

Diseminasi Pengetahuan Sebagai Variabel Pemediasi Antara Akuisisi Pengetahuan Dengan Kemampuan Inovasi

Rinawati Zailani

Sekolah Tinggi dan Ilmu Pendidikan (STIKIP) Catur Sakti Yogyakarta

Fitri Kurniasari

Sekolah Tinggi dan Ilmu Pendidikan (STIKIP) Catur Sakti Yogyakarta

rinawati.zailani@gmail.com

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh akuisisi pengetahuan, diseminasi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi, serta pengaruh diseminasi pengetahuan sebagai variabel mediasi di organisasi. Penelitian dilakukan dalam konteks Usaha Kecil Menengah (UKM), karena UKM merupakan unit yang sangat mudah dan lincah dalam melakukan inovasi. Kemampuan inovasi dalam UKM sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan global, digunakan untuk kemajuan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Penelitian dilakukan dengan teknik menyebarkan kuisioner pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menyebar 200 kuisioner. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana dan regresi hierarkhi. Analisis data diawali dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi. Berdasar hasil analisis yang dilakukan, diperoleh hasil pengaruh akuisisi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap diseminasi pengetahuan serta akuisisi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi. Temuan dalam penelitian ini antara lain: 1) pemilik/manajer UKM sektor kerajinan merupakan tipe kognitif inovator karena cenderung menggunakan pengetahuan implisit untuk menciptakan inovasi, 2) pemilik/manajer UKM, berperan penting dalam penyebaran pengetahuan implisit untuk menciptakan pengetahuan, 3) terdapat beberapa hambatan dalam penyebaran pengetahuan yaitu sumber informasi, penerima informasi, jenis informasi, situasi organisasi, waktu, maupun bahasa dan persepsi.

Kata Kunci: *akuisisi pengetahuan, diseminasi pengetahuan, kemampuan inovasi*

Pendahuluan

Keadaan lingkungan merupakan keadaan yang dinamik, terus mengalami perubahan dan suatu organisasi perlu menyesuaikan diri untuk tetap bertahan. Kondisi lingkungan yang kompetitif mendorong pelaku usaha untuk terus menciptakan strategi pengembangan dan pembaruan. Strategi inovasi membantu pembuatan keputusan pengelolaan sumberdaya yang digunakan mencapai tujuan organisasi untuk inovasi, penciptaan nilai, dan membangun keunggulan kompetitif (Dogson, 2008). Suatu organisasi akan mengelola sumberdaya yang dimilikinya agar tetap bernilai, langka dan sulit ditiru bagi organisasi lain, serta tidak tergantikan untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Barney, 1991).

Dogson (2008) dalam bukunya menyatakan bahwa perbandingan derajat inovasi perusahaan besar maupun kecil tidak menemukan suatu kesimpulan yang padu. Hal tersebut berarti, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil harus tetap melakukan inovasi karena memiliki keterbatasan-keterbatasan tersendiri. Organisasi kecil, Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai

kontribusi yang signifikan pada inovasi hingga saat ini, dan UKM tersebut mempunyai peran penting sebagai innovator untuk pembangunan ekonomi (Ar dan Baki, 2011).

Kemampuan inovasi sangat bergantung pada ketersediaan pengetahuan yang diciptakan dari banyaknya pengetahuan yang didapat dan dikelola untuk menjamin kesuksesan inovasi. Oleh sebab itu, manajemen pengetahuan memiliki kontribusi dalam pengembangan keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui inovasi. Manajemen pengetahuan memberi dorongan pada organisasi sehingga budaya berinovasi dapat diwujudkan (Du Plessis, 2007).

Pengetahuan baru mempengaruhi kemampuan organisasi untuk menyerap dan menggunakan pengetahuan dalam rangka menciptakan inovasi (Indarti, 2010). Faktor penting yang berpengaruh dalam penemuan inovasi yaitu manajemen yang mendukung inovasi dan budaya inovasi dalam suatu organisasi. Faktor penentu penting lainnya yaitu strategi sumberdaya manusia dalam berinovasi, kekuatan tim, dan manajemen pengetahuan (Read, 2000).

Dalam Usaha Kecil Menengah (UKM), tantangan manajemen pengetahuan dalam menyebarkan pengetahuan masih terhambat sebagai akibat dari ukuran organisasi yang kecil, sehingga belum mempunyai kemampuan manajerial yang memadai (Narteh, 2008). Salah satu elemen dalam manajemen pengetahuan yaitu akuisisi pengetahuan. Terdapat penelitian bahwa akuisisi pengetahuan dapat berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap inovasi (Liao *et al.*, 2010).

Organisasi membutuhkan pengetahuan untuk meningkatkan kompetensi dan kapabilitas yang diperoleh dari berbagai sumber. Akuisisi pengetahuan dalam organisasi merupakan suatu kemampuan organisasi dalam mencari, mengidentifikasi, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengelola informasi/pengetahuan (Pinho *et al.*, 2012). Penelitian mengenai akuisisi pengetahuan telah banyak dilakukan, penelitian-penelitian terdahulu (Watanabe dan Senoo, 2010; Darroch, 2003, 2005; dan Wang *et al.*, 2010), menyebutkan bahwa akuisisi pengetahuan berpengaruh terhadap inovasi.

Pengetahuan yang didapat individu merupakan pengetahuan yang tidak tampak atau bersifat implisit. Pengetahuan implisit yang tidak tampak perlu dikodifikasi ditransfer dibagi kepada orang lain agar dapat bermanfaat untuk organisasi (Nonaka dan Takeuchi, 1995). Berdasar penelitian Darroch (2003; 2005), pengetahuan implisit yang diakuisisi dapat disebarkan pada organisasi (diseminasi pengetahuan). Penelitian Darroch (2003; 2005) menunjukkan bahwa baik akuisisi pengetahuan maupun diseminasi pengetahuan berpengaruh terhadap inovasi.

Berdasar uraian tersebut, penelitian dimaksudkan untuk mengidentifikasi variabel akuisisi pengetahuan dan diseminasi pengetahuan sebagai kesuksesan inovasi, yang mana pengetahuan yang diakuisisi tersebut harus disebarkan (diseminasi) dalam organisasi dahulu sehingga dapat menciptakan inovasi. Pemahaman bahwa akuisisi pengetahuan memerlukan diseminasi dan akan menciptakan inovasi, maka pada penelitian ini akan diuji apakah variabel diseminasi pengetahuan dapat memediasi pengaruh akuisisi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi.

Penelitian dilakukan pada sektor usaha kecil menengah (UKM) dengan beberapa alasan. Pengetahuan yang ada di industri UKM merupakan pengetahuan yang *tacit*, yang mana hal tersebut bersifat implisit, melekat erat pada individu yang bersangkutan. Pengetahuan UKM masih dangkal dan belum terspesialisasi. Kedangkalan pada pengetahuan UKM dapat ditutupi dengan mencari pengetahuan dari luar. Selain itu, pengetahuan dalam UKM masih sempit dan terbatas, sehingga membutuhkan pengelolaan agar bertahan dalam industri yang kompetitif (Nooteboom, 1994).

Terdapat beberapa manfaat penelitian manajemen pengetahuan untuk UKM. Pertama, keputusan yang dilakukan UKM pada umumnya cepat daripada usaha besar, sehingga manajemen pengetahuan sangat relevan dengan UKM. Kedua, UKM relatif dinamik dan tangkas daripada usaha besar serta lebih siap untuk belajar dan mencari pengetahuan. Ketiga, UKM lebih rentan kehilangan karyawan daripada usaha besar, sehingga UKM perlu pengelolaan manajemen pengetahuan agar

efektif dan dapat mempertahankan pengetahuan yang dimiliki yang mana industri terus mengalami perubahan dan persaingan (Alawneh *et al.*, 2009).

UKM merupakan organisasi yang mempunyai keterbatasan dalam pengelolaan dan mekanisme mendapatkan pengetahuan (Zhang *et al.*, 2006). Untuk menghadapi hal tersebut, UKM tidak punya pilihan selain terus melakukan inovasi untuk bertahan dalam persaingan industri, dan mencapai kegiatan operasional yang unggul (Indarti, 2010).

Pengelolaan manajemen pengetahuan khususnya akuisisi pengetahuan sudah banyak dilakukan penelitian baik keseluruhan manajemen pengetahuan maupun khusus akuisisi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi (Liao *et al.*, 2010; Wang *et al.*, 2011; Darroch, 2003, 2005). Penelitian terdahulu tersebut telah memaparkan hubungan akuisisi pengetahuan dengan kemampuan inovasi organisasi, tetapi belum terdapat penelitian yang memasukkan variabel diseminasi pengetahuan sebagai variabel mediasi terhadap kemampuan inovasi.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Suatu organisasi akan meningkatkan kepentingan inovasi sebagai sarana menuju keunggulan kompetitif yang banyak difokuskan pada usaha kecil menengah karena UKM sering dipertimbangkan dalam situasi ketergantungan sebagai akibat keterbatasan akses yang dimiliki. Inovasi merupakan suatu mekanisme yang menjembatani modal sosial dari asset organisasi dengan pencapaian tujuan organisasi. Derajat inovasi tersebut menjadi faktor pendukung kinerja di UKM (Gronum *et al.*, 2012). Kemampuan inovasi merupakan faktor pokok pendorong UKM dalam persaingan industri baik secara nasional maupun internasional, sehingga cara meningkatkan dan mempertahankan inovasi merupakan fokus utama bagi UKM (Cakar dan Erturk, 2010).

Johanessen *et al.*, (2001) mengemukakan konsep inovasi ke dalam enam tipe kegiatan inovasi, yaitu: kebaruan pada produk, kebaruan pada jasa/pelayanan, kebaruan pada cara-cara produksi, kebaruan pada membuka pasar baru, kebaruan pada sumber bahan baku/pemasok, dan kebaruan pada pengelolaan organisasi. Inovasi radikal dan inkremental keduanya merupakan inovasi. Faktor internal yang berpengaruh dalam inovasi UKM yaitu pendidikan pemilik, pengalaman bekerja, lembaga R&D, keterampilan teknis tenaga kerja, investasi dalam R&D, dan pelatihan, latar belakang dan pendidikan pemilik dan tenaga kerja UKM (Rianto *et al.*, 2006), faktor budaya, hubungan struktural (informasi, komunikasi, dan proses pembelajaran), kompetensi internal (nilai, keahlian, sistem), dan peran manajemen IT (Johanessen *et al.*, 2001). Selain itu, faktor eksternal yang berpengaruh terhadap inovasi antara lain: hubungan dengan pemasok, jejaring, kondisi pasar, dan infrastruktur pengetahuan eksternal (Johanessen *et al.*, 2001).

Akuisisi pengetahuan merupakan penciptaan atau penemuan pengetahuan, yang dapat berasal dari berbagai sumber, dari keahlian dan pengalaman anggota organisasi, maupun pihak lain yang berhubungan dengan organisasi baik konsumen, pemasok, pemerintah, pesaing, dan lembaga keuangan (Darroch, 2003). Pengetahuan yang berperan dalam inovasi mempunyai sifat sebagai *tacit* dan *intangible asset* yang perlu dikelola demi lancarnya strategi organisasi. Aset yang paling penting bagi pengembangan organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif yaitu pengetahuan. Pengetahuan tersebut melekat pada individu, yang merupakan faktor utama dalam hal kemampuan untuk mencari pengetahuan baru, memahami pengetahuan, dan menyerap pengetahuan baru yang berasal dari pengalaman yang dijalani (Van Geenhuizen dan Indarti, 2005). Pengetahuan mempunyai kekuatan karena merupakan sumber daya yang sangat penting untuk memelihara aset yang bernilai, untuk belajar hal-hal baru, memecahkan masalah, menciptakan kompetensi inti, dan memulai situasi baru baik untuk individu maupun organisasi saat ini dan masa depan (Liao, 2003).

Menurut Sackmann (1992), pengetahuan baru diperoleh melalui tiga cara: 1) berdasar perubahan industri dengan membaca artikel dan menghadiri pameran perdagangan, 2) merekrut karyawan dengan pengetahuan yang dibutuhkan organisasi, dan 3) memilik karyawan yang

mengikuti pelatihan keahlian khusus. Hal tersebut berarti bahwa untuk menunjang inovasi dalam organisasi dibutuhkan pengetahuan dari luar agar dapat melengkapi dan meningkatkan kemampuan organisasi. Wang *et al.*, (2010), memisahkan akuisisi pengetahuan dalam dua faktor yaitu: 1) pengetahuan ilmiah, yang meliputi pengetahuan bersal dari pusat RdanD, pemerintah dan badan penelitian serta universitas/institute, 2) pengetahuan industri, yang mana pengetahuan berasal dari pemasok, konsumen, pesaing, dan informasi organisasi.

Diseminasi pengetahuan menurut Darroch (2003), merupakan penyebaran pengetahuan yang terstruktur dalam konsep penciptaan pengetahuan Nonaka dan Takeuchi (1995) yang meliputi proses sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi. Penciptaan pengetahuan organisasi didasarkan pada dua tipe pengetahuan yaitu pengetahuan implisit dan pengetahuan eksplisit (Nonaka dan Tekeuchi, 1995), yang mana ada interaksi dari keduanya baik dari level individu, kelompok, hingga antar organisasi (Byosiore dan Luethge, 2008).

Mengelola inovasi merupakan pengelolaan ketidakpastian dalam pengetahuan. Integrasi dari pengetahuan, perilaku, dan kebiasaan berpikir mendorong timbulnya inovasi yang dipengaruhi dari dalam maupun luar organisasi, dan pihak yang paling berperan yaitu dari sektor bisnis (Pittaway *et al.*, 2004). Organisasi secara internal dapat melakukan inovasi, tetapi harus tetap mendapatkan informasi dan pengetahuan dari luar untuk menjaga proses yang inovatif. Akuisisi pengetahuan dengan kemampuan inovasi suatu organisasi mempunyai hubungan langsung dan tidak langsung. Beberapa penelitian telah menguji bahwa akuisisi pengetahuan dapat berpengaruh secara langsung terhadap kemampuan inovasi (Darroch, 2005; Wang *et al.*, 2010; Liao *et al.*, 2010). Menjaga hubungan dengan pemasok, pelanggan, lembaga pemerintah, dan asosiasi industri akan menghasilkan pengetahuan baru yang bermanfaat bagi pembelajaran penciptaan inovasi (Rianto, 2006).

H₁ : Akuisisi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi.

Pemilik/manajer dari suatu organisasi berperan dalam transfer pengetahuan. Pemilik/manajer memiliki kontrol yang tinggi untuk mempengaruhi dan memotivasi karyawan dalam mencapai tujuan organisasi (Gibson *et al.*, 2009). Sachs (2005), dalam Raza *et al.* (2006), menyatakan bahwa manusia dengan budaya dan pengetahuan yang dimiliki dapat memanfaatkan pengetahuannya untuk pemecahan masalah dan meningkatkan kesejahteraan. Weick (1979), dalam Hecker (2012), membuktikan bahwa tindakan berbagi pengetahuan dapat membentuk pengetahuan.

Akuisisi pengetahuan sebagai kekuatan utama peningkatan pengetahuan dalam organisasi untuk keunggulan kompetitif melalui modal intelektual yang dimiliki organisasi (Kim, 1998 dalam Liao *et al.*, 2010). Akuisisi pengetahuan sebagai proses pengembangan atau penciptaan keahlian, wawasan, hubungan antar pihak sumber pengetahuan, dan sebagai cara pengumpulan pengetahuan dalam organisasi.

H₂ : Akuisisi pengetahuan berpengaruh positif terhadap diseminasi pengetahuan

Manajemen pengetahuan mempunyai beberapa dimensi. Menurut Andreeva dan Kianto (2011), terdapat 4 proses dalam manajemen pengetahuan yaitu pendokumentasian, penyebaran, pemerolehan, dan penciptaan pengetahuan. Berdasar penelitian tersebut, akuisisi pengetahuan merupakan kegiatan pertama dalam aktivitas menerima pengetahuan dari luar dan menggabungkan serta menggunakan pengetahuan dalam organisasi (Liao *et al.*, 2010).

Diseminasi pengetahuan bermanfaat bagi UKM agar pengetahuan tetap melekat dalam organisasi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemilik/manajer UKM perlu mengelola pengetahuan yang dimilikinya menjadi pengetahuan organisasi untuk kemajuan bisnis. Beberapa penelitian telah menunjukkan hubungan antara diseminasi pengetahuan dan kinerja organisasi (Tseng, 2010; Song, 2008), dan diseminasi pengetahuan dapat berpengaruh terhadap kemampuan inovasi (Darroch, 2005). Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini dimaksudkan untuk

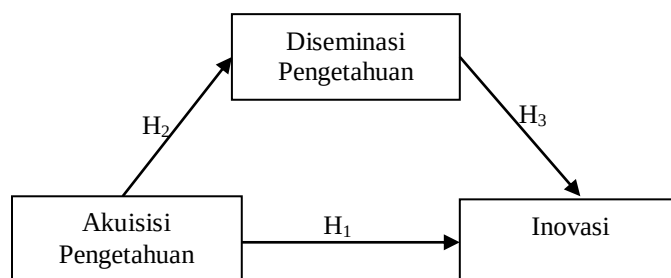
menganalisis pengaruh diseminasi pengetahuan pada kemampuan inovasi, sehingga disusun hipotesis:

H₃ : Diseminasi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi

Upaya pengelolaan pengetahuan untuk kesuksesan bisnis masih sulit dilakukan, karena keinginan individu dalam membagi dan menggabungkan pengetahuan yang dimiliki merupakan salah satu hambatan dalam manajemen pengetahuan (Lam dan Ford, 2010). Hal tersebut mengindikasikan bahwa manajemen pengetahuan sangat diperlukan dan perlu pengelolaan untuk memberikan kontribusi pada kinerja organisasi. Pengelolaan pengetahuan berpengaruh pada pemilihan pengetahuan yang dikumpulkan, jumlah pengetahuan yang disimpan, letak pengetahuan disimpan, dan cara pengetahuan untuk lebih mudah disebarkan dalam organisasi.

Terdapat beberapa penelitian yang menggunakan diseminasi pengetahuan model Nonaka dan Takeuchi (1995) sebagai variabel mediasi dalam studi penelitian (Khan, 2012; Hui *et al.*, 2008). Penelitian Darroh (2003;2005) juga menunjukkan bahwa akuisisi pengetahuan dan diseminasi pengetahuan berpengaruh terhadap kemampuan inovasi.

H₄ : Diseminasi pengetahuan memediasi pengaruh positif akuisisi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi



Gambar 1. Model Penelitian

(Sumber : Wang *et al.*, 2010; Darroch, 2003;2005, dan Liao *et al.*, 2010)

Metode Penelitian

Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana dan regresi hierarkhi. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive* atau *judgment sampling* untuk memastikan responden sesuai dengan tujuan penelitian (Cooper dan Schindler, 2011). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme digunakan dalam meneliti sampel dan populasi penelitian. Analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif dan bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesa yang sudah ditetapkan sebelumnya (Oktaviantri dan Budiarti, 2021). Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi yang diwakili oleh pemilik atau manajer UKM sektor produksi kerajinan di Yogyakarta.

Akuisisi pengetahuan yaitu kemampuan organisasi dalam mencari, mengidentifikasi, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengelola informasi/pengetahuan (Pinho *et al.*, 2012). Konstruk ini diukur dengan 15 item yang berdasar Darroch (2003) dan Wang *et al.*, (2010). Skala yang digunakan yaitu 5 point Skala Likert (1 = sangat jarang; sampai dengan 5 = sangat sering). Salah satu contoh item yaitu: “saya mengamati sikap karyawan terhadap pekerjaan”.

Diseminasi pengetahuan merupakan perubahan pengetahuan dari implisit menjadi eksplisit yang terstruktur dalam model Nonaka dan Takeuchi (1995). Konstruk ini diukur dengan 10 item yang berdasar Darroch (2003). Skala yang digunakan yaitu 5 point Skala Likert (1 = sangat jarang;

sampai dengan 5 = sangat sering). Salah satu contoh item yaitu: “informasi mengenai pelanggan disebarluaskan dalam organisasi kami”.

Inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk menciptakan kebaruan yang diukur dari enam tipe kegiatan inovasi, yaitu kebaruan pada produk, jasa/pelayanan, metode produksi, pasar baru, sumber bahan baku/pemasok, dan pengorganisasian baru (Johanessen *et al.*, 2001). Kontruk ini diukur dengan 6 item yang mengukur kemampuan inovasi organisasi dalam tiga tahun terakhir. Skala yang digunakan dengan 5 point Skala Likert (1 = sangat jarang; sampai dengan 5 = sangat sering). Salah satu contoh item yaitu: “kami mengeluarkan produk baru”. Daftar pertanyaan kuisioner kami sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Item Pertanyaan Penelitian

No.	Item Pertanyaan Akuisisi Pengetahuan Berdasar penelitian berdasar Darroch (2003) dan Wang <i>et al.</i>, (2010)
1	Kami mendapatkan informasi/pengetahuan dari pengusaha lain
2	Kami mendapatkan informasi/pengetahuan dari penelitian/seminar/workshop
3	Kami mengetahui kebutuhan informasi/pengetahuan untuk usaha kami
4	Informasi/pengetahuan usaha kami disimpan dan dapat diakses anggota
5	Kami mengamati sikap karyawan terhadap pekerjaannya
6	Atasan/pemilik/manajer mencari tahu kenyamanan karyawan terhadap pekerjaannya
7	Kami mendorong karyawan untuk mengikuti pelatihan/seminar/workshop
8	Kami mengadakan pertemuan/rapat/diskusi dengan karyawan
9	Usaha kami memiliki informasi/catatan keuangan yang baik
10	Kami menganalisis/ mendiskusikan produk dan pelayanan usaha
11	Kami melakukan pengembangan produk yang berasal dari pasar/konsumen
12	Kami cepat dalam mendeteksi perubahan selera konsumen
13	Informasi mengenai pesaing/pengusaha lain diperoleh dari berbagai pihak dalam perusahaan kami
14	Kami merekrut karyawan yang pintar/berpengalaman dalam pengetahuan
15	Usaha kami melakukan survey pasar/survey konsumen untuk prediksi
No.	Item Pertanyaan Diseminasi Pengetahuan Berdasar penelitian Darroch (2003)
1	Informasi mengenai pelanggan disebarluaskan kepada karyaawan
2	Catatan tentang pelanggan dapat diakses karyawan
3	Melakukan diskusi antar bagian untuk membicarakan pengembangan usaha
4	Karyawan tahu kepada siapa bertanya dan meminta bantuan
5	Karyawan saling berbagi cerita satu dengan yang lain
6	Karyawan dapat berkerja bersama dalam satu tim sesuai ketertarikannya
7	Kami melakukan pendampingan dan pelatihan bagi karyawan
8	Kami mencatat kesuksesan maupun ketidaksuksesan usaha kami
9	Kami menggunakan teknologi komunikasi (grup WA) untuk berbagi informasi/ pengetahuan
10	Kami membuat laporan tertulis tentang usaha kami
No.	Item Pertanyaan Kemampuan Inovasi Berdasar teori Johanessen <i>et al.</i>, (2001)
1	Usaha kami mengeluarkan produk baru
2	Usaha kami memberikan pelayanan baru baik bagi kosumen maupun karyawan
3	Usaha kami menggunakan metode/cara/teknologi produksi baru

4	Usaha kami mendapat pelanggan / konsumen baru
5	Usaha kami mendapat sumber daya baru atau pemasok/supplier baru
6	Kami mengelola usaha dengan menggunakan cara baru / konsep baru

Sumber: Data primer

Berdasar 200 kuisioner yang disebarkan, 191 kuisioner dapat digunakan untuk analisis. Uji validitas dinyatakan valid dengan nilai KMO-MSA yang baik sebesar 0.749 dan signifikansi *Bartlett's Test* sebesar 0,000. Uji reliabilitas menggunakan kriteria *Cronbach's Alpha* dengan nilai akuisisi pengetahuan sebesar 0,707; diseminasi pengetahuan sebesar 0,766; dan kemampuan inovasi sebesar 0,701; sehingga dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana untuk pengujian hipotesis 1-3, dan analisis regresi hirarkhis untuk pengujian hipotesis 4 (uji mediasi). Regresi sederhana dilakukan untuk menguji hipotesis 1-3, yaitu pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Regresi hirarkhis digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor mediasi dalam penelitian. Tahap dalam melakukan regresi yaitu dengan meregres variabel independen terhadap variabel dependen, apabila $p\text{-value} < 5\%$, maka hipotesis didukung (Hair *et al.*, 2010).

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan uji hipotesis pertama yang memperlihatkan nilai signifikansi pada $p < 0,01$. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Berdasar analisis, dapat diketahui bahwa akuisisi pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan pada kemampuan inovasi ($\beta = 0,462$; $t = 7,168$; Sig. = 0,000). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 didukung.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Pertama

Variabel Independen	Var. Dependen: Kemampuan Inovasi		
	β	T	Sig.
Akuisisi Pengetahuan	0,462**	7,168	0,000

Sumber: Data primer diolah

Ket: ** $p < 0,01$

Pengujian hipotesis selanjutnya yaitu untuk melihat pengaruh variabel akuisisi pengetahuan terhadap diseminasi pengetahuan. Uji statistik dalam analisis ini membuktikan bahwa variabel akuisisi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap diseminasi pengetahuan. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai $\beta = 0,173$; $t = 2,410$; dan Sig. = 0,017 ($p < 0,05$). Berdasarkan hal tersebut, hasil menunjukkan bahwa hipotesis 2 didukung. Hasil analisis pengujian hipotesis 2 terangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Kedua

Variabel Independen	Var. Dependen: Diseminasi Pengetahuan		
	β	T	Sig.
Akuisisi Pengetahuan	0,173*	2,410	0,017

Sumber: Data primer diolah

Ket: * $p < 0,05$

Analisis regresi ketiga yaitu untuk menganalisis pengaruh variabel diseminasi pengetahuan pada kemampuan inovasi. Berdasar uji statistik yang dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi p

> 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel diseminasi pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kemampuan inovasi ($\beta = 0,122$; $t = 1,689$; dan $\text{Sig.} = 0,093$), sehingga hipotesis ketiga tidak didukung. Hasil uji hipotesis ketiga disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Variabel Independen	Var. Dependen: Kemampuan Inovasi		
	β	T	Sig.
Diseminasi Pengetahuan	0,122 ^{ns}	1,689	0,093

Sumber: Data primer diolah

Ket: ns : tidak signifikan

Pengujian hipotesis yang terakhir yaitu untuk menguji variabel diseminasi pengetahuan sebagai variabel pemediasi pengaruh antara akuisisi pengetahuan dengan kemampuan inovasi. Menurut Baron dan Kenny (1986), uji mediasi dilakukan berdasar 3 syarat, yaitu: 1) variabel independen, dalam hal ini akuisisi pengetahuan, harus berpengaruh signifikan pada variabel pemediasi yaitu diseminasi pengetahuan pada tahap pertama, 2) variabel independen yaitu akuisisi pengetahuan harus berpengaruh pada variabel dependen kemampuan inovasi pada tahap kedua, dan 3) variabel pemediasi diseminasi pengetahuan harus berpengaruh terhadap variabel dependen kemampuan inovasi pada tahap ketiga.

Apabila ketiga syarat tersebut terpenuhi, efek mediasi terlihat pada tahap ketiga, apakah variabel independen tetap berpengaruh pada variabel dependen ketika variabel pemediasi dimasukkan. Jika variabel independen tetap berpengaruh pada variabel dependen, maka yang terjadi adalah mediasi parsial. Namun, apabila variabel independen menjadi tidak berpengaruh pada variabel dependen ketika variabel pemediasi dimasukkan, maka yang terjadi adalah mediasi sempurna. Hasil pengujian hipotesis keempat dalam penelitian ini disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Keempat

Variabel Independen	Tahap I (jalur a)			Tahap II (jalur b)			Tahap III (jalur c)		
	Diseminasi Pengetahuan			Kemampuan Inovasi			Kemampuan Inovasi		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Akuisisi Pengetahuan	0,173*	2,410	0,017	0,462**	7,168	0,000	0,455**	6,936	0,000
Diseminasi Pengetahuan							0,043 ^{ns}	0,661	0,509
R ²	0,214			0,030			0,216		
Adj R ²	0,210			0,025			0,207		
F							0,000**		

Sumber: Data primer diolah

Ket: ** p < 0,01

* p < 0,05

ns : tidak signifikan

Tabel tersebut menunjukkan analisis pada hipotesis keempat yaitu variabel diseminasi pengetahuan memediasi pengaruh positif akuisisi pengetahuan pada kemampuan inovasi. Hasil pengujian hipotesis tersebut memperlihatkan bahwa pada tahapan regresi pertama, nilai koefisien β dan signifikansi menunjukkan hasil yang positif signifikan ($\beta = 0,173$; $t = 2,410$; dan $\text{Sig.} = 0,017$),

yang berarti akuisisi pengetahuan berpengaruh positif signifikan pada diseminasi pengetahuan. Pada tahapan regresi kedua, nilai koefisien β dan signifikansi juga menunjukkan hasil yang positif signifikan ($\beta = 0,462$; $t = 7,168$; Sig. = 0,000), yang berarti akuisisi pengetahuan berpengaruh positif signifikan pada kemampuan inovasi. Namun pada tahapan ketiga, pengaruh antara diseminasi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi, nilai koefisien β dan signifikansi menunjukkan hasil yang tidak signifikan ($\beta = 0,043$; $t = 0,661$; Sig. = 0,509), yang berarti hipotesis keempat gagal didukung karena variabel mediasi yaitu diseminasi pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kemampuan inovasi.

Berdasarkan hasil uji mediasi yang dilakukan pada ketiga tahapan regresi tersebut, maka dapat diketahui meskipun syarat pertama dan kedua tahapan regresi terpenuhi, yaitu akuisisi pengetahuan berpengaruh signifikan pada diseminasi pengetahuan dan kemampuan inovasi, namun syarat ketiga tidak terpenuhi karena diseminasi pengetahuan tidak berpengaruh signifikan pada kemampuan inovasi, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat tidak didukung. Hal tersebut menunjukkan bahwa diseminasi pengetahuan tidak memediasi pengaruh positif akuisisi pengetahuan pada kemampuan inovasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi, hipotesis pertama didukung. Akuisisi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu bahwa akuisisi pengetahuan dapat berpengaruh secara langsung terhadap kemampuan inovasi (Darroch, 2005; Wang *et al.*, 2010; Liao *et al.*, 2010). Pengalaman, aktivitas berbagi pengetahuan, dan sumber-sumber ilmu pengetahuan lain yang didapatkan oleh pemilik/manajer dapat digunakan untuk meningkatkan inovasi.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemilik/manajer UKM sektor kerajinan dapat mengumpulkan seluruh pengetahuan dan memanfaatkan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Lingkungan yang dinamis, kemajuan teknologi yang pesat dapat menambah pengetahuan pemilik/manajer untuk meningkatkan usahanya dengan menciptakan produk/pelayanan/metode baru. Berdasar karakteristik responden, dengan rentang usia produktif maka pemilik/manajer dapat mengoptimalkan kinerja untuk memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki.

Pengaruh akuisisi pengetahuan pada kemampuan inovasi menunjukkan bahwa pemilik/manajer UKM merupakan individu dengan tipe kognitif inovator. Ciri individu inovator menurut Kirton (1976,1979) dalam Amabile (1988), yaitu bekerja diluar paradigma, yaitu dapat memunculkan ide-ide baru di luar pengetahuan formal yang ada. Hal tersebut dapat dibuktikan apabila organisasi menerima pesanan berdasar gambar yang tidak dapat dipenuhi secara penuh, maka akan mencari ide baru untuk memodifikasi pesanan tersebut.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini didukung, bahwa akuisisi pengetahuan yang dimiliki pemilik/manajer UKM berpengaruh positif terhadap diseminasi pengetahuan. Hal tersebut berarti, pengetahuan yang dimiliki pemilik/manajer UKM sektor kerajinan dapat dibagi kepada seluruh anggota organisasi. Sesuai dengan teori Nonaka dan Takeuchi pada tahun 1995 bahwa alat komunikasi yang diperlukan dalam organisasi yaitu dengan transfer pengetahuan melalui diseminasi pengetahuan.

Diseminasi pengetahuan merupakan penyebaran pengetahuan oleh pemilik/manajer kepada seluruh organisasi. Penyebaran pengetahuan ini meliputi tahap perubahan pengetahuan implisit (pengalaman dan pengetahuan individu) menjadi pengetahuan eksplisit (yang dapat dituliskan maupun digambarkan) kemudian dapat menjadi pengetahuan implisit kembali (kebiasaan). Hal tersebut dapat terjadi karena struktur UKM yang sederhana sehingga komunikasi antar anggota dapat dilakukan kapan saja baik secara formal maupun nonformal. Penyebaran pengetahuan secara formal dapat dilakukan saat rapat ketika akan menghadapi pameran, dan penyebaran pengetahuan nonformal dilakukan setiap saat bahkan saling tukar pikiran saat sedang bekerja.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini tidak didukung. Diseminasi pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi. Hasil penelitian ini berarti, pengetahuan yang

telah dibagikan kepada karyawan tidak mampu digunakan untuk menciptakan inovasi. Hal tersebut dapat terjadi karena anggota organisasi (karyawan) kurang mampu menangkap pengetahuan yang diberikan pemilik/manajer. Sesuai dengan beberapa penelitian bahwa pengetahuan yang ditransfer/dibagi memiliki beberapa hambatan.

Menurut Szulanski (1996), terdapat beberapa hal yang menyebabkan transfer pengetahuan menjadi sulit, yaitu: 1) Sumber pengetahuan, dalam hal ini individu yang memiliki pengetahuan kurang kesadaran/motivasi untuk berbagi pengetahuan, 2) karakteristik pengetahuan yang membingungkan dan rumit sehingga sulit untuk ditransfer, 3) karakteristik penerima pengetahuan yang kurang dalam kemampuan mengingat, pasif, menolak, dan sulit berubah menghambat transfer pengetahuan, dan 4) karakteristik organisasi, yang mana dapat terjadi ketika suatu perusahaan sedang dalam kondisi yang kurang bagus yang dapat disebabkan oleh struktur, perilaku maupun koordinasi yang ada di dalamnya sehingga transfer pengetahuan sulit untuk dipraktekkan.

Berdasar hasil analisis regresi hirarkhis yang telah dilakukan, hipotesis empat dalam penelitian ini tidak didukung. Hasil tersebut didasarkan pada analisis regresi yang mana pada syarat ketiga pengaruh diseminasi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi tidak terbukti signifikan, walaupun syarat pertama dan kedua signifikan yaitu akuisisi pengetahuan berpengaruh positif terhadap diseminasi pengetahuan dan kemampuan inovasi. Hasil penelitian ini menunjukkan UKM pada umumnya pemilik/manajer menggunakan pengetahuan implisit daripada pengetahuan eksplisit, sehingga pengetahuan langsung digunakan untuk membuat keputusan menciptakan inovasi. Oleh sebab itu, pemilik/manajer UKM disebut sebagai individu tipe inovator karena cenderung menggunakan pengetahuan implisit dalam bekerja (Chilton dan Bloodgood, 2010). Berdasarkan analisis pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hasil keseluruhan hipotesis terangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	Hasil Temuan	Kesimpulan
1	Akuisisi pengetahuan berpengaruh positif pada kemampuan inovasi	Positif, signifikan	Hipotesis didukung
2	Akuisisi pengetahuan berpengaruh positif pada diseminasi pengetahuan	Positif, signifikan	Hipotesis didukung
3	Diseminasi pengetahuan berpengaruh positif pada kemampuan inovasi	Positif, tidak signifikan	Hipotesis tidak didukung
4	Diseminasi pengetahuan memediasi pengaruh positif akuisisi pengetahuan pada kemampuan inovasi	Analisis tahap pertama dan kedua signifikan, analisis tahap ketiga tidak signifikan	Hipotesis tidak didukung

Sumber: Data primer diolah

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuisisi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi dan akuisisi pengetahuan juga berpengaruh positif terhadap diseminasi pengetahuan. Hasil lainnya menunjukkan bahwa diseminasi pengetahuan tidak terbukti mempengaruhi kemampuan inovasi dan tidak berhasil memediasi pengaruh positif antara akuisisi pengetahuan dan kemampuan inovasi.

Berdasar hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memberikan beberapa temuan, antara lain: 1) pemilik/manajer UKM sektor kerajinan merupakan tipe kognitif inovator

karena cenderung menggunakan pengetahuan implisit untuk menciptakan inovasi, 2) pemilik/manajer UKM, berperan penting dalam penyebaran pengetahuan implisit untuk menciptakan pengetahuan, 3) terdapat beberapa hambatan dalam penyebaran pengetahuan yaitu sumber informasi, penerima informasi, jenis informasi, situasi organisasi, waktu, maupun bahasa dan persepsi.

Daftar Pustaka

- Alawneh, A.A., A. Abuali, dan T.Y. Almarabeh. (2009). "The role of knowledge management in enhancing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMES)". *Communications of the IBIMA*, 10, 98-109.
- Amabile, T.M. (1988). "A model of creativity and innovation in organizations". *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167.
- Andreeva, T., dan A. Kianto. (2011). "Knowledge processes, knowledge-intensity and innovation: a moderated mediation analysis". *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 1016 – 1034.
- Ar, I.M., dan B. Baki. (2011). "Antecedents and performance impacts of product versus process innovation: Empirical evidence from SMEs located in Turkish science and technology parks". *European Journal of Innovation Management*, 14(2), 172–206.
- Barney, J. (1991). "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baron, R.M., dan D.A. Kenny. (1986). "The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations". *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Byosiore, P., and D.J. Luethge. (2008). "Knowledge domains and knowledge conversion: an empirical investigation". *Journal of Knowledge Management*, 12(2), 67-78.
- Çakar, N.D., and A. Ertürk. (2010). "Comparing innovation capability of small and medium-sized enterprises: examining the effects of organizational culture and empowerment". *Journal of Small Business Management*, 48(3), 325–359.
- Chilton, M.A., dan J.M. Bloodgood. (2010). "Adaption-innovation theory and knowledge use in organizations". *Management Decision*, 48(8), 1159-1180.
- Cooper, D.R., dan P.S. Schindler. (2011). *Business Research Methods (10th Edition)*. Singapore: McGraw-Hill.
- Darroch, J. (2003). "Developing a measure of knowledge management behaviors and practices". *Journal of Knowledge Management*, 7(5), 41-54.
- Darroch, J. (2005). "Knowledge management, innovation and firm performance". *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 101-115.
- Dogson, M. (2008). *The management of technological innovation*. Oxford University Press, New York.
- Du Plessis, M. (2007). "The role of knowledge management in innovation". *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20 – 29.
- Gibson, J.L., J.M. Ivancevich, J.H. Donnelly, dan R. Konopaske. (2009). *Organizations: behavior, structure, processes*. Mc Graw Hill.
- Gronum, S., L.V. Martie, dan K. Tim. (2012). "The role of networks in small and medium-sized enterprise innovation and firm performance". *Journal of Small Business Management*. 50 (2), 257–282.
- Hair, J.F., A.R.L. Tatham, dan Black, W.C.. (2010). *Multivariate Data Analysis: Global Perspective (7th edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hecker, A. (2012). "Beyond the individual? Making sense of a notion of collective knowledge in organization theory". *Organization Studies*, 33, 423-445.

- Indarti, N. (2010). Does knowledge stickiness affect a firm's innovation capability? empirical evidence from Indonesian furniture SMEs. Empirical data were based on the work of *The Effect of Knowledge Stickiness and Interaction on Absorptive Capacity: Evidence from furniture and software Small and Medium Enterprises in Indonesia*. Disertasi (tidak dipublikasikan). Groningen: University of Groningen.
- Johannessen J-A, B. Olsen, dan G.T. Lumpkin. (2001). "Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?". *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20-31.
- Khan, S. (2012). "Mediation effect of combination dan internalization on social capital component dan organizational creativity's relationship". *International Journal of Research and Development - A Management Review (IJRDMR)*, 1(1), 29-36.
- Lam, A., dan J.P.L. Ford. (2010). "Knowledge sharing in organisational contexts: a motivation-based perspective". *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 51-66.
- Liao, S.H. (2003). "Knowledge management technologies and applications—literature review from 1995 to 2002". *Expert Systems with Applications*, 25, 155–164.
- Liao, S. (2010). "The relationship among knowledge management, organizational learning, and organizational performance". *International Journal of Business and Management*, 4 (4).
- Narteh, B. (2008). "Knowledge transfer in developed-developing country interfirm collaborations: a conceptual framework". *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 78 – 91.
- Nonaka, I, dan H. Takeuchi. (1995). *The Knowledge-creating company: How Japanese companies create dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Nooteboom, B. (1994). "Innovation and diffusion in small firms: Theory and evidence". *Small Business Economics*, 6, 325-347.
- Oktaviantri, R., dan A. Budiarti. (2021). "Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya)". *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5 (1), 112 -127.
- Pinho, I., A. Rego, dan M.P. Cunha. (2011). "Improving knowledge management processes: a hybrid positive approach". *Journal of Knowledge Management*, 16(2), 215-242.
- Pittaway, L., M. Robertson, K. Munir, D. Denyer, dan A. Neely. (2004). "Networking and innovation: a systematic review of the evidence". *International Journal of Management reviews*, 5/6 (3dan4), 137-168.
- Raza, A., A.R. Kausar, dan D. Paul. (2006). "Culture, cognition and knowledge-based development". *Journal of Knowledge Management*, 10(5), 137-145.
- Rianto, Y., B. Triyono, dan C.S. Laksani. (2006). "Studi faktor-faktor determinan kemampuan inovasi UKM". *Widyaswara riset Vol. 9*.
- Sackmann, S.A. (1992). "Culture and subcultures: an analysis of organizational knowledge". *Administrative Science Quarterly*, 37(1), 140-161.
- Song, J.H. (2008). "The key to organizational performance improvement: A perspective of organizational knowledge". *Performance Improvement Quarterly*, 21(2), 87-103.
- Szulanski, G. (1996). "Exploring internal stickiness: impediments to the transfer of best practice within the firm". *Strategic Management Journal*, 17, 27-43.
- Tseng, S.M. (2010). "The correlation between organizational culture and knowledge conversion on corporate performance". *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 269-284.
- Van-Geenhuizen, M., and N. Indarti. (2005). "Knowledge as a critical resource in innovation among small furniture companies in Indonesia, an exploration". *Gadjah Mada International Journal of Business*, 7(3), 371—390.
- Wang, Y.L., Y.D. Wang, dan R.Y. Horng. (2010). "Learning and innovation in small and medium enterprises". *Industrial Management dan Data Systems*, 110(2), 175-192.

- Watanabe, R.M., dan D. Senoo. (2010). "Shaping knowledge management: organization and national culture". *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 214-227.
- Zhang, M., A. Macpherson, dan O. Jones. (2006). "Conceptualizing the learning process in smes : improving innovation through external orientation". *International Small Business Journal*, 24, 299.