

Peran Perilaku Inovatif Sebagai Variabel Intervening antara *Knowledge Creation* dan Keunggulan Bersaing

Agi Syarif Hidayat¹, Yana Setiawan², M. Alwi³, Editya Nurdiana⁴

¹Universitas Swadaya Gunung Jati, agi.unswagati@gmail.com

²Universitas Pendidikan Indonesia, editya_editya@yahoo.co.id

³Universitas Swadaya Gunung Jati, yanasetiawan@upi.edu

⁴Universitas Swadaya Gunung Jati, malwy1980@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing dengan dimediasi oleh variabel perilaku inovatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengrajin batik di Kabupaten Cirebon. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling purposive dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis jalur. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif, tidak terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing, terdapat pengaruh signifikan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengkaji keterkaitan antara perilaku inovatif terhadap kinerja serta implikasinya terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: *Knowledge Creation*, Perilaku Inovatif, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of Knowledge creation on the competitive advantage with the mediated variable of innovative behavior. The research method used is quantitative research method. The population in this research is batik craftsmen in Kabupaten Cirebon. The sampling technique used is purposive sampling technique with the number of samples of 100 respondents. Data collection techniques used is through questionnaires. Data analysis technique used is path analysis technique. Based on the result of research known that there is significant influence between knowledge creation to innovative behavior, there is no significant influence between knowledge creation to competitive advantage, there is significant influence between innovative behavior to competitive advantage. The suggestion for further research is to examine the linkage between innovative behavior to performance and its implications for the competitive advantage

Keywords: *Knowledge Creation*, *Innovative Behavior*, *Competitive Advantage*

Naskah diterima: 11 Agustus 2018, direvisi: 3 September 2018, dipublikasi : 15 September 2018

PENDAHULUAN

Perkembangan industri batik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian RI, nilai ekspor produk batik selama semester I tahun 2017 mencapai 39,4 juta dollar AS atau Rp 528 miliar dengan tujuan utama ke Jepang, Amerika Serikat (AS), dan Eropa, (Julianto, 2016)

Tingginya nilai ekspor batik Indonesia tidak terlepas dari banyaknya sentra industri batik yang menjadi andalan ekspor batik nasional. Terdapat beberapa daerah yang dikenal sebagai sentra industri batik nasional diantaranya adalah Pekalongan, Solo, Yogyakarta dan Cirebon.

Produk batik Indonesia memang memiliki nilai jual yang tinggi, sehingga saat ini beberapa daerah yang tidak mempunyai budaya kuat dalam membatikpun sudah mulai mengembangkan industri batik. Beberapa daerah tersebut diantaranya adalah Bandung, Sumedang, Tasikmalaya dan daerah lainnya.

Mulai bermunculannya sentra industri batik yang baru seperti di daerah Bandung, Tasik dan kota lainnya tentunya akan mengancam kemapanan sentra industri batik yang sudah terlebih dahulu berdiri. Salah satu sentra industri batik yang sudah lama berdiri adalah sentra batik di kabupaten Cirebon.

Berdasarkan data Disperindag Kabupaten Cirebon, pada tahun 2015 terdapat 530 unit usaha batik, akan tetapi pada tahun yang sama pula tidak didapatkan data mengenai jumlah ekspor batik di Kabupaten Cirebon, (Hidayat, 2015), Hal ini merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik, karena disaat meningkatnya nilai ekspor batik nasional, pada industri batik Cirebon tidak didapatkan data mengenai ekspor batik, hal ini dapat menjadi indikasi masih rendahnya keunggulan bersaing produk batik Cirebon apabila dibandingkan dengan daerah lain, misalnya batik Pekalongan yang pada tahun 2015 mencatat nilai ekspor batik hingga 425.000 USD (Kemenperin, 2016)

Persaingan yang semakin ketat, menuntut sentra industri batik untuk meningkatkan keunggulan bersaing produknya. Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi penciptaan nilai yang secara tidak bersamaan

tidak diciptakan oleh pesaing saat ini atau pesaing potensial. (Bharadwaj, Varadarajan, & Fahy, 1993), itu artinya dengan semakin tingginya keunggulan bersaing maka akan meningkatkan nilai bagi para pelanggan.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing suatu organisasi, hal itu dapat dilihat dari aspek manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen operasional maupun aspek manajemen keuangan.

Pembahasan dalam aspek sumber daya manusia menjadi salah satu topik yang menarik untuk dikaji, hal ini dikarenakan industri batik merupakan industri kreatif yang sangat dipengaruhi oleh kualitas manusia sebagai faktor produksi utama industri tersebut (Hidayat & Nurdiana, 2016). Industri batik yang ada dituntut untuk menghasilkan produk batik yang inovatif.

Berbicara mengenai inovasi produk batik, tentunya tidak bisa dilepaskan dari perilaku inovatif sumber daya manusia. Perilaku inovatif merupakan keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi (Kleysen, R. F., & Street, 2011).

Yuan, F., & Woodman, (2010) menyimpulkan bahwa terdapat keterkaitan antara perilaku inovatif ditempat kerja terhadap peningkatan kinerja, selanjutnya melalui kinerja yang tinggi tersebut dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Rajapathirana & Hui, 2018) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing. Adanya keterkaitan perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing pada industri perhtalan (Liu, 2017)

Pada awalnya banyak pihak menganggap bahwa perilaku inovatif merupakan sesuatu yang diturunkan secara genetis, akan tetapi setelah dilakukan penelitian menunjukkan bahwa perilaku inovatif bukan semata-mata genetis tetapi sebuah perilaku yang bisa dibentuk oleh organisasi (Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, 2011)

Salah satu faktor yang diduga dapat meningkatkan perilaku inovatif adalah *knowledge creation*. *Knowledge creation* atau

penciptaan pengetahuan didefinisikan sebagai proses untuk menyediakan dan memperkuat pengetahuan yang dibuat oleh individu serta mengkristal dan menghubungkannya dengan sistem pengetahuan organisasi, (Nonaka, Krogh, & Voelpel, 2009). Siadat, Naeiji, & Maleki, (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara externalisasi dan internalisasi terhadap perilaku inovatif karyawan pada sektor logistik di Iran, hasil penelitian ini didukung pula oleh Berraies, S., & Chaher, (2014) yang menyimpulkan bahwa proses penciptaan pengetahuan merupakan salah satu komponen penting dalam meningkatkan kinerja inovasi perusahaan informasi dan teknologi di Tunisia.

Pengajian mengenai keunggulan bersaing produk batik, selanjutnya dikatkan dengan perilaku inovatif karyawan dan *knowledge creation* ternyata memiliki keterkaitan yang relevan. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing dimediasi oleh perilaku inovatif. Melalui penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan masukan mengenai upaya untuk peningkatan keunggulan bersaing produk batik Cirebon melalui model perilaku inovatif.

KAJIAN LITERATUR

Knowledge creation

Pengetahuan merupakan salah satu kunci kemajuan manusia. Saat ini beberapa organisasi sudah memiliki kesadaran untuk membangun pengetahuan bagi para karyawannya. Salah satu konsep yang populer saat ini berkaitan dengan pengetahuan adalah mengenai *knowledge creation*.

Davidson dan Voss (Sangkala, 2007) mendefinisikan manajemen pengetahuan sebagai sistem yang memungkinkan perusahaan menyerap pengetahuan, pengalaman dan kreativitas para stafnya untuk perbaikan kinerja perusahaan. Penciptaan pengetahuan diartikan pula sebagai proses untuk menyediakan dan memperkuat pengetahuan yang dibuat oleh individu serta mengkristal dan menghubungkannya dengan sistem pengetahuan organisasi. Dengan kata lain, apa yang diketahui individu dalam kehidupan kerja mereka menguntungkan

rekan-rekan mereka dan, akhirnya, organisasi yang lebih besar (Nonaka et al., 2009).

Terdapat empat proses dalam *knowledge creation* yaitu : 1) Sosialisasi adalah proses berbagi pengalaman dan dengan demikian menciptakan pengetahuan tacit seperti model mental bersama dan keterampilan teknis, 2) Eksternalisasi adalah proses mengartikulasikan pengetahuan tacit ke dalam konsep eksplisit, 3) Kombinasi adalah proses systemizing konsep ke dalam sistem pengetahuan, 4) Internalisasi adalah proses mewujudkan pengetahuan eksplisit menjadi pengetahuan tacit (Nonaka, I., and Takeuchi, 1995).

Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif merupakan aktivitas individu yang bertujuan untuk memperkenalkan ide-ide baru dan berguna yang berhubungan dengan proses, produk ataupun prosedur (de Jong, J., & den Hartog, 2003). Perilaku inovatif diartikan pula sebagai keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi (Kleysen, R. F., & Street, 2011)

Kleysen, R. F., & Street, (2011) jelaskan bahwa perilaku inovatif memiliki 5 aspek yaitu : 1) Opportunity Exploration, 2) Generativity, 3) Formative Investigation, 4) Championing, 5) Application. Dimensi perilaku inovatif lainnya dikemukakan oleh de Jong, J., & den Hartog, (2003), yang merumuskan perilaku inovatif terdiri dari : 1) Melihat Peluang, 2) Mengeluarkan Ide, 3) Memperjuangkan, 4) Aplikasi.

Keunggulan Bersaing

Setiap perusahaan dalam menghadapi persaingan tentunya berharap memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada konsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler dan Armstrong, 2009). Keunggulan bersaing dapat diartikan pula sebagai hasil dari implementasi penciptaan nilai yang secara tidak bersamaan tidak diciptakan oleh pesaing saat ini atau pesaing potensial. Bharadwaj, Varadarajan, & Fahy, (1993). Dengan semakin tingginya

keunggulan bersaing perusahaan diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman, 2009).

Bharadwaj, Varadarajan, & Fahy, (1993) menjelaskan bahwa produk yang memiliki keunggulan bersaing memiliki karakteristik diantaranya : 1) keunikan produk, 2) harga bersaing, 3) jarang dijumpai, 4) tidak mudah ditiru, 5) tidak mudah digantikan, dan untuk mencapai hal tersebut Porter, (2007) menjelaskan bahwa terdapat tiga strategi bersaing yang dapat diterapkan oleh organisasi yaitu: 1) kunggulan biaya menyeluruh, 2) diferensiasi, 3) fokus.

Pengaruh *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing

Knowledge creation merupakan salah satu determinan dari keunggulan bersaing, hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan semakin efektifnya proses *knowledge creation* maka akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan

(Bakar, A. H. A., Virgiyanti, W., & Tufail, 2012), (Sharkie, 2003). (Jasinskas, Svagzdiene, & Simanavicius, 2015), (Jordan, 2012), (Yu, Zhang, Lin, & Wu, 2017),

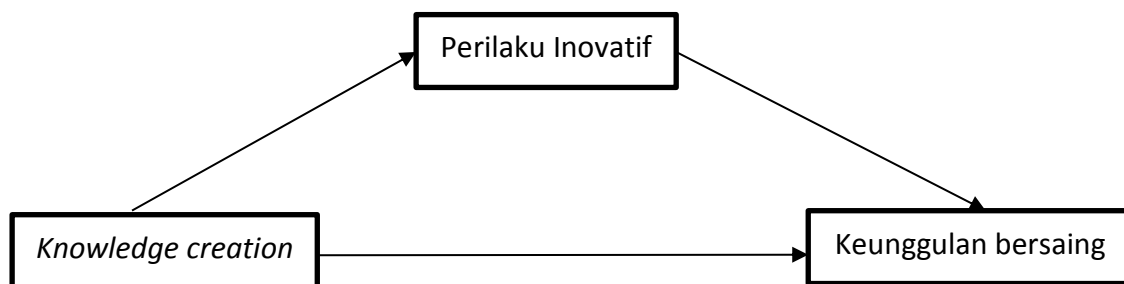
(Meihami & Meihami, 2014), (Duh & Letonja, 2013)

Pengaruh *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif

Proses *knowledge creation* menjadi perhatian penting bagi organisasi saat ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa proses *knowledge creation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku inovatif ditempat kerja, hal itu menunjukkan bahwa dengan semakin efektifnya proses *knowledge creation* maka akan meningkatkan perilaku inovatif karyawan (Berraies, S., & Chaher, 2014; Jaber, 2016; Siadat et al., 2015)(Lee & Hong, 2014)

Pengaruh perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing

Salah satu faktor yang diduga dapat mempenaruhi keunggulan bersaing adalah perilaku inovatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khodakarami, P., & Zakaria, (2015) serta Rajapathirana & Hui, (2018) menunjukkan bahwa dengan semakin tingginya perilaku inovasi karyawan maka akan meningkatkan keunggulan bersaing organisasi, Berdasarkan penjelasan mengenai keterkaitan antara variabel *knowledge creation*, perilaku inovatif serta keunggulan bersaing tersebut maka peneliti merumuskan kerangka pemikiran dalam gambar dibawah ini



Sumber : (Bakar, A. H. A., Virgiyanti, W., & Tufail, 2012; Berraies, S., & Chaher, 2014; Khodakarami, P., & Zakaria, 2015)

Gambar 1. Kerangka pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing

2. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif

3. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Alasan pemilihan metode ini adalah karena peneliti ingin melakukan pengukuran mengenai pengaruh *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing melalui perilaku inovatif sebagai variabel mediasi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *knowledge creation* adalah 1) sosialisasi, 2) eksternalisasi, 3) kombinasi, 4) internalisasi (Nonaka, I., and Takeuchi, 1995). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku inovatif adalah 1) melihat peluang, 2) mengeluarkan ide, 3) memperjuangkan, 4) aplikasi, (de Jong, J., & den Hartog, 2003). Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah 1) keunikan produk, 2) harga bersaing, 3) jarang dijumpai, 4) tidak mudah ditiru, 5) tidak mudah digantikan, (Bharadwaj et al., 1993). Teknik penarikan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan skala pengukuran instrumen menggunakan skala likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin batik yang berada di Kabupaten Cirebon, karena tidak diketahui berapa jumlah pasti pengrajin batik yang ada di Cirebon, maka peneliti menggunakan teknik *sampling non probability* yaitu *sampling purposive*, artinya pada saat penarikan data, hanya para pengrajin batik yang menjadi pekerja saja yang diberikan kesempatan untuk mengisi kuesioner.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pemilihan jumlah responden sebanyak 100 responden mengacu pada saran yang diberikan oleh Roscoe (dalam Sugiyono, 2011) yang menyebutkan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah minimal 30 sampai dengan 500.

Teknik pengujian keandalan instrumen dalam penelitian ini menggunakan analisis validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

PEMBAHASAN

Profil responden

Sebelum membahas analisis statistik penelitian, dipaparkan terlebih dahulu profil responden yang terdapat pada Tabel 1.

Berdasarkan data mengenai karakteristik responden, dapat kita ketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan (80%), hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengrajin batik di Kabupaten Cirebon adalah perempuan.

Berdasarkan kategori usia, mayoritas responden berusia 26-35 tahun (32%), hal ini menandakan bahwa para pengrajin batik di Kabupaten Cirebon termasuk pada usia produktif.

Berdasarkan kategori tingkat pendidikan terakhir, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan SD (70%), hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat pendidikan para pengrajin batik di Kabupaten Cirebon masih rendah, bahkan tidak ada satu pun responden yang memiliki pendidikan di atas SMA.

Berdasarkan kategori rata-rata penghasilan perbulan, mayoritas responden memiliki rata-rata penghasilan perbulan sebesar kurang dari Rp 1.500.000, hal ini menunjukkan bahwa secara umum rata-rata penghasilan pengrajin batik di Kabupaten Cirebon masih rendah, bahkan tidak ada satu pun responden yang memiliki penghasilan lebih dari Rp 5.000.000. Berdasarkan kategori asal daerah, mayoritas responden berasal dari Kabupaten Cirebon (98%), hal ini menandakan bahwa rata-rata pengrajin batik adalah penduduk asli Cirebon, bukan pegraji batik pendatang.

Berdasarkan lokasi tempat tinggal, mayoritas responden merupakan warga Kabupaten Cirebon yang berdomisili di kecamatan plered (51%). Hal ini dikarenakan kecamatan plered merupakan pusat pengrajin batik terbesar di Kabupaten Cirebon.

Uji Validitas dan reliabilitas

Untuk mengetahui derajat keandalan instrumen penelitian maka peneliti melakukan uji validitas instrumen yang terdapat pada Tabel 2.

Tabel 1 Profil responden

Kriteria	Pilihan jawaban	F	%
Jenis kelamin	Laki	20	20
	Perempuan	80	80
Usia	<17	0	0
	18-25	8	8
	26-35	32	32
	36-45	28	28
	46-60	26	26
	>60	6	6
Pendidikan terakhir	SD	70	70
	SMP	20	20
	SMA	10	10
	>SMA	0	0
Rata-rata penghasilan perbulan	< Rp 1.500.000	72	72
	Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000	26	26
	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	2	2
	> Rp 5.000.000	0	0
Asal daerah	Kabupaten Cirebon	98	98
	Kuningan	0	0
	Indramayu	0	0
	Majalengka	0	0
	Kota Cirebon	1	1
	Solo	1	1
Lokasi tempat tinggal	Ciwaringin	23	23
	Tengah tani	24	24
	Weru	2	2
	Plered	51	51

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

Knowledge creation		Perilaku inovatif		Keunggulan bersaing	
Nomor instrumen	R hitung	Nomor instrumen	R hitung	Nomor instrumen	R hitung
1	0,30	1	0,08	1	0,16
2	0,28	2	0,25	2	0,15
3	0,38	3	0,53	3	0,17
4	0,37	4	0,59	4	-0,25
5	0,41	5	0,60	5	0,45
6	0,41	6	0,61	6	0,32
7	0,39	7	0,26	7	0,45
8	0,38	8	0,33	8	0,22
				9	0,23
				10	0,08

Berdasarkan Tabel 2 mengenai hasil uji validitas instrumen dapat kita ketahui bahwa Seluruh instrumen dalam variabel *knowledge creation* valid karena nilai r hitung diatas 0,16. Terdapat 2 instrumen dalam perilaku inovatif yang tidak valid yaitu instrumen nomor 1 dan

8, karena nilai r hitung dibawah 0,16. Terdapat 4 instrumen yang tidak valid dalam variabel keunggulan bersaing yaitu instrumen nomor 1, 2, 4 dan 10. Instrumen yang tidak valid, selanjutnya tidak akan dimasukkan dalam proses analisis jalur dan uji hipotesis.

Untuk mengetahui derajat konsistensi yang hasilnya terdapat ada Tabel 3 instrumen, peneliti melakukan uji reliabilitas

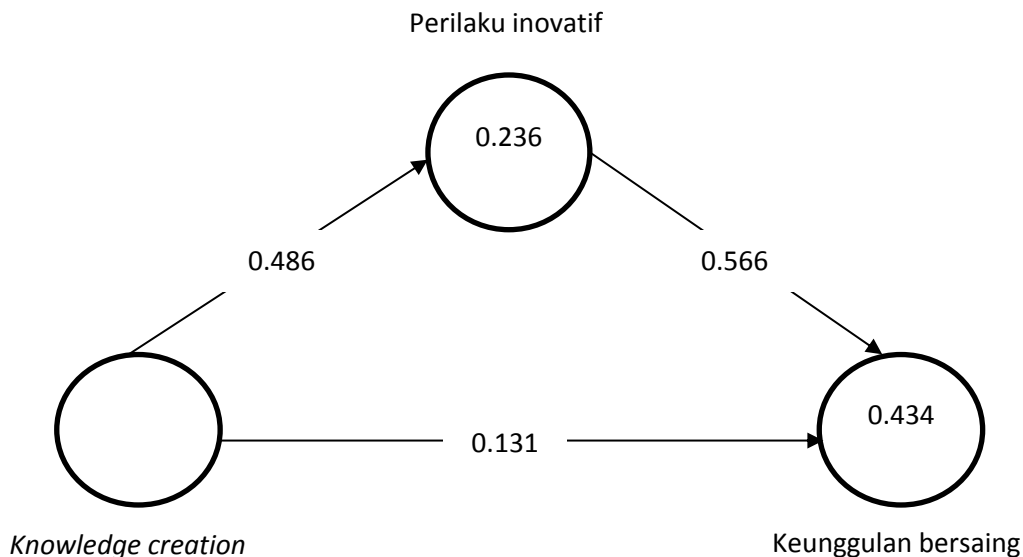
Tabel 3. Hasil uji reliabilitas instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Decision
<i>Knowledge creation</i>	0.80	8	Reliabel
Perilaku inovatif	0.85	8	Reliabel
Keunggulan bersaing	0.75	10	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat kita ketahui bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel, karena nilai Cronbach's Alpa diatas 0,6.

Pengujian statistik analisis Jalur

Setelah mengetahui derajat kendalan instrumen penelitian, maka langkah selanjunya adalah melakukan analisis data penelitian dengan menggunakan teknik analisis jalur. Hasil analisis statistik melalui teknik analisis jalur terdapat pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Hasil Analisis Jalur

Berdasarkan Gambar 2 mengenai hasil analisis statistik menggunakan teknik analisis jalur diketahui bahwa Nilai koefisien korelasi (R) antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing adalah 0.131, hal ini memiliki arti bahwa derajat keeratan hubungan antara *knowledge creation* dan keunggulan bersaing berada pada kategori sangat rendah. Nilai koefisien korelasi antara *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif adalah 0.486, hal ini memiliki arti bahwa derajat keeratan hubungan antara variabel *knowledge creation* dan perilaku inovatif

berada pada kategori sedang. Nilai koefisien korelasi antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing adalah 0.566, hal ini memiliki arti bahwa derajat keeratan hubungan antara variabel perilaku inovatif dan keunggulan bersaing berada pada kategori sedang.

Nilai koefisien determinasi (R Square) antara variabel *konwledge creation* terhadap keunggulan bersaing adalah 0,017, hal ini memiliki arti bahwa pengaruh antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing adalah 1,7%. Nilai koefisien

determinasi antara variabel *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif adalah 0.236, hal ini memiliki arti bahwa pengaruh antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing adalah 23,6%. Nilai koefisien determinasi antara variabel perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing adalah 0.320, hal ini memiliki arti bahwa pengaruh antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing adalah 32%. Berdasarkan gambar 2 diketahui bahwa total pengaruh *knowledge*

creation terhadap keunggulan bersaing dengan dimediasi oleh perilaku inovatif adalah 0.434, hal ini memiliki arti bahwa pengaruh *knowledge creation* apabila dimediasi oleh perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 43.4%.

Pengujian hipotesis

Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan hasil pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original sample	Standard Deviation	T Statistic (IO/STDEV)	P Values	Keputusan
<i>knowledge creation</i> -> keunggulan bersaing	0.131	0.124	1.057	0.291	Hipotesis ditolak
<i>knowledge creation</i> -> perilaku inovatif	0.486	0.067	7.263	0.000	Hipotesis diterima
perilaku inovatif -> keunggulan bersaing	0.566	0.088	6.409	0.000	Hipotesis diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa untuk pengujian hipotesis yang pertama yaitu pengaruh *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing didapatkan nilai p value adalah 0.291, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang kedua yaitu pengaruh *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing didapatkan nilai p value 0.000, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ketiga yaitu pengaruh perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing didapatkan nilai p value 0.000, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing.

PEMBAHASAN

Pengaruh *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil penelitian dapat kita ketahui bahwa *knowledge creation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing, itu artinya meskipun

knowledge creation memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, tetapi pengaruhnya tidak cukup besar atau signifikan terhadap keunggulan bersaing, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing yang hanya 1,7%.

Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bakar, A. H. A., Virgiyanti, W., & Tufail, (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara penerapan *knowledge management* terhadap keunggulan bersaing.

Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Jasinskas et al., (2015) menunjukkan terdapat pengaruh positif manajemen pengetahuan terhadap kemampuan bersaing suatu perusahaan. pengetahuan yang paling signifikan mempengaruhi kemampuan bersaing adalah keterampilan dan pengetahuan karyawan tentang produk dan layanan yang diproduksi, tanpa ketrampilan yang tepat dari karyawan untuk melakukan pekerjaan mereka yang biasa, kegiatan tidak ada perusahaan yang akan berhasil.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yu et al., 2017), dimana dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa penerapan manajemen pengetahuan akan memberikan

pengaruh apabila dimediasi oleh kinerja inovasi, bedanya dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel perilaku inovatif sebagai pemdiiasi bukan kinerja inovasi, mungkin untuk kedepannya bisa menghubungkan antara perilaku inovatif terhadap kinerja inovasi dan pada akhirnya akan mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan (Meihami & Meihami, 2014) menunjukkan bahwa proses *knowledge management* memberikan keunggulan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

Pengaruh *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif

Berdasarkan hasil penelitian dapat kita ketahui bahwa penerapan *knowledge creation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif, hal ini memiliki makna bahwa dengan semakin efektifnya proses *knowledge creation*, maka akan meningkatkan perilaku inovatif karyawan. *knowledge creation* dapat dijadikan salah satu determinan dalam memprediksi tinggi rendahnya perilaku inovatif karyawan.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian Berraies, S., & Chaher, (2014) dalam penelitiannya menunjukkan pengaruh yang signifikan antara *knowledge creation* terhadap kinerja inovasi, hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Berraies, S., & Chaher, (2014) adalah penggunaan variabel moderasi, Berraies, S., & Chaher, (2014) menggunakan variabel *learning organization* sebagai pemediasi antara *knowledge creation* terhadap kinerja inovasi, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menghubungkan langsung antara *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian (Jaberi, 2016), yang menyimpulkan dalam hasil penelitiannya bahwa perilaku berbagi pengetahuan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif. Melengkapi kedua hasil penelitian lainnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Siadat et al., (2015) menunjukkan bahwa proses eksternalisasi dan internalisasi yang merupakan dimensi dari *knowledge creation* memberikan pengaruh terhadap peningkatan

perilaku inovatif karyawan bagian logistik di negara Iran.

Pengaruh perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil pengujian statistik antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing. Ini artinya dengan semakin tinggi perilaku *inovatif* seorang karyawan maka akan meningkatkan keunggulan bersaing suatu organisasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rajapathirana & Hui, 2018), yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kinerja inovasi, upaya inovasi dan keunggulan perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan kemampuan inovasi manajemen, akan memberikan hasil inovasi yang lebih baik dan akan bermanfaat bagi manajemen perusahaan asuransi di Srilanka.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa temuan penting dalam penelitian ini adalah adanya model penelitian yang menunjukkan variabel perilaku inovatif sebagai variabel intervening antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa 1) Terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge creation* terhadap perilaku inovatif, 2) Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing, 3) Terdapat pengaruh signifikan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing, perilaku inovatif menjadi variabel penghubung antara variabel dan *knowledge creation* terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan saran kepada pihak yang terkait dengan pengembangan batik di Kabupaten Cirebon bahwa salah satu upaya yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing produk batik di Kabupaten Cirebon adalah melalui peningkatan kapasitas SDM pengrajin batik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin inovatif para pengrajin batik maka akan berdampak pada semakin kompetitifnya

produk batik Cirebon. Dalam rangka meningkatkan perilaku inovatif pengrajin batik dapat dilakukan dengan mengimplementasikan *Knowledge creation* dalam bentuk pembuatan SOP pembuatan batik dan meningkatkan intensitas diskusi antara para pengrajin batik dengan para pemilik sanggar batik sehingga ide-ide pembuatan batik dapat dilakukan dengan lebih baik. Selanjutnya saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengkaji ketarkaitan antara perilaku inovatif terhadap kinerja serta pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing, hal ini dikarenakan terdapat beberapa peneliti yang mengaitkan antara perilaku inovatif terhadap kinerja

REFERENSI

- Bakar, A. H. A., Virgiyanti, W., & Tufail, M. A. (2012). Knowledge Management Processes And Competitive Advantage In Construction Industry. *Emerging Issues In The Natural And Applied Sciences*, 2(1), 81–102. <https://doi.org/10.7813/einas.2012/2-1/5>
- Berraies, S., & Chaher, M. (2014). Knowledge Creation Process and Firm s' Innovation Performance: Mediating Effect of Organizational Learning. *International Journal of Human Resource Studies*, 4(1), 204–222. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v4i1.5517>
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. (1993). Sustainable competitive advantage in service industries: a conceptual model and research propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), 83–99.
- de Jong, J., & den Hartog, D. N. (2003). Leadership as a determinant of innovative behaviour: A conceptual framework. *EIM Business & Policy Research*.
- Duh, M., & Letonja, M. (2013). Knowledge Creation in Family Businesses and Its Importance for Building and Sustaining Competitive Advantage during and after Succession. *International Journal of Business Administration*, 4(6), 120–133. <https://doi.org/10.5430/ijba.v4n6p120>
- Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. M. (2011). *The innovator's DNA: Mastering the five skills of disruptive innovators*. Harvard Business Press.
- Hidayat, A. S. (2015). Optimalisasi Ekspor Batik Cirebon, Pasca Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Pada Tahun 2015. In *Sustainable competitive Advantage (SCA)* (pp. 1–12). Purwokerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman.
- Hidayat, A. S., & Nurdiana, E. (2016). Strategi Pengembangan SDM Industri Kreatif Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean pada Tahun 2016. In *Indonesian Conference on Management, Politics, Accounting and Communication* (pp. 193–206). Jakarta: Universitas Bakrie.
- Jaberi, E. (2016). The effect of knowledge sharing on innovative behavior among employee of Besat hospital in city of Hamedan. *International Academic Journal of Accounting and Financial Management*, 3(4), 41–47.
- Jasinskas, E., Svagzdiene, B., & Simanavicius, A. (2015). The Influence Of Knowledge Management On The Competitive Ability Of Lithuanian Enterprises. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, 2469–2475. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.305>
- Jordan, M. S. (2012). *The effect of organizational knowledge creation on firm performance: An operational capabilities-mediated model*. Georgia State University.
- Julianto, P. A. (2016, September). Semester I 2017, Ekspor Batik Capai Rp 528 Miliar. *Kompas.com*. Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/26/221824926/semester-i-2017-ekspor-batik-capai-rp-528-miliar>
- Kemenperin. (2016, August 28). Kemenperin Berikan Perhatian IKM Kapal dan Batik di Pekalongan. *Siaran Pers Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. Retrieved from <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16828/Kemenperin-Berikan-Perhatian-IKM-Kapal-dan-Batik-di-Pekalongan>
- Khodakarami, P., & Zakaria, Z. (2015). The Relationship between Innovative Behavior and Sustainable Development.

- European Journal of Business and Management*, 7(23), 160–169.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2011). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296.
- Kotler dan Armstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2* (Edisi Ke-8). Jakarta: Erlangga.
- Lee, H. S., & Hong, S. A. (2014). Factors Affecting Hospital Employees' Knowledge Sharing Intention and Behavior, and Innovation Behavior. *Osong Public Health and Research Perspectives*, 5(3), 148–155. <https://doi.org/10.1016/j.phrp.2014.04.006>
- Liu, C. H. (2017). Creating competitive advantage: Linking perspectives of organization learning, innovation behavior and intellectual capital. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 13–23.
- Meihami, B., & Meihami, H. (2014). Knowledge Management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 14, 80–91. <https://doi.org/10.18052/www.scipress.com/ILSHS.14.80>
- Nonaka, I., and Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company*. New York: Oxford University Press.
- Nonaka, I., Krogh, G. Von, & Voelpel, S. (2009). Organization Studies Organizational Knowledge Creation Theory: Evolutionary Paths and Future Advances. <https://doi.org/10.1177/0170840606066312>
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing. Competitive Advantage. Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Kharima Publishing Group.
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge. Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangkala. (2007). *Knowledge Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sharkie, R. (2003). Knowledge creation and its place in the development of sustainable competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 20–31.
- Siadat, S. H., Naeiji, M. J., & Maleki, C. (2015). International Journal of Operations and Logistics Impact of Organizational Knowledge Management on Innovative Behavior: A Study in a Logistic Sector. *International Journal of Operations and Logistics Management*, 4(2), 152–164.
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Yu, C., Zhang, Z., Lin, C., & Wu, Y. J. (2017). Knowledge Creation Process and Sustainable Competitive Advantage: the Role of Technological Innovation Capabilities. *Sustainability*, 9(12), 2280. <https://doi.org/10.3390/su9122280>
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative Behavior In The Workplace: The Role Of Performance And Image Outcome Expectations The University of Kansas Performance And Image. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323–342.