

PENGARUH *KNOWLEDGE SHARING* TERHADAP KEMAMPUAN INOVASI USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI YOGYAKARTA DENGAN *ABSORPTIVE CAPACITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Dwi Wahyu Pril Ranto

Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta

e-mail: dwi_lombok@yahoo.com

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) have an important role in national economic development, because in addition to contributing to national economic growth can also absorb the workforce in large numbers. But to the develop of SMEs is not easy, a lot of issues and challenges to be faced. In order to maintain these SMEs, need a breakthrough so that SMEs can compete, survive and innovate products that can be accepted by the market. Due to the absence of efforts to overcome these problems it is difficult for SMEs to survive in the long term. Among the efforts is making knowledge sharing so that the innovation capability to do. This study aims to examine the effect of knowledge sharing on innovation capacity of small and medium enterprises (SMEs) in Yogyakarta through the absorptive capacity as an intervening variable. While the population in this study is the SMEs in the area of DIY in particular the districts of Bantul, Sleman and Yogyakarta. Samples are taken the employees who are in SMEs where they work. The sampling technique used purposive sampling with sample criteria, namely the SMEs which have 1 (one) year running the business, because it is the SMEs have been able to survive and run their business better. In addition, this study also used convenience sampling technique. This research used regression analysis to analysis the data. Based on the analysis result that there is a significant effect of the variable Knowledge Sharing on Absorptive Capacity. Furthermore, there was no significant effect of variables Absorptive Capacity on Innovation Ability of Small and Medium Enterprises (SMEs). While the Knowledge Sharing has effect on Innovation Ability of Small and Medium Enterprises (SMEs). And the results showed that the variables Absorptive Capacity not be intervening variables influence the Knowledge Sharing on Innovation Ability of Small and Medium Enterprises (SMEs).

Keyword: *knowledge sharing, absorptive capacity, innovation capability*

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional juga dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Tetapi untuk mengembangkan UKM tidak mudah, banyak masalah dan tantangan yang harus dihadapi. Dalam rangka mempertahankan UKM ini, perlu terobosan sehingga UKM dapat bersaing, bertahan dan inovatif sehingga produk dapat diterima oleh pasar. Karena tidak adanya upaya untuk mengatasi masalah tersebut sulit bagi UKM untuk bertahan hidup dalam jangka panjang. Upaya dilakukan dengan *Knowledge Sharing* sehingga kemampuan inovasi diperoleh. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity* dan menguji pengaruh *Absorptive Capacity* dan *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi serta menguji *Absorptive Capacity* sebagai variabel intervening pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah UKM di daerah DIY khususnya Kabupaten Bantul, Sleman dan Yogyakarta. Sampel yang diambil karyawan yang berada di UKM di mana mereka bekerja. Teknik sampling yang digunakan purposive sampling dengan kriteria sampel, yaitu UKM yang sudah (satu) tahun menjalankan bisnis karena dianggap telah mampu bertahan dan menjalankan bisnis. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik convenience sampling. Alat analisis yang digunakan analisis regresi. Berdasarkan analisis hasil menunjukkan bahwa ada

pengaruh signifikan variabel *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity*, tidak ada pengaruh signifikan variabel *Absorptive Capacity* terhadap Kemampuan Inovasi, ada pengaruh signifikan variabel *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi, variabel *Absorptive Capacity* tidak menjadi variabel intervening pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi.

Kata kunci: *knowledge sharing*, *absorptive capacity*, kemampuan inovasi.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional, sebab selain memberi kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional juga dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Pengembangan UKM di Indonesia sangat penting untuk dilakukan, mengingat fungsi sosial ekonomi politiknya yang strategis. Sebagaimana dijelaskan oleh Stel et al, (2004) menyatakan bahwa peranan UKM dapat dikatakan penting dalam perekonomian nasional. Peranan tersebut seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor nonmigas. Peranan UKM yang sangat strategis dan penting tersebut dapat ditinjau dari berbagai aspek. Pertama, jumlah industri-nya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala lebih besar. Ketiga, kontribusi UKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan. Keempat, memiliki sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil. Dari berbagai peran yang strategis tersebut, mengembangkan UKM bukan hal yang mudah. UKM memiliki permasalahan yang cukup kompleks, Tarigan dan Susilo (2008) mengungkapkan faktor-faktor yang menghambat perkembangan UKM antara lain; kurang pengetahuan tentang pasar, daya tawar yang lemah, minimnya modal dan rendahnya teknologi. Selain itu UKM juga menghadapi beberapa tantangan eksternal, antara lain; munculnya globalisasi yang berakibat meningkatnya persaingan pasar, lemahnya pengaturan dan penegakan hukum, rendahnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk UKM dalam negeri, dan belum meluasnya dukungan infrastruktur yang memadai bagi sentra-sentra produksi UKM.

Berdasarkan berbagai masalah yang dihadapi oleh UKM tersebut maka perlu

terobosan agar UKM dapat bersaing, bertahan dan berinovasi menghasilkan produk-produk yang dapat diterima oleh pasar. Karena tanpa adanya upaya yang dapat mengatasi masalah-masalah tersebut maka sulit bagi UKM untuk dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Isu yang saat ini menjadi perhatian dari berbagai kalangan praktisi maupun akademisi adalah adanya *knowledge management*. Organisasi-organisasi telah menyadari bahwa untuk mampu bersaing dalam kondisi pasar yang berkembang secara cepat, dibutuhkan pengembangan kompetensi dan *knowledge* yang ada di dalam organisasi (Orr and Persson, 2003). Chauhan and Bontis (2004) serta Kawalek (2004) menyatakan bahwa saat ini merupakan "*knowledge era*", dimana hanya organisasi yang mampu mengelola *knowledge*-nya secara optimal saja yang mampu bertahan di lingkungan yang kompetitif. *Knowledge* merupakan aset kunci agar suatu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Salah satu manfaat dari *knowledge management* adalah mendorong proses pembelajaran yang berimplikasi terhadap peningkatan kemampuan inovasi melalui penciptaan *knowledge* baru (Tobing, 2007).

Bagian terpenting dari *knowledge management* adalah bagaimana mendorong individu yang ada di dalam organisasi untuk melakukan *sharing knowledge* mengenai apa yang mereka ketahui (Orr and Persson, 2003). Faktor kemampuan organisasi dalam mendorong *knowledge sharing behavior* karyawan menjadi sangat penting, karena melalui *knowledge management*, *knowledge* dapat disebar-kan, diimplementasikan dan dikembangkan. Disisi lain, *sharing* merangsang individu di dalam organisasi untuk dapat berpikir secara kritis dan kreatif (Lindsey, 2006), sehingga pada akhirnya dapat menghasilkan *knowledge* baru yang berguna bagi perusahaan. Selanjutnya bahwa *knowledge sharing* diketahui dapat berperan dalam meningkatkan *individual innovation capability*, karena *knowledge sharing* dapat memfasilitasi para individu untuk mela-

kukan *re-used* dan regenerasi *knowledge* yang ada di dalam perusahaannya, sehingga pada akhirnya kemampuan inovasi individu di perusahaan tersebut akan meningkat. *Knowledge sharing* atau berbagi pengetahuan adalah proses dimana para individu saling mempertukarkan pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki. Melalui *knowledge sharing*, akan terjadi peningkatan nilai dari pengetahuan yang dimiliki oleh organisasi. Kesadaran tentang pentingnya *knowledge sharing* bagi kinerja sebuah organisasi sudah ada sejak lama. *Knowledge Sharing* merupakan bagian dari formulasi strategi yang diciptakan untuk menghindari atau meminimalisir rintangan yang akan dihadapi baik oleh organisasi maupun karyawannya sendiri.

Kemampuan berinovasi (*Innovation Capability*) diperlukan karena ide-ide segar akan terus lahir di sebuah perusahaan dan menjadi sangat banyak seiring dengan meningkatnya pengetahuan termasuk belajar dari pengalaman maka tingkat inovasi yang dihasilkan pun akan meningkat, dimana dari hasil pengelolaan pengetahuan akan menghasilkan beragam ide-ide baru. Menurut Tiurma and Ningky (2010), salah satu faktor yang dapat mendukung tercapainya kemampuan berinovasi adalah iklim inovasi dan visi dimana perusahaan memberi dukungan nyata untuk terwujudnya suasana inovasi. Selanjutnya kemampuan dalam menyerap pengetahuan disebutkan sebagai alasan perusahaan untuk berinvestasi di bidang riset dan pengembangan. Pengembangan dan riset ini akan mengetahui sejauhmana perusahaan mampu mengelola pengetahuannya dengan melihat kreativitas dan inovasi yang dihasilkan (Tiurma and Ningky, 2010). Kemampuan untuk mengevaluasi dan memanfaatkan pengetahuan yang berasal dari luar dengan lebih baik akan membuka pola pikir individu dan organisasi untuk selalu berkembang menciptakan kreasi dan inovasi guna menjadi pemenang dalam persaingan. Sehubungan dengan kondisi sebagaimana yang telah dijelaskan, pengetahuan telah diciptakan dan tergolongkan sesuai dengan kebutuhan dan dinamika organisasi perlu dikembangkan dan ditransfer keseluruh unit-unit organisasi melalui berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) untuk dapat diseberluaskan dan diaplikasikan dalam organisasi secara maksimal, sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan

sebelumnya, sehingga organisasi mau berinovasi dan mampu untuk bersaing.

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity* dan menguji pengaruh *Absorptive Capacity* dan *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi serta menguji *Absorptive Capacity* sebagai variabel intervening pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM).

KAJIAN PUSTAKA

Knowledge Sharing

Knowledge sharing atau berbagi pengetahuan dapat didefinisikan sebagai budaya interaksi sosial yang melibatkan mentransfer pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan antara anggota organisasi (Lin, 2007). Semua jenis berbagi pengetahuan dapat terjadi di kedua tingkat, individu (anggota organisasi) dan organisasi itu sendiri. Pada tingkat individu, berbagi pengetahuan adalah kegiatan komunikasi untuk semua rekan kerja untuk saling membantu untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan lebih cepat atau lebih efisien dalam melakukan tugas organisasi. Untuk organisasi, berbagi pengetahuan adalah proses yang terhubung antara pengorganisasian, menggunakan kembali, dan mentransfer pengalaman berdasarkan pengetahuan dalam suatu organisasi dan membuat pengetahuan diakses untuk semua orang yang membutuhkan itu. Sedangkan menurut Hansen and Avital, (2005) *knowledge sharing* dapat dipahami sebagai perilaku dimana seseorang secara sukarela menyediakan akses terhadap orang lain mengenai *knowledge* dan pengalamannya.

Definisi lain dijelaskan oleh Hoof and Ridder (2004) dalam Luciana *et al.* (2008), *knowledge sharing* merupakan proses dimana individu saling mempertukarkan pengetahuan mereka (*tacit knowledge* dan *explicit knowledge*). *Knowledge sharing* dari seorang individu atas sistem informasi atau teknologi informasi, semakin lama akan dapat memberikan pembaharuan bagi keseluruhan *knowledge* suatu organisasi, yang pada gilirannya akan memberikan karakteristik organisasi yang unik bagi perusahaan pesaingnya dan selanjutnya dapat meningkatkan kinerja. Secara lebih spesifik Plessis (2007) menyatakan bahwa *tacit*

knowledge sharing berpengaruh positif terhadap *individual innovation capability*. Dalam aktivitas *tacit knowledge sharing* para individu akan mengkombinasikan *knowledge* (gagasan, pengalaman atau keahlian) yang mereka miliki melalui proses kerjasama tim atau pembelajaran langsung secara bersama-sama. Proses tersebut pada akhirnya akan mendorong kemampuan individu-individu untuk menghasilkan inovasi produk. Selain itu, Plessis (2007) menyatakan pula bahwa *explicit knowledge sharing* berkontribusi dalam mendorong *individual innovation capability*. *explicit knowledge sharing* dapat mendorong orang-orang untuk saling mengkombinasikan *knowledge*-nya yang telah terkodifikasi, sehingga mereka pada akhirnya mampu menghasilkan *knowledge* baru yang dapat menjadi sumber untuk penciptaan inovasi produk.

Peran Karyawan dalam Knowledge Sharing

Tidak dapat dipungkiri bahwa sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Kenyataan bahwa sumber daya manusia menjadi pusat perhatian perusahaan untuk diarahkan mencapai *human resources champions*. Karena itu, maka fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia tidak lagi berjalan sendiri-sendiri akan tetapi harus bersinergi satu sama lain. Menurut Tobing (2007) pengembangan *knowledge sharing* harus mempertimbangkan elemen-elemen dari *knowledge sharing*, seperti peserta (karyawan), *contributor*, media dan tersedianya orang yang memfasilitasi *knowledge sharing* itu sendiri. Semua elemen tersebut diintegrasikan oleh *trust* (kepercayaan). Tanpa rasa percaya antar karyawan maka proses *knowledge sharing* yang sedang dilakukan oleh organisasi akan terhambat. Pada dasarnya penciptaan pengetahuan berasal dari individu. Pengetahuan yang terdapat dalam organisasi adalah hasil kreasi dari orang-orang yang berada dalam organisasi tersebut. Penciptaan pengetahuan dilakukan dengan merancang kerangkanya yang diawali dari data, informasi, dan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya, sedangkan fungsi organisasi sendiri dalam penciptaan pengetahuan adalah memberikan dukungan kepada individu yang ada di dalam organisasi.

Indikator Sharing Knowledge

Definisi dari Hoof and Ridder (2004) dalam Luciana *et al.* (2008) memberi gambaran bahwa dilihat dari segi perilaku *sharing knowledge* terdiri dari dua hal, yaitu: *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Penjelasan dari kedua perilaku *sharing knowledge* di atas adalah sebagai berikut: 1) *Knowledge Donating*, yaitu bagaimana seseorang mengkomunikasikan model intelektual individu seseorang kepada yang lainnya. *Knowledge donating* ini juga dapat diartikan sebagai kemampuan karyawan untuk menyampaikan pengetahuan yang dimiliki, meliputi pengalaman kerja, gagasan, keahlian dan informasi kontekstual kepada karyawan yang lain. 2) *Knowledge Collecting*, yaitu bagaimana seseorang berkonsultasi kepada pihak lain untuk melakukan model intelektual individu yang dimiliki. *Knowledge collecting* ini juga merupakan kemampuan karyawan untuk mengumpulkan pengetahuan dari karyawan, meliputi pengetahuan pengalaman kerja, gagasan, keahlian dan informasi kontekstual.

Absorptive Capacity

Absorptive capacity menurut Zahra and George (2002) didefinisikan sebagai serangkaian rutinitas organisasi dan proses dengan mana perusahaan memperoleh, mengasimilasi, mengubah dan mengeksploitasi pengetahuan untuk menghasilkan kemampuan organisasi yang dinamis. Sedangkan oleh Cohen and Levinthal (1990) menjelaskan bahwa *absorptive capacity* yaitu kemampuan sebuah perusahaan untuk mengakui nilai baru, informasi eksternal, mengasimilasi, dan menerapkannya untuk tujuan komersial sangat penting untuk kemampuan inovatif. Secara spesifik Zahra and George (dalam (Herwiyanti, 2008) menjelaskan *absorptive capacity* mencerminkan satu macam dari hubungan kemampuan individual yang dapat mempengaruhi kinerja dari individu dari pembelajaran dan pemakaian *knowledge*. Oleh karenanya, *absorptive capacity* seseorang ditentukan oleh *knowledge* yang dahulu telah dimilikinya. Individu-individu telah membentuk *absorptive capacity*-nya sendiri sebelum mereka terlibat dengan suatu aktivitas dari *sharing knowledge*. Antara individu yang satu dengan yang lainnya akan dapat berbeda level *absorptive capacity*-nya, hal tersebut antara

lain dikarenakan adanya perbedaan kondisi seperti pengalaman profesional atau latar belakang pendidikan.

Untuk memiliki tingkat kapasitas penyerapan pengetahuan yang dibutuhkan tersebut, seorang perlu mengetahui berbagai jenis pengetahuan atau topik (aspek keluasan pengetahuan), dan juga perlu menguasai dengan mendalam suatu jenis pengetahuan tertentu (aspek kedalaman pengetahuan). Demikian pula dalam perannya sebagai penerima pengetahuan, ia perlu mengetahui berbagai jenis pengetahuan walaupun hanya gambaran besarnya saja, untuk dapat menghubungkannya dengan pengetahuan yang ia kuasai saat ini. Kwok and Gao (2006) meyakini bahwa individu membutuhkan *absorptive capacity* sampai tingkatan tertentu sebelum memiliki keinginan untuk bersikap mendukung perilaku berbagi pengetahuan. Selanjutnya dijelaskan kembali oleh Cohen and Levinthal (1990), *absorptive capacity* seseorang adalah kemampuan yang bukan hanya ditujukan untuk memperoleh dan mengasimilasi tapi juga untuk menggunakan *knowledge*.

Dalam *Theory of Absorptive Capacity*, *absorptive capacity* (daya serap) seseorang merupakan kemampuan untuk mengakui nilai baru, informasi eksternal, mengasimilasi, dan menerapkannya untuk tujuan komersial sangat penting untuk kemampuan inovatif (Cohen and Levinthal, 1990). Antara individu yang satu dengan yang lainnya akan dapat berbeda level *absorptive capacity*-nya, hal tersebut antara lain dikarenakan adanya perbedaan kondisi seperti pengalaman profesional atau latar belakang pendidikan. Individu-individu dengan *absorptive capacity* yang besar, atau dengan *knowledge* terdahulu yang lebih relevan akan lebih mampu untuk belajar, mengasimilasi dan memanfaatkan *knowledge* yang dibagikan pada proses *sharing knowledge* (Herwiyanti, 2008).

Menurut Zahra and George (dalam Tiurma and Ningky, 2010), *Absorptive capacity* diklasifikasikan menjadi dua dimensi yaitu: 1) *Potential absorptive capacity*. *Potential absorptive capacity* merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu berdasarkan pengalaman, keahlian dan latar belakang pendidikan. Maka apabila karyawan ditempatkan pada posisi yang tidak sesuai dengan keahlian atau kemampuan yang dimiliki (*potential absorptive capacity*) maka akan terjadi ketim-

pangan dalam melaksanakan pekerjaannya. Adanya asimilasi pengetahuan yang mengacu pada rutinitas perusahaan dan proses yang memungkinkan untuk menganalisis, proses, menafsirkan dan memahami informasi yang diperoleh dari sumber eksternal, membuat daya serap potensi perusahaan menerima, mengakui, dan mengasimilasi pengetahuan eksternal semakin baik. 2) *Realized absorptive capacity*. *Realized Absorptive Capacity* merupakan realisasi daya serap yang terdiri dari kemampuan transformasi yang dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk mengembangkan dan menyempurnakan rutinitas yang memfasilitasi menggabungkan pengetahuan yang ada dan pengetahuan yang baru diperoleh dan berasimilasi. Di sisi lain, daya serap kapasitas ini juga terbuat dari kemampuan eksploitasi sebuah perusahaan yang pada dasarnya adalah kapasitas suatu perusahaan untuk menerapkan pengetahuan yang baru diperoleh pada produk atau jasa yang dapat memberikan keuntungan finansial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa realisasi daya serap adalah fungsi dari kemampuan transformasi dan eksploitasi.

Penelitian Zahra and George (2002) menunjukkan serangkaian indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *absorptive capacity* yaitu: 1) *Acquisition* (kemampuan akuisisi pengetahuan), yaitu intensitas usaha dan kecepatan perusahaan dalam mengidentifikasi dan memperoleh pengetahuan yang diperlukan bagi aktivitas operasinya yang diperoleh dari lingkungan eksternal. 2) *Assimilation* (kemampuan asimilasi pengetahuan), yaitu kemampuan perusahaan untuk menelaah atau mengkaji pengetahuan terdahulu yang dimiliki, mensintesis pengetahuan, dan mengkombinasi pengetahuan yang diperoleh dari sumber-sumber eksternal. 3) *Transformation* (kemampuan transformasi pengetahuan), yaitu kemampuan perusahaan untuk mengembangkan dan memperbaiki rutinitas yang memfasilitasi penggabungan pengetahuan yang ada dengan pengetahuan yang baru diperoleh. 4) *Exploitation* (kemampuan eksploitasi pengetahuan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memperbaiki, memperluas, dan mengangkat kompetensi yang ada atau menciptakan yang baru dengan menggabungkan pengetahuan yang telah diperoleh.

Innovation Capability

Inovasi diawali dengan ide kreatif. Ide kreatif ini tidak selalu harus berupa upaya penemuan atau pencapaian sesuatu yang “besar” namun dapat juga berwujud upaya perubahan kecil untuk memperbaiki praktek yang sedang berlaku. Menurut Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Sedangkan menurut Suryana (2003) inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”. Dapat dijelaskan bahwa pula bahwa inovasi merupakan pengenalan cara baru yang lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal di tempat kerja. Inovasi tidak mengisyaratkan pembaharuan secara absolut dan perubahan bisa dipandang sebagai suatu inovasi jika perubahan tersebut dianggap baru bagi seseorang, kelompok, atau organisasi yang memperkenalkannya. Inovasi bisa bervariasi yaitu dari inovasi kecil sampai inovasi yang sangat penting. Inovasi dapat pula didefinisikan sebagai aplikasi ide-ide baru ke dalam produk, proses atau aspek lainnya dalam aktivitas perusahaan. Inovasi berfokus pada proses untuk mengkomersialisasikan atau mengekstraksikan ide menjadi *value* (Roger, 1998). Sebagian besar definisi inovasi berfokus pada dua hal, yaitu inovasi produk dan inovasi proses. Alasan dilakukannya pembedaan tersebut didasarkan atas asumsi bahwa keduanya memiliki dampak sosial dan ekonomi yang berbeda. Pengenalan produk baru (*new products*) umumnya dianggap memiliki dampak yang jelas dan positif terhadap pertumbuhan *income*, sementara inovasi proses lebih dilihat dari sisi peningkatan efisiensi (*costcutting*).

Ussahawanitchakit (2007) mendefinisikan *innovation capability* sebagai kemampuan untuk mengembangkan produk baru yang dapat memuaskan kebutuhan pasar, menerapkan proses-proses teknologi yang lebih tepat untuk memproduksi produk-produk baru tersebut, mengembangkan dan mengadopsi produk baru dan teknologi pemrosesan untuk kebutuhan dimasa yang akan datang, merespon aktivitas perubahan teknologi yang tidak terduga, serta kesempatan tidak terduga yang dilakukan oleh pesaing. Salah satu penentu

utama inovasi adalah tantangan dalam lingkungan organisasi, karena organisasi inovasi memberi tekanan kuat pada kualitas, dan dukungan manajerial untuk inovasi dan sangat menentukan apabila seluruh individu ingin mengembangkan dan mengimplementasikan ide mengenai cara baru yang lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal. Mengembangkan inovasi di tempat kerja dimulai dengan mengembangkan kreativitas individu, sedangkan ide baru berasal dari motivasi, pemikiran, dan implementasi oleh individu di tempat kerja.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan berinovasi (*innovation capability*) merupakan eksploitasi gagasan-gagasan baru yang diupayakan agar berhasil meraih sukses. Interaksi antara penggagas, pelaksana dan pengguna inovasi dapat menjadi sebuah mekanisme dinamis, terjadi transfer nilai (*value*) di antara elemen inovasi yang saling mengumpan maju (*fedforward*) dan mengumpan balik (*feedback*). Beberapa alasan inovasi menjadi penting karena: 1) Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha *entrepreneurial* untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru. 2) Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang me-nimbulkan inovasi. 3) Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu *skill inovatif* dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan. 4) Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu. 5) Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Berikut adalah indikator-indikator Kemampuan Inovasi (Ussahawanitchakit (2007): 1) *Product innovation capability*,

tingkatan kemampuan seseorang dalam menawarkan saran perbaikan terhadap produk yang ada saat ini dan kemampuan individu untuk berkontribusi terhadap pengembangan produk baru dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. 2) *Process innovation capability*, tingkatan kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu proses manufaktur atau jasa yang lebih baik dibanding dengan proses yang ada saat ini.

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Aulawidkk, (2009), diperoleh hasil bahwa *explicit knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap peningkatan kemampuan inovasi individu. Penggunaan fasilitas IT dinilai telah membantu *explicit knowledge sharing* di perusahaan, fasilitas tersebut diantaranya *knowledge portal*, *teleconference*, *video conference*, *mail group*, dll. Selain itu, penetapan *knowledge sharing* sebagai bagian dari KPI karyawan, serta pengembangan sistem *reward* bagi karyawan yang telah mengontribusikan *knowledge* kepada perusahaan dinilai sebagai cara yang efektif untuk mendorong pengembangan aktivitas *knowledge sharing* di perusahaan.

Lin (2007) dalam penelitiannya menekankan pentingnya peranan *knowledge sharing* dalam meningkatkan *innovation capability*. Pengelolaan sumber daya *knowledge* akan dapat dijalankan secara efektif di suatu perusahaan, apabila karyawan di perusahaan tersebut memiliki keinginan untuk bekerjasama dengan sesama rekan kerjanya untuk saling mengkontribusikan *knowledge* yang mereka miliki di dalam organisasi. Perusahaan yang mampu

mendorong karyawannya untuk mengkontribusikan *knowledge* yang mereka miliki ke dalam kelompok dan organisasi, akan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan kemampuan karyawannya dalam menciptakan ide-ide baru dan mengembangkan peluang bisnis baru, yang pada gilirannya aktivitas tersebut akan mendorong pengembangan *innovation capability*.

Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Prijanto dan Sari (2013), diperoleh hasil bahwa *knowledge sharing* berpengaruh terhadap kemampuan inovasi perusahaan perbankan di Indonesia. Besarnya sumbangan pengaruh *knowledge sharing* terhadap kemampuan inovasi perusahaan perbankan di Indonesia adalah 30,8 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian

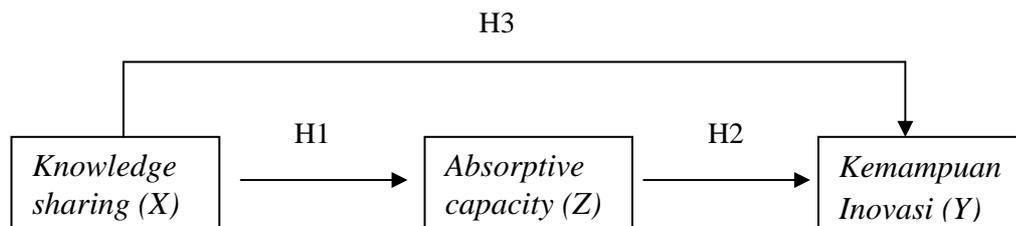
Kerangka Konseptual

Model konseptual penelitian yang dapat disusun dalam penelitian ini disajikan pada gambar 1.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian tersebut maka hipotesis yang dapat disusun adalah:

- H1 : Diduga *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *absorptive capacity*.
- H2 : Diduga *absorptive capacity* berpengaruh terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah.
- H3 : Diduga *knowledge sharing* berpengaruh terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah.
- H4 : Diduga *absorptive capacity* berperan sebagai variabel intervening pengaruh *knowledge sharing* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UKM yang berada di wilayah DIY khususnya kabupaten Bantul, Sleman dan Kota Yogyakarta. Sedangkan sampel yang diambil adalah para karyawan yang berada di UKM tempat mereka bekerja. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu para pelaku UKM yang telah 1 (satu) tahun menjalankan usahanya, karena dianggap para pelaku UKM ini telah mampu bertahan dan menjalankan usahanya dengan baik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel karena faktor kemudahan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari para pelaku UKM.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilaksanakan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disampaikan secara langsung oleh peneliti kepada responden dan dikembalikan lagi kepada peneliti.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Dependen

Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu Kemampuan Inovasi. Kemampuan Inovasi adalah kemampuan untuk mengembangkan produk baru yang dapat memuaskan kebutuhan pasar, menerapkan proses-proses teknologi yang lebih tepat untuk memproduksi produk-produk baru tersebut, mengembangkan dan mengadopsi produk baru dan teknologi pemrosesan untuk kebutuhan dimasa yang akan datang, merespon aktivitas perubahan teknologi yang tidak terduga, serta kesempatan tidak terduga yang dilakukan oleh pesaing.

Adapun indikator-indikator kemampuan inovasi dalam penelitian ini adalah:

- a. *Product innovation capability*, tingkatan kemampuan seseorang dalam menawarkan saran perbaikan terhadap produk yang ada saat ini dan kemampuan individu untuk berkontribusi terhadap pengembangan produk baru dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan
- b. *Process innovation capability*, tingkatan kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu proses manufaktur atau jasa yang lebih baik dibanding dengan proses yang ada saat ini.

Variabel Intervening

Variabel intervening adalah tipe variabel yang menyebabkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menjadi tidak langsung. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *absorptive capacity*. Cohen and Levinthal (1990), mendefinisikan bahwa *absorptive capacity* seseorang adalah kemampuan yang bukan hanya ditujukan untuk memperoleh dan mengasimilasi tapi juga untuk menggunakan *knowledge*. Adapun indikator-indikator dalam penelitian ini adalah:

- a. *Potential Absorptive Capacity (PAC)*
 - 1) Upaya-upaya perusahaan untuk menghimpun pengetahuan.
 - 2) Kecepatan karyawan untuk menghimpun pengetahuan dari lingkungan eksternal.
 - 3) Usaha-usaha menelaah pengetahuan terdahulu yang telah dimiliki.
- b. *Realized Absorptive Capacity*
 - 1) Usaha-usaha menginterpretasikan pengetahuan yang sama dengan cara yang berbeda.
 - 2) Usaha memperbaiki rutinitas kerja.
 - 3) Usaha menciptakan peluang baru

Variabel Independen

Variabel independen adalah tipe variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *knowledge sharing*. Kwok and Gao (2006) mendefinisikan *knowledge sharing* sebagai pengumpulan dari semua *knowledge* yang ada dari kelompok, tim, divisi dan unit bisnis, dengan tujuan untuk menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Adapun indikator-indikator *Knowledge Sharing* dalam penelitian ini adalah:

- a. *Knowledge donating*
 - 1) Kemampuan memberikan pengetahuan tacit di bagian yang sama
 - 2) Kemampuan memberikan pengetahuan eksplisit di bagian yang sama
 - 3) Kemampuan memberikan pengetahuan tacit di bagian yang berbeda
 - 4) Kemampuan memberikan pengetahuan eksplisit di bagian yang berbeda
- b. *Knowledge collecting*
 - 1) Kemampuan mengumpulkan pengetahuan tacit pada bagian yang sama.
 - 2) Kemampuan mengumpulkan pengetahuan eksplisit pada bagian yang sama.
 - 3) Kemampuan mengumpulkan pengetahuan tacit pada bagian yang berbeda.
 - 4) Kemampuan mengumpulkan pengetahuan eksplisit pada bagian yang berbeda.

Uji Kualitas Instrumen

Pengujian kualitas instrumen dimaksudkan untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui sampai sejauhmana alat ukur dapat menjadi alat pengukur yang valid dan stabil dalam mengukur suatu gejala yang ada.

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5%. Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows 20*. Dari uji validitas yang dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa instrumen yang diujikan adalah valid karena nilai signifikan kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan komputer program SPSS didapatkan hasil bahwa alat ukur yang digunakan reliabel karena mempunyai *cronbach's alpha* lebih

besar dari 0,6 (Sekaran, 2000). Nilai *cronbach's alpha* untuk variabel *Knowledge Sharing* sebesar 0,893, *Absorptive Capacity* sebesar 0,873, dan Kemampuan Inovasi sebesar 0,911.

HASIL ANALISIS

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian dari 78 responden, dapat diperoleh data karakteristik responden sebagaimana tampak pada Tabel 1.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar yaitu sebanyak 80 kuesioner, seluruh kuesioner dapat dikumpulkan kembali dan hanya 78 yang dapat diolah karena lengkap diisi oleh responden. Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 49 orang atau 62,8%, sedangkan responden laki-laki adalah berjumlah 29 orang atau 37,2%. Sedangkan berdasarkan usia dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 25 tahun - 35 tahun yaitu berjumlah 36 orang atau 46,2%, sedangkan responden berusia di atas 40 tahun -45 adalah paling sedikit berjumlah 4 orang atau 5,1%. Berdasarkan pendidikan dapat diketahui mayoritas responden dalam penelitian ini pendidikannya SMA yaitu berjumlah 44 orang atau 56,4%, sedangkan responden yang pendidikannya S1 adalah yang paling sedikit berjumlah 12 orang atau 15,4%.

Rekapitulasi Data UKM

Penelitian ini dilakukan di tiga kabupaten yaitu Kota Yogyakarta, Sleman dan Bantul. Dapat dijelaskan UKM yang berada di kabupaten Bantul berjumlah 17 atau 56,6%, untuk UKM yang berada di kabupaten Sleman berjumlah 4 atau 13,3% sedangkan yang berada di Kota Yogyakarta berjumlah 9 atau 30,1%.

Tabel 1. Karakteristik Responden

	Keterangan
Karakteristik responden	
• Jenis kelamin → Perempuan	49 responden (62,8%)
• Usia → 25 – 35 tahun	36 responden (46,2%)
• Pendidikan → SMA	44 responden (56,4%,)
• Masa Kerja → > 12 tahun	52 responden (52%)

Hasil Penelitian

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity*. Berikut adalah hasil analisis regresi dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 20.

Hasil Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan pengujian regresi yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagaimana tampak pada tabel 2. Berdasarkan hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan variabel *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity* yang dapat ditunjukkan pada Tabel 2 bahwa hasil perhitungan analisis regresi model linear, secara parsial nilai signifikansi variabel *Knowledge Sharing* berada di bawah 0.05, yaitu 0,000 yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan pada taraf nyata 5% sehingga dapat dijelaskan variabel *Knowledge Sharing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Absorptive Capacity*. Sehingga dapat disimpulkan H1 dapat diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan pengujian regresi yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagaimana tampak pada tabel 3. Berdasarkan hipotesis 2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan variabel *Absorptive Capacity* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM) yang dapat ditunjukkan pada Tabel 3 bahwa hasil perhitungan analisis regresi model linear, secara parsial nilai signifikansi variabel *Absorptive Capacity* berada di atas 0.05, yaitu 0,069 yang berarti bahwa hasil pengujian tidak signifikan pada taraf nyata 5% sehingga dapat dijelaskan variabel *Absorptive Capacity* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Sehingga dapat disimpulkan H2 tidak dapat diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan pengujian regresi yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagaimana tampak pada tabel 4.

Tabel 2: Analisis Regresi

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
<i>Knowledge Sharing</i>	0,646	7,384	0,000
F hitung	54,519		0,000
R	0,646		
Adjusted R Square	0,410		

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	T	Sig.
<i>Knowledge Sharing</i>	0,695	7,850	0,000
<i>Absorptive Capacity</i>	0,164	1,847	0,069
F hitung	71,934		0,000
R	0,811		
Adjusted R Square	0,648		

Tabel 4: Hasil Analisis Regresi

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	T	Sig.
<i>Knowledge Sharing</i>	0,801	11,668	0,000
F hitung	136,136		0,000
R	0,801		
Adjusted R Square	0,637		

Tabel 5: Hasil Analisis Regresi

Keterangan	Variabel	Beta	Sig.	Adjusted R Square
Persamaan 1: AC = a + b1.KS	<i>Knowledge Sharing</i> (KS)	0,646	0,000	0,410
Persamaan 2: KI = a + b1.KS + b2.AC	<i>Knowledge Sharing</i> (KS), <i>absorptive capacity</i> (AC)	0,695 0,164	0,000 0,069	0,648
Persamaan 3: KI = a + b1.KS	<i>Knowledge Sharing</i> (KS)	0,801	0,000	0,637

Berdasarkan hipotesis 3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan variabel *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM) yang dapat ditunjukkan pada Tabel 4 bahwa hasil perhitungan analisis regresi model linear, secara parsial nilai signifikansi variabel *Knowledge Sharing* berada di bawah 0.05, yaitu 0,000 yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan pada taraf nyata 5% sehingga dapat dijelaskan variabel *Knowledge Sharing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Sehingga dapat disimpulkan H3 dapat diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis 4

Berdasarkan pengujian regresi yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagaimana tampak pada tabel 5. Berdasarkan hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh terhadap kemampuan inovasi yang di mediasi oleh *absorptive capacity* dapat ditunjukkan dengan melihat Tabel 5 bahwa hasil perhitungan menunjukkan bahwa *absorptive capacity* tidak menjadi variabel mediasi pengaruh antara *knowledge sharing* terhadap Kemampuan Inovasi. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil pengujian persamaan 1 menghasilkan nilai signifikansi untuk variabel *knowledge sharing* sebesar 0,000, sehingga dapat dijelaskan *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *absorptive capacity*. Selanjutnya persamaan 2 menghasilkan nilai signifikansi untuk variabel *absorptive capacity* sebesar 0,069 sehingga dapat dijelaskan *absorptive capacity* tidak berpengaruh terhadap Kemampuan Inovasi. Sedangkan untuk persamaan 3 menghasilkan nilai signifikansi untuk variabel *knowledge sharing* sebesar 0,000, sehingga dapat dijelaskan *knowledge sharing* berpengaruh terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM).

Berdasarkan Tabel 5 dapat ditunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* untuk persamaan 1 sebesar 0,410, Nilai ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel *knowledge sharing* terhadap *absorptive capacity*. Untuk persamaan 2 besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,648. Nilai ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel *knowledge sharing* dan *absorptive capacity* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Sedangkan untuk persamaan 3 besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,637. Nilai ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel *knowledge sharing* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM).

PEMBAHASAN

Berdasarkan pengujian hipotesis 1, variabel *knowledge sharing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *absorptive capacity*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aulawi, dkk, (2009), yaitu diperoleh hasil bahwa *explicit knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity*. Sedangkan menurut Hansen and Avital, (2005) *knowledge sharing* dapat dipahami sebagai perilaku dimana seseorang secara sukarela menyediakan akses terhadap orang lain mengenai *knowledge* dan pengalamannya. Di sisi lain, daya serap kapasitas ini juga terbuat dari kemampuan eksploitasi sebuah perusahaan yang pada dasarnya adalah kapasitas suatu perusahaan untuk menerapkan pengetahuan yang baru diperoleh pada produk atau jasa yang dapat memberikan keuntungan finansial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa realisasi daya serap adalah fungsi dari kemampuan transformasi dan eksploitasi.

Berdasarkan pengujian hipotesis 2 variabel *absorptive capacity* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). *Absorptive capacity* (daya serap) seseorang

merupakan kemampuan untuk mengakui nilai baru, informasi eksternal, mengasimilasi, dan menerapkannya untuk tujuan komersial sangat penting untuk kemampuan inovatif (Cohen and Levinthal, 1990). Dijelaskan oleh Herwiyanti (2008) antara individu yang satu dengan yang lainnya akan dapat berbeda level *absorptive capacity*-nya, hal tersebut antara lain dikarenakan adanya perbedaan kondisi seperti pengalaman profesional atau latar belakang pendidikan. Individu-individu dengan *absorptive capacity* yang besar, atau dengan *knowledge* terdahulu yang lebih relevan akan lebih mampu untuk belajar, mengasimilasi dan memanfaatkan *knowledge* yang dibagikan pada proses *sharing knowledge*.

Berdasarkan pengujian hipotesis 3 variabel *knowledge sharing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prijanto dan Sari (2013), diperoleh hasil bahwa *knowledge sharing* berpengaruh terhadap kemampuan inovasi perusahaan perbankan di Indonesia. Besarnya sumbangan pengaruh *knowledge sharing* terhadap kemampuan inovasi perusahaan perbankan di Indonesia adalah 30,8 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Sebagaimana dijelaskan oleh Thobing (2007) *Sharing Knowledge* adalah sebuah pertukaran pengetahuan antar dua individu; satu orang yang mengkomunikasikan pengetahuan, sedangkan seorang lainnya mengasimilasi pengetahuan tersebut. Ditambahkan Pada dasarnya penciptaan pengetahuan berasal dari individu. Pengetahuan yang terdapat dalam organisasi adalah hasil kreasi dari orang-orang yang berada dalam organisasi tersebut. Penciptaan pengetahuan dilakukan dengan merancang kerangkanya yang diawali dari data, informasi, dan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya, sedangkan fungsi organisasi sendiri dalam penciptaan pengetahuan adalah memberikan dukungan kepada individu yang ada di dalam organisasi.

Berdasarkan pengujian hipotesis 4, *Absorptive Capacity* tidak menjadi variabel intervening pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Hasil ini diketahui karena secara langsung variabel *Absorptive Capacity*

tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kemampuan Inovasi. Sebagaimana diketahui bahwa menurut pendapat Gitanauli and Ningky (2010), *absorptive capacity* mencerminkan satu macam dari hubungan kemampuan individual yang dapat mempengaruhi kinerja dari individu dari pembelajaran dan pemakaian *knowledge*. Oleh karenanya, *absorptive capacity* seseorang ditentukan oleh *knowledge* yang dahulu telah dimilikinya. Individu-individu telah membentuk *absorptive capacity*nya sendiri sebelum mereka terlibat dengan suatu aktivitas dari *sharing knowledge*. Antara individu yang satu dengan yang lainnya akan dapat berbeda level *absorptive capacity*-nya, hal tersebut antara lain dikarenakan adanya perbedaan kondisi seperti pengalaman profesional atau latar belakang pendidikan. Adanya perbedaan pendidikan juga sangat berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan inovasi.

PENUTUPAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut, hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity*, tidak ada pengaruh signifikan variabel *Absorptive Capacity* terhadap Kemampuan Inovasi, ada pengaruh signifikan variabel *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi, variabel *Absorptive Capacity* tidak menjadi variabel intervening pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kemampuan Inovasi. Implikasi dari hasil penelitian ini bagi UKM adalah menekankan adanya *knowledge sharing* yang terus dilakukan terus menerus sehingga menimbulkan kreativitas dalam menciptakan inovasi.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah peneliti hanya menguji pengaruh *Knowledge Sharing* dan *Absorptive Capacity* terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM). Dengan demikian hasil dan implikasi manajerial dalam penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya akurat apabila diterapkan pada setiap jenis UKM. Mungkin ada variabel lain di luar model penelitian yang juga berpengaruh dalam pengembangan Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM) di wilayah DIY. Penelitian ini hanya mengambil beberapa UKM di tiga kabupaten yaitu Sleman, Kota

Yogyakarta dan Bantul dengan menggunakan sampel yang sangat terbatas sebesar 78 orang responden.

Berdasarkan hasil keseluruhan dalam penelitian maka ada beberapa pandangan-pandangan peneliti yang sekiranya dapat diangkat sebagai saran untuk penelitian selanjutnya peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel pada UKM kabupaten lain seperti Gunung Kidul dan Kulonprogo sehingga nantinya hasil penelitian dapat mencerminkan evaluasi yang menyeluruh dari seluruh UKM yang ada di DIY. Selain itu, diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang diambil, sehingga penelitian yang akan datang diharapkan benar-benar mewakili dari responden yang ada. Perlu penambahan variabel lain selain yang digunakan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulawi, H., Rajesri G, Kadarsah S, Iman, S., 2009. Hubungan *Knowledge Sharing Behavior* Dan *Individual Innovation Capability*, *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 11, No. 2, Desember 2009, Pp. 174-187.
- Chauhan, N., and Bontis, N. 2004. Organizational Learning via Groupware: A Path to Discovery or Disaster? *International Journal Technology Management*, Vol. 27, No. 6/7, pp. 591-610.
- Cohen, W. M. and D. A. Levinthal. 1990. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, 35:1, pp. 128- 152.
- Gitanauli, Tiurma K.F.P dan Ningky Sasanti Munir. 2010. Pengaruh Knowledge Sharing dan Absorptive Capacity terhadap Innovation Capability pada Direktorat Corporate Service dan Direktorat Marketing di PT. Indosat Tbk. *Journal of Management and Business Review*, Vol. 7 No. 1 Januari 2010: 59-7.
- Hansen, S., and Avital, M.. 2005. Share and Share a Like: The Social and Technological Influences on Knowledge Sharing Behavior. *Sprouts: Working Papers on Information Environments, System and Organizations*, Vol. 5, No. 1, pp. 1-19.
- Herwiyanti, Eliada.2008. Pengaruh *Extrinsic Motivation, Absorptive Capacity* dan *Channel Richness* Terhadap Sikap Individu Atas Perilaku. Universitas Jenderal Sudirman. Purwokerto.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing and Entrepreneur-ship, Research Ideas and Opportunities", *Journal of Small and Medium Entrepreneur-ships*, page: 27-39.
- Kawalek, J. P.. 2004. Systems Thinking and Knowledge Management: Positional Assertions and Preliminary Observations. *Systems Research and Behavioral Science*, Vol. 21, No. 1.
- Kwok, Sai Ho, dan Sheng Gao. 2006. Attitude Towards Knowledge Sharing Behavior. *Journal of Computer Information Systems*. Winter 1: 45-51.
- Lin, F. H.. 2007. Knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: An Empirical Study. *International Journal of Man-power* Vol. 28, No. 3/4, pp. 315 -332.
- Lindsey, K. L.. 2006. Knowledge Sharing Barriers. *Processes of Knowledge Management*, pp.499-506.
- Luciana, Andrawina, Rajesri Govindaraju., Ari Samadhi., dan Iman Sudirman. 2008. Hubungan Antara *Knowledge Sharing Capability, Absorptive Capacity* dan Mekanisme Formal: Studi Kasus Industri Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Indonesia. *Jurnal Teknik Industri Vol. 10, No. 2, Desember 2008: 158-170.*
- Orr, E., and Persson, M. 2003. *Performance Indicators for Measuring Performance of Activities in Knowledge Management Projects*, Master Thesis, Department of Informatics, University of Gothenburg.
- Plessis, M. D. 2007. *The role of knowledge management in innovation*, retrieved from http://www.up.ac.za/dspace/bitstream/2263/5785/1/DuPlessis_Role%282007%29.pdf, on 5th March 2015.

- Prijanto, Budi dan Sari, Agustin Rusiana. 2013. Pengaruh *Knowledge Sharing* Terhadap Kemampuan Inovasi Perusahaan Perbankan Di Indonesia Konferensi Nasional Sistem Informasi, STIMIK Bumigora Mataram 14-16 Pebruari, Hal. 294-297.
- Roger, M. 1998. The Definition and Measurement of Innovation. *Melbourne Institute Working Paper* No. 10/98, Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research, the University of Melbourne.
- Sekaran, U.2000. *Research Methods for Business; A skill Building Approach*. (3rd ed.). New York: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Stel, Carree, Thurik, Zoetermeer. 2004. The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth: an Analysis Using the GEM Data- base. SCALES Paper No. 320.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat
- Tarigan, Y.P., dan Sri Susilo, Y., 2008, Masalah dan Kinerja Industri Kecil Pascageempa: Kasus Pada Industri Kerajinan Perak Kotagede Yogyakarta, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 8 No. 2, Mei 2008, hal. 188 – 199
- Tiurma, Gitanauli dan Ningky, S.M.2010. Pengaruh Knowledge Sharing dan Absorptive Capacity terhadap Innovation Capability pada Direktorat Corporate Service dan Direktorat Marketing di PT. Indosat Tbk. *Journal of Management and Business Review* Vol. 7 No. 1 Januari 2010: 59-67.
- Tobing, P. L. 2007. *Knowledge Management; Konsep, Arsitektur dan Implementasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ussahawanitchakit, P. 2007. Innovation Capability and Export Performance: An Empirical Study of Textile Business in Thailand. *International Journal of Business Strategy*, Vol. 7, No. 1, pp. 1-9.
- Zahra, S.A., dan George, G. 2002. Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension, *Academy of Management Review*, pp. 185-203.