

ABSTRACT

Kinerja seseorang dapat berkembang secara optimal jika mereka mempunyai strategi untuk mengelola dan menggunakan basis pengetahuan secara optimal dari aset intelektual yang mereka miliki atau lebih dikenal dengan konsep *knowledge-based business* yaitu strategi bisnis berbasis pengetahuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *knowledge management* melalui akuisisi pengetahuan, berbagi pengetahuan dan pemanfaatan pengetahuan terhadap kinerja bisnis usaha ritel fashion di Kota Semarang dengan keinovasian marketing sebagai variabel intervening..

Populasi adalah seluruh pemilik dan karyawan jasa ritel fashion yang ada di Kota Semarang. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Alat analisisnya adalah path analisis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuisisi pengetahuan, berbagi pengetahuan dan pemanfaatan pengetahuan terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinovasian marketing. Akuisisi pengetahuan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Berbagi pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kinerja bisnis, dapat diartikan bahwa semakin tinggi pemilik dan karyawan usaha ritel fashion memiliki kesempatan yang luas dalam menyampaikan pendapat, ide, kritikan, dan komentarnya kepada anggota lainnya, maka akan semakin meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Pemanfaatan pengetahuan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Keinovasian marketing mempunyai pengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dapat diartikan bahwa semakin tinggi pemilik dan karyawan usaha ritel fashion mampu menciptakan ide-ide yang berkaitan dengan produk baru bagi perusahaan, maka akan semakin meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

Kata Kunci : Akuisisi pengetahuan, berbagi pengetahuan, pemanfaatan pengetahuan, keinovasian marketing dan kinerja bisnis..

ABSTRACT

Performance person can develop optimally if they have a strategy for managing and optimally use the knowledge base of intellectual assets that they have or better known as the concept of knowledge-based business is a business strategy based on knowledge. This study aimed to analyze the influence of knowledge management through knowledge acquisition, knowledge sharing and utilization of knowledge on the performance of the retail fashion business in Semarang with inovasion marketing as an intervening variable .

The population is all the owners and employees of fashion retail services in the city of Semarang. By using purposive sampling technique, which obtained a sample of 100 respondents. Analysis tools is the path analysis, which previously tested the validity and reliability as well as the classical assumption.

The results show that knowledge acquisition, knowledge sharing and utilization of knowledge shown to have a positive and significant influence on innovation marketing. Acquisition of knowledge has a positive influence on business performance. Knowledge sharing has a significant positive effect on business performance, can be interpreted that the higher the owners and employees of the fashion retail business have ample opportunity to express opinions, ideas, criticisms and comments to other members, it will further enhance the company's business performance. Utilization of proven knowledge have a positive and significant impact on business performance. significant marketing innovations has positive and significant influence on the performance of the business, it can be interpreted that the higher the owners and employees of the fashion retail business is able to create ideas related to new products for the company, it will further enhance the company's business performance.

Keywords: knowledge acquisition, knowledge sharing, knowledge utilization, marketing innovation and business performance.