

**PENGARUH BERBAGI PENGETAHUAN TERHADAP KAPABILITAS
INOVASI DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM BATIK TULIS
GIRILOYO, WUKIRSARI, IMOIRI, BANTUL**

Ayu Candrawati

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Phone/Fax : 0274 387656/0274 387656

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of knowledge sharing on the capabilities of innovation and competitive advantage in SME Batik Tulis Giriloyo. Subjects in this research are batik craftsmen who are members of Giriloyo village batik community. Sampling using non probability sampling technique with the type of purposive sampling, by distributing questionnaires as much as 126 respondents. The analysis used in this research uses SEM (Structural Equation Modeling) which is operated with Amos 22.0 program.

The results of this study indicate first, knowledge sharing positively significant effect on innovation capability with a significance of 0,000 <0.05, second knowledge sharing has a significant positive effect on competitive advantage with a significance of 0.032 <0.05, the three innovative capabilities have a positive and significant impact on the benefits competes with a significance of 0.000 <0.05. Fourth share of knowledge have a significance positive effect on competitive advantage through innovation capability as a mediation variable with significance significance of 0.164 <0.268.

Keywords: Knowledge sharing, innovation capability, competitive advantage.

PENDAHULUAN

Ekonomi global menjadi tanda munculnya ekonomi baru yaitu ekonomi yang berbasis pengetahuan hal ini bisa dilihat dari semakin banyaknya persaingan berbasis pengetahuan. Dimana kondisi ini menuntut organisasi untuk mampu mengelola pengetahuannya dengan optimal agar mampu bertahan dilingkungan bisnis yang kompetitif (Aulawi, 2009). Menurut Tiurma & Munir (2010) salah satu cara untuk bisa mencapai

keunggulan kompetitif yang berkelanjutan adalah dengan membangun organisasi yang berbasis pengetahuan. *Knowledge* merupakan salah satu aset penting bagi organisasi agar mempunyai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tobing (2007) mengungkapkan bahwa salah satu keuntungan dari *knowledge management* adalah mampu untuk mendorong proses pembelajaran individu yang ada di dalam organisasi sehingga akan berdampak pada peningkatan kemampuan inovasinya. *Knowledge sharing* merupakan bagian utama dari *knowledge management* yang bertujuan untuk mendorong individu yang ada di dalam organisasi untuk saling melakukan *sharing knowledge* tentang apa yang mereka ketahui, karena melalui *knowledge sharing* pengetahuan bisa disebar, diterapkan dan dikembangkan.

Usaha Kecil Menengah (UKM) sektor batik merupakan salah satu industri yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, terutama pada penyerapan tenaga kerja dan pendapatan nasional. UKM mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap upaya penanggulangan permasalahan ekonomi dan sosial di Indonesia. UKM berperan penting dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat.

Di Yogyakarta ada banyak industri batik yang berkembang, salah satunya adalah UKM Batik Tulis Giriloyo yang berada di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Sebagai sentra batik tulis terbesar di Yogyakarta Batik Giriloyo ini hadir dengan beragam motif batik yang khas dan unik salah satunya adalah motif batik klasik yang diproduksi secara turun menurun. Keunggulan dari produk Batik Tulis Giriloyo sendiri terletak pada hasil membatik yang lebih halus dibandingkan dengan produk batik yang lain. Selain itu bahan pewarna yang digunakannya juga masih alami yang diambil dari tumbuh-tumbuhan sehingga warna batik yang dihasilkannya lebih tajam dan tidak mudah luntur seperti batik yang lainnya. Tidak heran harga jual produk batik tulis ini sangatlah tinggi, hal ini disebabkan proses produksi yang dibutuhkan cukup lama karena batik dibuat dengan ditulis. Dengan keunggulan produk batik yang dimiliki, UKM Batik Tulis Giriloyo ini sangat berpotensi untuk dikembangkan karena dapat mengangkat budaya lokal terlebih sejak mendapatkan pengakuan dari UNESCO pada 2 Oktober 2009 batik ditetapkan sebagai warisan budaya yang perlu untuk dilestarikan dan dikembangkan.

Untuk memulai mengembangkan batik bisa diawali oleh Pemerintah daerah yang memiliki sumber daya yang cukup untuk diberdayakan dengan mengembangkan batik sesuai dengan budaya lokal. Namun untuk

mengembangkan UKM batik tidaklah mudah karena banyak faktor yang menjadi penghambatnya. Salah satunya adalah masalah mengenai kurang mampunya UKM dalam mengelola aset internalnya yang berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia, sehingga berdampak pada melemahnya keunggulan bersaing dan kapabilitas inovasi.

Menurut Ussahawanithakit (2007) kapabilitas inovasi merupakan kemampuan dalam mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan permintaan pasar dengan cara menerapkan proses-proses secara tepat serta cepat dalam menanggapi perubahan teknologi maupun kesempatan tidak terduga yang dilakukan pesaing. Organisasi yang inovatif harus mampu untuk meningkatkan kapabilitas inovasi baik dari segi individu maupun organisasi itu sendiri. Salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kapabilitas inovasi adalah melalui aktivitas berbagi pengetahuan (Rahab, 2011). Berbagi pengetahuan yang dilakukan antar rekan kerja dalam suatu organisasi mampu menciptakan kerja sama dengan saling mengkomunikasikan mengenai modal intelektual yang dimilikinya baik berupa pengetahuan maupun ketrampilan sehingga akan mendorong kemampuan untuk melakukan inovasi.

Berbagi pengetahuan merupakan budaya interaksi sosial yang melibatkan pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan ketrampilan

karyawan melalui keseluruhan department atau organisasi. Menurut Hogel.M & Munson C (2003) aktivitas berbagi pengetahuan terdiri dari seperangkat pemahaman bersama terkait dengan penyediaan akses untuk karyawan terkait informasi dan pengetahuan yang relevan dengan menggunakan jaringan pengetahuan dalam organisasi. Proses berbagi pengetahuan yang terjadi dalam suatu organisasi menjadi media untuk menciptakan semangat berinovasi dengan mentransfer pengetahuan antar karyawan agar bisa meningkatkan kompetensi karyawan dalam berinovasi yang menguntungkan untuk mendukung penciptaan nilai korporasi (Marr et al, 2009). Berbagi pengetahuan mampu untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas sumber daya manusia. Menurut Fen Lin (2007) individu yang bersedia untuk membagikan pengetahuan yang dimilikinya dan secara aktif berkonsultasi dengan rekan kerjanya untuk belajar mengenai pengetahuan maupun ketrampilan yang dimilikinya mampu untuk meningkatkan kapabilitas inovasinya.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *berbagi pengetahuan* terhadap kapabilitas inovasi. Penelitian (Aulawi dkk, 2009) menunjukkan hasil bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi individu. Penelitian Ranto (2015) juga menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan

berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Tiorma & Munir, 2010) menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Penelitian ini menunjukkan adanya *research gap* pengaruh berbagi pengetahuan terhadap inovasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing pada UKM Batik Tulis di Giriloyo, Wukirsari, Imogiri”. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Assegaf, M & Wasitowati M (2015) dengan judul Berbagi pengetahuan sebagai sumber Inovasi dan Keunggulan Bersaing Pada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Sektor batik tulis di Pantura Jawa Tengah yaitu Pekalongan, Semarang, Kudus Pati dan Yuwana. Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah obyek atau tempat penelitiannya.

KAJIAN TEORI

Penelitian ini mengukur pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing. Adapun teori dan literature yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berbagi Pengetahuan

Berbagi pengetahuan merupakan proses utama dari bagian manajemen pengetahuan (*knowledge management*) yang intinya adalah memberikan kesempatan yang luas untuk belajar (*learning*) kepada seluruh anggota di dalam organisasi sehingga mampu untuk meningkatkan kemampuan secara mandiri (Tobing, 2007). Jadi intinya berbagi pengetahuan merupakan budaya interaksi sosial yang melibatkan pertukaran pengetahuan, pengalaman dan ketrampilan antar anggota di dalam suatu organisasi.

Kapabilitas inovasi

Inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk menerapkan ide-ide kreatif ke dalam proses, produk maupun aspek lainnya. Ide kreatif yang lahir dalam organisasi tidak selalu berwujud penemuan ataupun pencapaian yang besar, namun bisa berwujud upaya untuk melakukan perubahan kecil untuk memperbaiki praktek yang sedang berjalan. Kemampuan organisasi dalam menerapkan kreativitas yang dimilikinya akan membantu dalam memecahkan permasalahan dan peluang yang dihadapinya (Suryana, 2003). Jadi intinya kapabilitas inovasi adalah upaya dalam memanfaatkan ide-ide baru ke dalam suatu proses maupun produk sehingga akan mendukung organisasi untuk mencapai tujuannya.

Keunggulan Bersaing

Pada intinya semua organisasi yang berada di lingkungan persaingan bisnis global mempunyai keinginan untuk lebih unggul dibandingkan dengan organisasi pesaing. Keunggulan bersaing bisa diartikan bahwa organisasi mampu bertindak lebih baik dari pada pesaingnya meskipun bergerak di lingkungan bisnis yang sama (Ali, 2009). Keunggulan bersaing dapat didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk memberikan nilai (*value added*) yang lebih besar pada produknya dibandingkan dengan pesaingnya, dimana dari nilai itu bisa mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Styagraha, 1994). Jadi intinya melalui keunggulan bersaing akan membantu organisasi untuk bisa menemukan posisi dalam industri, dimana dalam posisi tersebut organisasi mampu melindungi dari tekanan persaingan atau dapat juga mempengaruhi dan mengendalikan tekanan tersebut dengan positif.

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi

Kesediaan karyawan dalam menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) dan secara aktif berkonsultasi dengan rekan kerjanya untuk belajar mengenai pengetahuan maupun keahlian yang diilikinya (*knowledge collecting*) akan meningkatkan kapabilitas inovasi karyawan tersebut. Berbagi pengetahuan merupakan faktor kunci dalam organisasi untuk meningkatkan kapabilitas

inovasinya dan sebagai alat penting untuk mencapai keunggulan kompetitifnya. Berbagi pengetahuan yang dilakukan antar karyawan di dalam organisasi akan menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi produk dan inovasi proses (Mehrabani, 2012).

Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H1: Berbagi pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap kapabilitas Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Keunggulan Bersaing

Kesediaan karyawan dalam mengkomunikasikan mengenai pengetahuan, ketrampilan maupun keahlian yang dimilikinya kepada karyawan lain dan secara aktif berkonsultasi dengan rekan kerjanya untuk belajar mengenai pengetahuan, maupun ketrampilan yang dimilikinya akan berdampak positif terhadap efisiensi dan efektivitas kerja. Karena hasil dari aktivitas berbagi pengetahuan yang dilakukan secara efektif dan terus menerus mampu meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan keahlian karyawan tersebut. Salah satu strategi untuk bisa meningkatkan keunggulan bersaing dalam organisasi adalah melalui keunggulan biaya.

Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu yang mendukung maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H2: Berbagi pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing

Organisasi yang memiliki kemampuan yang semakin baik dalam melakukan inovasi dan modal intelektualnya maka akan semakin tinggi kemampuan bersaingnya (Jose, 2012), karena semakin baik kapabilitas inovasi organisasi, maka produk yang dihasilkannya akan semakin inovatif sehingga nilai produk yang diberikan kepada konsumen akan semakin tinggi dan tingkat diferensiasi yang diberikan akan semakin tinggi pula. Oleh sebab itu semakin tinggi kapabilitas inovasi organisasi maka keunggulan bersaingnya semakin besar pula dengan sumber daya internal yang baik akan menjadi keunggulan bersaing (Raduan, 2009).

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Kapabilitas inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing bersaing.

Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kapabilitas Inovasi

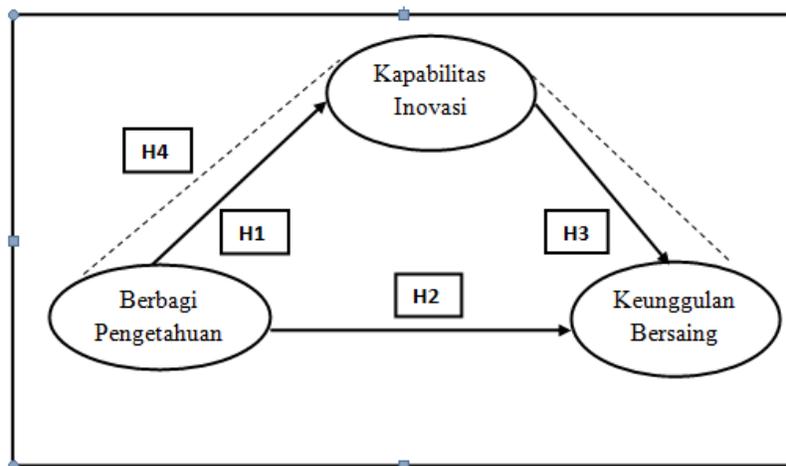
Kesediaan karyawan dalam menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) dan secara aktif berkonsultasi dengan rekan kerjanya untuk belajar mengenai pengetahuan maupun keahlian yang diilikinya (*knowledge collecting*)

akan meningkatkan kapabilitas inovasi karyawan tersebut. Berbagi pengetahuan merupakan faktor kunci dalam organisasi untuk meningkatkan kapabilitas inovasinya dan sebagai alat penting untuk mencapai keunggulan kompetitifnya. Penelitian yang dilakukan oleh Assegaf M & Wasitowati (2015) yang berjudul *knowledge sharing* sebagai sumber inovasi dan keunggulan bersaing pada UMKM sektor batik hasilnya menunjukkan bahwa keunggulan bersaing organisasi dapat ditingkatkan melalui berbagi pengetahuan dan inovasi secara terus menerus.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H4 : Berbagi pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas inovasi.

Model Penelitian



Gambar 1.1
Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing pada seluruh pengrajin batik yang menjadi anggota kelompok Kampung Batik Tulis Giriloyo yang berjumlah 180 orang pengrajin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel secara sengaja dengan persyaratan sampel yang diperlukan, penarikan ini dilakukan dengan cara memilih subjek sesuai dengan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan data primer yaitu data diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dioperasikan melalui program IBM SPSS AMOS 22 (Ghozali, 2014).

Uji Kualitas Instrumen dan Data

Pengujian kualitas instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran yang digunakan mampu mengukur apa yang ingin diukur dan bukan mengukur yang lainnya. Kriteria pengujian validitas menurut Ghozali (2014) dinyatakan valid jika nilai Signifikan (Probabilitas) $> 0,5$ dan dinyatakan tidak valid jika nilai signifikan (Probabilitas) $< 0,5$.

Sedangkan uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Uji reliabilitas dalam penelitian ini yang dipakai adalah CR (*Construct reliability*) dan AVE (*Variance Extracted*) Menurut Ghazali (2014) sebuah variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai CR lebih besar dari 0,7 dan AVE lebih besar dari 0,5.

Dalam penelitian ini terdapat 18 pernyataan yang mewakili setiap variabel dengan jumlah responden 126 dengan menggunakan aplikasi AMOS versi 22. Hasil yang diperoleh dari pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai *factor loading* pada variabel berbagi pengetahuan yang terdiri dari 7 pernyataan, variabel kapabilitas inovasi yang terdiri dari 5 butir pernyataan, dan variabel keunggulan bersaing yang terdiri dari 6 pernyataan mendapatkan hasil angka $>0,5$, sehingga semua butir dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Kemudian pada pengujian reliabilitas pada variabel berbagi pengetahuan, kapabilitas inovasi, dan keunggulan bersaing menghasilkan nilai $>0,7$ sehingga dapat dinyatakan bahwa data tersebut reliabel.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *z value* (*critical ratio* atau C.R pada output AMOS 22.0) dari nilai *skewness* dan kurtosis sebaran data. Nilai kritis sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikan 0,01 (Ghozali, 2011).

Tabel 1.1
Pengujian Normalitas

KB4	2.000	5.000	.144	.658	-.697	-1.598
KB3	2.000	5.000	.290	1.331	-.497	-1.139
KB2	2.000	5.000	.259	1.187	-.461	-1.057
KB1	2.000	5.000	-.028	-.126	-.627	-1.436
Multivariate					-11.751	-2.458

Sumber: Data, diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 1.1 hasilnya menunjukkan uji normalitas secara *univariate* mayoritas berdistribusi normal karena nilai *critical ratio* (c.r) untuk kurtosis (keruncingan) maupun skewness (kemencengan), berada dalam rentang $\pm 2,58$. Sedangkan secara *multivariate* data memenuhi asumsi normal karena nilai -2,458 berada di dalam rentang $\pm 2,58$.

Uji Outliers

Evaluasi terhadap *multivariate outliers* dapat dilihat melalui output AMOS *Mahalanobis Distance*. Kriteria yang digunakan pada tingkat $p < 0.001$. Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian. Dalam kasus ini variabelnya adalah 98, kemudian proses perhitungan standar outliers dibantu oleh program *Ms. Excel* hasilnya adalah 42.312.

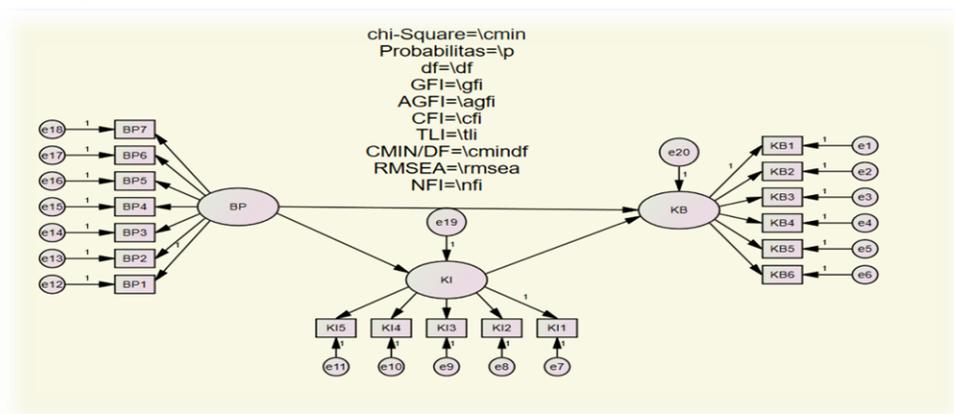
Tabel 1.2
Pengujian Outliers

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
69	35.604	.008	.633
47	32.325	.020	.723
9	31.127	.028	.684
6	26.173	.096	.998
70	25.891	.102	.997
112	25.411	.114	.997
108	24.915	.127	.998

Sumber: Data, diolah (2017)

Pada Tabel 1.2 menunjukkan sebagian nilai dari *Mahalanobis Distance*, yang mewakili pada pengujian outliers, dari data yang diolah tidak terdeteksi adanya nilai yang lebih besar dari nilai 42.312. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang *outliers*.

Uji Hipotesis



Gambar 1.2
Model Penelitian AMOS

Berdasarkan model tersebut dapat diketahui hasil pengujian pengaruh antar variabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hubungan Antar Variabel

Hubungan Variabel			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label	Hipotesis
Kapabilitas inovasi	<---	Berbagi pengetahuan	.453	.118	3.836	***	par_17	Positif signifikan
Keunggulan bersaing	<---	Berbagi pengetahuan	.180	.084	2.146	.032	par_16	Positif signifikan
Keunggulan bersaing	<---	Kapabilitas inovasi	.649	.086	7.574	***	par_18	Positif signifikan

Sumber: Data, diolah (2017)

Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR ada pengaruh jika menunjukkan nilai di atas **1,96** dan di bawah **0,05** untuk nilai P (Ghozali, 2014), dengan demikian dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Inovasi

Pada parameter estimasi nilai *koefisien standardized regression weight* yang diperoleh sebesar 0,453 dan nilai C.R 3.836 hal ini menunjukkan bahwa hubungan berbagi pengetahuan dengan kapabilitas inovasi positif. Artinya adalah semakin baik berbagi pengetahuan yang diterapkan maka semakin meningkatkan kapabilitas inovasinya. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas 0,000 ($p < 0,05$), sehingga (H1) yang

berbunyi **“Berbagi Pengetahuan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kapabilitas Inovasi”** terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi.

2. Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Keunggulan Bersaing

Pada parameter estimasi nilai *koefisien standardized regression weight* yang diperoleh sebesar 0,032 dan nilai C.R 2.146 hal ini menunjukkan bahwa hubungan berbagi pengetahuan dengan keunggulan bersaing positif. Artinya adalah semakin baik berbagi pengetahuan yang diterapkan maka semakin meningkatkan keunggulan bersaingnya. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas 0,032 ($p < 0,05$), sehingga (H2) yang berbunyi **“Berbagi Pengetahuan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing”** terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara berbagi pengetahuan terhadap keunggulan bersaing.

3. Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing

Pada parameter estimasi nilai *koefisien standardized regression weight* yang diperoleh sebesar 0,000 dan nilai C.R 7.574 hal ini menunjukkan bahwa hubungan kapabilitas inovasi dengan keunggulan bersaing positif. Artinya adalah semakin baik kapabilitas inovasi yang dimiliki karyawan maka semakin meningkatkan keunggulan bersaingnya. Pengujian hubungan kedua variabel

tersebut menunjukkan nilai probabilitas 0,000 ($p < 0,05$), sehingga (H3) yang berbunyi “**Kapabilitas Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing**” terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing.

4. Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kapabilitas Inovasi Sebagai Variabel Mediasi

Untuk melihat ada tidaknya mediasi yaitu antara berbagi pengetahuan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas inovasi sebagai variabel intervening dengan cara membandingkan nilai *standardized direct effect* dengan *standardized indirect effects*. Artinya jika nilai *standardized direct effects* lebih kecil dari nilai *standardized indirect effect* maka dapat dikatakan bahwa variabel mediasi tersebut mempunyai pengaruh secara tidak langsung dalam hubungan kedua variabel tersebut yang mana variabel berbagi pengetahuan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas sebagai variabel intervening. Untuk melihat hubungan mediasi antara berbagi pengetahuan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas inovasi sebagai variabel intervening dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 1.4
Standardized Direct Effects

	BP	KI	KB
KI	.376	.000	.000
KB	.164	.713	.000

Sumber data: Dioalah (2017)

Tabel 1.5
Standardized Indirect Effects

	BP	KI	KB
KI	.000	.000	.000
KB	.268	.000	.000

Sumber : Data, diolah (2017)

Parameter estimasi nilai koefisien *standardized regression weight* antara berbagi pengetahuan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas inovasi diperoleh nilai sebesar *direct* < nilai *indirect*, pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai $0,164 < 0,268$ hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi memediasi berbagi pengetahuan terhadap keunggulan bersaing

Uji Model

Menilai model atau *goodness of fit* menjadi tujuan utama dalam SEM untuk mengetahui sampai seberapa jauh model yang dihipotesiskan "*fit*" atau cocok dengan sampel data. Hasil *goodness of fit* ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 1.6
Pengujian Goodness of Fit

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-of value</i>	Model Penelitian	Model
<i>Significant probability</i>	≥ 0.05	0,037	Less Fit
RMSEA	≤ 0.08	0,043	Good Fit
GFI	≥ 0.90	0,880	Less Fit
AGFI	≥ 0.80	0,845	Good Fit
CMIN/DF	≤ 2.0	1,230	Good Fit
TLI	≥ 0.90	0,976	Good Fit
CFI	≥ 0.90	0,979	Good Fit

Sumber : Data, diolah (2017)

Berdasarkan hasil pengujian kesesuaian model dan uraian diatas didapat bahwa tingkat kesesuaian model belum semuanya baik. Hal ini diindikasikan dengan nilai Probability dan GFI karena nilainya yang masih dibawah standar penerimaan dan dikatakan bahwa model tidak fit. Namun dengan melihat indeks lainnya yaitu RMSEA, CMIN/DF, TLI dan CFI yang nilainya sesuai dengan standar penerimaan atau model bisa dinyatakan fit, maka dapat disimpulkan bahwa model yang dibangun pada penelitian ini adalah baik. Gozali, 2014 menyatakan bahwa jika ada satu atau dua kriterian *goodness of fit* yang terpenuhi maka secara keseluruhan model dapat dikatakan baik (*fit*).

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, yaitu untuk menguji pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing di UKM Batik Tulis Giriloyo, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berbagi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi.
2. Berbagi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

3. Kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
4. Kapabilitas inovasi dapat memediasi hubungan antara berbagi

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini melibatkan subjek yang jumlahnya terbatas.
2. Responden kurang memahami pernyataan yang diberikan sehingga ada beberapa pertanyaan yang tidak jawab sehingga data tidak bisa diolah.

C. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel pada UKM Batik Tulis lain misalkan Gunung Kidul, dan Kulon Progo sehingga nantinya hasil penelitian dapat mencerminkan evaluasi yang menyeluruh dari seluruh UKM Batik yang ada di DIY.
2. Disarankan agar UKM Batik Tulis Giriloyo lebih meningkatkan dan mendorong karyawan atau pengrajin Batik dalam melakukan aktivitas berbagi pengetahuan mengenai ketrampilan maupun keahlian baru yang mereka

DAFTAR PUSTAKA.

- Almahamid, S., Awwad, A., & McAdams, A. C. (2010). Effects of organizational agility and knowledge sharing on competitive advantage: an empirical study in Jordan. *International Journal of Management*, 27(3), 387.
- Antara. (2009). UNESCO Setujui Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia. [http://www .antaranews .com](http://www.antaraneews.com) (accessed 25 Oktober 2017).
- Arikunto, S. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara
- Assegaf, M., & Wasitowati, M. M. (2015). Knowledge Sharing Sebagai Sumber Inovasi dan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Batik. In *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)* (Vol. 2, No. 1, pp. 208-221).
- Aulawi, H., Govindaraju, R., Suryadi, K., & Sudirman, I. (2009). Hubungan knowledge sharing behavior dan individual innovation capability. *Jurnal Teknik Industri*, 11(2), PP-174.
- Azwar, S. (2003). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Esti, R. K., & Suryani, D. (2008). Potret Industri Kreatif Indonesia. *Economic Review*, 212.
- Fen Lin, H. (2007, April 28). Knowledge sharing and firm innovation capabilityan emperical study. *Internasional journal of Manpower* , 315-332.
- Ghozali, I. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadiyati, E. (2014). Karakteristik kewirausahaan dan perusahaan Serta kompetensi kewirausahaan sebagai Penentu kinerja usaha kecil menengah (ukm). *Journal of Innovation in Business and Economics*, 5(2), 117-124.
- Hansen, S., & Avital, M. (2005). *Share and share alike: The social and technological influences on knowledge sharing behavior*

- Hoegl, M., Parboteeah, K. P., & Munson, C. L. (2003). Team-level antecedents of individuals' knowledge networks. *Decision Sciences*, 34(4), 741-770.
- Jardon, C. M., & Susana Martos, M. (2012). Intellectual capital as competitive advantage in emerging clusters in Latin America. *Journal of Intellectual Capital*, 13(4), 462-481.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran 1 & 2. Edisi Millenium Terjemahan Hendrateguh.*
- Langerak, F. (2003). The Effect Of Market Orientation on Positional Advantage and Organizational Performance. *Journal of Strategic Marketing* , 93-115.
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). How award-winning SMEs manage the barriers to innovation. *Creativity and innovation management*, 16(2), 142-151
- Lindsey, K. L. (2006). Knowledge sharing barriers. In *Encyclopedia of knowledge management* (pp. 499-506). IGI Global.
- Mehrabani, S. E., & Shajari, M. (2012). Knowledge management and innovation capacity. *Journal of Management Research*, 4(2), 164.
- Munir, N. (2008). Knowledge management audit. *Penerbit Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Jakarta.*
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company How Japanese Companies Create the Dynamics Of Innovation.* Oxfors University Press.
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative industries: aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 95-114.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage, menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul.* Jakarta: Karisma Publishing.

- Rahab, Sulistyandari. "Sudjono (2011), The development of innovation capability of small medium enterprises through knowledge sharing process: an empirical study of Indonesian creative industri." *International Journal of Business and Social Science* 2.21: 112-123.
- Raduan, C. R., Jegak, U., Haslinda, A., & Alimin, I. I. (2009). Management, strategic management theories and the linkage with organizational competitive advantage from the resource-based view. *European Journal of Social Sciences*, 11(3), 402-418.
- Ranto, D. W. (2015). Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Yogyakarta Dengan Absortive Capacity Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis* , 132-145
- Salaman, G., & Storey, J. (2002). Managers' theories about the process of innovation. *Journal of Management studies*, 39(2), 147-165.
- Satyagraha, Hadi. 1994. Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis :Resefinisi SWOT. *Usahawan*. No.4, Th.XXIII.
- Setiarso, B., Triyono, S. H., & Subagyo, H. (2009). Penerapan Knowledge Management pada Organisasi. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Silalahi, h. C., & Sundiman, d. (2016). Knowledge sharing sebagai sumber inovasi dan keunggulan bersaing pada usaha kecil menengah (UKM) sektor bengkel otomotif (studi kasus CV. Ariron jaya tehnik). *Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)*, 1(1).
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta, Salemba Empat.
- Tatik, N. (2009). Orientasi Entrepreneur dan Modal Sosial: Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi. *Desertasi. UNDIP. Semarang*.
- Tiurma, G., & Munir. (2010). Pengaruh Knowledge Sharing dan Absortive Capacity Terhadap Innovation Capability Pada Direktorat Corporate Service dan Direktorat Marketing di PT. Indosat Tbk. *Journal Of Management and Business Review* , 59-71.

Tobing, P. L. (2007). *Knowledge management: konsep, arsitektur dan implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ussahawanitchakit, P. (2007). Innovation capability and export performance: an empirical study of textile businesses in thailand. *Journal of International Business Strategy*, 7(1)