

**Peningkatan Kinerja dan Kapabilitas Inovasi UKM Batik  
Melalui *Social Capital* dan *Knowledge Sharing* pada UKM  
Sentra Batik di Jawa Tengah**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Bagas Prasetya**

**NIM : 30401612098**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENINGKATAN KINERJA DAN KAPABILITAS  
INOVASI UKM BATIK MELALUI *SOCIAL CAPITAL*  
DAN *KNOWLEDGE SHARING* PADA UKM SENTRA  
BATIK DI JAWA TENGAH**

**Disusun Oleh :**

**Bagas Prasetya**

**NIM : 30401612098**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 31 Juli 2023

Pembimbing,



**Prof. Dr. Heru Sulistyono., S.E., M.Si.**

**NIK. 210493032**

**PENINGKATAN KINERJA DAN KAPABILITAS INOVASI UKM BATIK  
MELALUI SOCIAL CAPITAL DAN KNOWLEDGE SHARING PADA  
UKM SENTRA BATIK DI JAWA TENGAH**

Disusun Oleh :

**Bagas Prasetya**

**30401612098**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 18 Agustus 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing**

**Penguji**

**Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si.**  
NIDN: 0605106702

**Dra. Sri Hindah Pudjihastuti, MM.**  
NIDN: 0602015601

**Sri Wahyuni Ratnasari, S.E., M.Bus**  
NIDN: 0629127101

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.**  
NIDN: 0623036901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Bagas Prasetya  
NIM : 30401612098  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul  
“**PENINGKATAN KINERJA DAN KAPABILITAS INOVASI UKM BATIK  
MELALUI *SOCIAL CAPITAL* DAN *KNOWLEDGE SHARING* PADA UKM  
SENTRA BATIK DI JAWA TENGAH**” merupakan karya peneliti sendiri dan  
tidak ada unsur plagiarism atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang  
lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan dengan cara yang baik  
sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi  
apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam  
penyusunan penelitian skripsi ini.

Semarang, 11 September 2023  
Saya Menyatakan,



Bagas Prasetya

NIM. 30401612098

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagas Prasetya  
NIM : 30401612098  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi\* dengan judul :

**“PENINGKATAN KINERJA DAN KAPABILITAS INOVASI UKM BATIK MELALUI SOCIAL CAPITAL DAN KNOWLEDGE SHARING PADA UKM SENTRA BATIK DI JAWA TENGAH”**

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 11 September 2023



Bagas Prasetya

NIM. 30401612098

## KATA PENGANTAR

Assalamu‘alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan Skripsi yang berjudul “Peningkatan Kinerja Dan Kapabilitas Inovasi Ukm Batik Melalui *Social Capital* Dan *Knowledge Sharing* Pada Ukm Sentra Batik Di Jawa Tengah” ini dapat terselesaikan.

Shalawat beserta salam semoga dapat tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhamad SAW, keluarga, sahabat-sahabat beliau yang telah menunjukkan jalan serta petunjuk yang benar bagi umutnya semga kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumil akhir kelak, Aamiin ya Robbal alamin.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa tugas ini tidaklah dapat berhasil dengan begitu saja tanpa ada bimbingan, bantuan, motivasi, serta fasilitas yang di berikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis haturkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung.

2. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, sekaligus Dosen Pembimbing dalam penelitian ini.
3. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak dan Ibu dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Bapak dan Ibu warga Kampung Batik Rejomulyo, Semarang dan pegusaha batik di Pasar Batik Setono, Kabupaten Pekalongan yang telah membantu memberikan data dalam penulis demi kelancaran penelitian ini.
6. Kekasih saya Revany Mahardika Wijaya S.Pd. yang selalu menemani dan memberi support selama penulis menyelesaikan penelitian ini.
7. Sahabat – sahabat saya Elias Aude Gardika, Devoe Niode, Ferradiq Putra, Ezra Yetta, Idhi Nugroho, Ivanda Jose, Bayu Ibrahim, Alfanado, Kunto Kribo, Imam Konian, Ulfi, Awang, Iacun, Galang Anarki, dan Bayu Aji yang memberi semangat dalam penulisan penelitian ini.

Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.  
Wassalammualaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Agustus 2023

Bagas Prasetya

## ABSTRAK

### **Peningkatan Kinerja dan Kapabilitas Inovasi UKM Batik Melalui *Social Capital* dan *Knowledge Sharing* pada UKM Sentra Batik di Jawa Tengah**

Oleh Bagas Prasetya (30401612098)  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang  
2023

Ketidakmampuan UMKM untuk menghadapi pasar global mungkin timbul karena lemahnya akses terhadap informasi. Sumber daya dan kompetensi memainkan peran penting dalam pemilihan strategi pengembangan kinerja sebuah UKM. Keterkaitan social capital, knowledge sharing, dan kapabilitas inovasi menjadi faktor penting sebagai indikator keberhasilan peningkatan kinerja di dalam sebuah UKM. Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah UKM Batik Kota Semarang dan Kabupaten Pekalongan. Untuk teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis CFA (Confirmatory Factor Analysis) dan analisis Regression Weight. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel social capital, knowledge sharing, kapabilitas inovasi, dan kinerja saling mempengaruhi. tetapi untuk variabel social capital tidak berpengaruh terhadap variabel kinerja. Implikasi penelitian yang dapat dilakukan oleh para pengusaha UKM yaitu optimalisasi knowledge sharing guna meningkatkan kapabilitas inovasi yang selanjutnya akan berdampak pada peningkatan kinerja. Pengelola usaha harus melakukan optimalisasi hubungan antar karyawan dengan mempererat solidaritas dan kerjasama dalam setiap tugas tim sehingga dapat tercipta hubungan kepercayaan yang kuat dan adanya timbal balik antar individu karyawan dalam UKM.

Kata Kunci : UMKM, Social Capital, Knowledge Sharing, Inovasi, Kinerja.



## ABSTRACT

### **Improving Performance and Innovation Capability of Batik SMEs through Social Capital and Knowledge Sharing in Batik SME Centers in Central Java**

By Bagas Prasetya (30401612098)  
Sultan Agung Islamic University of Semarang  
2023

The inability of SMEs to face the global market may arise due to weak access to information. Resources and competencies play an important role in the selection of strategies to develop the performance of an SME. The relationship between social capital, knowledge sharing, and innovation capability is an important factor as an indicator of successful performance improvement in an SME. The location of the object of this research is Batik SMEs in Semarang City and Pekalongan District. For data analysis techniques used are CFA analysis (Confirmatory Factor Analysis) and Regression Weight analysis. The results showed that the variables of social capital, knowledge sharing, innovation capability, and performance influence each other, but for social capital variables have no effect on performance variables. The research implications that can be done by SME entrepreneurs are optimizing knowledge sharing to improve innovation capabilities which in turn will have an impact on improving performance. Business managers must optimize relationships between employees by strengthening solidarity and cooperation in each team task so as to create a strong relationship of trust and reciprocity between individual employees in SMEs.

Keywords: SMEs, Social Capital, Knowledge Sharing, Innovation, Performance.

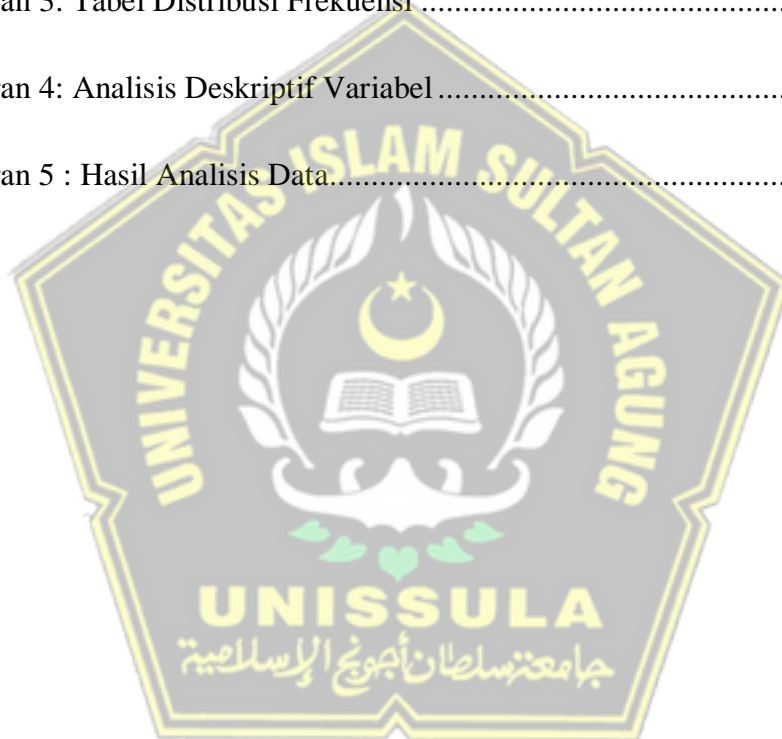
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12

1.4 Manfaat Penelitian .....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 <i>Social Capital</i> .....	14
2.1.2 Knowledge Sharing.....	17
2.1.3 Innovation Capabilities .....	20
2.2 Kerangka Penelitian .....	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi Penelitian.....	25
3.2.2 Sampel Penelitian .....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.6 Metode Analisis Data.....	32
3.6.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	32
3.6.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> dengan Metode Smart PLS....	33

BAB IV .....	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	38
4.1. Hasil Penelitian .....	39
4.1.1 Analisis Deskriptif .....	39
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	54
4.1.3 Analisis Faktor Konfirmatori .....	57
4.1.4 Uji Asumsi SEM .....	59
4.1.5 Analisis Permodelan SEM .....	62
4.1.6 Uji Hipotesis .....	65
4.2. Pembahasan .....	69
4.2.1 Pengaruh <i>Social capital</i> terhadap Kapabilitas Inovasi .....	69
4.2.2 Pengaruh <i>knowledge sharing</i> terhadap kapabilitas inovasi .....	70
4.2.3 Pengaruh <i>Social capital</i> terhadap Kinerja .....	71
4.2.4 Pengaruh <i>knowledge sharing</i> terhadap kinerja .....	72
4.2.5 Pengaruh <i>Social capital</i> terhadap Kinerja melalui Kapabilitas Inovasi .....	73
4.2.6 Pengaruh <i>knowledge sharing</i> terhadap kinerja melalui perantara kapabilitas inovasi .....	74
BAB V .....	76
PENUTUP .....	76
5.1 Kesimpulan .....	76

5.2 Implikasi.....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	78
LAMPIRAN.....	87
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2: Rekapitulasi Skor Kuesioner.....	92
Lampiran 3: Tabel Distribusi Frekuensi.....	96
Lampiran 4: Analisis Deskriptif Variabel.....	99
Lampiran 5 : Hasil Analisis Data.....	100



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data kontribusi UKM terhadap PDB .....	1
Tabel 3.1 Daftar Populasi Penelitian .....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4.1 Kriteria Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel <i>Social capital</i> (X1) .....	41
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel <i>Knowledge sharing</i> (X2).....	45
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kemampuan Inovasi (Y).....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kinerja (Z) .....	51
Tabel 4.6 Validitas dan Reliabilitas .....	55
Tabel 4.7 Cross Loading Nilai Konstruk .....	56
Tabel 4.8 Tabel Nilai VIF .....	62
Tabel 4.9 Output R-Square.....	63
Tabel 4.10 Tabel Output f-square.....	64
Tabel 4.11 Output Model Fit .....	65
Tabel 4.12 Uji Signifikansi Model .....	65
Tabel 4.13 Uji Signifikansi Model .....	67

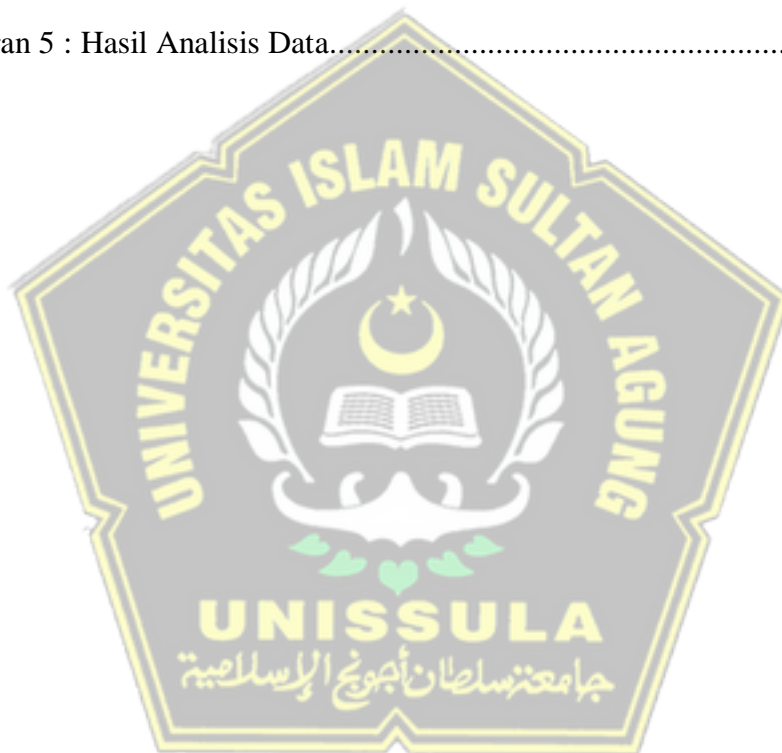
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model Hubungan Antar Variabel .....	41
Gambar 4.2 Konfirmatori Analisis .....	57
Gambar 4.3 Konfirmatori Analisis Pasca Modifikasi.....	58
Gambar 4.4 Output Data Bootstraping .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	88
Lampiran 2 : Rekapitulasi Skor Kuesioner .....	92
Lampiran 3 : Tabel Distribusi Frekuensi .....	96
Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Variabel .....	99
Lampiran 5 : Hasil Analisis Data.....	100





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Negara Indonesia adalah negara yang sedang dalam menghadapi persaingan perekonomian pasar bebas dalam persaingan sangat ketat di bidang ekonomi ini diharap mampu mencapai stabilitas dan kemajuan ekonomi yang kuat dalam menghadapi arus persaingan secara global. Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara.

**Tabel 1.1 Data kontribusi UKM terhadap PDB**

Tahun	Jumlah UMKM	Tenaga Kerja	PDB	Transaksi
2018	60 juta	91%	57,80%	Rp 8.573 T
2019	63 juta	96%	60,30%	Rp 8.400 T
2020	34 juta	73%	37,30%	Rp 4.235 T
2021	64,2 juta	97%	61,97%	Rp 8.600 T

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM pada tahun 2018 mencapai 60 juta dan meningkat 63 juta pada tahun 2019,

dengan peningkatan total PDB dari 57,80% meningkat di angka 60,30%. Namun adanya kondisi pandemi Covid-19 pada 2020 menyebabkan penurunan yang signifikan dengan jumlah UMKM hanya 34 juta dengan total PDB hanya sebesar 37,30%. Setelah itu di tahun 2021 mengalami kenaikan pada jumlah UMKM sebesar 64,2 juta dan kenaikan PDB di angka 61,97%. Berdasarkan dari data tabel diatas, fenomena naik turunnya keadaan jumlah UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai tantangan serta adanya kondisi sebelum dan setelah pandemi Covid-19 yang mendorong perubahan pada pola konsumsi barang dan jasa menjadi momentum untuk mengakselerasi transformasi digital.

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Sebelumnya, kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset. Untuk menjawab tantangan itu, Pemerintah telah menjalankan sejumlah program dukungan UMKM, diantaranya bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN, Kredit Usaha Rakyat, Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi pemasaran UMKM, Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu

Pra Kerja Melalui Pembiayaan KUR, dan termasuk pula strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja. Dampak lain dari pandemi ini adalah mendorong shifting pola konsumsi barang dan jasa dari offline ke online, dengan adanya kenaikan trafik internet berkisar 15-20%. Hal ini menjadi momentum untuk mengakselerasi transformasi digital. Potensi digital ekonomi Indonesia juga masih terbuka lebar dengan jumlah populasi terbesar ke-4 di dunia dan penetrasi internet yang telah menjangkau 196,7 juta orang. Dengan demikian, tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal.

Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang mempunyai nilai yang tinggi. Adanya perhatian yang luar biasa dari seluruh dunia terhadap batik Indonesia, berimbas pula dengan meningkatnya industri batik di Indonesia. Batik Semarang adalah salah satu motif batik yang populer di Indonesia. Keunggulan batik Semarang adalah adanya kombinasi motif dan warna-warna yang memiliki nilai seni yang sangat tinggi. Kota Semarang merupakan salah satu Kota Metropolitan di Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 1,66 juta jiwa. Kota Semarang memiliki aktivitas ekonomi utama yaitu perdagangan, jasa, dan industri. Hal ini menjadikan Kota Semarang termasuk ke dalam klasifikasi Kota Metropolis yang pembangunan

kotanya sudah mengarah ke perkembangan industri. . Salah satu pendekatan untuk meningkatkan ekonomi dan daya saing daerah di Kota Semarang adalah dengan pengelolaan usaha kecil menengah (UKM) dan industri kreatif. Di era saat ini pemerintah Kota Semarang telah membentuk FEDEP (Forum Economic Development and Employment Promotion) yang mengembangkan konsep klaster industri pada 10 UKM unggulan di Kota Semarang, antara lain UKM bandeng, pengolahan pangan, kerajinan pariwisata, tas, lumpia, jamu, mebel, logam, dan batik. UKM ini dibentuk sebagai salah satu bentuk upaya pengelompokan UKM sejenis dalam bentuk organisasi atau kelompok usaha. Salah satu UKM industri yang sedang giat dikembangkan oleh pemerintah Kota Semarang adalah UKM industri batik. Sebagai salah satu warisan negeri, batik telah menjadi ciri khas yang berkaitan dengan karakteristik wilayah dimana batik tersebut dikembangkan seperti yang terlihat pada batik Pekalongan maupun batik Solo. Menurut Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang menjelaskan bahwa aktivitas batik Semarang pertama kali muncul berada di Kampung Batik Semarang, Kelurahan Mlatibaru, Kecamatan Semarang Timur. Kampung Batik Semarang ini sempat terbakar pada tahun 1942 yang menyebabkan aktivitas batik mengalami kemerosotan. Upaya meningkatkan kembali aktivitas batik Semarang dimulai pada tahun 1980an dan mulai berkembang dengan terbentuknya organisasi klaster industri batik pada tahun 2006. Selain didukung oleh kebijakan Pemerintah Daerah, tentunya perkembangan UKM batik Semarang tersebut tidak lepas dari *embeddedness resources* (sumber daya tertanam) wilayah itu sendiri.

Ketidakpercayaan terhadap kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam menghadapi era globalisasi berorientasi pada mekanisme pasar bebas memang cukup beralasan, dikarenakan keterbatasan – keterbatasan yang ada dalam kelompok tersebut. Namun demikian perlu diingat bahwa sejak era penjajahan, ketidakmampuan UMKM untuk menghadapi pasar global mungkin timbul karena lemahnya akses terhadap informasi. Kelemahan ini dapat berdampak pada sempitnya peluang pasar dan ketidakpastian harga. Terlihat bahwa era bisnis global menuntut penguasaan informasi inovasi dan kreatifitas pelaku usaha, baik aspek teknologi maupun kualitas sumber daya manusia. Sumber daya dan kompetensi memainkan peran penting dalam pemilihan strategi pengembangan kinerja sebuah UKM. Faktor-faktor seperti kemampuan finansial, kemampuan materi, dan dalam hubungannya dengan orang lain, kemampuan belajar merupakan faktor penentu dalam proses peningkatan kinerja sebuah UKM (Ruzzier et al., 2006). Selain itu, menurut (Fornes et al., 2012) menjelaskan bahwa interaksi UKM dengan pemerintah juga dapat menjadi faktor utama keberhasilan kinerja sebuah UKM baik di negara berkembang maupun di negara maju. Dengan tumbuh kembangnya UMKM membuat kinerja usaha lebih baik sehingga mampu menciptakan tenaga kerja yang produktif dan meningkatkan kinerja pada UMKM. Adanya UMKM ini dapat menjadi pendorong dan pendukung hidupnya perusahaan-perusahaan besar. Banyak faktor yang dihubungkan bisa mempengaruhi Kesuksesan UMKM dalam menjalankan usahanya. Salah

satunya yang dapat dianggap mempengaruhi Kesuksesan UMKM ialah berasal dari *Social Capital* atau bisa diartikan sebagai modal social. *Social Capital* merupakan sebuah hubungan dan keterikatan antar individu dan kelompok. Dimana terbagi menjadi 2 macam yaitu *internal social capital* yang merupakan hubungan antara kelompok atau individu yang bekerja dalam suatu organisasi, dan *external social capital* yang merupakan hubungan asosiasi dengan para pemegang kepentingan perusahaan dan organisasi eksternal lainnya (Korkeila, 2020). Sedangkan menurut (Lins, 2017) modal social merupakan kombinasi dari sumber daya yang memiliki visi dan tujuan dengan maksud untuk memfasilitasi dan mengusulkan cara-cara yang sesuai untuk melakukan sesuatu dalam system social. Sehingga di era dunia bisnis saat ini, UMKM diharuskan untuk fokus pada pengembangan hubungan untuk meningkatkan *social capital* mereka yang dapat secara efektif mempromosikan inovasi, meningkatkan kinerja dan memungkinkan organisasi untuk mengatasi perubahan permintaan pasar. Modal sosial dianggap menjadi suatu variabel penting dalam meningkatkan produktivitas dan perkembangan UKM. Modal sosial dapat diartikan sebagai modal yang tumbuh dari dalam pelaku usaha industri atau masyarakat yang kemudian membantuk sebuah budaya dan kreativitas. Kreativitas yang tinggi akan membentuk sebuah entrepreneurial orientation dalam pembentukan rantai nilai di dalam aktivitas UKM (García-villaverde et al., 2017). Dapat dikatakan bahwa modal sosial yang membentuk jejaring pelaku usaha UKM dalam aktivitas usahanya mampu menentukan strategi, struktur, dan persaingan UKM yang berdampak

pada pembentukan rantai aktivitas UKM. Apabila rantai nilai yang terbentuk dari aktivitas UKM industri terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, keunggulan kompetitif UKM tersebut juga akan terus tercapai. Keunggulan kompetitif dari kelompok pengrajin batik dapat berkontribusi dalam perekonomian Kota Semarang dan dapat bersaing dengan UKM lain di Kota Semarang maupun UKM batik di kota-kota lainnya.

Selain modal social sebagai salah satu factor penentu dalam meningkatkan kinerja umkm, faktor penentu yang lain adalah peran *knowledge sharing* dalam meningkatkan kinerja sebuah umkm. (Lefebvre, 2016) menjelaskan bahwa fungsi struktural, kognitif dan dimensi relasional pada modal sosial semuanya secara positif mempengaruhi dalam berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) di antara individu. Adanya hubungan antar individu dalam sebuah perusahaan menyebabkan pertukaran informasi ini diperlukan untuk mendapatkan sebuah informasi yang bermanfaat baik bagi perusahaan maupun antar individu dan peluang dalam menentukan strategi keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang (Braun, 2015). *Knowledge sharing* merupakan fokus dari *knowledge management*, hal ini dikarenakan *knowledge sharing* berhubungan erat dengan manusia dan juga budaya organisasi yang sulit untuk diubah. Kegiatan *knowledge sharing* ini sangat bermanfaat untuk pengambilan keputusan dan perlu dibiasakan dalam perusahaan sehingga dapat tercipta *knowledge sharing behaviour* pada pegawai – pegawai dan selanjutnya dapat terbentuk *knowledge sharing culture* didalam perusahaan tersebut. Berbagi pengetahuan dan informasi proyek-

proyek teknologi bertujuan untuk melakukan sesuatu yang berguna untuk para karyawan, struktur, teknologi informasi, dan isi pengetahuan. Keterkaitan *social capital*, *knowledge sharing*, dan kapabilitas inovasi menjadi faktor penting sebagai indikator keberhasilan peningkatan kinerja di dalam sebuah UKM. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Irani, 2017) menjelaskan bahwa penggunaan *social media* untuk berbagi pengetahuan dan menyoroti pentingnya berbagi pengetahuan adalah hal yang sangat masuk akal dan juga sebagai pilihan dalam pengambilan keputusan untuk peningkatan sebuah produk.

Berbagi informasi atau pengetahuan (*knowledge sharing*) dapat meningkatkan kemampuan berinovasi (*innovation capability*) antar setiap individu (Delbufalo, 2017). Kemampuan inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk secara efektif mengubah sumber daya mereka menjadi penawaran inovatif yang unik dan lebih baik dalam hal kualitas untuk melebihi harapan pelanggan (Vu, 2020). Menurut (Preda, 2013) Kemampuan inovatif diakui sebagai alat utama dengan tingkat proaktif, pengambilan risiko, dan inovasi yang tinggi dan yang dapat memungkinkan UKM untuk mengembangkan dan berinovasi produk dan pasar baru dan itu dapat dibantu untuk meningkatkan tingkat kewirausahaan mereka. Perusahaan harus berinovasi untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan yang sedang dan akan terjadi kedepannya, dan dengan kemampuan dalam inovasi mereka memegang peran kunci dalam meningkatkan kinerja inovasi (Lin, 2007). Di era sekarang ini UMKM harus mampu untuk mengembangkan berbagai macam inovasi



untuk menjamin keberhasilan mereka di pasar. Berbagai diskusi akademik yang menyoroiti soal fenomena ini telah berfokus pada konsep kemampuan berinovasi (*innovation capability*). Dari hasil penelitian terhadulu tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan berinovasi dianggap sebagai sebuah fenomena dalam melakukan tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM (Castela, 2018). Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan tanpa tindakan dan interaksi para karyawannya. Disinilah pentingnya modal social yang mampu dalam mencari jaringan untuk mentransfer berbagai pengetahuan dengan tujuan untuk menciptakan sebuah inovasi – inovasi baru dengan tujuan bersama yaitu meningkatkan kinerja UKM.

Penelitian tentang *social capital*, *knowledge sharing*, *innovation capability* pada UKM telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (C. Chiu et al., 2006) yang menjelaskan bahwa adanya ikatan interaksi sosial dapat mempengaruhi dengan kualitas pengetahuan yang dibagikan oleh para anggota. Dengan begitu *social capital* berpengaruh positif terhadap *knowledge sharing*. Adapun penelitian lain menjelaskan modal sosial memiliki potensi untuk meningkatkan kemampuan inovasi organisasi, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja inovasi. Dapat disimpulkan *Social capital* berpengaruh positif terhadap *innovation capability*. (Faccin et al., 2017). (Okten & Osili, 2004) menejelaskan modal sosial sangat membantu dalam memanfaatkan sumber daya dari lingkungan, dan membuka kesempatan mereka untuk

memperluas pasar. Dapat diartikan *social capital* berpengaruh positif terhadap *performace SME*. Adapaun penelitian yang dilakukan oleh (Allameh, 2018; Berraies, 2020; Hussinki et al., 2017) menjelaskan bahwa *knowledge Sharing* meningkatkan keterampilan (inovasi) individu dan organisasi sehingga dapat memelihara modal intelektual organisasi. Sehingga bisa disimpulkan *knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap *Innovation capability*. (Keszey, 2018) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa perusahaan harus membangun budaya organisasi di mana kemauan berbagi pengetahuan antar individu sangat penting untuk terus menciptakan kinerja pengembangan produk baru yang unggul. Dapat disimpulkan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap *performance SME*. Adapun penelitian lain yang dilakukan (Vu, 2020) menjelaskan bahwa perusahaan dapat mengurangi inefisiensi dan menghasilkan kinerja yang unggul dengan mengembangkan kemampuan inovatif. Kapabilitas inovasi penting untuk mengubah strategi UKM yang kompetitif. Sehingga dari hasil penelitian tersebut dapat diartikan bahwa *innovation capability* berpengaruh positif terhadap *performance SME*.

Beberapa studi telah mengeksplorasi modal sosial dan berbagi pengetahuan di perusahaan besar tetapi belum membahas dampaknya baik pada kinerja dan inovasi UKM itu sendiri, sehingga yang terjadi adalah tidak adanya wawasan yang dimiliki tentang kebijakan yang baik untuk kinerja UKM tersebut. Maka berangkat dari masalah tersebut, peneliti berusaha untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan berfokus pada hubungan antara

berbagi pengetahuan, inovasi, dan kinerja pada UKM. Hal ini disebabkan karena penerapan dan peningkatan *Social Capital*, *Knowledge Sharing*, dan kapabilitas inovasi pada UKM sentra batik di Kota Semarang masih dirasakan kurang kuat terbentuk. Dalam upaya peningkatan kinerja UKM sentra batik di Kota Semarang. Peneliti harus berusaha dalam mencari solusi yang pada dasarnya merupakan proses yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja karyawan yaitu dalam peningkatan kinerja UKM sentra batik di wilayah Kota Semarang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan uraian diatas, maka rumusan masalah yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Social Capital* terhadap *Innovation Capabilities* dalam meningkatkan kinerja UKM sentra batik di Jawa Tengah ?
2. Bagaimana pengaruh *Social Capital* terhadap *Performance SME* dalam meningkatkan kinerja UKM sentra batik di Jawa Tengah ?
3. Bagaimana pengaruh *knowledge Sharing* terhadap *Innovation Capabilities* dalam meningkatkan kinerja UKM sentra batik di Jawa Tengah ?
4. Bagaimana pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap *Performance SME* dalam meningkatkan kinerja UKM sentra batik di Jawa Tengah ?

5. Bagaimana pengaruh *Innovation Capabilities* terhadap *Performance SME* dalam meningkatkan kinerja UKM sentra batik di Jawa Tengah ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan uraian permasalahan yang telah disebutkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh *Social Capital* dan *Knowledge Sharing* dalam menunjang terciptanya kapabilitas inovasi di dalam UKM sentra batik di Jawa Tengah.
2. Menganalisis pengaruh *Social Capital* dan *Knowledge Sharing* dalam menunjang peningkatan Kinerja UKM pada UKM sentra batik di Jawa Tengah.
3. Menganalisis pengaruh *knowledge Sharing* dalam menunjang terciptanya Kapabilitas Inovasi dalam meningkatkan Kinerja UKM sentra batik di Jawa Tengah.

### 1.4 Manfaat Penelitian

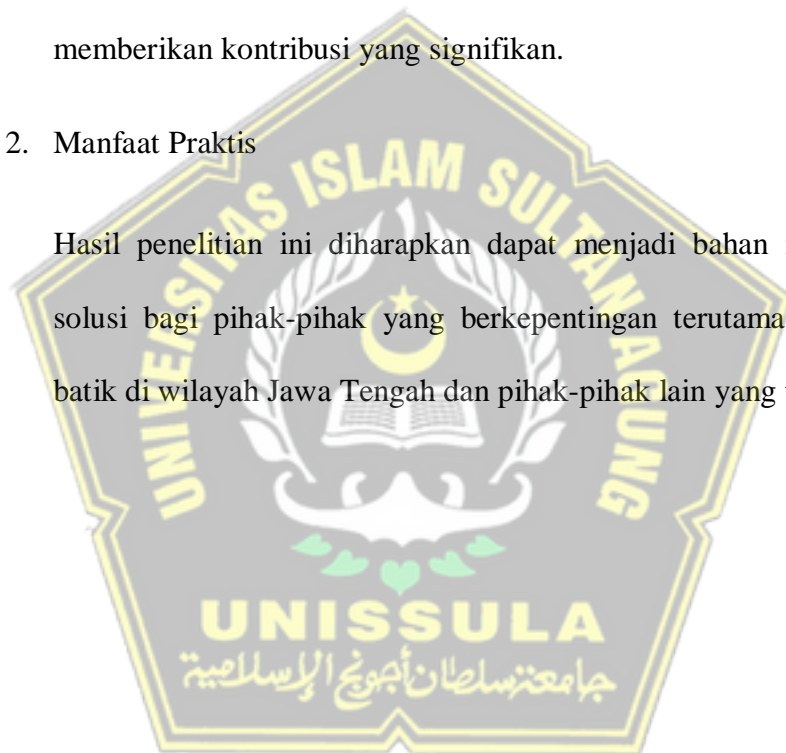
Manfaat penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Manfaat tersebut diantaranya :

### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat merangsang penelitian lebih lanjut dan dapat memberikan informasi serta alternative literatur yang menyajikan analisis yang mengkaji meningkatkan kinerja ukm melalui *social capital* dan *knowledge sharing* sebagai *intervening* pada ukm sentra batik di Jawa Tengah hingga dapat memperluas wacana dan memberikan kontribusi yang signifikan.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau solusi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama UKM sentra batik di wilayah Jawa Tengah dan pihak-pihak lain yang terkait.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Social Capital*

Selama bertahun-tahun masyarakat kita perlahan mengalami perubahan menjadi pengetahuan masyarakat, dengan modal social dan berbagi pengetahuan yang menjadi bagian integral dalam sebuah kinerja organisasi. *Social Capital* secara signifikan berkontribusi untuk mempromosikan dalam proses dan membangun sebuah pengetahuan baru (Ganguly, 2019). (Laursen et al., 2012) misalnya, berpendapat bahwa modal sosial adalah prasyarat penting untuk mencari pengetahuan yang saling melengkapi. Dengan membantu menafsirkan pendapat dari orang lain dengan benar yaitu dengan memberi orang lain (karyawan) sebuah pengetahuan baru dan pemahaman yang relevan dengan didukung lingkungan yang saling menghormati dan saling percaya (Akhavan & Hosseini, 2016). Sedangkan menurut (Dastourian et al., 2017) Modal sosial hanya mengacu pada kemampuan individu untuk bekerja secara kolektif untuk mencapai tujuan bersama dalam kelompok dan organisasi.

Modal sosial merupakan sumber daya yang diperoleh melalui ikatan eksternal yang tertanam dalam jaringan sosial, mengikat antara individu dengan individu lain. Hal ini terdiri dari hubungan rasa hormat dan mutualitas di antara orang-orang yang membedakan mereka dalam beberapa pengertian

sosiodemografis (usia, kelompok etnis, kelas, dll.) (Álvarez et al., 2018). Menurut (Kim et al., 2013) *social capital* meliputi nilai-nilai, tujuan, dan visi bersama dalam sebuah organisasi. Dimana diantaranya yaitu adanya kepercayaan antara individu yang terbentuk melalui berbagai interaksi seperti norma, tanggung jawab, kepercayaan, dan kesadaran akan tujuan bersama antar individu. Dalam penelitian manajemen pengetahuan, *social capital* mencakup hubungan dekat antar individu dan interaksi social yang memungkinkan adanya adaptasi dalam tindakan dan keyakinan diantara individu (Kim et al., 2013). Modal sosial mempromosikan generasi dan penerapan ide-ide kreatif baru (Faccin et al., 2017). Dalam studi (Faccin et al., 2017), diusulkan bahwa modal sosial memiliki potensi untuk meningkatkan kemampuan inovasi organisasi, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja inovasi.

Studi saat ini secara individual mempertimbangkan semua tiga dimensi modal sosial yaitu struktural, kognitif, dan relasional dan mencoba menentukan pengaruhnya terhadap kualitas pengetahuan. Penelitian yang dilakukan (Bharati et al., 2015) dalam studi mereka menjelaskan tentang modal sosial dan manajemen pengetahuan, menemukan bahwa modal sosial melalui upaya mempromosikan organisasi pada manajemen pengetahuan, menyebabkan peningkatan tingkat kualitas pengetahuan. Hal ini sebagian konsisten dengan temuan penelitian saat ini di mana modal sosial relasional dan kognitif diamati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pengetahuan. Modal sosial kognitif, yang terutama dikembangkan

melalui kolaborasi dan pemahaman bersama, dan modal sosial relasional, yang berkembang dari interaksi antar individu. keduanya dapat mengarah pada perolehan pengetahuan yang lebih besar, dan pada gilirannya, membantu meningkatkan kualitas pengetahuan diantara individu. Penelitian ini menyoroiti pentingnya modal sosial di negara berkembang karena dapat membantu para manajer untuk memahami pengaruhnya terhadap inovasi bagi UKM / perusahaan (Wang et al., 2017). Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis UKM, *social capital* dalam bisnis biasanya mengacu pada pertemuan sosial dengan berbagai bidang diantaranya teknologi, politik, birokrasi, dan budaya (Ozigi, 2018; Saha & Banerjee, 2015).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (C. M. Chiu et al., 2006) menjelaskan bahwa berbagi pengetahuan membutuhkan dua (atau lebih) individu yang tepat untuk melakukan pertukaran pengetahuan, sehingga orientasi struktural dari hubungan yang ada menjadi penting. Maka dapat disimpulkan, adanya ikatan interaksi sosial dapat mempengaruhi dengan kualitas pengetahuan yang dibagikan oleh para anggota. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Faccin et al., 2017) menjelaskan bahwa modal sosial mempromosikan generasi dan penerapan ide-ide kreatif baru. Dalam studi ini, diusulkan bahwa modal sosial memiliki potensi untuk meningkatkan kemampuan inovasi organisasi yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja inovasi. Adapun penelitian yang dilakukan (Okten & Osili, 2004) menjelaskan bahwa pertumbuhan UKM secara signifikan



dipengaruhi oleh modal sosial mereka, dengan melakukan interaksi dengan pengusaha lain dalam jaringan. Modal sosial sangat membantu dalam memanfaatkan sumber daya dari lingkungan, dan membuka kesempatan mereka untuk memperluas pasar. Dari penelitian tersebut dapat dirumuskan :

H<sub>1</sub> : *Social Capital* berpengaruh positif terhadap *Innovation Capability*

H<sub>2</sub> : *Social Capital* berpengaruh positif terhadap *Performance SME*

### 2.1.2 Knowledge Sharing

Selain faktor modal social sebagai variable penunjang peningkatan UKM, lebih lanjut lagi peningkatan kinerja UKM akan mencapai hasil yang lebih maksimal apabila didukung dengan *knowledge* (pengetahuan) yang dimiliki setiap karyawan. Setiap karyawan diharapkan dapat terus menggali pengetahuannya dan tidak hanya bergantung atau terpaku pada sistem yang ada. Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap karyawan mempunyai peran didalam meningkatkan perusahaannya. Dalam hal ini UKM harus melakukan sebuah gebrakan dengan menerapkan *knowledge management* pada karyawannya. *Knowledge management* yang diterapkan di perusahaan terbagi menjadi 2, yaitu *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge* (Hislop, 2016). Yang pertama adalah pengetahuan individu yang didapat dari pengalaman keseharian yang sulit diduplikasikan dan diajarkan kepada orang lain dimana pengetahuan ini dikategorikan dalam bentuk personal knowledge atau pengetahuan individu. Yang kedua, yaitu pengetahuan yang dapat

ditransformasikan antar individu sehingga lebih mudah dideskripsikan dalam bentuk dokumen, praktik, pelatihan dan lain-lain, dimana penulis mengkategorikan dalam bentuk job procedure, dan technology (Hislop, 2016). *Knowledge Sharing* bisa diasumsikan sebagai strategi berbagi pengetahuan yang merupakan unsur penting dari program manajemen pengetahuan di tingkat organisasi dan individu (Oyemomi et al., 2019). Menurut (Lin, 2014) Budaya berbagi pengetahuan ditandai dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, dimana hal ini dipengaruhi oleh budaya yang sangat kooperatif dan peduli yang menekankan sebuah interaksi social. Untuk poin pertama, kepercayaan mampu mempromosikan berbagi pengetahuan yang terbuka, substantif dan berpengaruh, dan orang-orang lebih bersedia untuk berpartisipasi dalam berbagi pengetahuan ketika hubungan mereka didasarkan pada tingkat kepercayaan yang tinggi. Di dalam UKM, orang cenderung berbagi pengetahuan dan ide mereka jika mereka mempercayai rekan kerjanya (Eze et al., 2013).

Kedua, lingkungan yang sangat kooperatif mengarahkan anggota untuk mencapai tujuan bersama dan memberikan pengetahuan kepada orang lain dan menerima bantuan dari orang lain. Lingkungan yang sangat peduli menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap pengembangan pribadi karyawan, serta kesediaan untuk mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam penciptaan dan berbagi pengetahuan. Dalam penelitian sebelumnya telah menyoroti bahwa faktor budaya secara positif mempengaruhi perilaku berbagi pengetahuan dalam UKM (Cerchione et al., 2016).

Banyak penelitian menekankan hubungan antara kemampuan inovasi dan berbagi pengetahuan. Hal ini sangat penting diberikan karena pengetahuan yang dikumpulkan merupakan faktor penting dalam pencapaian proyek yang sukses, terutama bagi perusahaan yang beroperasi di sektor inovasi berbasis pengetahuan yang intensif. Menciptakan ide-ide baru dan meningkatkan output perusahaan karena daya serap yang lebih baik secara positif mempengaruhi kinerja dan output inovasi (Zhang & Hartley, 2018). Sebuah perusahaan dengan sistem pengetahuan yang efisien dalam pengumpulan dan berbagi informasi mempertahankan keunggulan kompetitif yang potensial karena dapat menjadi sebuah ciri khas dan tidak dapat ditiru yang bertujuan agar dapat mempertahankan standar tinggi kemampuan inovasi dalam perusahaan.

Dari hasil studi yang dilakukan oleh ((Allameh, 2018; Berraies, 2020; Hussinki et al., 2017) ) menjelaskan bahwasannya pengetahuan mewakili sumber daya paling berharga yang membantu perusahaan untuk berinovasi, mencapai kinerja yang unggul, dan untuk membedakan dari pesaing. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Sharing* meningkatkan keterampilan (inovasi) individu dan organisasi sehingga dapat memelihara modal intelektual organisasi. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Keszey, 2018) berpendapat bahwa pemberdayaan jaringan strategis dapat meningkatkan berbagi pengetahuan secara langsung. Upaya untuk mempertahankan kecenderungan manajer UKM dari jaringan strategis untuk berbagi secara langsung apa yang mereka ketahui sangat penting untuk terus

menciptakan kinerja pengembangan produk baru yang unggul. Studi ini juga menekankan bahwa perusahaan harus membangun budaya organisasi di mana kemauan berbagi pengetahuan antar individu dalam lingkup jaringan strategis adalah hal yang sangat penting. Maka, dari hasil studi yang sudah disebutkan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : *Knowledge Sharing* berpengaruh positif terhadap *Innovation Capability*

H<sub>4</sub> : *Knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap *Performance SME*

### 2.1.3 Innovation Capabilities

Kemampuan inovasi secara umum dipandang sebagai salah satu faktor kunci yang berkontribusi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di abad ke-21 (Le & Lei, 2019; Zhang, 2017), itulah mengapa inovasi adalah faktor kunci untuk kelangsungan hidup sebuah organisasi. Menurut (Preda, 2013) Kemampuan inovatif diakui sebagai alat utama dengan tingkat proaktif, pengambilan risiko, dan inovasi yang tinggi dan yang dapat memungkinkan UKM untuk mengembangkan dan berinovasi produk dan pasar baru dan itu dapat dibantu untuk meningkatkan tingkat kewirausahaan mereka Perusahaan harus berinovasi untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan yang sedang dan akan terjadi kedepannya, dan dengan kemampuan dalam inovasi mereka memegang peran kunci dalam meningkatkan kinerja inovasi (Lin, 2007).

Kemampuan inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk secara efektif mengubah sumber daya mereka menjadi penawaran inovatif yang unik dan lebih baik dalam hal kualitas untuk melebihi harapan pelanggan (Vu, 2020). Menurut (Wijekoon & Galahitiyawe, 2015) menjelaskan dalam studinya bahwa perusahaan dengan kemampuan inovatif yang lebih tinggi perusahaan dapat mengungguli pesaing, membukukan profitabilitas yang lebih tinggi, dan bertahan di pasar untuk waktu yang lama. Mayoritas studi empiris menemukan hubungan yang pasti antara kapabilitas inovasi dan kinerja perusahaan dalam konteks UKM (Agyapong et al., 2017). Misalnya, penelitian terdahulu (Maldonado-Guzmán et al., 2018) melakukan studi yang dilakukan di negara Meksiko untuk menyelidiki efek dari kemampuan inovasi pada kinerja perusahaan UKM mengungkapkan bahwa inovasi dalam produk, proses, pemasaran dan manajemen memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM Meksiko. Adapun hasil penelitian terdahulu yang dilakukan di Negara Vietnam oleh (Vu, 2020) beliau menjelaskan dampak langsung dari kemampuan dinamis, kemampuan inovasi, kemampuan kewirausahaan pada kinerja UKM di Vietnam. Perusahaan dapat mengurangi inefisiensi dan menghasilkan kinerja yang unggul dengan mengembangkan kemampuan inovatif. Model yang diusulkan menyoroti ukuran yang berbeda dari kemampuan dinamis, kemampuan inovasi, kemampuan kewirausahaan dan konsekuensinya. Bisa dibilang, kapabilitas dinamis, kapabilitas inovasi dan kapabilitas kewirausahaan penting untuk mengubah strategi UKM yang kompetitif. Dari hasil penelitian tersebut maka dapat dirumuskan :

H<sub>5</sub> : *Innovation Capabilities* berpengaruh positif terhadap *Performance SME*

#### 2.1.4 *Perfomance*

Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila kinerja sumber daya manusia berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Menurut Sutrisno (2016:151) kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang berdasarkan tingkah laku kerjanya dalam menjalankan aktivitas dalam bekerja.

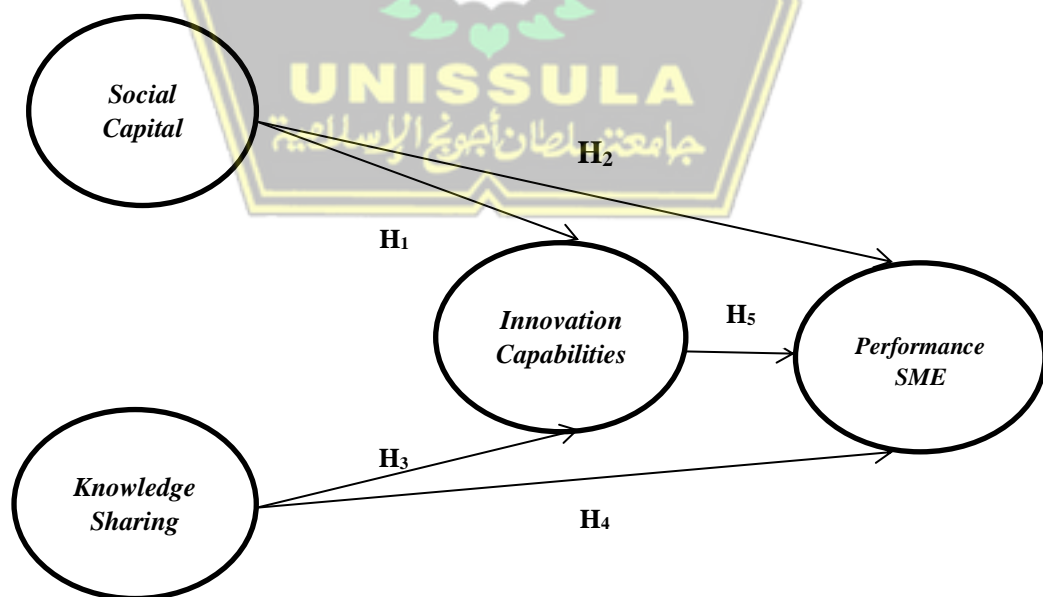
Keberhasilan ataupun kegagalan dalam suatu organisasi dalam melaksanakan tugas sangat berhubungan dengan kinerja karyawan, pencapaian kinerja dalam organisasi merupakan faktor yang harus diperhatikan untuk mewujudkan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Mangkunegara (2016:9) yang berpendapat kinerja karyawan merupakan hasil kerja seseorang secara kualitas maupun secara kuantitas yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. Robbin (2016:260) mendefinisikan kinerja adalah suatu hasil yang dicapai oleh pegawai dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan. Menurut Torang (2014:74) Kinerja adalah kuantitas atau kualitas hasil kerja individu atau sekelompok di dalam organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi

yang berpedoman pada norma, standard operasional prosedur, kriteria dan ukuran yang telah ditetapkan atau yang berlaku dalam organisasi.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan merupakan pencapaian hasil karyawan dalam suatu proses melaksanakan tugasnya dengan sesuai tanggung jawab yang diberikan. Dengan meningkatkan kinerja karyawan akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan, sehingga karyawan memiliki tingkat kinerja yang baik dan optimal untuk membantu mewujudkan tujuan perusahaan.

## 2.2 Kerangka Penelitian

Berdasarkan teori yang disampaikan dari beberapa ahli serta didukung dengan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan dalam hipotesis dengan disusun kerangka penelitian sebagai berikut:



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Suatu penelitian harus menggunakan metode penelitian agar penelitian yang ditelitinya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya dan bisa mencapai tujuan yang ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Darmadi (Darmadi, 2013) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah itu sendiri ialah kegiatan penelitian berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan rasional, empiris, dan sistematis.

Dalam metode penelitian ini, peneliti menggunakan studi deskriptif melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan desain kausal. Menurut (Sugiyono, 2017) desain kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dapat diartikan bahwa dalam hal ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dalam penelitian ini variabel independennya ialah *social capital* dan *knowledge sharing* dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) yaitu kinerja dan kapabilitas inovasi pada UKM sentra batik di Jawa Tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta



pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti menggunakan metode *explanatory research* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga diharapkan dari penelitian ini dapat mampu menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

Selanjutnya dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penilaian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivesme, dimana digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu. Pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen, seberapa kuat pengaruh antar variabel tersebut dan menunjukkan hubungan antar variabel. Dalam hal ini adalah menguji peningkatan kinerja dan kapabilitas inovasi UKM melalui *social capital* dan *knowledge sharing* pada UKM sentra batik di Jawa Tengah.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, perlu ditetapkan populasi supaya penelitian yang dilakukan mendapatkan data yang sesuai dan yang diharapkan. Menurut (Sugiyono, 2017) populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan

karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti untuk mempelajarinya lalu menarik kesimpulannya.

Dengan jumlah UKM Batik sebanyak 2200 unit yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Tengah. Karena keterbatasan waktu dan tenaga yang dimiliki peneliti, maka focus dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah UKM batik yang tersebar di wilayah Kabupaten Pekalongan dan Kota Semarang. Dimana jumlah UKM batik yang tersebar di Kabupaten Pekalongan dan Kota Semarang adalah sebanyak 187 unit UKM batik. Untuk detail perincian jumlah UKM batik di Kabupaten Pekalongan dan Kota Semarang adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Daftar Populasi Penelitian**

Wilayah	Jumlah (unit UKM)
Kab. Pekalongan	72
Kota Semarang	115
<b>TOTAL</b>	<b>187</b>

Sumber : <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel berperan dalam menentukan estimasi dan interpretasi hasil penelitian. Menurut (Jr et al., 2014) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017) . Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, yaitu sebagai berikut.

$$n = N / ( 1 + ( N \times e^2 ))$$

$$n = 187 / ( 1 + ( 187 \times 10\%^2 ))$$

$$n = 187 / 2,87$$

$$n = 65,15$$

Dengan demikian berdasarkan rumus Slovin, 75 responden yang didapatkan oleh peneliti dari hasil pembulatan 65 dianggap valid dan dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data subyek. Menurut (Indriantoro & Supomo, 2013) mengemukakan bahwa data subyek merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian. Dalam hal ini data yang digunakan adalah dari hasil jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam wawancara kepada pelaku usaha UKM batik di Kota Semarang, baik secara lisan maupun tertulis.

Data mempunyai sifat memberikan gambaran tentang suatu masalah. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dalam hal ini diperoleh dari responden yang menjawab pertanyaan.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari kuesioner yang diajukan kepada pelaku usaha UKM batik Kota Semarang guna mendapatkan permasalahan responden. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telpon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2009).

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung terkait dengan hasil penelitian. Adapun data sekunder diperoleh berupa:

- a. Jurnal, diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu guna mendukung penelitian
- b. Literatur berupa beberapa referensi dari beberapa buku dalam mendukung penelitian

### **3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

(Indriantoro & Supomo, 2013) menyatakan definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :



Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	<i>Social Capital</i>	Modal social merupakan sebuah sumberdaya aktual dan potensial yang terdapat didalam, tersedia melalui, dan dihasilkan dari jejaring hubungan-hubungan yang dimiliki secara individu maupun organisasi.	1. Hubungan timbal balik 2. Kepercayaan 3. Kerjasama 4. Solidaritas 5. Jaringan sosial	(Nahapiet & Ghoshal, 2009)
2.	<i>Innovation Capability</i>	Kapabilitas inovasi merupakan kemampuan individu & UKM dalam mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan	1. Strategi Teknologi 2. Kapabilitas SDM 3. Riset dan pengembangan 4. Pengembangan	(Ussahawanitc hakit, 2007)

		<p>permintaan pasar dengan cara menerapkan proses-proses secara tepat serta cepat dalam menanggapi perubahan teknologi maupun kesempatan tidak terduga yang dilakukan pesaing.</p>	<p>produk baru</p> <p>5. Kapabilitas pemasaran</p>	
3.	<i>Knowledge Sharing</i>	<p>Knowledge sharing merupakan sebuah proses dimana individu saling mempertukarkan pengetahuan mereka baik tacit knowledge maupun explicit knowledge.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ide – ide baru</li> <li>2. Keingintahuan yang tinggi</li> <li>3. Keterbukaan diri</li> <li>4. Bertukar informasi</li> <li>5. Solusi dan efisiensi</li> </ol>	(Matzler et al., 2008)
4.	<i>Performance</i>	<p>Kinerja adalah kuantitas atau kualitas hasil kerja individu atau</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pekerjaan selesai tepat waktu</li> <li>2. Kualitas sesuai standard yang sudah</li> </ol>	(Torang, 2014)

	<p>sekelompok di dalam organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi yang berpedoman pada norma, standard operasional prosedur, kriteria dan ukuran yang telah ditetapkan atau yang berlaku dalam organisasi.</p>	<p>ditetapkan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Focus pada target</li> <li>4. Memiliki komitmen untuk kualitas</li> <li>5. Komitmen terhadap kepentingan waktu.</li> </ol>	
--	--	--	--

Sumber: Disarikan dari beberapa jurnal

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari obyek penelitian tersebut (Umar, 2012). Dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan analisa non statistik untuk menganalisis data kualitatif, yaitu dengan membaca tabel-tabel, grafik /



angka-angka berdasarkan hasil jawaban responden terhadap variabel penelitian kemudian dilakukan uraian dan penafsiran.

### 3.6.2 Analisis *Structural Equation Modeling* dengan Metode Smart PLS

Penggunaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dapat mengidentifikasi beberapa dimensi-dimensi dari konstruk dan pada saat yang sama mampu mengukur pengaruh / derajat hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi pada dimensi-dimensinya. Keunggulan SEM disamping dapat menguji hubungan kausalitas, validitas dan reliabilitas sekaligus juga dapat digunakan untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung. SEM juga dapat mengukur seberapa besar indikator dari variabel tersebut mempengaruhi faktornya masing-masing serta dapat mengukur variabel faktor yang tidak dapat diukur secara langsung melalui indikatornya.

Analisa SEM menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang dilakukan melalui dua tahap, yaitu yang pertama menilai *outer model* atau model pengukuran, dan yang kedua menilai *inner model* atau model struktural (Rahmatussani et al., 2020)

#### 1. Analisa Penilaian *Outer Model* atau *Measurement Model*

Model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai outer model dan inner model (Ardiansyah, 2016). Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel), pengujian yang dilakukan

pada outer model terdiri dari uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* (Paulus & Wardhani, 2018). Menurut Ghozali, outer model disebut juga sebagai outer relation atau measurement model yang mendefinisikan pada setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria untuk menilai outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability* (Purwaningsih & Kusuma, 2015).

- a. *Convergent Validity* merupakan pengukuran besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Evaluasi *Convergent Validity* dari pemeriksaan individual item reliability, dapat dilihat dari nilai standarized loading factor. Pengukuran (indikator) konstruk nilai loading factor diatas 0,70 dapat dikatakan ideal, artinya indikator dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Meskipun demikian, nilai standarized loading factor diatas 0,5 dapat diterima, sedangkan dibawah 0,5 dikeluarkan dari model.
- b. *Discriminant Validity* di evaluasi melalui cross loading yang kemudian membandingkan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk (atau membandingkan akar AVE dengan korelasi antar konstruk). Ukuran cross loading adalah membandingkan korelasi indikator dengan konstraknya dan konstruk dari blok lainnya, untuk ukuran discriminant

validity lainnya adalah akar AVE harus lebih tinggi dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya atau nilai AVE lebih tinggi dari kuadrat korelasi antar konstruk.

- c. Menurut Sholihin dan Ratmono, Composite Reliability dapat dilihat dari nilai latent variable coefficient. Dari output ini, maka kriteria dilihat dari dua hal yaitu composite reliability dan cronbach's alpha. Keduanya harus bernilai di atas 0,70 sebagai syarat reliabilitas.
2. Analisa Penilaian Inner Model atau Structural Model Analisis inner model tujuannya untuk mengetahui keakuratan model struktural yang dibangun. Beberapa indikator yang dapat digunakan adalah Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Predictive Relevance ( $Q^2$ ) (Supandi, 2020). Model struktural (inner model) merupakan pola hubungan variabel penelitian. Evaluasi terhadap model struktural adalah dengan melihat koefisien antar variabel dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Prayudi & Oktapiani, 2020). Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi, Koefisien Deteminasi ( $R^2$ ), *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ), *Goodness Of Fit Index* (GoF)(Ruhamak & Putra, 2020).
    - a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu nilai yang menunjukkan besarnya hubungan atau korelasi antar variabel. Nilai R-Squared berkisar antara  $0 < R^2 < 1$  dimana semakin mendekati 1 maka semakin memiliki hubungan

yang kuat, demikian pula sebaliknya. Koefisien determinasi yang digunakan merupakan nilai adjusted R square karena lebih dapat di percaya dalam mengevaluasi model regresi, nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen di tambahkan ke dalam model (Syukri & Hinaya, 2019).

- b. Q-Square Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>) adalah merupakan pengukur seberapa baik observasi yang dilakukan memberikan hasil terhadap model penelitian. Nilai Q-Square Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>) berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu), semakin mendekati 0 nilai Q-Square Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>), memberikan petunjuk bahwa model penelitian semakin tidak baik, sedangkan sebaliknya semakin menjauh dari 0 (nol) dan semakin mendekat ke nilai 1 (satu), ini berarti model penelitian semakin baik (Maryani et al., 2020).
- c. Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk memvalidasi model secara keseluruhan, GoF index ini merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) (Sumiarni, 2019). Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk menggambarkan tingkat kelayakan model secara keseluruhan. Nilai GoF diperoleh dari akar

kuadrat dari average communalities index dikalikan dengan nilai rata-rata  $R^2$  model dan terbentang dari angka 0 – 1 dengan interpretasi nilai yang dibagi menjadi tiga, nilai  $GoF = 0,1$  (kecil),  $GoF = 0,25$  (sedang) dan  $GoF = 0,38$  (besar).

Metode dalam penelitian ini menggunakan explanatory research, dimana teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Secara umum metode explanatory reseach adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS, hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesa, yang kemudian dilakukan analisa outer dan inner model langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis.

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai populasi yang perlu diuji kebenarannya, pengujian dilakukan dengan cara mengambil sampel dari populasi, hasil statistik dari sampel tersebut dapat digunakan untuk menguji pernyataan populasi, apakah bukti empiris dari sampel mendukung atau menolak pernyataan mengenai populasi, seluruh proses tersebut dikenal dengan pengujian hipotesis.

Pada pendekatan PLS, uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan simulai melalui software SmartPLS dengan dilakukan metode bootstrapping terhadap sampel. Pengujian bootstrapping dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian berupa data yang dikumpulkan dengan instrumen kuesioner dan dianalisis dengan model SEM menggunakan bantuan aplikasi Smart PLS. Hasil penelitian kemudian dibahas dengan mengelaborasi hasil kajian studi pustaka dan penelitian terdahulu.

Jumlah populasi UKM Batik di Kabupaten Pekalongan dan Kota Semarang yaitu sebanyak 187 unit usaha. Pada penelitian ini, peneliti menyebar kuesioner sebanyak 80 kuesioner namun sejumlah 5 kuesioner yang kembali mengalami kerusakan atau tidak utuh sehingga tidak dapat digunakan dalam penelitian ini. Dikarenakan perihal tersebut terdapat 75 kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.1  
Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Yang Digunakan

No.	Wilayah	Jumlah	Keterangan
1.	<b>Kabupaten Pekalongan</b>		
	1.1 Pasar Batik Setono	18	Kuesioner
	1.2 Lokasi Lainnya	37	Kuesioner Online
2.	<b>Kota Semarang</b>		
	2.1 Kampung Batik Rejomulyo	20	Kuesioner
<b>JUMLAH</b>		<b>75</b>	

Data dituangkan dalam bentuk skor dengan rentang skala 1-5 yang masing-masing mewakili jawaban terendah hingga teratas. Data yang terkumpul menjadi jenis data primer dalam penelitian ini untuk kemudian diolah agar

menghasilkan suatu kesimpulan yang kongkret. Adapun gambaran obyek penelitian dan hasil olah data sebagaimana diuraikan berikut.

#### **4.1.Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Analisis Deskriptif**

Analisis ini dimaksudkan untuk memaparkan kondisi data primer yang terkumpul dari responden, agar tampak secara sekilas kecenderungan respon yang didapatkan. Analisis menjadi bahan pertimbangan penting dalam melakukan pembahasan hasil penelitian. Beberapa informasi yang dibutuhkan tersaji hasil dari pengolahan data, sehingga mudah terbaca dan menghasilkan suatu kesimpulan tertentu. Secara umum analisis deskriptif mengamati data berdasarkan dua sudut pandang, yaitu sudut pandang skor masing-masing responden dan sudut pandang skor masing-masing indikator variabel. Adapun keseluruhan data yang didapatkan dapat dirangkum dalam tabel berikut.

##### **4.1.1.1 Karakteristik Responden**

Pengusaha UKM Sentra Batik di Kabupaten Pekalongan dan Kota Semarang yang telah mengisi kuesioner penelitian dapat dinilai kecenderungannya terkait topik penelitian. Agar mempermudah membaca data, peneliti menghitung rata-rata skor yang dihasilkan dari setiap individu responden, dan membagi kelompok responden ke dalam 3 (tiga) kategori berdasarkan skor jawaban kuesioner. Berdasarkan rancangan kuesioner, dengan skor maksimum 5 dan skor minimum 1, serta pembagian kategori menjadi 3 jumlah kelas, maka panjang kelas ditentukan berdasarkan rumus:

Panjang Kelas = Skor Maksimum – Skor Minimum / Jumlah Kelas

Maka,  $(5 - 1) / 3 = 1,3$  untuk dijadikan dasar menentukan rentang skor kategorisasi skor rendah, sedang, dan tinggi. Berikut adalah rangkuman kategori data dilihat dari sudut pandang karakteristik tiap responden yang diteliti.

Tabel 4.1 Kriteria Karakteristik Responden

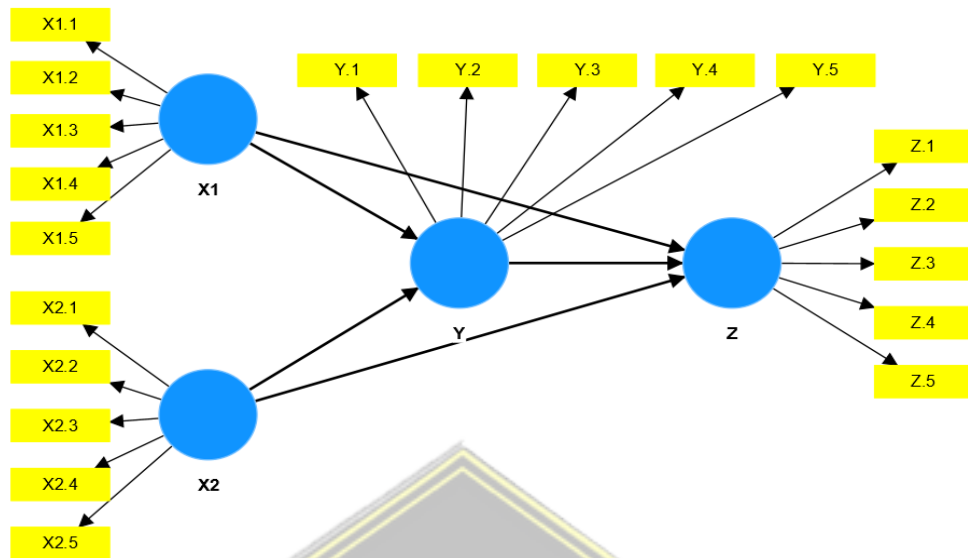
Rentang Skor	Kriteria
1 - 2,33	Rendah
2,34 - 3,67	Sedang
> 3,67	Tinggi
TOTAL	

Keseluruhan reponden penelitian sejumlah 75 orang dari kalangan pengusaha UKM Kabupaten Pekalongan dan Kota Semarang yang telah menyampaikan responnya. Pada kuesioner, peneliti mengambil sudut pandang kerangka acuan positif, sehingga konteks capaian positif dalam tiap indikator, baik dalam variabel Kinerja, kapabilitas inovasi, *social capital*, maupun *knowledge sharing*, ditandai dengan skor tinggi. Rata-rata skor tinggi menunjukkan adanya indikasi positif tiap variabel.

#### 4.1.1.2 Deskripsi Data Variabel

Dalam penelitian ini digunakan model analisis jalur, sehingga masing-masing variabel memiliki hubungan tertentu secara lienar. Hubungan tersebut terjadi satu arah, dan bukan timbal balik. Maka permodelan yang digunakan dalam konsep penelitian ini adalah sebagai berikut





Gambar 4.1 Model Hubungan Antar Variabel

Adapun rincian skor pada masing-masing butir kuesioner terangkum dalam tabel-tabel berikutnya.

a. Deskripsi Data Variabel *Social capital*

Variabel *social capital* merupakan variabel eksogen yang pertama, yang memiliki 5 indikator utama, yaitu hubungan timbal balik, kepercayaan, kerjasama, solidaritas, dan jaringan sosial. Masing-masing indikator utama tersebut terwakili dari butir-butir pertanyaan dalam kuesioner di bawah beserta skornya.

Tabel 4.2 Deskripsi Variabel *Social capital* (X1)

BUTIR ANGKET	Rata-rata	Standar Deviasi	Keterangan
Q1. Saya bertanya kepada rekan saya tentang kemampuan mereka ketika	3,81	0,87	Tinggi

---

saya ingin belajar sesuatu.

Q2. Saya selalu mentaati

keepakatan yang dibuat

4,19

0,71

Tinggi

dengan atasan tempat saya

bekerja.

Q3. Saya mampu

bekerjasama dengan

4,25

0,76

Tinggi

pegawai lain di tempat

saya bekerja.

Q4. Jika melihat karyawan

lain mengalami suatu

4,07

0,79

Tinggi

kendala saat bekerja, saya

dengan sigap langsung

membantu.

Q5. Saya mampu

melakukan pendekatan

yang ramah, hangat, dan

4,19

0,73

Tinggi

personal dengan karyawan

lain untuk membangun

kepercayaan.

---

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa untuk indikator hubungan timbal balik, di mana ditunjukkan dalam bentuk mampu bekerjasama dengan pegawai lain di tempat saya bekerja skor tertinggi dengan rata-rata 4,25. Sikap mentaati kesepakatan yang dibuat dan mampu melakukan pendekatan yang ramah, hangat, dan personal sama-sama mendapatkan rata-rata 4,19. Rata-rata terendah terdapat pada sikap bertanya kepada rekan tentang kemampuan mereka, dengan rata-rata 3,18 namun tetap pada kategori tinggi.

Butir pertanyaan Q1 yang mewakili indikator Hubungan Timbal Balik pada variabel *Social Capital* mendapatkan kategori skor tinggi dengan rata-rata 3,81, artinya antar karyawan memiliki pola hubungan timbal balik dalam upaya peningkatan kemampuan. Timbal balik yang tercipta dalam konteks saling bertukar informasi terkait pekerjaan.

Butir pertanyaan Q2 yang mewakili indikator kepercayaan pada variabel *Social Capital* mendapatkan tinggi sebesar 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan memiliki kepercayaan tinggi terhadap rekan-rekannya, ditunjukkan dengan sikap berkomitmen penuh pada keputusan yang telah diambil secara kolektif, meskipun dirinya tidak terlibat dalam pengambilan keputusan tersebut.

Butir pertanyaan Q3 yang mewakili indikator Kerjasama pada variabel *Social Capital* mendapatkan skor tertinggi dibandingkan skor indikator lainnya, sebesar 4,25. Artinya, di antara karyawan tercipta *teamwork* dalam melaksanakan pekerjaan secara bersama-sama sesuai dengan kapasitas dan *job description* masing-masing karyawan. Indikator kerjasama memiliki peran penting dalam

penelitian *Social Capital* di lingkungan kerja, termasuk dunia usaha. Pada penelitian ini, lingkungan kerja pada Sentra Batik di Kota Semarang dan Kabupaten Pekalonga memiliki keeratan kerjasama antar karyawan yang baik.

Butir pertanyaan Q4 yang mewakili indikator Solidaritas menunjukkan rata-rata skor 4,07 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa antar karyawan memiliki solidaritas yang tinggi terhadap sesamanya. Dalam konteks lingkungan kerja, solidaritas itu ditunjukkan dengan sikap “ringan tangan” dan saling membantu jika menjumpai rekannya mengalami kesulitan.

Butir pertanyaan Q5 yang mewakili indikator jaringan sosial juga memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 4,19 menunjukkan bahwa antar karyawan memiliki hubungan sosial yang baik, ditunjukkan dengan sikap melakukan pendekatan yang ramah, hangat, dan personal dengan karyawan lain untuk membangun kepercayaan. Dalam berbagai penelitian terdahulu yang dikaji dalam BAB II, aspek jaringan sosial memiliki peran penting dalam keseluruhan modal sosial.

Adapun nilai standar deviasi pada tiap indikator dalam variabel *Social Capital* menunjukkan angka yang relatif kecil. Semua nilai standar deviasi di bawah 1, artinya semakin kecil pula keragaman data yang diperoleh melalui skor kuesioner. Standar deviasi yang kecil juga menunjukkan tidak adanya data-data ekstrim yang memiliki margin tinggi dibandingkan data pada satu kelompok.

b. Deskripsi Data Variabel *Knowledge sharing*

Variabel eksogen kedua (X2) adalah *knowledge sharing* yang merepresentasikan adanya tindakan saling berbagi informasi maupun pengetahuan dalam satu tim. Skor yang didapatkan menunjukkan data berikut.

Tabel 4.3 Deskripsi Variabel *Knowledge sharing* (X2)

BUTIR ANGKET	Rata-rata	Standar Deviasi	Keterangan
Q6. Saya selalu ingin mengetahui dan mempelajari hal-hal yang baru tentang batik.	4,19	0,87	Tinggi
Q7. Saya mengamati, meniru, dan memodifikasi jenis atau tipe motif batik dari daerah lain.	3,67	0,99	Sedang
Q8. Saya mampu beradaptasi pada perubahan dan perkembangan trend batik.	3,96	0,81	Tinggi
Q9. Saya berbagi informasi tentang pekerjaan yang saya	3,95	0,84	Tinggi

lakukan dengan rekan-rekan saya.

Q10. Saya mampu

meminimalkan kesalahan

3,89

0,67

Tinggi

dalam menyelesaikan

pekerjaan.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 5 indikator utama, skor tertinggi terdapat pada indikator adaptasi pada perubahan. Rata-rata 3,96 skor responden untuk sikap beradaptasi pada perubahan dan tren yang baik. Sedangkan skor terendah terdapat pada indikator kedua terkait keingintahuan yang tinggi yang ditunjukkan dengan adanya sikap untuk selalu mempelajari jenis dan tipe motif batik dari daerah lain, dengan rata-rata skor 3,67.

Butir pertanyaan Q6 yang mewakili indikator ide-ide baru memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 4,19 menunjukkan bahwa karyawan secara profesional memiliki sikap terbuka pada ide-ide baru terkait bidang kerja masing-masing. Ide-ide baru lebih krusial pada dunia industri kreatif, termasuk industri batik yang membutuhkan kreativitas untuk mengembangkan model-model batik terbaru sesuai perkembangan tren *fashion*.

Butir pertanyaan Q7 yang mewakili indikator keingintahuan yang tinggi memiliki skor rata-rata kategori sedang sebesar 3,67 menunjukkan bahwa karyawan memiliki sikap keingintahuan yang sedang dalam hal tindakan mengamati, meniru, dan memodifikasi jenis atau tipe motif batik dari daerah lain.

Sikap dan tindakan ini sangat tergantung dengan segmen dan kebutuhan pasar akan jenis batik yang diminta konsumen.

Butir pertanyaan Q8 yang mewakili indikator keterbukaan diri memiliki skor rata-rata tertinggi dibandingkan indikator lainnya dalam variabel ini, sebesar 3,96 menunjukkan bahwa karyawan memiliki sikap terbuka ditunjukkan dengan adanya penerimaan masukan atas hal-hal baru mengenai perkembangan tren yang terus berubah dalam dunia *fashion*, termasuk produk batik.

Butir pertanyaan Q9 yang mewakili indikator bertukar informasi memiliki skor rata-rata kategori tinggi, bahkan tertinggi kedua dalam variabel ini, sebesar 3,95. Skor ini menunjukkan indikasi bahwa karyawan memiliki kebiasaan pola hubungan profesional secara terbuka antar karyawan lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kebiasaan saling bertukar informasi dengan sesama terkait pekerjaan yang sedang dan telah dikerjakan. Pola kebiasaan ini membentuk hubungan koordinatif antar sesama karyawan sehingga memudahkan untuk kontrol.

c. Deskripsi Data Variabel Kapabilitas Inovasi

Variabel Kapabilitas Inovasi merupakan variabel mediasi yang menjadi perantara pengaruh variabel X terhadap variabel Z. Variabel mediasi pada penelitian ini adalah kemampuan inovasi, yang terdiri dari 5 indikator utama, yaitu strategi teknologi, kapabilitas SDM, riset dan pengembangan, pengembangan produk baru, dan kapabilitas pemasaran. Data responden terangkum dalam tabel berikut.

Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kemampuan Inovasi (Y)

BUTIR ANGKET	Rata-rata	Standar Deviasi	Keterangan
Q11. Saya memiliki kemampuan dalam menggunakan alat-alat yang modern untuk kemudahan saya dalam bekerja.	4,00	0,74	Tinggi
Q12. Saya mampu menyelesaikan pekerjaan dengan ketelitian yang tinggi.	4,15	0,67	Tinggi
Q13. Ketika saya belajar hal-hal baru saya menyampaikan hal tersebut kepada rekan saya.	3,79	0,87	Tinggi
Q14. Saya sering membayangkan hal-hal unik tentang batik. Entah itu motif batik yang modern atau trend baju modern masa kini.	4,15	0,78	Tinggi
Q15. Saya berfikir rekan -	3,84	0,79	Tinggi



rekan saya harus tahu apa  
yang sedang saya kerjakan.

---

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa skor tertinggi terdapat pada indikator kedua dan ketiga, yaitu menyelesaikan pekerjaan dengan ketelitian yang tinggi dan sering membayangkan hal-hal unik tentang batik, dengan rata-rata skor 4,19. Sementara skor terendah terdapat pada sikap menyampaikan hal tersebut kepada rekan ketika belajar hal - hal baru, dengan skor rata-rata 3,79.

Butir pertanyaan Q11 yang mewakili indikator strategi teknologi memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 4,0 menunjukkan bahwa karyawan memiliki kecakapan terhadap teknologi yang baik. Indikator ini termasuk dalam variabel kapabilitas inovasi, di mana pemanfaatan teknologi sangat penting guna menunjang proses inovasi. Dengan dikuasainya alat-alat teknologi instrumen inovasi, maka pekerjaan-pekerjaan inovatif lebih bisa dioptimalkan. Indikator ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam memanfaatkan teknologi modern untuk membantu penyelesaian pekerjaan.

Butir pertanyaan Q12 yang mewakili indikator kapabilitas SDM memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 4,15 merupakan skor tertinggi dalam variabel ini. Data tersebut menunjukkan bahwa karyawan memiliki kapabilitas yang baik dalam pekerjaan, ditunjukkan dengan pelaksanaan pekerjaan dengan tingkat ketelitian yang tinggi. Aspek ketelitian termasuk aspek penting dalam industri batik, mulai dari penyusunan motif dan warna, produksi, hingga

pemasaran yang membutuhkan pengamatan teliti dalam mengenali motif-motif batik.

Butir pertanyaan Q13 yang mewakili indikator riset dan pengembangan memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 3,79 menunjukkan bahwa proses riset dan pengembangan berjalan baik. Karyawan masing-masing melaksanakan proses riset dan pengembangan, dalam bentuk pengamatan pada hal-hal baru dan mendiseminasikannya kepada rekan-rekan karyawan lain. Maka riset dan pengembangan pada tahap ini tidak semata dilakukan secara sistematis oleh perusahaan, namun juga lebih secara kultural melalui pembiasaan karyawan.

Butir pertanyaan Q14 mewakili indikator pengembangan produk baru dalam variabel kapabilitas inovasi. Indikator ini memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 4,15 termasuk yang tertinggi pada variabel. Data ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan produk baru sering dilakukan oleh para karyawan, ditandai dengan adanya tindakan pencarian hal-hal unik tentang batik, baik motif tradisional maupun motif modern. Pengembangan ini tidak diukur pada hasilnya, melainkan hanya diidentifikasi bahwa upaya pengembangan tersebut telah dilakukan oleh karyawan.

Butir pertanyaan Q15 yang mewakili indikator kapabilitas pemasaran memiliki skor rata-rata kategori tinggi sebesar 3,84 menunjukkan bahwa proses pemasaran berjalan baik. Kemampuan karyawan dalam konteks pemasaran ditunjukkan dengan adanya kebiasaan mengomunikasikan perihal proses maupun produk komoditas batik, baik kepada sesama karyawan, konsumen, maupun lingkungan sekitar. Kebiasaan tersebut tidak semata dilakukan oleh karyawan

bagian pemasaran, melainkan semua unsur. Oleh karena itu, pemasaran di sini dapat dimaknai dalam arti luas, tidak sebatas pada strategi promosi.

d. Deskripsi Data Variabel Kinerja

Variabel Kinerja (Z) merupakan variabel endogen yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. Variabel Z adalah kinerja yang ditunjukkan dengan 5 indikator utama, yaitu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, kualitas kinerja standar yang telah ditetapkan, fokus pada target, berkomitmen pada kualitas, serta memiliki komitmen pada kualitas, serta berkomitmen pada kepentingan waktu. Berikut adalah rangkuman data hasil pengisian kuesioner oleh responden.

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kinerja (Z)

BUTIR ANGKET	Rata-rata	Standar Deviasi	Keterangan
Q16. Saya mampu menyelesaikan pekerjaan saya dengan tepat waktu.	4,08	0,85	Tinggi
Q17. Ketika salah satu rekan saya ahli dalam bekerja, saya meminta mereka untuk mengajarkan saya bagaimana untuk melakukannya.	3,93	0,76	Tinggi

Q18. Saya mampu bekerja untuk mencapai / melebihi target.	3,93	0,79	Tinggi
Q19. Saya mengikuti pelatihan untuk mengasah kemampuan dan kreativitas saya.	3,96	0,91	Tinggi
Q20. Saya cepat dalam bertindak / mengambil sebuah keputusan.	3,51	0,98	Sedang

Tabel 4.7 menunjukkan data bahwa skor tertinggi terdapat pada variabel pertama, yaitu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu, dengan rata-rata skor 4,08. Keadaan data pada variabel ini cenderung seimbang, dengan margin skor masing-masing indikator tidak terlalu mencolok. Namun indikator kelima terkait dengan kecepatan dalam bertindak atau mengambil sebuah keputusan mendapatkan skor yang lebih rendah dengan kategori sedang.

Skor indikator tertinggi pada variabel ini merupakan butir kuesioner Q16 yang mewakili indikator ketepatan waktu dalam penyelesaian pekerjaan. Skor rata-rata 4,08 merupakan skor kategori tinggi yang menunjukkan bahwa karyawan memiliki kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan

yang dijadwalkan. Ketepatan waktu menjadi indikator penting dalam mengukur keseluruhan kinerja karyawan.

Butir kuesioner Q17 juga mendapatkan skor rata-rata tinggi sebesar 3,93 yang menunjukkan bahwa indikator kemampuan untuk mencapai kualitas kinerja sesuai dengan standar yang ditetapkan dapat dicapai dengan baik oleh karyawan. Pencapaian standar kinerja ditunjukkan dengan sikap untuk terus belajar, termasuk dari sesama rekan kerja, yang dipandang memiliki kinerja bagus. Para karyawan tidak segan menjadikan rekannya sendiri sebagai percontohan.

Skor rata-rata 3,93 juga dicapai pada indikator fokus pada target yang diwakili dengan butir kuesioner Q18. Dengan kategori tinggi, artinya karyawan memiliki kemampuan untuk mencapai target pribadi maupun tim, atau bahkan dengan kemungkinan melebihi target tersebut.

Hal tersebut berkaitan pula dengan butir kuesioner Q19 yang mewakili indikator komitmen untuk kualitas. Hasil pengukuran mendapatkan skor lebih tinggi sebesar 3.96 menunjukkan bahwa karyawan memiliki komitmen yang kuat pada kualitas kinerja. Komitmen tersebut ditunjukkan dengan sikap untuk selalu mengasah kemampuan diri dan kreativitas untuk mencapai hasil yang lebih baik secara konsisten. Maka ketika standar kualitas naik, dengan komitmen yang ada, karyawan dapat mampu mencapainya dengan terus berproses mengasah kemampuan dan kreativitas diri.

Indikator terakhir pada variabel kinerja adalah komitmen pada kepentingan waktu, yang diwakili pada butir kuesioner Q20 yang menunjukkan

skor rata-rata 3,51 atau berkategori sedang. Komitmen pada waktu tidak sebatas pada ketepatan waktu pada penyelesaian pekerjaan, namun juga mencakup efisiensi yang lebih luas, di mana karyawan harus bekerja, berpikir, dan bertindak dengan cepat. Kriteria “sedang” pada indikator ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan untuk bekerja secara efisien belum tercapai secara optimal. Terdapat dua kemungkinan, yaitu karyawan merasa belum mampu bekerja secara efisien waktu, atau karyawan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap efisiensi sehingga mereka sendiri merasa belum mencapainya secara maksimal.

#### 4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Evaluasi model dimaksudkan untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Validitas dilakukan uji konstruk dengan kriteria syarat tertentu untuk menilai keabsahannya sebagai instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan dengan dua tahap, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*.

##### 4.1.2.1 *Covergent Validity*

Pengujian *convergent validity* mengacu pada perbandingan skor antar item instrumen dan nilai konstruk. Dalam aplikasi statistik Smart PLS Versi 4, *convergent validity* ditunjukkan dalam output penghitungan *Cronbach Alpha*, *Composite Reliability*, dan *Average Variance Extracted* sebagai berikut.

Tabel 4.6 Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
<i>Social capital</i>	0.825	0.831	0.878	0.593
<i>Knowledge sharing</i>	0.810	0.825	0.870	0.575
Kapabilitas Inovasi	0.792	0.796	0.857	0.546
Kinerja	0.778	0.778	0.849	0.530

Ukuran justifikasi yang digunakan dalam penghitungan ini adalah dengan membandingkan skor penghitungan dengan standar validitas dan reliabilitas, di mana skor minimum *composite reliability* adalah 0,7, sedangkan skor minimum AVE adalah 0,5. Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh nilai *composite reliability* berada di atas 0,7 dan semua skor AVE berada di atas 0,5. Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel sehingga memenuhi syarat untuk dijadikan alat pengumpul data.

#### 4.1.2.2 Discriminant validity

Pengujian *discriminant validity* pada dasarnya dilakukan dengan membandingkan secara silang nilai konstruk untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Alat justifikasi yang digunakan adalah bahwa nilai konstruk yang dituju harus lebih besar, dan nilai semua konstruk yang

disilangkan harus di atas 0,7. Adapun hasil perbandingan silang dengan aplikasi Smart PLS sebagai berikut.

Tabel 4.7 Cross Loading Nilai Konstruk

	X1	X2	Y	Z
X1.1	<b>0.617</b>	0.673	0.540	0.698
X1.2	<b>0.844</b>	0.571	0.633	0.567
X1.3	<b>0.889</b>	0.386	0.433	0.319
X1.4	<b>0.827</b>	0.490	0.469	0.493
X1.5	<b>0.844</b>	0.531	0.593	0.557
X2.1	0.514	<b>0.853</b>	0.638	0.669
X2.2	0.421	<b>0.755</b>	0.433	0.517
X2.3	0.643	<b>0.847</b>	0.624	0.798
X2.4	0.514	<b>0.734</b>	0.553	0.636
X2.5	0.576	<b>0.776</b>	0.731	0.647
Y.1	0.425	0.574	<b>0.766</b>	0.503
Y.2	0.611	0.684	<b>0.797</b>	0.558
Y.3	0.466	0.507	<b>0.713</b>	0.583
Y.4	0.636	0.536	<b>0.720</b>	0.547
Y.5	0.481	0.624	<b>0.795</b>	0.758
Z.1	0.501	0.540	0.596	<b>0.749</b>
Z.2	0.493	0.685	0.750	<b>0.706</b>
Z.3	0.547	0.642	0.557	<b>0.771</b>

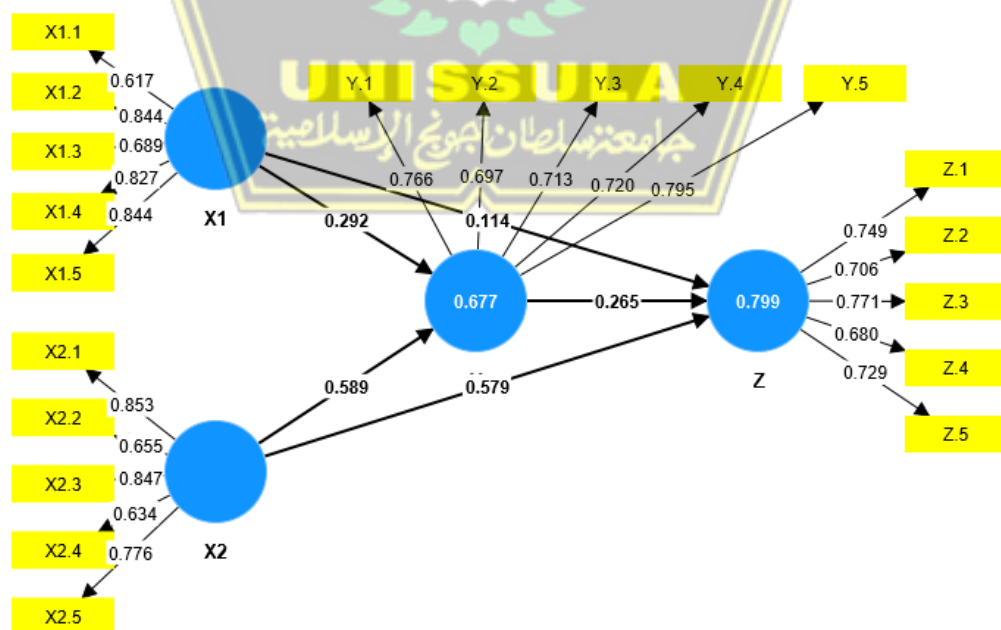


Z.4	0.576	0.698	0.513	<b>0.880</b>
Z.5	0.469	0.570	0.484	<b>0.729</b>

Pada data tercetak tebal dalam tabel 4.9 dapat dilakukan pengamatan bagaimana posisi nilai konstruk satu variabel yang disilangkan dibandingkan dengan nilai konstruk pada variabel lainnya, bahwa nilainya lebih besar. Sedangkan seluruh nilai konstruk berada di atas 0,7.

#### 4.1.3 Analisis Faktor Konfirmatori

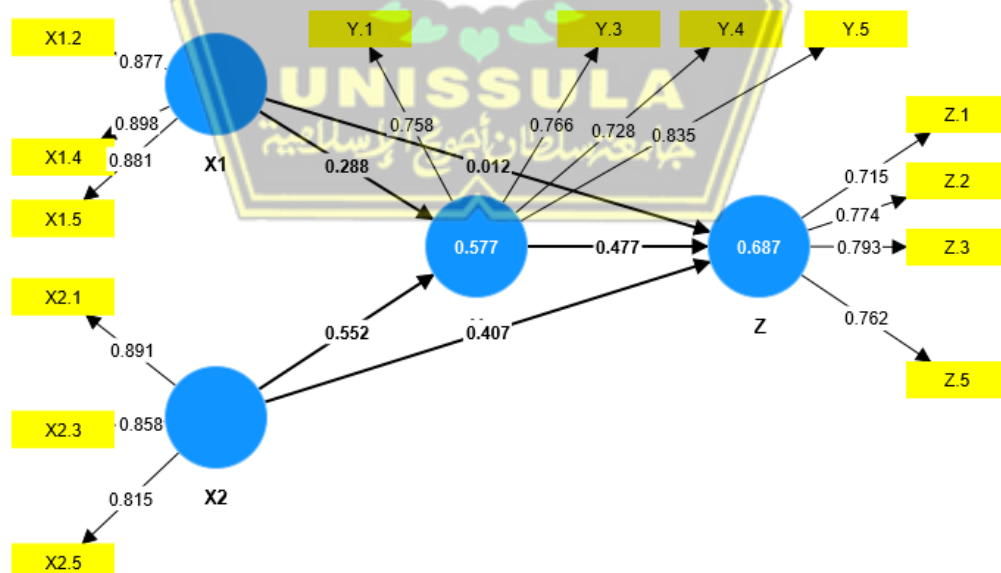
Tahap ini dimaksudkan untuk menguji apakah seluruh indikator dapat membentuk variabel laten untuk pembentukan model analisis. Jika terdapat indikator yang tidak memenuhi syarat, maka perlu dilakukan modifikasi model sehingga terbentuk variabel laten. Output hasil pengujian pertama sebagai berikut.



Gambar 4.2 Konfirmatori Analisis

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diamati konfirmatori pada model SEM. Untuk mengetahui model yang *fit* untuk menjadi variabel laten dan dapat dimasukkan ke dalam model SEM, maka nilai konstruk harus di atas 0,7. Pada Gambar 4.2 dapat diamati bahwa terdapat sejumlah indikator variabel yang tidak memenuhi kriteria, yaitu Indikator Hubungan Timbal Balik (X1.1), Indikator Kerjasama (X1.3), Indikator Keingintahuan yang Tinggi (X2.2), Indikator Bertukar Informasi (X2.4), Indikator Kapabilitas SDM (Y2), dan Indikator Komitmen yang Tinggi pada Kualitas (Z4). Maka langkah selanjutnya harus dilakukan modifikasi dengan menghilangkan indikator-indikator tersebut secara bertahap.

Setelah dihilangkan satu per satu indikator yang tidak memenuhi kriteria untuk dimasukkan dalam permodelan SEM, menghasilkan penghitungan sebagai berikut.



Gambar 4.3 Konfirmatori Analisis Pasca Modifikasi

Setelah dilakukan modifikasi dengan menghilangkan indikator variabel yang tidak *fit* dalam permodelan SEM, maka dihasilkan output sebagaimana digambarkan dalam Gambar 4.2. dari output tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang tersisa telah memenuhi kriteria untuk menjadi variabel laten dalam model SEM.

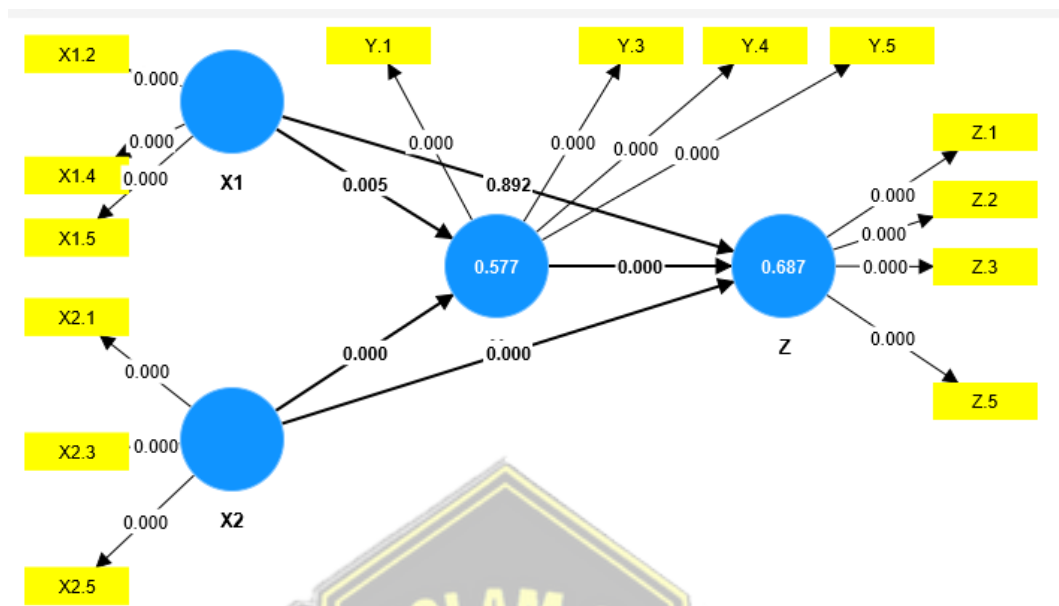
#### 4.1.4 Uji Asumsi SEM

##### 4.1.4.1 Evaluasi Multivariat Outlier

Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya data ekstrim yang memiliki perbedaan tinggi dengan observasi-observasi lainnya. Nilai ekstrim memiliki jarak yang terlalu jauh dengan data yang terkumpul dari data lainnya dalam satu kelompok. Jika data outlier tidak diperlakukan secara khusus, menimbulkan potensi adanya bias dalam hasil penelitian.

##### a. Pengamatan pada Hasil Bootstrapping

Langkah pertama dalam mendeteksi kemungkinan adanya data outliers adalah dengan mengamati model SEM setelah dilakukan bootstrapping, sebagaimana tertuang dalam gambar berikut.



Gambar 4.4 Output Data Bootstrapping

Berdasarkan output pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa nilai p-value X1 terhadap Z 0,892 lebih besar dari 0,05 sehingga harus dilakukan pemeriksaan adanya kemungkinan adanya data outlier pada kedua variabel tersebut. Data outlier dapat dilihat pada variabel laten untuk menemukan adanya data ekstrim.

b. Pengamatan pada Skor Variabel Laten

Pengamatan ini dilakukan untuk menemukan adanya variabel dengan skor ekstrim pada Data skor variabel laten pada model SEM. Berdasarkan pengamatan pada sebaran data ditemukan bahwa terdapat titik ekstrim sebaran data di mana menunjukkan skor mendekati -5 kuadran kiri bawah. Jika diamati pada tabel 4.10, responden nomor 56 menunjukkan data ekstrim dibandingkan dengan skor lainnya dalam kelompok sampel penelitian. Maka langkah yang dilakukan adalah dengan menghilangkan data tersebut dari data dasar penelitian.

Setelah dilakukan penghapusan data ekstrim maka didapatkan output sebaran data tampak lebih proporsional tanpa adanya outlier setelah dihilangkan data skor dari responden Nomor 56.

#### 4.1.4.2 Uji Normalitas Data

Normalitas data diuji untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan melihat skor Excess Kurtosis yang merupakan indikator keruncingan distribusi sebaran data. Data yang berdistribusi normal memiliki rentang skor Excess Kurtosis pada -2 hingga 2. Berdasarkan output Smart PLS menunjukkan data deskriptif variabel terdapat keruncingan tajam pada data variabel Z.1 yang menunjukkan adanya distribusi data tidak normal di dalamnya.

Terdapat sebaran data ekstrim pada beberapa titik, seperti skor -2,086. Modifikasi dilakukan dengan menghilangkan data ekstrim tersebut dari kelompok data sampel yang akan diuji, yaitu terdapat pada responden nomor 67. Selanjutnya pengamatan pada skor Excess Kurtosis menunjukkan seluruhnya berada pada rentang -2 hingga 2 sehingga tidak terdapat keruncingan sebaran yang menyebabkan data tidak berdistribusi normal.

#### 4.1.4.3 Uji Multikolinearitas Data

Mengetahui multikolinearitas dalam model regresi, dapat diamati pada nilai Faktor Inflasi Variasi (VIF). VIF adalah faktor yang menentukan seberapa besar kenaikan ragam dari koefisien penduga regresi dibandingkan dengan variabel bebas yang orthogonal jika dihubungkan secara linear. Nilai VIF akan

meningkat seiring dengan peningkatan korelasi antara variabel bebas. Nilai VIF > 10 dapat digunakan sebagai petunjuk adanya multikolinearitas. Berdasarkan output smart PLS menunjukkan nilai VIF berikut.

Tabel 4.8 Tabel Nilai VIF

	X1	X2	Y	Z
<i>Social capital</i>			1.550	1.746
<i>Knowledge sharing</i>			1.550	2.271
Kapabilitas Inovasi				2.365
Kinerja				

Tabel di atas menunjukkan indikasi bahwa tidak terdapat adanya multikolinearitas antar variabel eksogen sehingga dapat disimpulkan bahwa data layak untuk dimasukkan dalam permodelan.

#### 4.1.5 Analisis Permodelan SEM

Analisis permodelan dilakukan untuk menguji goodness and fit pada sebuah model SEM. Sebuah model dapat dikatakan baik dan cocok jika memiliki beberapa indikator. Pada sistem penghitungan Smart PLS, goodness and fit ditunjukkan pada 3 indikator, yaitu R-Square, F-Square, dan SRMR pada Model Fit. Berikut uraian hasil pengujian dengan aplikasi Smart PLS.

##### 4.1.5.1 R-Square

Evaluasi model ini dilakukan dengan maksud memperkirakan hubungan antar variabel. Evaluasi dilakukan dengan melihat output R-Square.

Tabel 4.9 Output R-Square

	R-square	R-square adjusted
Kapabilitas Inovasi	0.577	0.565
Kinerja	0.687	0.674

Output penghitungan pada tabel 4.10 menunjukkan seberapa besar variabel eksogen memberikan pengaruh pada variabel jalur dan variabel endogen. Dapat dilihat pada kolom r-square bahwa skor Y sebesar 0,577 artinya variabel X1 dan Variabel X2 memberikan pengaruh sebesar 57,7% pada variabel Y. Sedangkan pada skor Z menunjukkan 0,687 yang berarti variabel X1, X2, dan Y memberikan pengaruh sebesar 68,7% terhadap variabel Z. Adapun sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.

#### 4.1.5.2 F-Square

f-Square dijadikan alat justifikasi apakah sebuah permodelan memiliki pengaruh kuat variabel eksogen terhadap variabel endogen atau tidak. Nilai f square 0,02 sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek. Hasil output penghitungan dengan Smart PLS menunjukkan data berikut.

Tabel 4.10 Tabel Output f-square

	X1	X2	Y	Z
X1			0.127	0.000
X2			0.465	0.233
Y				0.308
Z				

Berdasarkan output pengujian di atas, menunjukkan bahwa *Social capital* (X1) tidak memiliki pengaruh pada Kinerja (Z), sedangkan *Social capital* (X1) memiliki pengaruh kecil pada Kapabilitas Inovasi (Y). Adapun *Knowledge sharing* (X2) memiliki pengaruh sedang pada Kinerja (Z), sedangkan *Knowledge sharing* (X2) memiliki pengaruh besar pada Kapabilitas Inovasi (Y). Adapun Kapabilitas Inovasi (Y) memiliki pengaruh sedang pada Kinerja (Z).

#### 4.1.5.3 Standard Root Mean Square Residual (SRMR)

*SRMR* adalah Standardized Root mean square residual yang merupakan alat ukuran fit model (kecocokan model). Nilai untuk rentang *SRMR* berkisar dari 0 – 1, dengan model fit yang memiliki nilai kurang dari 0,1, artinya sebuah permodelan SEM dikatakan fit apabila memiliki nilai *SRMR* lebih kecil dari 0,1. Berdasarkan penghitungan Smart PLS menghasilkan output berikut.



Tabel 4.11 Output Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.092	0.092
d_ULS	1.092	1.092
d_G	0.527	0.527
Chi-square	213.680	213.680
NFI	0.674	0.674

Berdasarkan output di atas dapat dilihat bahwa nilai SRMR berada pada skor 0,092 sehingga dapat disimpulkan permodelan tersebut dinilai baik dan fit.

#### 4.1.6 Uji Hipotesis

##### 4.1.6.1 Regression Weight

Tahap analisis selanjutnya adalah melakukan penilaian signifikansi pengaruh antar variabel, dengan menggunakan prosedur *bootstrapping*. Kalkulasi *bootstrapping* menggunakan smart PLS versi 4 dengan kriteria signifikansi 0,05 dapat dilihat hasil berikut.

Tabel 4.12 Uji Signifikansi Model

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
<i>Social capital</i> ->	0.292	0.282	0.102	2.851	0.004

Kapabilitas Inovasi					
<i>Social capital</i> ->	0.114	0.122	0.068	1.667	0.946
Kinerja					
<i>Knowledge sharing</i> ->	0.589	0.580	0.091	6.488	0.000
Kapabilitas Inovasi					
<i>Knowledge sharing</i> ->	0.579	0.575	0.086	6.761	0.000
Kinerja					
Kapabilitas Inovasi ->	0.265	0.270	0.090	2.931	0.003
Kinerja					

Tabel 4.17 menunjukkan hasil pengujian kembali dengan prosedur bootstrapping sebagai bentuk konfirmasi. Justifikasi hasilnya dapat dilihat pada kolom p value, di mana semua hasil penghitungan lebih kecil dari 0,05 kecuali pada pengukuran pengaruh X1 terhadap Z, yaitu sebesar 0,946. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 merupakan manifest untuk variabel Y, serta variabel X2 dan Y menjadi variabel manifest bagi variabel Z. Sedangkan X1 bukan variabel manifest bagi Z.

Berdasarkan ajuan hipotesis penelitian sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan ke dalam beberapa poin berikut.

- Variabel *social capital* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kapabilitas inovasi. Maka H<sub>0</sub> ditolak, dan H<sub>a</sub> diterima.
- Variabel *social capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja. Maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

- c. Variabel *knowledge sharing* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kapabilitas inovasi. Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- d. Variabel *knowledge sharing* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja. Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- e. Variabel kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja. Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

#### 4.1.6.2 Pengujian Efek Mediasi

Setelah dilakukan pengujian secara mandiri, selanjutnya dilakukan pengujian dengan skema mediasi dalam kerangka analisis jalur. Tahap ini dimaksudkan untuk menguji hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen melalui variabel perantara. Variabel eksogen terdiri dari *social capital* (X1) dan *Knowledge sharing* (X2), variabel endogen adalah kinerja (Z) sedangkan variabel penghubungnya adalah kapabilitas inovasi (Y). Hasil pengujian menunjukkan data berikut.

Tabel 4.13 Uji Signifikansi Model

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
<i>Knowledge sharing</i> ->	0.156	0.155	0.056	2.796	0.005
Kapabilitas Inovasi ->					

Kinerja					
<i>Social capital</i> ->					
Kapabilitas Inovasi ->	0.077	0.077	0.040	1.919	0.055
Kinerja					

Tabel 4.18 menunjukkan hasil pengujian secara simultan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel penghubung. Variabel eksogen dalam hal ini diuji apakah memberikan pengaruh secara tidak langsung dengan faktor adanya perantara variabel penghubung. Jika pengaruh terbukti signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kapabilitas inovasi (Y) efektif memediasi antara variabel *social capital* (X1) dan variabel *knowledge sharing* (X2) terhadap variabel kinerja (Z).

Adapun justifikasi diambil berdasarkan nilai output pada T statistic dan P value. Dikatakan signifikan apabila nilai T statistic lebih besar dari 1,96 dan P value lebih kecil dari 0,05. Sebaliknya, jika T statistic lebih kecil dari 1,96 atau P value lebih besar dari 0,05 maka pengaruh variabel eksogen terhadap endogen tidak signifikan dengan perantara variabel penghubung.

Berdasarkan output di atas, dapat diamati bahwa pola pengaruh X2 terhadap Z melalui perantara variabel Y memiliki nilai T statistic sebesar 2,796 > 1,96 dan nilai P value 0,005 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 dengan melalui perantara variabel Y memiliki pengaruh signifikan pada variabel.

Sedangkan pada baris kedua, dapat diamati bahwa pola pengaruh X1 terhadap Z melalui perantara variabel Y memiliki nilai T statistic sebesar  $1,919 < 1,96$  dan nilai P value  $0,055 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dengan melalui perantara variabel Y tidak memiliki pengaruh signifikan pada variabel.

Berdasarkan penghitungan di atas, dapat ditarik kesimpulan hipotesis sebagai berikut.

- a. Variabel *Social capital* melalui perantara Kapabilitas Inovasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja. Maka, H0 diterima dan Ha ditolak.
- b. Variabel *Knowledge sharing* melalui perantara Kapabilitas Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja. Maka, H0 ditolak dan Ha diterima.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh *Social capital* terhadap Kapabilitas Inovasi

*Social capital* atau modal sosial merupakan salah satu aspek penting dalam menunjang dunia karir dan usaha. Hal ini erat kaitannya dengan bagaimana membangun hubungan baik dengan sesama demi kinerja tim. Modal sosial juga menjadi salah satu unsur penting bagaimana seseorang membangun jejaring, kerjasama, dan wawasan untuk mendukung inovasi. Maka dalam penelitian ini, dilakukan pengujian, bagaimana pengaruhnya pada kapabilitas inovasi dalam konteks bidang usaha UKM Sentra Batik di Kota Semarang.

Teramati pada deskripsi data bahwa responden memberikan tanggapan paling positif pada indikator kerjasama. Hasil tersebut menunjukkan respon yang

positif terhadap item pernyataan kuesioner, bahwa responden mampu bekerjasama dengan pegawai/karyawan lain di tempat kerja. Sedangkan pada variabel Kapabilitas Inovasi (Y) skor tertinggi pada indikator keingintahuan yang tinggi dan bertukar informasi. Aspek kerjasama dengan aspek bertukar informasi tentu menjadi satu hal yang sangat berkaitan dalam bidang kerja apapun, termasuk Sentra Batik.

Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan Faccin et al., (2017) bahwa modal sosial membentuk ide-ide kreatif yang dapat meningkatkan kemampuan inovasi yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja inovasi.

#### 4.2.2 Pengaruh *knowledge sharing* terhadap kapabilitas inovasi

Sebagaimana variabel *social capital*, variabel *knowledge sharing* juga berpengaruh secara signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil pengujian, variabel *knowledge sharing* mendapat skor rata-rata tertinggi pada indikator ide-ide baru, di mana responden memberikan jawaban positif pada pernyataan bahwa mereka selalu mempelajari hal-hal baru tentang batik. Skor rata-rata yang diperoleh tertinggi dibandingkan indikator lainnya.

Pengetahuan menjadi modal penting dalam menunjang inovasi. Berbagi pengetahuan dengan rekan kerja menjadi salah satu sarana pengembangan pengetahuan menjadi lebih luas lagi, yang memungkinkan ditingkatkannya inovasi baru. Sebagaimana dipaparkan Zhang & Hartley (2018) bahwa menciptakan ide-ide baru dan meningkatkan output perusahaan karena daya serap yang lebih baik secara positif mempengaruhi kinerja dan output inovasi. Hasil

pengujian ini sejalan dengan penelitian Allameh (2018), Berraies (2020), dan Hussinki, dkk (2017) yang menghasilkan kesimpulan bahwa pengetahuan mewakili sumber daya paling berharga yang membantu perusahaan untuk berinovasi, mencapai kinerja yang unggul, dan untuk membedakan dari pesaing. Temuan ini sejalan dengan penelitian Delbufalo (2017) bahwa berbagi pengetahuan memiliki andil besar dalam peningkatan kemampuan berinovasi setiap individu.

#### 4.2.3 Pengaruh *Social capital* terhadap Kinerja

Pengaruh *social capital* terhadap kinerja menjadi satu-satunya pengujian yang menghasilkan kesimpulan tidak adanya pengaruh signifikan. Pengujian yang dilakukan dengan mengkorelasikan keduanya secara langsung menghasilkan nilai kesimpulan tidak adanya pengaruh signifikan. Secara teoretis keduanya dapat membangun korelasi positif, namun dalam pengujian pada populasi pengusaha UKM Sentra Batik di Kota Semarang kenyataannya tidak.

Pada dasarnya kedua variabel sama-sama mendapatkan tanggapan yang positif dari responden. Pada variabel *Social capital*, setiap indikator yang mendapatkan skor minimal. Pada variabel kinerja, hanya indikator capaian target yang mendapatkan skor minimal, sedangkan 4 indikator lainnya hanya sebagian kecil. Pada variabel kinerja sendiri skor rata-rata tertinggi terdapat pada indikator ketepatan waktu.

#### 4.2.4 Pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja

*Knowledge sharing* sebagai salah satu variabel eksogen memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap kinerja dibandingkan dengan *social capital*. Pengujian menghasilkan terdapat pengaruh signifikan dari variabel eksogen *knowledge sharing* terhadap variabel endogen kinerja. Sejalan dengan hal itu, penelitian yang dilakukan kinerja Asheq dan Hossain (2019) pada UKM butik di Bangladesh juga menunjukkan bahwa pemilik UKM berbasis butik selalu berusaha untuk terus memperbarui diri tentang trend pasar saat ini dalam ranah bisnis butik, seiring diikuti dengan mengumpulkan informasi pasar yang berwawasan dan sebagainya. Kesimpulan tersebut sejalan dengan indikator-indikator *knowledge sharing* yang dijadikan poin pengukuran pada penelitian ini.

Skor rata-rata tertinggi variabel *knowledge sharing* terdapat pada indikator ide-ide baru sehingga hal ini yang cukup menentukan dalam membentuk peningkatan kinerja. Ide-ide baru menjadi salah satu pemicu penting adanya peningkatan produktivitas karyawan dalam menjalankan tugas-tugas pekerjaannya. Hal tersebut menjadi satu aset penting bagi UKM Batik dalam mengembangkan usaha.

Persentase responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka melakukan pengembangan ide-ide baru untuk pengembangan produk sangat tinggi. Di sisi lain, responden juga menyatakan sangat setuju pada indikator komitmen pada kualitas berada pada urutan kedua. Kedua indikator tersebut mendapatkan persentase tertinggi untuk skor maksimal pada masing-masing indikator. Pengembangan ide baru dan pengembangan kapabilitas diri dapat



menjadi dua hal yang dilaksanakan secara selaras dalam satu proses yang saling beririsan. Sebagaimana ditegaskan oleh Martin, dkk (2013) bahwa rendahnya pelatihan dan pengembangan ketrampilan dapat dipandang sebagai masalah yang menghambat pertumbuhan kinerja UKM. Ide-ide baru dan kapabilitas diri karyawan perlu dilakukan pengembangan secara terus menerus melalui mekanisme pelatihan, karena tuntutan pasar dan persaingan usaha tentu berjalan senantiasa dinamis. Sebuah capaian target yang baik tidak selamanya terus bermakna baik jika hasil tersebut stagnan, karena ukuran pencapaian kinerja juga terus meningkat.

#### 4.2.5 Pengaruh *Social capital* terhadap Kinerja melalui Kapabilitas Inovasi

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bahwa variabel *Social capital* secara langsung tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja. Pengujian kedua dengan memasukkan variabel Kapabilitas Inovasi, menunjukkan bahwa hasilnya tetap tidak signifikan. Meskipun semua variabel yang diujikan mendapatkan skor tinggi, namun fluktuasi skor antara variabel-variabel tidak secara konsisten sejalan dan saling mendukung. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor pada *social capital*, dengan maupun tanpa perantara kapabilitas inovasi, tidak menjadi pemicu peningkatan maupun penurunan kinerja. Keduanya bisa dimungkinkan berjalan masing-masing, atau lebih dipengaruhi secara dominan oleh faktor lainnya yang lebih kuat sebagai determinan.

Hal ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan terdahulu oleh Chew dan Yeung (2001) bahwa salah satu aset yang dimiliki UKM adalah

kekuatan hubungan sosial yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis dalam hal adaptasi teknologi baru, pemasaran, dan berbagi sumber daya. Penelitian tersebut menempatkan 3 indikator pada kinerja, sementara penelitian ini menempatkan 5 indikator. Maka perbedaan konseptual tersebut dapat menjadi pembeda dalam hasil penelitian masing-masing. Dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan bentuk penyempurnaan pada penelitian-penelitian sebelumnya, khususnya pada upaya mengidentifikasi munculnya berbagai faktor-faktor sebagai determinan. Dengan menempatkan lebih banyak indikator, diharapkan koefisien determinasi menjadi lebih tinggi persentasenya, sehingga menghasilkan konklusi penelitian yang lebih bisa digeneralisir.

#### 4.2.6 Pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja melalui perantara kapabilitas inovasi

Hasil pengujian pada pola jalur ini menghasilkan kesimpulan adanya pengaruh signifikan. Kesimpulan yang diambil adalah adanya pengaruh signifikan variabel *knowledge sharing* terhadap kinerja, dan kapabilitas inovasi menjadi faktor mediasi yang efektif. Hal ini juga sejalan dengan pengaruh langsung secara linear yang juga menghasilkan kesimpulan signifikan.

Lin (2007) dalam konteks menegaskan bahwa arti penting kemampuan inovasi dalam konteks peningkatan kinerja adalah sebagai upaya menyikapi ketidakpastian keadaan lingkungan yang tidak selalu mendukung pengembangan usaha. Maka inovasi menghadirkan hal-hal baru yang membawa UKM dalam mengadaptasikan diri dengan lingkungan. Sejalan dengan penelitian ini, temuan

Wijekoon & Galahitiyawe (2015) dalam studinya bahwa secara nyata kemampuan inovasi dapat membawa perusahaan pada keunggulan kompetitif, peningkatan profit, dan hingga ketahanan jangka panjang dalam persaingan pasar.

Pada lingkup UKM, telah diteliti oleh Maldonado-Guzmán (2018) bahwa faktor inovasi menjadi determinan yang tinggi bagi peningkatan kinerja UKM, khususnya inovasi dalam produk, proses, pemasaran dan manajemen. Dalam kaitannya dengan *knowledge sharing*, *Knowledge sharing* meningkatkan keterampilan (inovasi) individu dan organisasi sehingga dapat memelihara modal intelektual organisasi (Hussinki, 2007).



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. *Social Capital* di kalangan pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang memberikan pengaruh signifikan pada kemampuan mereka dalam berinovasi. Hubungan linear modal sosial dengan kapabilitas inovasi menunjukkan semakin baik modal sosial pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang akan memberikan peningkatan pada kemampuan inovasi secara signifikan.
2. *Knowledge sharing* di kalangan pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang berpengaruh secara signifikan terhadap Kapabilitas Inovasi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil pengujian yang menunjukkan semakin baik *Knowledge Sharing* pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang akan memberikan peningkatan pada kemampuan inovasi secara signifikan.
3. *Social Capital* di kalangan pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja. Pengujian yang dilakukan dengan mengkorelasikan keduanya secara langsung menunjukkan kesimpulan bahwa peningkatan *social capital* tidak memberikan pengaruh signifikan pada kinerja.
4. *Knowledge sharing* memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja. Pengujian menunjukkan bahwa peningkatan dari *knowledge sharing* memiliki

pengaruh signifikan pada peningkatan kinerja di kalangan pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang.

5. *Social Capital* tidak memiliki pengaruh signifikan baik secara langsung maupun dengan melalui moderasi terhadap Kinerja. Pengujian menunjukkan *social capital* tidak memberikan pengaruh signifikan pada kinerja dengan menggunakan kapabilitas inovasi sebagai moderasi.
6. Terdapat pengaruh signifikan variabel *knowledge sharing* terhadap kinerja dengan hasil pengujian menunjukkan kapabilitas inovasi menjadi faktor mediasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja melalui *knowledge sharing* di kalangan pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh para pengusaha UKM Sentra Batik Kota Semarang sebagai berikut.

1. Upaya peningkatan kinerja karyawan, dalam rangka meningkatkan profit usaha UKM Sentra Batik di Semarang, dapat dilakukan dengan melakukan langkah-langkah optimalisasi *knowledge sharing* guna meningkatkan kapabilitas inovasi yang selanjutnya akan berdampak pada peningkatan kinerja. Peningkatan kinerja dapat dilakukan dengan mendorong eksplorasi ide-ide baru, menciptakan rasa keingintahuan yang tinggi, keterbukaan dan berbagi informasi antar karyawan, serta meningkatkan solusi dan efisiensi dalam pengelolaan.

2. Kapabilitas inovasi juga dapat ditingkat secara signifikan dengan optimalisasi *social capital*, meskipun secara langsung *social capital* tidak berdampak signifikan terhadap kinerja, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam rangka peningkatan kinerja, para pelaku usaha sentra batik dapat berfokus pada peningkatan *knowledge sharing* daripada *social capital*. Implikasinya, pengelola usaha harus melakukan optimalisasi hubungan antar karyawan dengan mempererat solidaritas dan kerjasama dalam setiap tugas tim sehingga dapat tercipta hubungan kepercayaan yang kuat dan adanya timbal balik antar individu karyawan. Jika terlaksana dengan baik, dapat tercipta struktur jaringan sosial yang kuat di internal karyawan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena lingkup yang terbatas demi menjaga fokus penelitian, di antaranya adalah:

1. Secara umum beberapa variabel eksogen penelitian memberikan pengaruh pada variabel endogen sebesar 68,7% yang artinya terdapat 31,3% pengaruh dari luar variabel yang diteliti. Maka penelitian ini belum mampu mengukur keseluruhan faktor yang mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan usaha sentra batik di Kota Semarang.
2. Penelitian ini hanya terbatas untuk lingkup pengusaha sentra batik di Kota Semarang dan tidak dapat digeneralisasi untuk pelaku usaha di tempat lain.
3. Penelitian ini hanya sebatas pada lingkup pengusaha sentra batik, sehingga belum dapat digunakan untuk jenis usaha lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & ...* <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1309784>
- Akhavan, P., & Hosseini, S. M. (2016). Social capital, knowledge sharing, and innovation capability: an empirical study of R&D teams in Iran. *Technology Analysis & Strategic ...* <https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1072622>
- Allameh, S. M. (2018). Antecedents and consequences of intellectual capital: The role of social capital, knowledge sharing and innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 858–874. <https://doi.org/10.1108/JIC-05-2017-0068>
- Álvarez, E. C., Zaragoza, M. C., Blanch, T. A., & ... (2018). Condicionantes del éxito y fracaso escolar en contextos de bajo nivel socioeconómico. *REXE. Revista de ...* <https://www.redalyc.org/journal/2431/243154900004/243154900004.pdf>
- Ardiansyah, D. O. (2016). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja (Studi Pada Bagian Produksi Pabrik Kertas PT. Setia Kawan Makmur .... *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <https://www.jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/70>
- Berraies, S. (2020). Social capital, employees' well-being and knowledge sharing: does enterprise social networks use matter? Case of Tunisian knowledge-intensive firms. *Journal of Intellectual Capital*, 21(6), 1153–1183. <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2020-0012>
- Bharati, P., Zhang, W., & Chaudhury, A. (2015). Better knowledge with social media? Exploring the roles of social capital and organizational knowledge management. *Journal of Knowledge ...* <https://doi.org/10.1108/JKM-11->

2014-0467

Braun, C. (2015). *A Qualitative Analysis of the Networks of Tourism SMEs in Germany: Managing Business Networks for Knowledge Transfer*. July.

Castela, B. M. S. (2018). Assessing the innovation capability of small- and medium-sized enterprises using a non-parametric and integrative approach. *Management Decision*, 56(6), 1365–1383. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2017-0156>

Cerchione, R., Esposito, E., & Spadaro, M. R. (2016). A literature review on knowledge management in SMEs. ... *Management Research \& ...* <https://doi.org/10.1057/kmrp.2015.12>

Chiu, C., Hsu, M., & Wang, E. T. G. (2006). *Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories*. 42, 1872–1888.

Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923606000583>

Darmadi, H. (2013). *Dimensi–Dimensi Metode Penelitian dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.

Dastourian, B., Kesim, H. K., Amiri, N. S., & ... (2017). Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge. *AD-Minister*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-02792017000100115%5C&script=sci\\_arttext%5C&tlng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-02792017000100115%5C&script=sci_arttext%5C&tlng=en)

Delbufalo, E. (2017). The effects of suppliers' trust on manufacturers' innovation capability: an analysis of direct versus indirect relationships. *Production Planning and Control*, 28(14), 1165–1176. <https://doi.org/10.1080/09537287.2017.1350766>



- Eze, U. C., Goh, G. G. G., Goh, C. Y., & Tan, T. L. (2013). Perspectives of SMEs on knowledge sharing. *Vine*. <https://doi.org/10.1108/03055721311329963>
- Faccin, K., Genari, D., & Macke, J. (2017). Interorganisational social capital and innovation: a multiple case study in wine producers networks in Serra Gaúcha. *RAI Revista de Administração e Inovação*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916311238>
- Ganguly, A. (2019). Evaluating the role of social capital, tacit knowledge sharing, knowledge quality and reciprocity in determining innovation capability of an organization. *Journal of Knowledge Management*, 23(6), 1105–1135. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2018-0190>
- García-villaverde, P. M., Elche, D., & Martínez-pérez, Á. (2017). International Journal of Hospitality Management Determinants of radical innovation in clustered firms of the hospitality and tourism industry & *International Journal of Hospitality Management*, 61, 45–58. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.11.002>
- Hislop, D. (2016). Knowledge management. *Encyclopedia of Human Resource Management*. <https://www.elgaronline.com/view/book/9781783475469/C188.xml>
- Hussinki, H., Ritala, P., Vanhala, M., & ... (2017). Intellectual capital, knowledge management practices and firm performance. *Journal of Intellectual ...* <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0116>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis: Accounting and Management*. Edisi Pertama, BPFE. Yogyakarta.
- Irani, Z. (2017). Social media and Web 2.0 for knowledge sharing in product design. *Production Planning and Control*, 28(13), 1047–1065. <https://doi.org/10.1080/09537287.2017.1329955>
- Jr, J. F. H., Sarstedt, M., Hopkins, L., & ... (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research.

*European Business* .... <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>  
<http://www.emeraldinsight.com/10.1108/EBR-10-2013-0128>

Keszey, T. (2018). Boundary spanners' knowledge sharing for innovation success in turbulent times. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2017-0033>

Kim, T. T., Lee, G., Paek, S., & Lee, S. (2013). Social capital, knowledge sharing and organizational performance: what structural relationship do they have in hotels? *International Journal of Contemporary* .... <https://doi.org/10.1108/IJCHM-Jan-2012-0010>

Korkeila, H. (2020). Avatar capital: The relationships between player orientation and their avatar's social, symbolic, economic and cultural capital. *Computers in Human Behavior*, 102, 14–21. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.036>

Laursen, K., Masciarelli, F., & Prencipe, A. (2012). Regions matter: How localized social capital affects innovation and external knowledge acquisition. *Organization Science*. <https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0650>

Le, P. B., & Lei, H. (2019). Determinants of innovation capability: the roles of transformational leadership, knowledge sharing and perceived organizational support. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2018-0568>

Lefebvre, V. (2016). Social capital and knowledge sharing performance of learning networks. *International Journal of Information Management*, 36(4), 570–579. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.008>

Lin, H. F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*. <https://doi.org/10.1108/01437720710755272>

Lin, H. F. (2014). Contextual factors affecting knowledge management diffusion in SMEs. *Industrial Management & Data Systems*. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2014-0232>

- Lins, K. V. (2017). Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis. *Journal of Finance*, 72(4), 1785–1824. <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
- Maldonado-Guzmán, G., Garza-Reyes, J. A., & ... (2018). Innovation capabilities and performance: are they truly linked in SMEs? *International Journal of ...* <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139>
- Maryani, N., Widyani, A. A. D., & Saraswati, N. (2020). Pengaruh Kompensasi Finansial terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi sebagai Variabel Intervening pada PT Arta Sedana Retailindo Cabang Hardys Malls .... *VALUES*. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/813>
- Matzler, K., Renzl, B., Müller, J., Herting, S., & ... (2008). Personality traits and knowledge sharing. *Journal of Economic ...* <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487007000499>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (2009). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Knowledge and Social Capital*, April 1998, 119–158. <https://doi.org/10.2307/259373>
- Okten, C., & Osili, U. O. (2004). Social networks and credit access in Indonesia. *World Development*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X04000634>
- Oyemomi, O., Liu, S., Neaga, I., Chen, H., & ... (2019). How cultural impact on knowledge sharing contributes to organizational performance: Using the fsQCA approach. *Journal of Business ...* <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296318301024>
- Ozigi, O. (2018). Social capital and financial performance of small and medium scale enterprises. *Journal of Advanced Research in Business and ...* [https://www.researchgate.net/profile/Ozigi-Obeitoh/publication/330701653\\_Social\\_Capital\\_and\\_Financial\\_Performance\\_of\\_Small\\_and\\_Medium\\_Scale\\_Enterprises/links/6047f9e54585154e8c8ac2](https://www.researchgate.net/profile/Ozigi-Obeitoh/publication/330701653_Social_Capital_and_Financial_Performance_of_Small_and_Medium_Scale_Enterprises/links/6047f9e54585154e8c8ac2)

1c/Social-Capital-and-Financial-Performance-of-Small-and-Medium-Scale-Enter

- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery: peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. *Jurnal Manajemen*.  
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/4080>
- Prayudi, D., & Oktapiani, R. (2020). PENGUKURAN KUALITAS SISTEM INFORMASI PENDAFTARAN PASIEN DENGAN MODEL DELONE MCLEAN:(Studi Kasus pada Aplikasi Mobile RS Hermina). *Jurnal Ilmiah Ekonomi: Jurnal Ilmu* ....  
<https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/JIIE/article/view/731>
- Preda, G. (2013). The influence of entrepreneurial orientation and market-based organizational learning on the firm's strategic innovation capability. *Management & Marketing*.  
<https://search.proquest.com/openview/ab9df6af71a000425f0b9383b562e0fb/1?pq-origsite=gscholar%5C&cbl=226548>
- Purwaningsih, R., & Kusuma, P. D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus UKM berbasis .... *Prosiding Seminar* ....  
[https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/PROSIDING\\_SNST\\_FT/article/view/1113](https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/PROSIDING_SNST_FT/article/view/1113)
- Rahmatussani, A. M., Hudayah, S., & ... (2020). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Peningkatan Brand Image, Corporate Reputation Serta Customer Loyalty Pada Bankaltimtara. *JMBI UNSRAT (Jurnal* .... <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/31158>
- Ruhamak, M. D., & Putra, Y. P. (2020). Determinasi Revisit Intention Ditinjau Dari Destination Image Melalui Customer Satisfaction di Kampung Inggris

Pare                      â€œKediri.                      *JURNAL*                      *EKBIS*.  
<https://mail.jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/ekbis/article/view/509>

Saha, M., & Banerjee, S. (2015). Impact of social capital on small firm performance in West Bengal. *The Journal of Entrepreneurship*.  
<https://doi.org/10.1177/0971355715586893>

Sugiyono, S. (2017). *Quantitative and Qualitative Methodologies in R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.

Sumiarni, L. (2019). Perilaku Self-Control dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Berdasarkan Theory Of Planned Behavior dan Conscientiousness) di STIKes Merangin. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*.  
<http://ekonomis.unbari.ac.id/index.php/ojsekonomis/article/view/69>

Supandi, E. D. (2020). Pengaruh Remunerasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan Menggunakan Structural Equation Modelling. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional* ....  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/prisma/article/view/37653>

Syukri, M., & Hinaya, H. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Anggaran Belanja Modal Kabupaten \&Kota .... *JEMMA (Journal of Economic, Management* ....  
<http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/jemma/article/view/245>

Ussahawanitchakit, P. (2007). INNOVATION CAPABILITY AND EXPORT PERFORMANCE: AN EMPIRICAL STUDY OF TEXTILE BUSINESSES IN THAILAND. *Journal of International Business* ....  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true%5C&profile=ehost%5C&scope=site%5C&authtype=crawler%5C&jrnl=15522903%5C&AN=31408068%5C&h=0d7odv0qi4IZ5EZ9nMXUTfAhOIHic9FLnkJ7RTeDpei2MhvhX9Hdmn4ymAEp1n1l6HHxawHCdTWzFcJpRw2flw%3D%3D%5C&crl=c>

Vu, H. M. (2020). A review of dynamic capabilities, innovation capabilities,

entrepreneurial capabilities and their consequences. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 485–494.  
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.485>

Wang, S., Guidice, R., Zhou, Y., & Wang, Z. M. (2017). It's more complicated than we think: The implications of social capital on innovation. *Asia Pacific Journal of ...* <https://doi.org/10.1007/s10490-016-9491-y>

Wijekoon, A., & Galahitiyawe, N. (2015). Innovativeness of Sri Lankan IT firms: The roles of knowledge management and dynamic innovation capabilities. *12th International Conference on ...*  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2699756](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2699756)

Zhang, D. (2017). Knowledge sharing among innovative customers in a virtual innovation community the roles of psychological capital, material reward and reciprocal relationship. *Online Information Review*, 41(5), 691–709.  
<https://doi.org/10.1108/OIR-08-2016-0226>

