory and the Application in Educational Management and Leadership. *Education Quarterly Reviews*, 2(2). <https://doi.org/10.31014/aior.1993.02.02.77>
- Palmer, I., & Dunford, R. (2002). Who says change can be managed? Positions, perspectives and problematics. *Strategic Change*, 11(5), 243-251.
- Pham, D. D. T., Paille, P., & Halilem, N. (2019). Systematic review on environmental innovativeness: A knowledge-based resource view. *Journal of cleaner production*.
- Piel, M., & Fischer, D. (2019). Motivation for Innovation—CEO Regulatory Focus as a Predictor of Innovation Performance.
- Posner, B. Z., & Kouzes, J. M. (1988). Relating leadership and credibility. *Psychological reports*, 63(2), 527-530
- Prabowo, T.S., Noermijati, & Irawanto, D.W. (2018). The Influence of Transformational Leadership and Work Motivation on Employee Performance Mediated by Job Satisfaction. *Journal of Applied Management (JAM)* Volume 16 Number 1, March 2018 Indexed in Google Scholar. pp.171-178.
- Puryantini, N., Rofikotul A, Shinta, D.P. & Tjahjadi, B (2018). The Association of Knowledge Management, Organization Culture, and Innovation With Organizational Performance: A Case At Study Institute Research Xyz. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 20, No. 1, May 2018, 39-52.
- Quinn, B. James, Philip Anderson and Sydney Finkelstein, 2000. *Managing Intellect*, in *Managing Strategic Innovation and Change*. Mivhael L. Thushman and Philip Anderson (eds). New York : Oxford University Press.
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ramadani, V., Dana, L. P., Gërguri-Rashiti, S., & Ratten, V. (2016). Entrepreneurship and management in an Islamic context. In *Entrepreneurship*

and Management in an Islamic Context. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-39679-8>

- Ramadani, V., Dana, L. P., Ratten, V., & Tahiri, S. (2015). The context of Islamic entrepreneurship and business: Concept, principles and perspectives. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(3), 244–261. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071906>
- Rameli, M.F.P., Aziz, M.R.A, Wahab, K. and Amin, S.M. 2010. The Characteristic of Muslimpreneurs from the View of Muslim Scholar and Academician. *International Journal of Teaching and Education* Vol. II (No. 2).pp. 47-59
- Rana, R., K'Aol, G., & Kirubi, M. (2019). Influence of supportive and participative path-goal leadership styles and the moderating role of task structure on employee performance. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 8(5), 76–87. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i5.317>
- Ratten, V., Marques, C. S., & Braga, V. (2017). *Knowledge, Learning and Innovation: Research into Cross-Sector Collaboration*. *Knowledge, Learning and Innovation*, 1–4. doi:10.1007/978-3-319-59282-4_1
- Rehan, F., Block, J., & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic communities: How do Islamic values and Islamic practices influence entrepreneurship intentions? *Journal of Enterprising Communities*, 13(5), 557–583. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2019-0041>
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi ke-12, Jakarta: Salemba Empat
- Ruky, A.S. 1997. Penerapan 'Visionary Leadership' dalam Perusahaan Indonesia: Suatu "Conditio Sine Quanon" untuk Menyongsong Milenium Ketiga. *Usahawan*, 09: 7-8.
- Ruky, S.A. 2001, *Sistem Manajemen Kinerja : Panduan Praktis Untuk Merancang dan Meraih Kinerja Prima*, Jakarta: Gramedia
- Ryan, J. C., & Daly, T. M. (2019). Barriers to innovation and knowledge generation: The challenges of conducting business and social research in an emerging country context. *Journal of Innovation and Knowledge*, 4(1), 47–54. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.10.004>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67.

- Sadeghifar, J., Bahadori, M., Baldacchino, D., Raadabadi, M., & Jafari, M. (2014). Relationship between career motivation and perceived spiritual leadership in health professional educators: a correlational study in Iran. *Global Journal of Health Science*, 6(2), 145–154. <https://doi.org/10.5539/gjhs.v6n2p145>
- Samad, S. (2012). The Influence of Innovation and Transformational Leadership on Organizational Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 486–493. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1215>
- Sandström, M., Stockinger, F., & Vilmark, C. (2017). Leadership Behaviours and its influence on Knowledge Management: A Case Study of Dahl.
- Sansone, C., & Harackiewicz, J. M. (Eds.). (2000). *Intrinsic and extrinsic motivation: The search for optimal motivation and performance*. Elsevier
- Saracho, O. N. (2019). Motivation Theories, Theorists, And Theoretical Conceptions. *Contemporary Perspectives on Research in Motivation in Early Childhood Education*, 21.
- Sánchez-Cardona, I., Salanova Soria, M., & Llorens-Gumbau, S. (2018). Leadership Intellectual Stimulation and Team Learning: the Mediating Role of Team Positive Affect. *Universitas Psychologica*, 17(1), 1–16. doi:10.11144/javeriana.upsy17-1.list
- Schuler, Randal S & Susan E. Jackson. 2008. *Strategic Theory Research*. Oxlord Blacwell
- Schechner, R. (2013). PERFORMANCE THEORY. *Asian Theatre Journal*, 30(2), 276–294. <https://doi.org/10.1353/atj.2013.0047>
- Scheidlinger, S. (1994). The Lewin, Lippitt and White study of leadership and “social climates” revisited. *International journal of group psychotherapy*, 44(1), 123-127.
- Seedall, R. B., Butler, M. H., & Elledge, J. Z. (2014). Does Religious Motivation Influence the Conceptualization and Acceptability of Forgiveness as a Therapeutic Intervention? *American Journal of Family Therapy*, 42(2), 127–140. <https://doi.org/10.1080/01926187.2013.772868>
- Shao, Z. (2019). International Journal of Information Management Interaction effect of strategic leadership behaviors and organizational culture on IS-Business strategic alignment and Enterprise Systems assimilation. *International Journal of Information Management*, 44(13), 96–108. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.010>

- Shaikh, S. H., Shaikh, H., & Shaikh, S. (2019). Using Herzberg Theory To Develop The Employees' performance Of Rafhan Maize Industry. *International Journal of Management (IJM)*, 10(3).
- Siti Rahmaniah, B. 2013. Ketua Penolong Pengarah, Bahagian Penyelidikan Jabatan Agama Islam Melaka. (P. R. Mohd. Faizal, Interviewer)
- Smith, B. N., Montagno, R. V., & Kuzmenko, T. N. (2004). Transformational and Servant Leadership: Content and Contextual Comparisons. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 10(4), 80–91. <https://doi.org/10.1177/107179190401000406>
- Smyth, J. (1989). A 'pedagogical' and 'educative' view of leadership. *Critical perspectives on educational leadership*, 179-204.
- Stollberger, J., West, M. A., & Sacramento, C. A. (2019). Innovation in work teams. *The Oxford handbook of group creativity and innovation*, 231.
- Sugiyono (2009). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.
- Tart, C. T. (2003). Spiritual motivations of parapsychologists? Empirical data. *Journal of Parapsychology*, 67(1), 181–184.
- Trim, B., Gafar, J., & Mujib, I.I. (2015). *Industri Penerbitan Buku Indonesia: Dalam Data dan Fakta*. Jakarta : Ikatan Penerbit Indonesia
- Tummers, L., Steijn, B., Nevicka, B., & Heerema, M. (2018). The Effects of Bass, B.M. 1985. *Leadership and Performance Beyond Expectation*. New York: The Free Press.
- Uddin, M. A., Fan, L., & Das, A. K. (2017). A study of the impact of transformational leadership, organizational learning, and knowledge management on organizational innovation. *Management Dynamics*, 16(2), 42-54.
- Valaei, Naser, and Sajad Rezaei. (2017). "Does Web 2.0 utilisation lead to knowledge quality, improvisational creativity, compositional creativity, and innovation in small and medium-sized enterprises? A sense-making perspective." *Technology Analysis & Strategic Management* 29.4: 381-394.
- Vecchio, R. P. (2019). Entrepreneurship and Leadership: *Leadership*, 1(1), 439–470. <https://doi.org/10.2307/j.ctvp85tk.39>

- Wahba, M. A., & Bridwell, L. G. (1976). Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory. *Organizational behavior and human performance*, 15(2), 212-240.
- Waheed, Mehwish, and Kiran Kaur. (2016). "Knowledge quality: A review and a revised conceptual model." *Information Development* 32.3: 271-284.
- Waheed, Mehwish, Kiran Kaur, and Atika Qazi. (2016). "Students' perspective on knowledge quality in eLearning context: a qualitative assessment." *Internet Research* 26.1 120-145
- Watkins, K. E., Lysø, I. H., & deMarrais, K. (2011). Evaluating executive leadership programs: A theory of change approach. *Advances in Developing Human Resources*, 13(2), 208-239.
- Weller, I., Süß, J., Evanschitzky, H., & von Wangenheim, F. (2019). Transformational Leadership, High-Performance Work System Consensus, and Customer Satisfaction. *Journal of Management*, XX(X), 1–29. <https://doi.org/10.1177/0149206318817605>
- Widodo, & Zulfa, M. (2017). Model Pengembangan Islamic Entrepreneurship. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Ekonomi*, 6(1), 59–85.
- Widodo (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Unissula Press, Semarang
- Widodo, Moch Zulva (2017). *Model Pengembangan Islamic Entrepreneurship Menuju Peningkatan Kinerja UKM*. Journal Dinamika Sosial Ekonomi
- Wong-Mcdonald, A., & Gorsuch, R. L. (2004). A multivariate theory of god concept, religious motivation, locus of control, coping, and Spiritual Well-Being. *Journal of Psychology and Theology*, 32(4), 318–334. <https://doi.org/10.1177/009164710403200404>
- Xu, L., Mehta, R., & Herd, K. B. (2019). Look at Me! Or Don't...: How Mere Social Presence Impacts Innovation Adoption. *Journal of the Association for Consumer Research*, 4(3), 269-279.
- Yoo, D.K., Vonderembse, M.A., & RaguNathan, T.S. (2010). Knowledge quality: antecedents and consequence in project teams. *Journal of Knowledge Management*, 15 (2), 329-343.
- Yukl, Gary A. 1998. *Leadership in Organizations*. 2nd Ed. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Yukl, G. (1999). An evaluation of conceptual weaknesses in transformational and charismatic leadership theories. *The leadership quarterly*, 10(2), 285-305.

- Yushadi, M. F., Hubeis, M., & Affandi, J. (2019). the Effect of Leadership Style, Motivation and Discipline of Work on the Performance of Employee of Bank Xyz in the Jatiwaringin Area. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 87(3), 188–195. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-03.23>
- Yu, W., Ramanathan, R., & Nath, P. (2017). Environmental pressures and performance: An analysis of the roles of environmental innovation strategy and marketing capability. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 160-169.
- Yu, Y., Yuan, L., & Li, J. (2019). Knowledge search modes and innovation performance: The moderating role of strategic R&D orientation. *Technology Analysis & Strategic Management*, 31(6), 625-640.
- Zaim, H., Muhammed, S., & Tarim, M. (2018). Relationship between knowledge management processes and performance : critical role of knowledge utilization in organizations. *Knowledge Management Research & Practice*, 00(00), 1–15. <https://doi.org/10.1080/14778238.2018.1538669>
- Zuraik, A., & Kelly, L. (2019). The role of CEO transformational leadership and innovation climate in exploration and exploitation. *European Journal of Innovation Management*, 22(1), 84–104. <https://doi.org/10.1108/EJIM-10-2017-0142>

Lampiran 1 : Kuesioner



KUESIONER

Model Pengembangan *Intellectual Stimulation Value* Berbasis Kualitas Pengetahuan dan Motivasi Dalam meningkatkan *Innovation Process* dan Kinerja Organisasi IKAPI di Indonesia

**DASMADI
NIM. 1040800005**

**Program Doktor Ilmu Manajemen
Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung
Semarang
2020**

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nomor Responden :
2. Umur : tahun
3. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SMA
 - b. D3
 - c. S1
 - d. S2
 - e. Lainnya
5. Nama Perusahaan Penerbit :
6. Tahun Berdirinya Perusahaan :
7. Tipe Perusahaan Penerbit :
 - a. Kecil
 - b. Menengah
 - c. Besar

II. PETUNJUK

- Berilah tanda $\sqrt{\quad}$ sesuai dengan pendapat, penilaian atau persepsi pengamatan Bapak/Ibu
- Gunakan angka 1 sampai dengan 10 untuk setiap pernyataan sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu, misalnya :

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	$\sqrt{\quad}$ 9	10	<i>Sangat Setuju</i>
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------	----	--------------------------

III. PERNYATAAN

A. Kinerja Organisasi (dibuat seperti ini)

1. Penyelesaian penerbitan buku selalu mampu memenuhi *standar kualitas* yang telah ditentukan

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------------

Quality ditunjukkan dengan:

- a. Kualitas content
- b. Kualiat material fisik
- c. Kualitas design
- d. Kualitas pemasaran
- e. Kualiat pengemasan
- d. Selain di atas, sebutkan :

2. Penjualan buku yang diterbitkan mampu memenuhi **target (kuantitas)**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Quantity ditunjukkan dengan:

- a. Volume penjualan
- b. Jumlah agen atau distributor
- c. Laba perusahaan
- d. Selain di atas, sebutkan :

3. Penyelesaian penerbitan buku selalu selesai **sebelum limit waktu** yang telah ditentukan.

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Timeliness ditunjukkan dengan:

- a. memenuhi deadline review
- b. memenuhi deadline pembuatan content
- c. memenuhi deadline launching buku
- d. Selain di atas, sebutkan :

4. Penyelesaian penerbitan buku selalu mampu memenuhi **efektifitas biaya** yang ditentukan

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Efektivitas diwujudkan dengan :

- a. penggunaan raw material yang efektif

- b. pemilihan jenis bahan baku
- c. pemilihan editor
- d. Selain di atas, sebutkan :

5. Penyelesaian penerbitan buku membutuhkan bantuan dalam penyelesaian produksi

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Bantuan diwujudkan dengan :

- a. editorial
- b. alih Bahasa
- c. design grafis
- d. Selain di atas, sebutkan :

6. Penyelesaian penerbitan buku memberikan **dampak bagi individu**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Personal impacts diwujudkan dengan :

- a. Bonus penjualan
- b. Prestise bagi pemilik HAKI buku
- c. Selain di atas, sebutkan :

B. Stimulation oriented moral entrepreneur

1. Material pencetakan buku diharapkan mampu **mendorong prioritas produk halal**.

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Mendorong prioritas produk halal ditunjukkan dengan:

- a. Bahan kertas yang digunakan
- b. Bahan tinta yang digunakan
- c. Konten / isi buku

d. Selain di atas, sebutkan :

2. Konten buku yang diterbitkan mampu **mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Mendorong kemandirian meningkatkan pengetahuan ditunjukkan dengan:

- tingginya angka literasi
- jumlah citacy
- penggunaan buku sebagai bahan ajar
- Selain di atas, sebutkan :

3. Proses penerbitan buku **mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

mendorong inisiatif taqwa sebagai kerangka kerja ditunjukkan dengan:

- Memulai kegiatan dengan basmalah
- Meninggalkan pekerjaan untuk melaksanakan sholat berjamaah
- Memenuhi unsur halal produk
- Merupakan hasil karya sendiri bukan hasil jiplak
- Selain di atas, sebutkan :

C. *Stimulation harmony quality life entrepreneur*

1. Penjualan buku selalu mampu memenuhi **Peningkatan kesejahteraan anggota IKAPI**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Peningkatan kesejahteraan diwujudkan dengan :

- Meningkatnya pendapatan
 - Meningkatnya daya beli anggota IKAPI
 - Meningkatnya ketenangan dan ketenteraman anggota IKAPI
- Selain di atas, sebutkan :

2. Penjualan buku selalu mampu memenuhi **Peningkatan kepedulian social** anggota IKAPI

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

kepedulian social diwujudkan dengan :

- Rajin bersedekah
- Rajin berinfaq
- Sering membantu orang lain
- Mengikuti dan menyelenggarakan acara sosial
- Selain di atas, sebutkan :

3. Penjualan buku memberikan **Intensitas integrasi bisnis dan ibadah**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Intensitas integrasi bisnis dan ibadah diwujudkan dengan :

- Semakin tinggi income semakin tinggi sodaqoh
- Semakin rajin beribadah
- Semakin berusaha memperbaiki diri
- Selain di atas, sebutkan :

D. Inrtinsic knowledge quality

1. Penyelesaian penerbitan buku harus selalu menyertakan pengetahuan dan informasi yang **akurat**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Akurat diwujudkan dengan :

- Menyertakan citacy sumber
- Merupakan informasi yang benar
- Menggunakan data yang valid
- Selain di atas, sebutkan :

2. Konten dan pembahasan dalam buku harus selalu **obyektif**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------------

Obyektif diwujudkan dengan :

- f) Tidak memihak ormas/politik
- g) Tidak mengandung unsur SARA
- h) Tidak mendukung salah satu pihak tertentu
- i) Selain di atas, sebutkan :

3. Pengetahuan dalam buku yang diterbitkan harus selalu **update** dengan kondisi jaman

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------------

Upgrade diwujudkan dengan :

- a) Tidak ketinggalan jaman
- b) Menyajikan informasi terkini
- c) Selain di atas, sebutkan :

4. Pengetahuan dalam buku yang diterbitkan harus selalu **dapat dipercaya**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------------

Dapat dipercaya diwujudkan dengan :

- a) Menyajikan data factual
- b) Jelas sumbernya
- c) Tidak plagiarism
- d) Bukan merupakan hoax
- e) Selain di atas, sebutkan :

E. Actionable knowledge quality

1. Buku yang diterbitkan harus mengandung pengetahuan yang **menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Menambahkan nilai untuk pengambilan keputusan diwujudkan dengan :

- a) Memberikan implikasi teoritis yang baik
- b) Memberikan implikasi praktis
- c) Selain di atas, sebutkan :

2. Buku yang diterbitkan harus mengandung pengetahuan yang **menambahkan nilai pada operasi tim**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

menambahkan nilai pada operasi tim diwujudkan dengan :

- a) Memberikan arti bagi perairan tim
- b) Sebagai bukti pencapaian (Achievements)
- c) Menjadi identitas diri penulis
- d) Menjadi prestise bagi penulis
- e) Selain di atas, sebutkan :

3. Buku yang diterbitkan harus mengandung pengetahuan yang **memberi keunggulan kompetitif** bagi penerbit

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

memberikan keunggulan kompetitif diwujudkan dengan :

- a) Memiliki keunikan tersendiri
- b) Tidak dapat ditiru oleh pesaing
- c) Memiliki nilai / value
- d) Selain di atas, sebutkan :

4. Buku yang diterbitkan harus mengandung pengetahuan yang **relevan dengan tugas kami**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Relevan dengan tugas diwujudkan dengan :

- Tidak menyalahi etika penerbit
- Sesuai dengan visi misi penerbit
- Selain di atas, sebutkan :

F. Follow up knowledge quality

1. Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang dapat **diadaptasi** pembaca

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Diadaptasi diwujudkan dengan :

- Applicable
- Dapat dipahami
- Mudah diterapkan
- Selain di atas, sebutkan :

2. Buku yang diterbitkan mengandung pengetahuan yang dapat **membantu peningkatan tugas**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

Berlaku untuk peningkatan tugas diwujudkan dengan :

- Relevan dengan bidang kerja
- Memiliki pengetahuan yang praktis
- Selain di atas, sebutkan :

3. Buku yang diterbitkan menyediakan pengetahuan yang **memiliki kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan**

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Sangat Setuju</i>
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------------

memiliki kapasitas untuk bereaksi terhadap keadaan diwujudkan dengan:

- Timengandung pengetahuan yang sesuai jamannya
- Memberikan wawasan untuk berkembang mengikuti jaman
- Bersifat visioner
- Selain di atas, sebutkan :

Lampiran 2 : Statistik Deskriptif

Age

N	Valid	123
	Missing	0
Mean		39.49
Std. Deviation		8.119
Variance		65.924
Minimum		25
Maximum		67

Age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25	1	.8	.8	.8
	26	3	2.4	2.4	3.3
	27	3	2.4	2.4	5.7
	28	1	.8	.8	6.5
	29	6	4.9	4.9	11.4
	30	2	1.6	1.6	13.0
	31	5	4.1	4.1	17.1
	32	2	1.6	1.6	18.7
	34	12	9.8	9.8	28.5
	35	9	7.3	7.3	35.8
	36	8	6.5	6.5	42.3
	37	1	.8	.8	43.1
	38	6	4.9	4.9	48.0
	39	6	4.9	4.9	52.8
	40	4	3.3	3.3	56.1
	41	4	3.3	3.3	59.3
	42	7	5.7	5.7	65.0
	43	8	6.5	6.5	71.5
	44	5	4.1	4.1	75.6
	45	9	7.3	7.3	82.9
	46	3	2.4	2.4	85.4
	47	3	2.4	2.4	87.8
	48	3	2.4	2.4	90.2
	49	2	1.6	1.6	91.9
	50	1	.8	.8	92.7
	53	1	.8	.8	93.5
	54	1	.8	.8	94.3
	55	1	.8	.8	95.1
	56	2	1.6	1.6	96.7
	57	1	.8	.8	97.6
	59	1	.8	.8	98.4
	67	2	1.6	1.6	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Statistics

Gender

N	Valid	123
	Missing	0
Median		1.00
Std. Deviation		.404
Variance		.163
Minimum		1
Maximum		2

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	98	79.7	79.7	79.7
	Perempuan	25	20.3	20.3	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Statistics

Education

N	Valid	123
	Missing	0
Median		3.00
Std. Deviation		2.811
Variance		7.902
Minimum		1
Maximum		33

Education

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	10	8.1	8.1	8.1
	Diploma III	7	5.7	5.7	13.8
	Sarjana	91	74.0	74.0	87.8
	Magister	12	9.8	9.8	97.6
	Doktor	3	2.4	2.4	100
	Total	123	100.0	100.0	

Statistics

Area

N	Valid	123
	Missing	0
Median		3.00
Std. Deviation		5.328
Variance		28.384
Minimum		1
Maximum		21

Area

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jawa Tengah	28	22.8	22.8	22.8
	Jawa Barat	6	4.9	4.9	27.6
	DKI	31	25.2	25.2	52.8
	Banten	9	7.3	7.3	60.2
	Sumatra Selatan	4	3.3	3.3	63.4
	NTT	2	1.6	1.6	65.0
	Papua	2	1.6	1.6	66.7
	Bali	2	1.6	1.6	68.3
	Sumatra Barat	3	2.4	2.4	70.7
	Jawa Timur	15	12.2	12.2	82.9
	Kalimantan Barat	7	5.7	5.7	88.6
	NTB	2	1.6	1.6	90.2
	Yogyakarta	1	.8	.8	91.1
	Sulawesi Selatan	1	.8	.8	91.9
	Aceh	3	2.4	2.4	94.3
	Jambi	2	1.6	1.6	95.9
	Sumatra Utara	2	1.6	1.6	97.6
	Kalimantan Selatan	1	.8	.8	98.4
	Kalimantan Tengah	1	.8	.8	99.2
	Kalimantan Timur	1	.8	.8	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Statistics

Size

N	Valid	123
	Missing	0
Median		2.00
Std. Deviation		.395
Variance		.156
Minimum		1
Maximum		3

Size

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	8.1	8.1	8.1
	2	104	84.6	84.6	92.7
	3	9	7.3	7.3	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Statistics		
Year		
N	Valid	123
	Missing	0
Mean		11.87
Std. Deviation		9.687
Variance		93.835
Minimum		1
Maximum		42

Year				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	12	9.8	9.8	12.2
3	10	8.1	8.1	20.3
4	7	5.7	5.7	26.0
5	8	6.5	6.5	32.5
6	6	4.9	4.9	37.4
7	6	4.9	4.9	42.3
8	6	4.9	4.9	47.2
9	3	2.4	2.4	49.6
10	7	5.7	5.7	55.3
12	8	6.5	6.5	61.8
13	7	5.7	5.7	67.5
14	3	2.4	2.4	69.9
15	5	4.1	4.1	74.0
16	4	3.3	3.3	77.2
17	2	1.6	1.6	78.9
18	1	.8	.8	79.7
19	4	3.3	3.3	82.9
20	1	.8	.8	83.7
21	2	1.6	1.6	85.4
22	2	1.6	1.6	87.0
23	1	.8	.8	87.8
24	2	1.6	1.6	89.4
27	1	.8	.8	90.2
29	3	2.4	2.4	92.7
30	1	.8	.8	93.5
31	2	1.6	1.6	95.1
37	2	1.6	1.6	96.7
39	3	2.4	2.4	99.2
42	1	.8	.8	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Statistics

		STIMHAR1	STIMHAR2	STIMHAR3
N	Valid	123	123	123
	Missing	0	0	0
Mean		8.12	8.40	8.58
Std. Deviation		1.491	1.150	1.101
Variance		2.223	1.324	1.213

Statistics

		PERFORM1	PERFORM2	PERFORM3	PERFORM4
N	Valid	123	123	123	123
	Missing	0	0	0	0
Mean		8.56	8.51	8.33	8.46
Std. Deviation		1.080	1.263	1.365	1.133
Variance		1.166	1.596	1.863	1.283

Statistics

		STIMOR1	STIMOR2	STIMOR3
N	Valid	123	123	123
	Missing	0	0	0
Mean		8.49	8.28	8.66
Std. Deviation		1.387	1.387	1.158
Variance		1.924	1.923	1.341

Statistics

		INKNOW1	INKNOW2	INKNOW3	INKNOW4
N	Valid	123	123	123	123
	Missing	0	0	0	0
Mean		8.54	8.37	8.46	8.45
Std. Deviation		1.203	1.176	1.210	1.338
Variance		1.447	1.384	1.464	1.790

Statistics

		CONKNOW1	CONKNOW2	CONKNOW3	CONKNOW4
N	Valid	123	123	123	123
	Missing	0	0	0	0
Mean		8.45	8.41	8.38	8.58
Std. Deviation		1.026	1.078	1.044	1.064
Variance		1.053	1.161	1.090	1.131

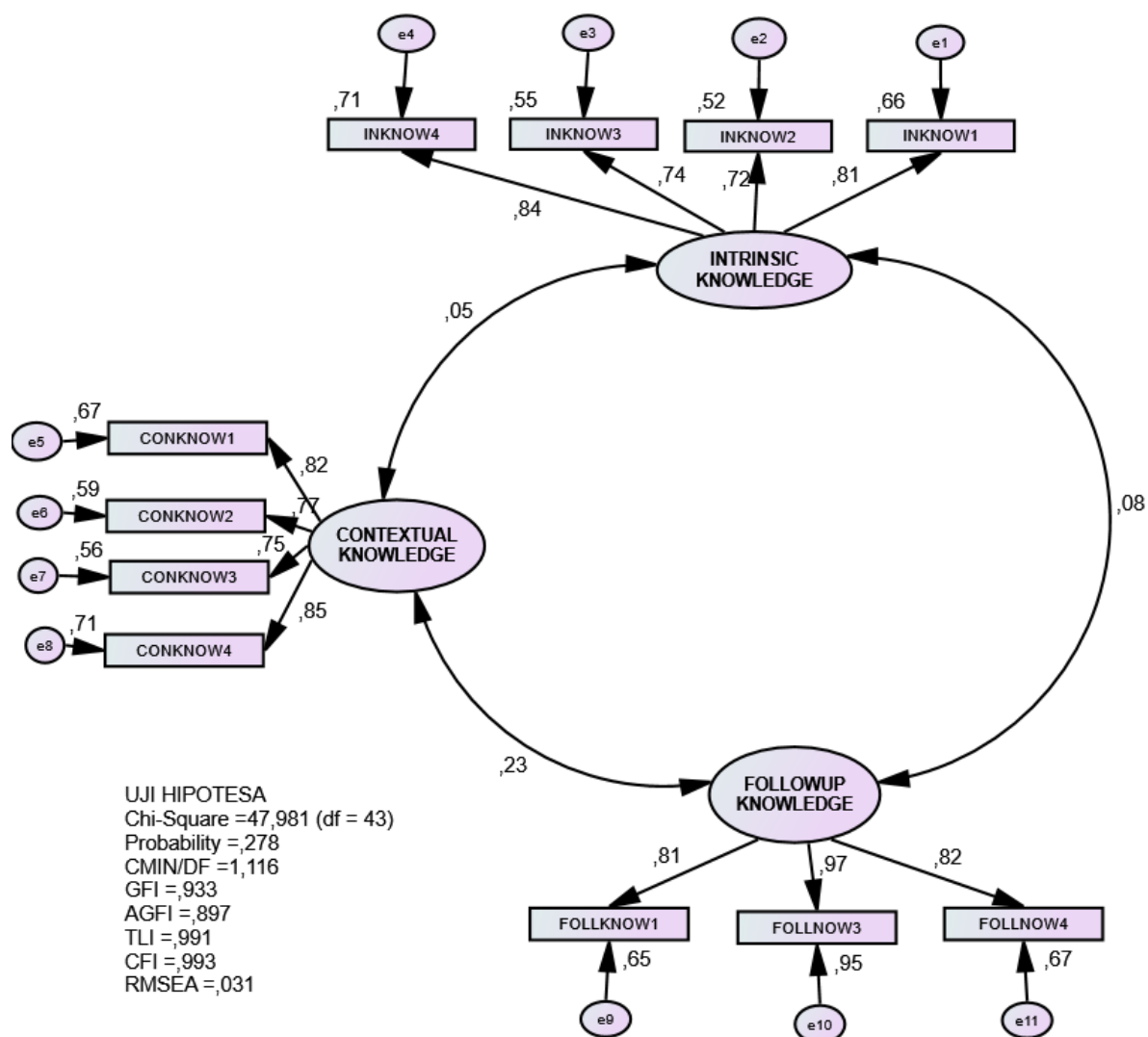
Statistics

		FOLKNOW1	FOLLKOW2	FOLLKNOW3
N	Valid	123	123	123
	Missing	0	0	0
Mean		8.36	8.31	8.50
Std. Deviation		1.313	1.139	1.019
Variance		1.723	1.297	1.039

Descriptives Z Score

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(PERFORM1)	123	-3.29729	1.33247	-1.2773774E-15	1.00000000
Zscore(PERFORM2)	123	-5.94605	1.17763	.0000000	1.00000000
Zscore(PERFORM3)	123	-5.37217	1.22095	-4.0606675E-16	1.00000000
Zscore(PERFORM4)	123	-3.05709	1.35632	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMOR1)	123	-5.39819	1.09019	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMOR2)	123	-5.24726	1.24293	-5.7376754E-15	1.00000000
Zscore(STIMOR3)	123	-3.15877	1.15822	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMHAR1)	123	-4.77702	1.25969	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMHAR2)	123	-2.95388	1.39214	.0000000	1.00000000
Zscore(STIMHAR3)	123	-3.24768	1.29169	.0000000	1.00000000
Zscore(INKNOW1)	123	-4.60980	1.20990	-1.6189629E-15	1.00000000
Zscore(INKNOW2)	123	-3.71856	1.38237	-3.8018938E-15	1.00000000
Zscore(INKNOW3)	123	-3.68913	1.27003	.0000000	1.00000000
Zscore(INKNOW4)	123	-5.56593	1.16058	.0000000	1.00000000
Zscore(CONKNOW1)	123	-2.38533	1.51361	-1.2337713E-16	1.00000000
Zscore(CONKNOW2)	123	-4.08910	1.47872	.0000000	1.00000000
Zscore(CONKNOW3)	123	-3.23874	1.54930	-5.6413750E-16	1.00000000
Zscore(CONKNOW4)	123	-2.42309	1.33767	.0000000	1.00000000
Zscore(FOLKNOW1)	123	-5.60460	1.25097	-1.1811908E-15	1.00000000
Zscore(FOLKNOW2)	123	-4.66125	1.48475	.0000000	1.00000000
Zscore(FOLKNOW3)	123	-3.43781	1.46765	.0000000	1.00000000
Valid N (listwise)	123				

Lampiran 3 : _ Uji Confirmatori 1



Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

X4

X3

X2

X1

X8

X7

X6

X5

X12

X11

X9

Unobserved, exogenous variables

INTRINSIC_KNOWLEDGE

e4

e3

e2

e1

CONTEXTUAL_KNOWLEDGE

e8

e7

e6

e5

FOLLOWUP_KNOWLEDGE

e11

e10

e9

1. Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 25

Number of observed variables: 11

Number of unobserved variables: 14

Number of exogenous variables: 14

Number of endogenous variables: 11

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	16	0	0	0	0	16
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	6	3	14	0	0	23
Total	22	3	14	0	0	39

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X9	4,000	10,000	-,072	-,320	-,988	-2,210
X11	4,000	10,000	-,002	-,010	-,792	-1,770
X12	5,000	10,000	-,065	-,289	-,849	-1,898
X5	5,000	10,000	,156	,699	-,592	-1,324
X6	4,000	10,000	,092	,409	-,642	-1,435
X7	5,000	10,000	,013	,057	-,664	-1,484
X8	4,000	10,000	,170	,762	-,665	-1,486
X1	5,000	10,000	,122	,546	-,535	-1,196
X2	5,000	10,000	,129	,576	-,608	-1,360
X3	5,000	10,000	,327	1,463	-,721	-1,611
X4	5,000	10,000	,299	1,337	-,715	-1,598
Multivariate					6,935	2,246

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
12	27,930	,003	,329
97	26,554	,005	,136
85	24,443	,011	,146
14	23,504	,015	,107
112	22,319	,022	,126
66	21,857	,026	,087
98	20,843	,035	,129
89	20,627	,037	,082
117	20,138	,043	,079
91	19,381	,055	,121
109	19,218	,057	,084
20	19,045	,060	,059
6	17,856	,085	,220
106	17,508	,094	,233
103	17,496	,094	,157
116	17,021	,107	,214
92	16,484	,124	,318
83	16,430	,126	,249
107	15,434	,163	,599
46	15,193	,174	,619
18	15,119	,177	,562
86	15,013	,182	,521
2	14,787	,192	,545

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
13	14,735	,195	,481
50	14,711	,196	,404
58	14,652	,199	,348
9	14,559	,204	,313
105	14,487	,207	,272
82	14,366	,213	,256
118	14,294	,217	,221
62	14,017	,232	,279
101	13,803	,244	,314
70	13,708	,250	,291
17	13,519	,261	,319
93	13,237	,278	,404
42	13,177	,282	,362
60	13,148	,284	,306
52	12,611	,319	,561
21	12,493	,328	,560
19	12,479	,329	,492
102	12,191	,349	,605
63	11,932	,369	,697
48	11,722	,385	,754
113	11,162	,430	,933
53	11,154	,430	,907
74	11,093	,436	,894
49	11,045	,439	,875
69	10,956	,447	,870
4	10,917	,450	,845
16	10,817	,459	,845
1	10,804	,460	,804
99	10,715	,467	,799
90	10,587	,478	,815
37	10,214	,511	,924
115	10,213	,511	,895
114	10,196	,513	,865
44	10,077	,523	,876
119	10,052	,526	,846
35	9,923	,537	,863
8	9,918	,538	,822
65	9,871	,542	,798
3	9,773	,551	,801
94	9,710	,557	,786
95	9,691	,558	,741
88	9,682	,559	,685
30	9,621	,565	,663

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
110	9,480	,578	,700
68	9,438	,581	,665
7	9,402	,585	,624
5	9,376	,587	,573
28	9,166	,607	,667
59	8,993	,623	,729
36	8,948	,627	,697
54	8,791	,641	,745
22	8,686	,651	,756
26	8,625	,657	,738
77	8,613	,658	,681
10	8,548	,664	,662
11	8,359	,681	,737
81	8,340	,683	,685
31	8,275	,688	,665
41	8,130	,702	,707
78	8,021	,711	,722
23	8,018	,712	,654
120	7,985	,715	,605
55	7,798	,731	,683
45	7,683	,741	,700
61	7,573	,751	,714
67	7,516	,756	,686
87	7,233	,780	,818
47	7,202	,783	,777
73	7,186	,784	,720
40	7,030	,797	,762
100	6,884	,808	,794
38	6,746	,819	,818
51	6,729	,821	,764
79	6,634	,828	,759
104	6,550	,834	,744
24	6,545	,835	,666
43	6,154	,863	,858

Sample Moments (Group number 1)

	X9	X11	X12	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X9	2,286										
X11	1,805	2,273									
X12	1,443	1,745	2,149								
X5	,506	,488	,557	1,831							
X6	,246	,260	,299	1,099	2,066						
X7	,257	,283	,381	1,154	1,340	1,943					
X8	,334	,338	,389	1,441	1,382	1,167	2,133				
X1	,088	,088	,105	,120	-,064	-,153	-,056	1,525			
X2	,206	,140	,188	,299	,023	-,001	,128	,925	1,522		
X3	,254	,122	,144	-,025	,035	-,102	-,110	,867	,796	1,603	
X4	,149	,090	,126	,180	,154	,031	,158	1,049	,937	1,072	1,596

Condition number = 20,311

Eigenvalues

7,030 4,676 4,134 1,079 ,844 ,739 ,628 ,584 ,479 ,388 ,346

Determinant of sample covariance matrix = 2,157

Sample Correlations (Group number 1)

	X9	X11	X12	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X9	1,000										
X11	,792	1,000									
X12	,651	,790	1,000								
X5	,247	,239	,281	1,000							
X6	,113	,120	,142	,565	1,000						
X7	,122	,135	,186	,612	,669	1,000					
X8	,151	,154	,182	,729	,658	,573	1,000				
X1	,047	,047	,058	,072	-,036	-,089	-,031	1,000			
X2	,110	,075	,104	,179	,013	,000	,071	,608	1,000		

	X9	X11	X12	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X3	,133	,064	,078	-,015	,019	-,058	-,059	,555	,509	1,000	
X4	,078	,047	,068	,105	,085	,017	,086	,673	,602	,670	1,000

Condition number = 22,096

Eigenvalues

3,432 2,770 2,047 ,605 ,429 ,398 ,340 ,331 ,284 ,208 ,155

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 66

Number of distinct parameters to be estimated: 23

Degrees of freedom (66 - 23): 43

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 47,981

Degrees of freedom = 43

Probability level = ,278

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
X4	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	1,000			
X3	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,904	,096	9,411	***
X2	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,860	,095	9,074	***
X1	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	1,000			
X8	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	1,113	,112	9,931	***
X7	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,938	,109	8,635	***
X6	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,999	,111	8,980	***
X5	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	1,000			
X12	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	1,000			
X11	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	1,212	,085	14,280	***
X9	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	1,000			

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X4 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,841
X3 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,740
X2 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,722
X1 <--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,812
X8 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,845
X7 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,746
X6 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,771
X5 <--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,820
X12 <--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,817
X11 <--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,972
X9 <--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,808

Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)

	X9	X11	X12	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X9	,163										
X11	,123	,000									
X12	-,081	-,106	-,156								
X5	1,083	,640	1,367	,000							
X6	-,281	-,528	-,015	-,615	,000						
X7	-,140	-,311	,506	,001	,884	,000					
X8	-,013	-,341	,258	,326	,059	-,532	,000				
X1	-,079	-,202	,017	,407	-,714	-1,264	-,695	-,477			
X2	,695	,196	,597	1,637	-,153	-,291	,447	,024	,000		
X3	,927	,055	,300	-,484	-,096	-,925	-,980	-,593	-,233	,000	
X4	,279	-,199	,139	,811	,607	-,140	,578	-,130	,096	,607	,410

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	23	47,981	43,278		1,116
Saturated model	66	,000	0		
Independence model	11	735,133	55,000		13,366

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,093	,933	,897	,608
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,624	,445	,334	,371

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	,935	,917	,993	,991	,993
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,782	,731	,776
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	4,981	,000	26,149
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	680,133	596,301	771,399

2. FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	,403	,042	,000	,220
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	6,178	5,715	5,011	6,482

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,031	,000	,071	,736
Independence model	,322	,302	,343	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	93,981	99,140	158,093	181,093
Saturated model	132,000	146,804	315,974	381,974
Independence model	757,133	759,600	787,795	798,795

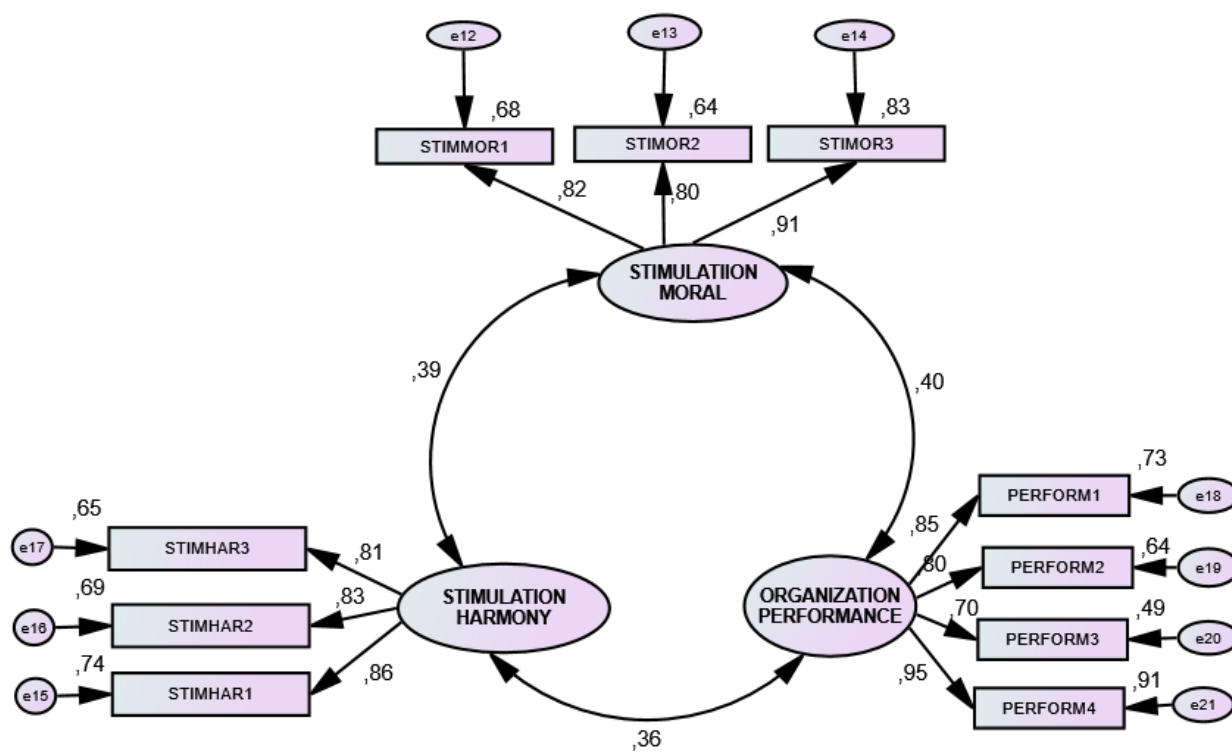
ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	,790	,748	,968	,833
Saturated model	1,109	1,109	1,109	1,234
Independence model	6,362	5,658	7,129	6,383

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	148	168
Independence model	12	14

Lampiran 4: Ouput_ Uji Confirmatori 2



UJI HIPOTESA
 Chi-Square =42,646 (df = 32)
 Probability =,099
 CMIN/DF =1,333
 GFI =,933
 AGFI =,886
 TLI =,979
 CFI =,985
 RMSEA =,053

Variable Summary (Group number 1)**Your model contains the following variables (Group number 1)**

Observed, endogenous variables

X16

X17

X18

X23

X24

X25

X26

X20

X21

X22

Unobserved, exogenous variables

STIMULATION_MORAL

e12

e13

e14

ORGANIZATION_PERFORMANCE

e18

e19

e20

e21

STIMULATION_HARMONY

e15

e16

e17

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 23

Number of observed variables: 10

Number of unobserved variables: 13

Number of exogenous variables: 13

Number of endogenous variables: 10

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	13	0	0	0	0	13
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	7	3	13	0	0	23
Total	20	3	13	0	0	36

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X22	4,000	10,000	-,366	-1,636	-,730	-1,633
X21	5,000	10,000	-,280	-1,250	-,733	-1,638
X20	5,000	10,000	-,149	-,666	-,563	-1,258
X26	4,000	10,000	-,271	-1,210	-,803	-1,796
X25	4,000	10,000	-,188	-,841	-,738	-1,650
X24	4,000	10,000	-,229	-1,026	-1,001	-2,239
X23	4,000	10,000	-,394	-1,762	-,595	-1,331
X18	4,000	10,000	,212	,950	-,576	-1,289
X17	4,000	10,000	,115	,514	-,714	-1,597
X16	4,000	10,000	,165	,736	-,653	-1,459
Multivariate					5,870	2,075

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
25	26,763	,003	,289
50	26,030	,004	,073
111	22,448	,013	,205
101	21,196	,020	,214
34	21,128	,020	,097
22	20,758	,023	,058
93	18,745	,044	,270
17	18,102	,053	,309
21	18,061	,054	,200
47	17,928	,056	,138
68	17,834	,058	,088
35	16,478	,087	,347
27	16,454	,087	,249
110	16,221	,093	,231
60	16,028	,099	,206
118	15,882	,103	,172
114	15,542	,114	,200
20	15,457	,116	,156
65	15,232	,124	,156
73	14,949	,134	,177
24	14,613	,147	,224
40	14,408	,155	,230
98	14,161	,166	,256
1	13,950	,175	,271

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
81	13,847	,180	,242
79	13,818	,181	,187
7	12,766	,237	,656
54	12,572	,249	,684
19	12,483	,254	,656
18	12,386	,260	,633
105	12,176	,273	,678
115	12,148	,275	,617
66	11,797	,299	,746
64	11,640	,310	,765
30	11,519	,319	,766
77	11,409	,327	,762
28	11,203	,342	,808
16	10,958	,361	,865
5	10,761	,376	,897
97	10,724	,379	,872
26	10,565	,392	,892
10	10,542	,394	,862
91	10,438	,403	,862
102	10,281	,416	,884
99	10,188	,424	,882
55	10,084	,433	,884
41	10,066	,435	,852
113	9,970	,443	,852
116	9,953	,445	,814
61	9,804	,458	,841
112	9,783	,460	,804
9	9,763	,462	,761
15	9,718	,466	,731
38	9,717	,466	,667
23	9,717	,466	,599
78	9,492	,486	,697
31	9,390	,496	,706
62	9,317	,502	,694
12	9,308	,503	,634
29	9,265	,507	,598
103	9,191	,514	,586
59	9,147	,518	,550
83	9,102	,522	,514
74	8,962	,536	,558

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
44	8,919	,540	,521
75	8,732	,558	,604
51	8,697	,561	,562
82	8,671	,564	,511
108	8,668	,564	,440
72	8,625	,568	,404
92	8,447	,585	,482
95	8,328	,597	,511
56	8,232	,606	,520
32	8,144	,615	,523
42	7,994	,629	,580
76	7,772	,651	,695
48	7,660	,662	,717
85	7,619	,666	,683
57	7,501	,677	,710
8	7,407	,687	,718
46	7,365	,691	,684
45	7,344	,693	,629
117	7,211	,705	,671
4	7,206	,706	,600
94	7,189	,708	,538
36	6,818	,742	,776
33	6,777	,746	,743
49	6,552	,767	,837
119	6,534	,769	,792
69	6,511	,771	,744
106	6,471	,774	,706
71	6,467	,775	,632
3	6,466	,775	,548
80	6,393	,781	,530
39	6,327	,787	,504
43	6,298	,790	,442
2	6,063	,810	,573
96	5,989	,816	,551
89	5,885	,825	,556
109	5,884	,825	,461

Sample Moments (Group number 1)**Sample Covariances (Group number 1)**

	X22	X21	X20	X26	X25	X24	X23	X18	X17	X16
X22	2,274									
X21	1,475	2,116								
X20	1,444	1,421	1,891							
X26	,454	,572	,614	2,317						
X25	,584	,653	,682	1,494	2,260					
X24	,372	,614	,403	1,821	1,310	2,366				
X23	,567	,783	,758	1,842	1,417	1,458	2,217			
X18	,562	,578	,594	,700	,731	,554	,733	1,950		
X17	,719	,676	,552	,530	,558	,678	,575	1,595	2,410	
X16	,630	,620	,590	,843	,615	,712	,792	1,599	1,549	2,336

Condition number = 34,300

Eigenvalues

10,100 3,992 3,359 1,087 ,969 ,733 ,672 ,524 ,407 ,294

Determinant of sample covariance matrix = 4,411

Estimates (Group number 1 - Default model)**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
X16 <--- STIMULATIION_MORAL	1,000			
X17 <--- STIMULATIION_MORAL	,989	,101	9,813	***
X18 <--- STIMULATIION_MORAL	1,015	,093	10,911	***
X23 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	1,000			
X24 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,972	,090	10,802	***
X25 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,833	,094	8,864	***
X26 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	1,142	,083	13,765	***
X20 <--- STIMULATION_HARMONY	1,000			
X21 <--- STIMULATION_HARMONY	1,020	,102	10,030	***
X22 <--- STIMULATION_HARMONY	1,027	,105	9,765	***

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X16 <--- STIMULATIION_MORAL	,822
X17 <--- STIMULATIION_MORAL	,800
X18 <--- STIMULATIION_MORAL	,914
X23 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,852
X24 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,801
X25 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,703
X26 <--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,952
X20 <--- STIMULATION_HARMONY	,861
X21 <--- STIMULATION_HARMONY	,830
X22 <--- STIMULATION_HARMONY	,806

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X22	,650
X21	,689
X20	,741
X26	,906
X25	,495
X24	,642
X23	,726
X18	,835
X17	,641
X16	,676

Model Fit Summary**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	23	42,646	32	,099	1,333
Saturated model	55	,000	0		
Independence model	10	765,520	45	,000	17,012

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,094	,933	,886	,543
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,872	,370	,229	,302

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,944	,922	,985	,979	,985
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,711	,671	,701
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	10,646	,000	31,767
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	720,520	634,522	813,943

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	,358	,089	,000	,267
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	6,433	6,055	5,332	6,840

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,053	,000	,091	,425
Independence model	,367	,344	,390	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	88,646	93,331	152,758	175,758
Saturated model	110,000	121,204	263,312	318,312
Independence model	785,520	787,557	813,395	823,395

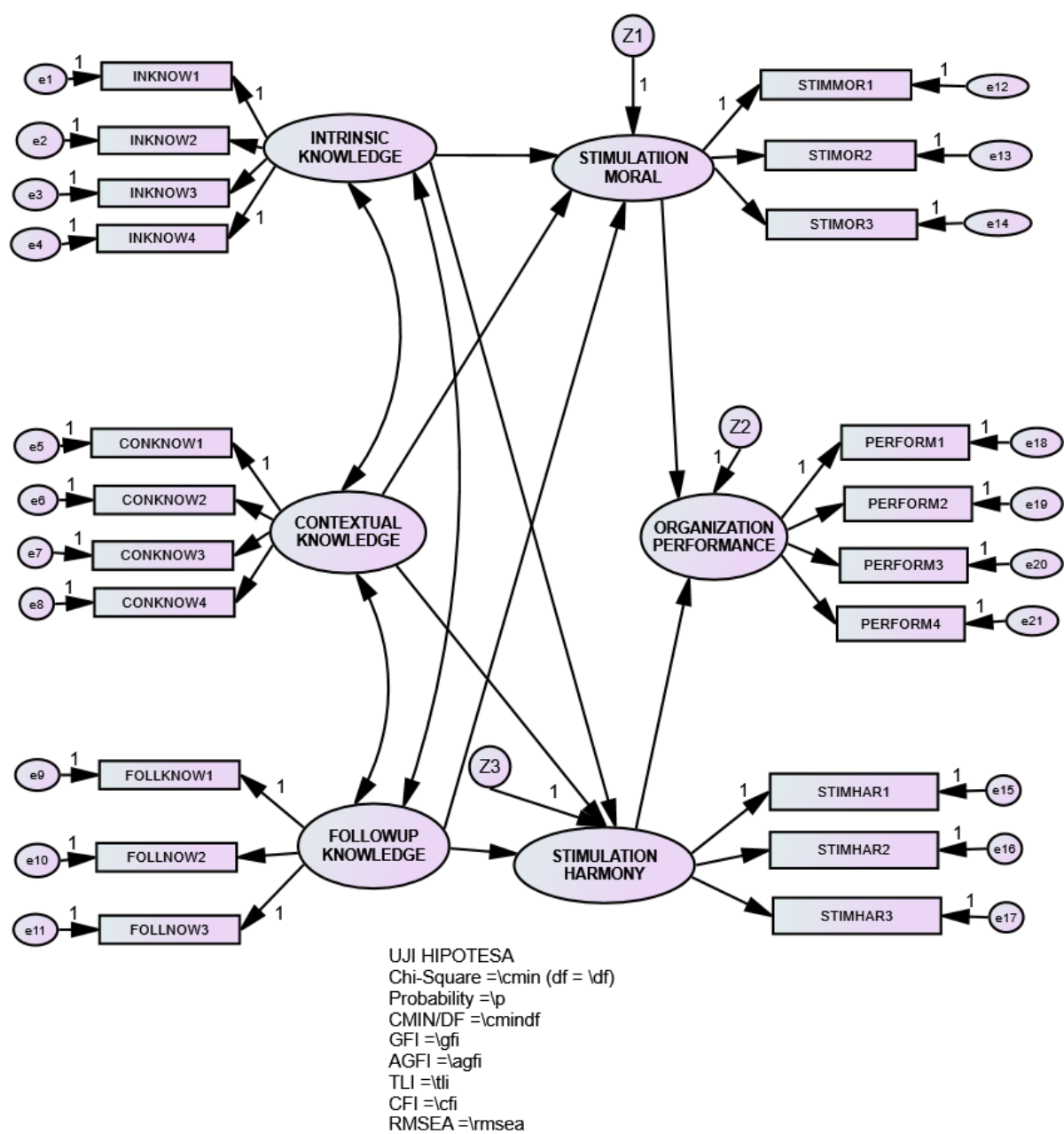
ECVI

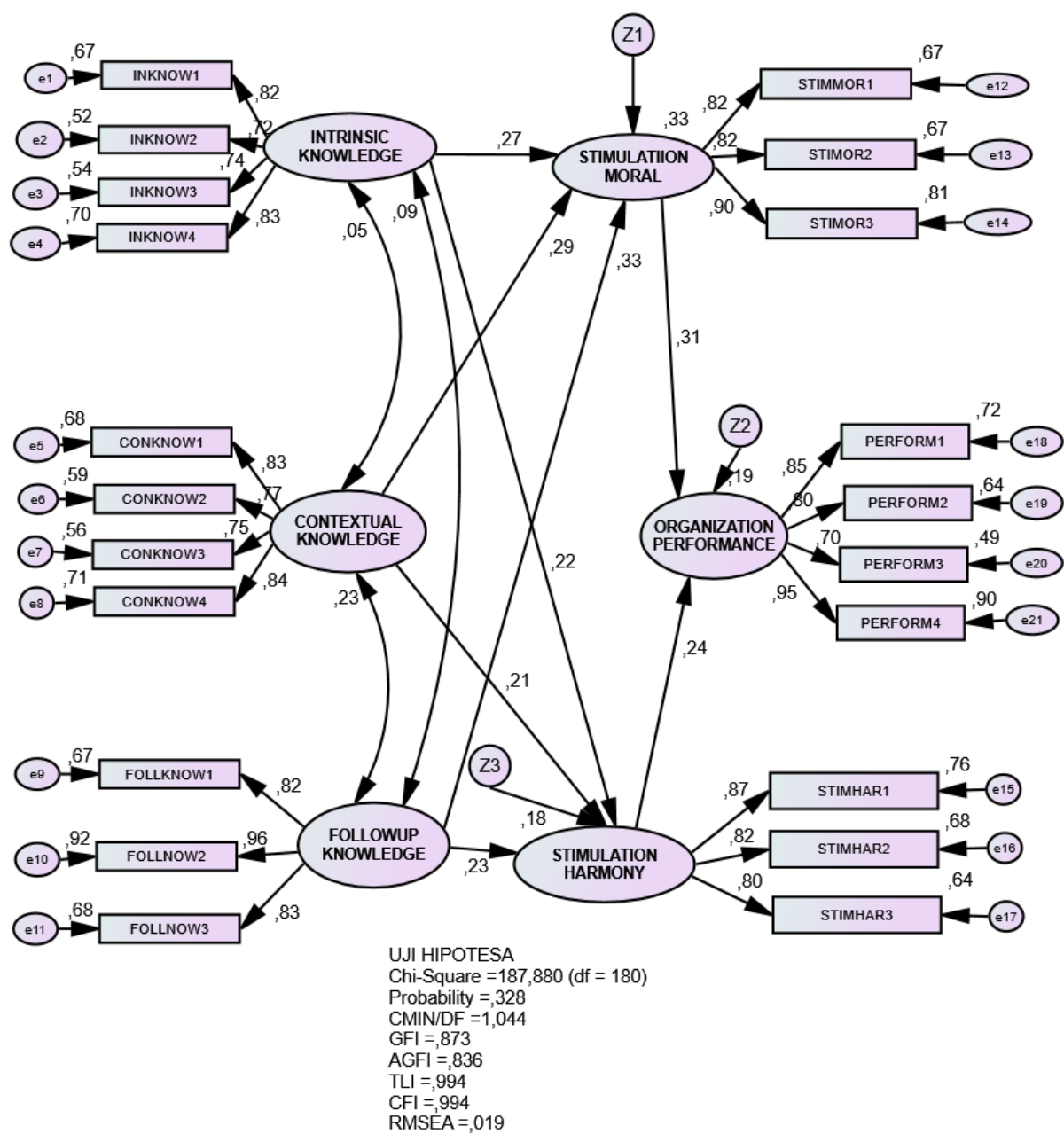
Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	,745	,655	,922	,784
Saturated model	,924	,924	,924	1,019
Independence model	6,601	5,878	7,386	6,618

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	129	150
Independence model	10	11

Lampiran 5 : Ouput AMOS _ Full Model





Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

X4
X3
X2
X1
X8
X7
X6
X5
X16
X17
X18
X12
X11
X9
X23
X24
X25
X26
X20
X21
X22

Unobserved, endogenous variables

STIMULATIION_MORAL
STIMULATION_HARMONY
ORGANIZATION_PERFORMANCE

Unobserved, exogenous variables

INTRINSIC_KNOWLEDGE
e4
e3
e2
e1
CONTEXTUAL_KNOWLEDGE
e8
e7
e6
e5
e12
e13
e14
FOLLOWUP_KNOWLEDGE
Z1
e11
e10
e9
e18

e19
e20
e21
Z2
e15
e16
e17
Z3

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 51

Number of observed variables: 21

Number of unobserved variables: 30

Number of exogenous variables: 27

Number of endogenous variables: 24

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	32	0	0	0	0	32
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	21	3	27	0	0	51
Total	53	3	27	0	0	83

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X22	4,000	10,000	-,366	-1,636	-,730	-1,633
X21	5,000	10,000	-,280	-1,250	-,733	-1,638
X20	5,000	10,000	-,149	-,666	-,563	-1,258
X26	4,000	10,000	-,271	-1,210	-,803	-1,796
X25	4,000	10,000	-,188	-,841	-,738	-1,650
X24	4,000	10,000	-,229	-1,026	-1,001	-2,239
X23	4,000	10,000	-,394	-1,762	-,595	-1,331
X9	4,000	10,000	-,072	-,320	-,988	-2,210
X11	4,000	10,000	-,002	-,010	-,792	-1,770
X12	5,000	10,000	-,065	-,289	-,849	-1,898
X18	4,000	10,000	,212	,950	-,576	-1,289
X17	4,000	10,000	,115	,514	-,714	-1,597
X16	4,000	10,000	,165	,736	-,653	-1,459
X5	5,000	10,000	,156	,699	-,592	-1,324
X6	4,000	10,000	,092	,409	-,642	-1,435
X7	5,000	10,000	,013	,057	-,664	-1,484
X8	4,000	10,000	,170	,762	-,665	-1,486
X1	5,000	10,000	,122	,546	-,535	-1,196
X2	5,000	10,000	,129	,576	-,608	-1,360
X3	5,000	10,000	,327	1,463	-,721	-1,611
X4	5,000	10,000	,299	1,337	-,715	-1,598
Multivariate					9,107	1,605

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
50	40,956	,006	,495
12	35,823	,023	,763
98	35,256	,026	,618
97	34,770	,030	,485
101	33,478	,041	,553
66	32,927	,047	,498
25	32,684	,050	,391
118	31,942	,059	,420
105	31,545	,065	,380
21	31,354	,068	,299
14	30,530	,082	,394
85	30,491	,083	,287
112	30,443	,083	,201
18	30,292	,086	,153
93	29,161	,110	,343
91	29,081	,112	,268
20	28,972	,115	,212
22	28,495	,127	,257
110	28,284	,132	,234
68	27,527	,154	,389
17	27,395	,158	,343
103	26,862	,175	,447
117	26,758	,179	,395
106	26,676	,182	,338
83	26,517	,187	,312
116	26,482	,189	,248
109	25,974	,207	,352
47	25,876	,211	,309
6	25,797	,214	,264
60	25,501	,226	,298
114	25,458	,228	,243
34	25,386	,231	,203
65	25,281	,235	,178
35	25,109	,242	,174
92	24,910	,251	,178
111	24,737	,259	,176
19	24,590	,265	,167
115	24,260	,281	,217
28	24,179	,284	,188

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
89	24,086	,289	,165
82	23,973	,294	,150
54	23,351	,326	,315
30	22,828	,353	,488
81	22,763	,357	,444
1	22,735	,358	,384
40	22,715	,359	,323
62	22,663	,362	,280
113	22,528	,370	,275
24	22,487	,372	,231
46	22,466	,373	,186
10	21,848	,408	,388
9	21,823	,410	,331
74	21,450	,432	,448
5	21,416	,434	,394
102	21,153	,450	,459
27	21,114	,452	,408
107	21,098	,453	,346
7	20,988	,460	,333
16	20,929	,463	,297
42	20,739	,475	,324
73	20,650	,481	,302
86	20,603	,483	,262
2	20,212	,508	,389
13	19,161	,575	,844
44	19,111	,578	,816
78	19,064	,581	,783
99	18,955	,588	,775
77	18,925	,590	,731
79	18,747	,601	,754
70	18,632	,609	,748
31	18,055	,645	,907
69	18,039	,647	,877
48	18,034	,647	,836
49	18,019	,648	,792
55	17,976	,651	,754
119	17,955	,652	,701
26	17,891	,656	,667
52	17,813	,661	,639
23	17,647	,671	,658

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
61	17,407	,686	,715
53	16,802	,723	,898
4	16,694	,729	,891
75	16,574	,737	,887
94	16,538	,739	,857
29	16,441	,744	,844
59	16,394	,747	,810
58	16,223	,757	,823
63	16,129	,762	,805
8	16,015	,769	,794
41	15,714	,786	,855
11	15,197	,813	,947
45	15,151	,815	,929
3	15,115	,817	,903
95	15,078	,819	,870
64	14,726	,836	,923
88	14,615	,842	,913
15	14,521	,846	,896
51	14,383	,853	,890
108	14,345	,854	,851
120	14,241	,859	,828

Sample Moments (Group number 1)

Sample Covariances (Group number 1)

X22 X21 X20 X26 X25 X24 X23 X9 X11 X12 X18 X17 X16 X5 X6 X7 X8 X1 X2 X3 X4

X22 2,274

X21 1,475 2,116

X20 1,444 1,421 1,891

X26 ,454 ,572 ,614 2,317

X25 ,584 ,653 ,682 1,494 2,260

X24 ,372 ,614 ,403 1,821 1,310 2,366

X23 ,567 ,783 ,758 1,842 1,417 1,458 2,217

X9 ,507 ,619 ,664 ,464 ,368 ,474 ,425 2,286

X11 ,340 ,460 ,560 ,278 ,238 ,255 ,258 1,805 2,273

X12 ,333 ,461 ,468 ,334 ,173 ,243 ,258 1,443 1,745 2,149

X18 ,562 ,578 ,594 ,700 ,731 ,554 ,733 ,761 ,663 ,600 1,950

X17 ,719 ,676 ,552 ,530 ,558 ,678 ,575 1,032 1,008 ,806 1,595 2,410

X16 ,630 ,620 ,590 ,843 ,615 ,712 ,792 ,741 ,578 ,629 1,599 1,549 2,336

X5 ,586 ,466 ,560 ,430 ,452 ,477 ,450 ,506 ,488 ,557 ,620 ,662 ,469 1,831

X6 ,300 ,264 ,180 ,300 ,387 ,442 ,342 ,246 ,260 ,299 ,492 ,690 ,431 1,099 2,066

	X22	X21	X20	X26	X25	X24	X23	X9	X11	X12	X18	X17	X16	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X7	,323	,226	,198	,534	,517	,594	,467	,257	,283	,381	,499	,526	,340	1,154	1,340	1,943					
X8	,298	,254	,396	,513	,448	,574	,425	,334	,338	,389	,537	,588	,414	1,441	1,382	1,167	2,133				
X1	,366	,392	,406	,082	,206	-,093	,117	,088	,088	,105	,385	,392	,452	,120	-,064	-,153	-,056	1,525			
X2	,335	,243	,288	-,016	,009	-,151	,017	,206	,140	,188	,391	,412	,412	,299	,023	-,001	,128	,925	1,522		
X3	,269	,326	,275	,020	,164	,143	,117	,254	,122	,144	,238	,344	,517	-,025	,035	-,102	-,110	,867	,796	1,603	
X4	,298	,141	,202	-,002	,097	-,017	,092	,149	,090	,126	,311	,497	,498	,180	,154	,031	,158	1,049	,937	1,072	1,596

Condition number = 54,025

Eigenvalues

13,005 5,560 4,858 4,175 3,419 2,500 1,205 1,084 ,931 ,851 ,760 ,731 ,698 ,573 ,543 ,489 ,425 ,371 ,333 ,311 ,241

Determinant of sample covariance matrix = 3,019

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 231

Number of distinct parameters to be estimated: 51

Degrees of freedom (231 - 51): 180

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 187,880

Degrees of freedom = 180

Probability level = ,328

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P Label
STIMULATION_MORAL	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	,327	,111	2,951	,003
STIMULATION_HARMONY	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,225	,096	2,342	,019
STIMULATION_MORAL	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,337	,094	3,580	***
STIMULATION_HARMONY	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	,254	,114	2,220	,026
STIMULATION_HARMONY	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,224	,109	2,061	,039
STIMULATION_MORAL	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,328	,106	3,079	,002
ORGANIZATION_PERFORMANCE	<---	STIMULATION_HARMONY	,257	,103	2,488	,013
ORGANIZATION_PERFORMANCE	<---	STIMULATION_MORAL	,313	,099	3,154	,002
X4	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	1,000			
X3	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	,905	,096	9,394	***
X2	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	,864	,095	9,114	***
X1	<---	INTRINSIC_KNOWLEDGE	1,000			
X8	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	1,100	,110	10,023	***
X7	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,932	,107	8,718	***
X6	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,989	,110	9,029	***
X5	<---	CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	1,000			
X16	<---	STIMULATION_MORAL	1,000			
X17	<---	STIMULATION_MORAL	1,015	,101	10,025	***
X18	<---	STIMULATION_MORAL	1,006	,092	10,953	***
X12	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	1,000			
X11	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	1,179	,079	14,845	***
X9	<---	FOLLOWUP_KNOWLEDGE	1,000			
X23	<---	ORGANIZATION_PERFORMANCE	1,000			
X24	<---	ORGANIZATION_PERFORMANCE	,972	,091	10,706	***
X25	<---	ORGANIZATION_PERFORMANCE	,833	,095	8,781	***
X26	<---	ORGANIZATION_PERFORMANCE	1,142	,084	13,609	***
X20	<---	STIMULATION_HARMONY	1,000			
X21	<---	STIMULATION_HARMONY	1,003	,100	10,056	***

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
STIMULATION_MORAL	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,269
STIMULATION_HARMONY	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,230
STIMULATION_MORAL	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,329
STIMULATION_HARMONY	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,219
STIMULATION_HARMONY	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,209
STIMULATION_MORAL	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,292
ORGANIZATION_PERFORMANCE	<--- STIMULATION_HARMONY	,244
ORGANIZATION_PERFORMANCE	<--- STIMULATION_MORAL	,311
X4	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,834
X3	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,738
X2	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,723
X1	<--- INTRINSIC_KNOWLEDGE	,816
X8	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,841
X7	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,747
X6	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,768
X5	<--- CONTEXTUAL_KNOWLEDGE	,825
X16	<--- STIMULATION_MORAL	,819
X17	<--- STIMULATION_MORAL	,818
X18	<--- STIMULATION_MORAL	,902
X12	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,825
X11	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,957
X9	<--- FOLLOWUP_KNOWLEDGE	,820
X23	<--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,850
X24	<--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,799
X25	<--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,700
X26	<--- ORGANIZATION_PERFORMANCE	,951
X20	<--- STIMULATION_HARMONY	,869
X21	<--- STIMULATION_HARMONY	,824
X22	<--- STIMULATION_HARMONY	,803

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
STIMULATION_HARMONY	,180
STIMULATION_MORAL	,334
ORGANIZATION_PERFORMANCE	,194
X22	,644
X21	,679
X20	,756
X26	,904
X25	,490
X24	,639
X23	,722
X9	,672
X11	,916
X12	,681
X18	,813
X17	,670
X16	,671
X5	,681
X6	,590
X7	,558
X8	,708
X1	,666
X2	,523
X3	,545
X4	,696

Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)

	X22	X21	X20	X26	X25	X24	X23	X9	X11	X12	X18	X17	X16	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X22	,000																				
X21	,098	,000																			
X20	-,012	-,054	,000																		
X26	-,477	,100	,326	,117																	
X25	,845	1,235	1,462	-,048	,063																
X24	-,474	,695	-,329	,240	,117	,082															
X23	,378	1,485	1,443	,131	,415	-,318	,093														
X9	,311	,891	1,181	,504	,517	,798	,542	,190													
X11	-,844	-,269	,234	-,680	-,336	-,490	-,539	,144	,000												
X12	-,522	,114	,163	-,120	-,431	-,298	-,274	-,231	-,085	-,185											
X18	,964	1,098	1,256	,142	1,225	-,083	,739	,555	-,497	-,250	,000										
X17	1,574	1,446	,906	-,659	,294	,452	-,083	1,705	1,044	,684	-,018	,000									
X16	1,211	1,223	1,144	,795	,596	,653	,967	,439	-,822	-,076	,093	-,161	,000								
X5	1,142	,546	1,121	,696	1,255	1,168	1,023	,987	,581	1,267	,462	,606	-,332	,000							
X6	-,325	-,503	-,983	,029	,867	,945	,427	-,355	-,563	-,089	-,208	,734	-,467	-,632	,000						

	X22	X21	X20	X26	X25	X24	X23	X9	X11	X12	X18	X17	X16	X5	X6	X7	X8	X1	X2	X3	X4
X7	-,109	-,607	-,796	1,317	1,634	1,821	1,175	-,217	-,353	,426	-,008	,104	-,786	-,039	,903	,000					
X8	-,529	-,748	-,028	,908	1,034	1,429	,691	-,091	-,377	,178	-,279	-,038	-,820	,315	,111	-,506	,000				
X1	,315	,490	,615	-,861	,202	-1,638	-,511	-,123	-,234	-,026	-,124	-,090	,270	,418	-,709	-1,266	-,689	-,353			
X2	,384	-,141	,145	-1,269	-,815	-1,857	-,954	,655	,165	,555	,252	,327	,365	1,642	-,145	-,284	,457	,029	,000		
X3	-,072	,278	-,017	-1,086	,055	-,207	-,399	,889	,026	,260	-,778	-,144	,843	-,478	-,087	-,917	-,969	-,567	-,234	,000	
X4	-,072	-,999	-,664	-1,367	-,434	-1,240	-,670	,234	-,230	,094	-,582	,491	,535	,815	,614	-,130	,588	-,091	,101	,636	,323

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	FOLLOWUP_ KNOWLEDGE	CONTEXTUAL_ KNOWLEDGE	INTRINSIC_ KNOWLEDGE	STIMULATION_ HARMONY	STIMULATION_ MORAL	ORGANIZATION_ PERFORMANCE
STIMULATION_HARMONY	,230	,209	,219	,000	,000	,000
STIMULATION_MORAL	,329	,292	,269	,000	,000	,000
ORGANIZATION_PERFORMANCE	,159	,142	,137	,244	,311	,000
X22	,185	,168	,176	,803	,000	,000
X21	,190	,172	,180	,824	,000	,000
X20	,200	,182	,190	,869	,000	,000
X26	,151	,135	,131	,232	,296	,951
X25	,111	,099	,096	,171	,218	,700
X24	,127	,113	,110	,195	,249	,799
X23	,135	,121	,117	,207	,265	,850
X9	,820	,000	,000	,000	,000	,000
X11	,957	,000	,000	,000	,000	,000
X12	,825	,000	,000	,000	,000	,000
X18	,297	,263	,243	,000	,902	,000
X17	,270	,239	,220	,000	,818	,000
X16	,270	,239	,221	,000	,819	,000
X5	,000	,825	,000	,000	,000	,000
X6	,000	,768	,000	,000	,000	,000
X7	,000	,747	,000	,000	,000	,000
X8	,000	,841	,000	,000	,000	,000
X1	,000	,000	,816	,000	,000	,000
X2	,000	,000	,723	,000	,000	,000
X3	,000	,000	,738	,000	,000	,000
X4	,000	,000	,834	,000	,000	,000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	FOLLOWUP_ KNOWLEDGE	CONTEXTUAL_ KNOWLEDGE	INTRINSIC_ KNOWLEDGE	STIMULATION_ HARMONY	STIMULATION_ MORAL	ORGANIZATION_ PERFORMANCE
STIMULATION_HARMONY	,230	,209	,219	,000	,000	,000
STIMULATION_MORAL	,329	,292	,269	,000	,000	,000
ORGANIZATION_PERFORMANCE	,000	,000	,000	,244	,311	,000
X22	,000	,000	,000	,803	,000	,000
X21	,000	,000	,000	,824	,000	,000
X20	,000	,000	,000	,869	,000	,000
X26	,000	,000	,000	,000	,000	,951
X25	,000	,000	,000	,000	,000	,700
X24	,000	,000	,000	,000	,000	,799
X23	,000	,000	,000	,000	,000	,850
X9	,820	,000	,000	,000	,000	,000
X11	,957	,000	,000	,000	,000	,000
X12	,825	,000	,000	,000	,000	,000
X18	,000	,000	,000	,000	,902	,000
X17	,000	,000	,000	,000	,818	,000
X16	,000	,000	,000	,000	,819	,000
X5	,000	,825	,000	,000	,000	,000
X6	,000	,768	,000	,000	,000	,000
X7	,000	,747	,000	,000	,000	,000
X8	,000	,841	,000	,000	,000	,000
X1	,000	,000	,816	,000	,000	,000
X2	,000	,000	,723	,000	,000	,000
X3	,000	,000	,738	,000	,000	,000
X4	,000	,000	,834	,000	,000	,000

Standardized Indirect Effects (Grup number 1 - Default model)

	FOLLOWUP_	CONTEXTUAL_	INTRINSIC_	STIMULATION_	STIMULATION_	ORGANIZATION_
	KNOWLEDGE	KNOWLEDGE	KNOWLEDGE	HARMONY	_MORAL	PERFORMANCE
STIMULATION_HARMONY	,000	,000	,000	,000	,000	,000
STIMULATION_MORAL	,000	,000	,000	,000	,000	,000
ORGANIZATION_PERFORMANCE	,159	,142	,137	,000	,000	,000
X22	,185	,168	,176	,000	,000	,000
X21	,190	,172	,180	,000	,000	,000
X20	,200	,182	,190	,000	,000	,000
X26	,151	,135	,131	,232	,296	,000
X25	,111	,099	,096	,171	,218	,000
X24	,127	,113	,110	,195	,249	,000
X23	,135	,121	,117	,207	,265	,000
X9	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X11	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X12	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X18	,297	,263	,243	,000	,000	,000
X17	,270	,239	,220	,000	,000	,000
X16	,270	,239	,221	,000	,000	,000
X5	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X6	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X7	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X8	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X1	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X2	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X3	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X4	,000	,000	,000	,000	,000	,000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	51	187,880	180	,328	1,044
Saturated model	231	,000	0		
Independence model	21	1637,240	210	,000	7,796

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,132	,873	,836	,680
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,618	,343	,277	,312

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	,885	,866	,995	,994	,994
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,857	,759	,852
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	7,880	,000	44,688
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1427,240	1302,148	1559,772

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1,579	,066	,000	,376
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	13,758	11,994	10,942	13,107

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,019	,000	,046	,978
Independence model	,239	,228	,250	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	289,880	313,014	432,042	483,042
Saturated model	462,000	566,784	1105,911	1336,911
Independence model	1679,240	1688,765	1737,777	1758,777

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	2,436	2,370	2,745	2,630
Saturated model	3,882	3,882	3,882	4,763
Independence model	14,111	13,060	15,225	14,191

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	135	144
Independence model	18	19