

BERBAGI PENGETAHUAN DAN PENGARUHNYA PADA KEMAMPUAN INOVASI INDUSTRI RUMAH TANGGA DI SULAWESI UTARA: SEBUAH STUDI LONGITUDINAL

**Ventje A. Senduk
Nikolas F. Wuryaningrat
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado**

Abstract

One of the ways large and small companies to manage their knowledge resources is through the sharing of knowledge . Sharing knowledge becomes an integral part to the company according to Argote et al . (1999 in Srivastava et al , 2006) is a way to share the knowledge of how to optimize enterprise knowledge resources to be used for the improvement of innovation capability .

The big difference in the results of research it is necessary to study more in-depth . Research that has been described only focus of research with a cross-sectional manner . The research was conducted by means of a longitudinal study to provide a more comprehensive understanding .

The results of research on the time period of the first survey revealed that knowledge sharing is not a member of influence on innovation capability industri home date in North Sulawesi. Along with the learning process of knowledge sharing members a significant effect on the ability of innovation .

Keywords : *Sharing knowledge, innovation capability, learning process and longitudinal study*

PENDAHULUAN

Salah satu cara perusahaan besar dan kecil untuk mengelola sumber daya pengetahuannya adalah melalui berbagi pengetahuan. Berbagi pengetahuan menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi perusahaan karena menurut Argote *et al.* (1999

dalam Srivastava *et al.*, 2006) berbagi pengetahuan adalah cara bagaimana perusahaan mengoptimisasi sumber daya pengetahuan untuk dapat digunakan untuk peningkatan kemampuan inovasi.

Hasil riset yang dilakukan oleh Lin (2007) mengungkapkan bahwa

melalui berbagi pengetahuan, sumber daya pengetahuan perusahaan bisa terus diperkaya untuk menciptakan inovasi (Lin, 2007). Alasannya yang diungkapkan oleh Lin (2007) karena berbagi pengetahuan memiliki kemampuan untuk melahirkan pengetahuan baru, pengetahuan baru ini yang diharapkan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan inovasi. Studi lainnya yang dilakukan oleh Miller *et al.* (2007) memberi bukti empiris bahwa melalui berbagi pengetahuan antar divisi dalam perusahaan sangat membantu melahirkan inovasi. Dyer dan Nobeoko (2000) menyatakan bahwa Toyota bisa menjadi sebuah bisnis yang sukses dan banyak ditiru oleh usaha lain melalui berbagi pengetahuan yang dilakukan dengan supplier-supliernya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa melalui berbagi pengetahuan yang Toyota lakukan itulah sehingga *Just in Time* (JIT) bisa dilakukan dengan efektif. Riset dari Darroch (2005) menguatkan pula pendapat berbagi pengetahuan dalam organisasi berpengaruh positif

terhadap kemampuan inovasi perusahaan.

Akan tetapi salah satu riset yang dilakukan oleh Wuryaningrat (2012) pada usaha kecil menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mengungkapkan sebaliknya. Hasil yang diungkapnya adalah adanya kemungkinan berbagi pengetahuan memberi pengaruh negative jika tidak didukung kemampuan menyerap pengetahuan (*absorptive capacity*) yang memadai. Liao *et al.* (2006) mengungkapkan dalam risetnya bahwa berbagi pengetahuan tidak akan memberi pengaruh pada kemampuan inovasi perusahaan jika tidak didukung oleh kemampuan menyerap pengetahuan yang baik. Adanya perbedaan hasil riset ini maka perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam. Riset-riset yang sudah dijelaskan sebelumnya hanya fokus riset dengan cara *cross sectional*. Penelitian ini dilakukan dengan cara studi longitudinal untuk memberi pemahaman yang lebih komprehensif.

DASAR TEORI DAN HIPOTESIS

Inovasi

Inovasi di era keterbukaan informasi saat ini sudah seharusnya menjadi bagian dari hidup perusahaan untuk menunjukkan kemampuan daya saing yang berkelanjutan. Inovasi sebagai daya saing berkelanjutan dimaksudkan sebagai kunci perusahaan meraih kesuksesan (Nonaka dan Takeuchi, 1995 dalam Wuryaningrat 2013).

Menurut Johannessen *et al.* (2001) yang mendefinisikan inovasi sebagai suatu bentuk kebaruan yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan daya saing berkelanjutan. Inovasi yang dimaksud oleh Johannessen (2001) adalah yang berkaitan dengan inovasi produk, inovasi layanan, inovasi metode produksi baru, inovasi pasar baru, inovasi sumber pasokan baru, dan inovasi cara pengelolaan baru.

Inovasi sebagai bentuk kebaruan sangat erat hubungannya dengan dimana inovasi diadopsi. Yang dimaksud dengan pendapat tersebut adalah, inovasi sebagai bentuk

kebaruan dari persepsi penciptanya (perusahaan) (Tidd et al., 2005).

Walaupun inovasi diperlukan oleh perusahaan kecil dan besar akan tetapi penerapannya dalam perusahaan mungkin membutuhkan suatu usaha keras dari perusahaan. Usaha keras tersebut bisa berupa penyesuaian perubahan-perubahan ke seluruh elemen perusahaan. Inovasi membutuhkan penyesuaian karena penerapannya mungkin menimbulkan pro dan kontra terhadap perubahan. Orang-orang yang pro terhadap inovasi mungkin menyadari arti penting untuk perusahaan dan orang-orang dalam organisasi yang dapat menyesuaikan serta mengikuti diri dengan perubahan inovasi perusahaan. Sedangkan orang-orang yang kontra mungkin bisa disebabkan karena kurangnya kemampuan orang-orang menyerap pengetahuan yang ada untuk mengikuti inovasi perusahaan.

Kurangnya pengetahuan untuk mengikuti inovasi perusahaan bisa dijelaskan oleh teori dan konsep *innovation funnel* (Clark dan Wheelright, 1992). Teori ini

beranggapan bahwa banyaknya pengetahuan, informasi dan ide-ide yang didapat dari banyak orang bisa membuat seseorang menjadi bingung dan kesulitan menentukan pengetahuan mana yang relevan dalam melahirkan suatu inovasi.

Konsep *innovation funnel* dapat diilustrasikan sama seperti ketika menuang air terlalu banyak kedalam corong, maka air itupun akan tumpah dan terbuang percuma. Dari ilustrasi tersebut dimungkinkan bahwa aktivitas mengumpulkan pengetahuan yang banyak dilakukan, bisa saja menghasilkan pengetahuan-pengetahuan baru yang tidak dapat digunakan, sehingga dimungkinkan kemampuan inovasi tidak akan meningkat dan cenderung melemah.

Berbagi Pengetahuan

Berbagi pengetahuan dalam organisasi bisa didefinisikan sebagai proses terjadi pertukaran pengetahuan baik *tacit* ataupun eksplisit untuk menghasilkan pengetahuan baru (Van den Hoof dan Ridder, 2004). Bentuk berbagi pengetahuan menurut Bartol dan Srivastava, 2002) adalah individu

yang mampu dan berkeinginan memberikan ide, usul, saran, informasi, pengalaman dan keahlian kepada anggota tim lainnya dalam organisasi. Menurut Hoof dan Ridder (2004) berbagi pengetahuan dibagi menjadi dua dimensi yang berbeda yaitu mengumpulkan pengetahuan dan mendonasikan pengetahuan.

Berbagi pengetahuan merupakan kunci sukses dalam proses menterjemahkan pembelajaran individu menjadi kapabilitas organisasional (Frey and Oberholzer-Gee, 1997; Nahapiet dan Ghoshal, 1998; dalam Lam dan Lambermont-Ford, 2008). Berbagi pengetahuan bukan perkara mudah karena oleh Szulanski (1996, 2000) disebutkan sebagai kelengketan pengetahuan (*stickiness of knowledge*) karena merupakan suatu proses sosial yang memiliki kompleksitas kesulitan dan *causal ambiguity*.

Pengembangan Hipotesis

Industri rumah tangga adalah industri dengan skala usaha kecil. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) industri rumah tangga adalah usaha

yang memiliki jumlah karyawan kurang dari 5 (lima) orang. Kelebihan dari jumlah karyawan yang sedikit inilah yang memungkinkan usaha industri rumah tangga lebih mudah untuk melakukan berbagi pengetahuan. Menurut Davenport dan Prusak (1998) jumlah karyawan turut mempengaruhi proses berbagi pengetahuan dalam perusahaan.

Indusrti rumah tangga sama seperti UKM lainnya, umumnya memiliki beberapa kelemahan yaitu kurangnya modal termasuk modal pengetahuan, kurangnya tenaga kerja yang handal, dan kurangnya perhatian pemerintah. Kelemahan inilah yang memungkinkan berbagi pengetahuan yang mungkin sering mereka lakukan, hasilnya masih perlu dipertanyakan atau dengan kata lain mungkin masih belum memberikan hasil yang diinginkan. Hasil riset dari Wuryaningrat (2012) mengungkapkan berbagi pengetahuan justru memberi pengaruh yang melemahkan pada kemampuan inovasi UKM. Walaupun hasil riset ini kontras dengan penelitian-penelitian sebelumnya (lihat

bagian pendahuluan) hasil penelitian ini bisa jadi wajar mengingat kelemahan-kelemahan industri rumah tangga yang sudah dijelaskan sebelumnya. Sebagai contoh kendala masalah modal seringkali membuat usaha industri rumah tangga mengurungkan diri untuk mau mencoba atau berinovasi, walaupun mungkin sudah banyak mendapat masukan dari berbagai pihak.

Dalam penelitian ini diduga bahwa berbagi pengetahuan yang dilakukan industri rumah tangga belum mampu melahirkan inovasi. Dengan kata lain kemampuan inovasi belum tentu dapat dikembangkan melalui berbagi pengetahuan. Walaupun tetap diperlukan dan dinilai bermanfaat akan tetapi manfaat dalam jangka pendek belum memberi hasil yang signifikan. Dengan kata lain diperlukan waktu untuk terus belajar, seperti esensi dari berbagi pengetahuan yaitu proses belajar dari orang lain (Nonaka et al., 2006).

Hasil penyajian ini kemudian bisa ditulis hipotesis satu yaitu :

Berbagi pengetahuan belum mampu memberi pengaruh signifikan pada kemampuan inovasi industri rumah tangga.

Akan tetapi berbagi pengetahuan dipercaya bila melihat hasil riset-riset lainnya bisa memberi efek positif walaupun perlu dilakukan secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Dengan kata lain jika saat ini berbagi pengetahuan belum membuahkan hasil di masa mendatang hal tersebut mungkin akan berubah. Pengetahuan adalah sumber daya yang unik karena bisa ditingkatkan sesuai dengan pemanfaatannya (Davenport dan Prusak, 1998). Oleh karena itu melalui proses belajar perlahan-lahan sangat dimungkinkan berbagi pengetahuan dapat bermanfaat bagi peningkatan kemampuan inovasi industri rumah tangga. Liao et al, 2006 mengungkapkan berbagi pengetahuan sebagai proses belajar dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan menyerap pengetahuan, ketika kemampuan menyerap

pengetahuan membaik maka kemampuannya inovasi juga membaik. Hasil penyajian ini kemudian dapat dituliskan dalam hipotesis dua, yaitu:

Berbagi pengetahuan berpengaruh positif pada kemampuan inovasi industri rumah tangga.

METODA RISET

Riset dilakukan pada industri rumah tangga di Provinsi Sulawesi Utara. Dengan melakukan desain riset ekplanasi dengan metoda survey. Survey dilakukan untuk mendapatkan generalisasi dan eksternal validity.

Responden yang dipilih merupakan responden yang sengaja diundang untuk datang dalam mensukseskan penelitian ini. Responden yang diundang sebanyak 300 pemilik atau manajer industri rumah tangga dari beberapa industri rumah tangga di Kota Manado dan Kabupaten Minahasa. Dua daerah ini dipilih karena dua daerah ini merupakan salah satu daerah terbesar di Provinsi Sulawesi Utara, oleh karena itu dipandang layak untuk

mewakili keseluruhan daerah Provinsi di Sulawesi Utara. Untuk lebih menjamin validitas data, maka undangan yang kami undang harus memenuhi beberapa kriteria. Kriteria sampel adalah: 1. 5 tahun usaha berdiri; 2. Memiliki karyawan kurang dari 5 (kriteria BPS); 3. Industri rumah tangga produksi makanan dan minuman.

Tidak seperti riset – riset sebelumnya yang banyak dan terbatas menggunakan *cross sectional* data. Riset ini merupakan studi longitudinal karena menggunakan dua periode waktu. Periode pertama merupakan survey tahap satu untuk menjawab hipotesis satu, kemudian ada waktu jeda yang digunakan untuk memberi pelatihan dan keterampilan serta motivasi pada industri rumah tangga di Provinsi Sulawesi Utara. Kemudian setelah jeda waktu dilakukan survey tahap kedua dengan kuesioner yang sama. Dari 300 undangan survey tahap pertama yang diundang yang memenuhi undangan sebanyak 207 undangan. 207 undangan tersebutlah

yang dimintakan untuk mengisi atau menjawab kuesioner yang telah disediakan. Kemudian pada tahap survey kedua dikirim undangan ke 207 undangan yang telah datang pada tahap pertama, yang memenuhi undangan sebanyak 123 undangan. Pengumpulan data dan pembuatan laporan serta artikel dalam penelitian ini memakan total waktu satu setengah tahun dari Maret 2012 s/d Agustus 2013.

Periode tahap survey pertama kuesioner diisi oleh 207 undangan yang hadir pada bulan April 2012. Kemudian diberikan jeda waktu selama periode Mei 2012 sampai dengan Desember 2012. Pada bulan Januari 2013 207 responden kembali diundang untuk diberikan pelatihan dan keterampilan untuk peningkatan pengetahuan kemampuan dan keahlian keterampilan usaha, walaupun yang hadir hanya 127 responden. Kemudian pada Bulan April 2013 ke-207 responden yang telah hadir kembali diundang untuk mengisi kuesioner yang sama lagi.

Akan tetapi kehadiran hanya sebanyak 123 undangan.

Data dianalisis dengan menggunakan PLS-SEM karena keandalan dari PLS-SEM seperti *robust* terhadap masalah asumsi klasik. Uji validitas dipilih metoda validitas konvergen yang berkaca pada nilai AVE (Average variance extracted), sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan metoda composite reliability dan *cronbach alpha*. Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS 2.0. Nilai-nilai yang dapat diterima dalam uji validitas konvergen adalah nilai $AVE \geq 0.5$ dengan indikator-indikator yang terekstrak pada variabelnya (Hair et al., 2010). Nilai *cronbach alpha* yang baik adalah ≥ 0.6 (Nunnally, 1978 dalam Hair et al, 2010) sedangkan nilai composite reliability yang baik adalah ≥ 0.7 (Hair et al., 2010).

Pengukuran dan Definisi Operasional

Berbagi pengetahuan didefinisikan sebagai pertukaran

pengetahuan baik tacit ataupun eksplisit untuk menghasilkan pengetahuan baru (Hoof dan Ridder, 2004). Ada dua dimensi dari berbagi pengetahuan yaitu mendonasikan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan. Konstruk berbagi pengetahuan untuk dimensi mendonasikan pengetahuan diukur dengan enam item pernyataan. Mengumpulkan pengetahuan diukur dengan empat item pertanyaan. Fokus pengukuran ini adalah mengetahui seberapa aktif berbagi pengetahuan dilakukan di dalam perusahaan yang dinilai berdasarkan persepsi dari manajer.

Kemampuan inovasi didefinisikan sebagai inovasi sebagai suatu bentuk kebaruan untuk meningkatkan daya saing (Johannessen et al., 2001). Ada enam dimensi dalam terdiri dari produk baru, layanan baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber pasokan baru, dan cara manajemen baru. Kemampuan inovasi diukur dengan enam item pernyataan yang dikembangkan oleh Johanesen *et al.* (2001). Pengukuran ini ditujukan

untuk menunjukkan tingkat inovasi yang dilakukan perusahaan. Untuk mengkuantifkan data kualitatif yang didapat maka digunakan skala likert dari 1 s/d 5 (1 sangat jarang sampai 5 sering sekali).

Pengujian Validitas, Reliabilitas Dan Analisis Data

Pada survey yang dilakukan pada tahap pertama ini dihasilkan 10 item kuesioner yang valid. Dengan kata lain dari total 16 item pertanyaan ada 6 item harus didrop. 6 item yang harus didrop dikarenakan item-item tersebut tidak mencapai nilai minimal factor loading yaitu 0.5 atau mengalami masalah cross loading. Menurut Hair et al. 2010 nilai factor loading yang baik adalah ≥ 0.5 dan

tidak mengalami masalah cross loading. 10 item yang tersisa kemudian berhasil menghasilkan nilai AVE yang memenuhi rule of thumb dari Hair et al. 2010 yaitu ≥ 0.5 . Dengan kata lain validitas konvergen yang berkaca pada nilai AVE telah memenuhi syarat. Begitupula dengan dengan nilai reliabilitas baik composite reliability dan cronbach alpha telah memenuhi syarat. Composite reliability menghasilkan nilai ≥ 0.7 (Hair et al. 2010) dan cronbach alpha menghasilkan nilai ≥ 0.6 (Nunnaly, 1978 dalam Hair et al., 2010). Detail hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Uji Validitas dan reliabilitas

VARIABEL	NILAI AVE	COMPOSITE RELIABILITY	CRONBACH ALPHA
Mengumpulkan pengetahuan (KC)	0.670	0.859	0.764
Mendonasikan pengetahuan (KD)	0.517	0.808	0.708
Kemampuan Inovasi (INOV)	0.573	0.796	0.629

Pada survey yang dilakukan pada tahap kedua dihasilkan 13 item kuesioner yang valid. Dengan kata lain dari total 16 item pertanyaan ada 3

item harus didrop. Adanya perbaikan dengan berkurangnya item yang harus didrop menjadi indikasi dari adanya kemungkinan peningkatan

pengetahuan atau telah berpengalaman dengan survey sebelumnya. 3 item yang harus didrop dikarenakan item-item tersebut tidak mencapai nilai minimal factor loading yaitu 0.5 atau mengalami masalah cross loading.

Detail hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Survey Kedua

VARIABEL	NILAI AVE	COMPOSITE RELIABILITY	CRONBACH ALPHA
Mengumpulkan pengetahuan (KC)	0.502	0.799	0.683
Mendonasikan pengetahuan (KD)	0.621	0.867	0.799
Kemampuan Inovasi (INOV)	0.521	0.843	0.771

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	S.E	T-stat	Keterangan
Step 1 H1	KC → INOV	-0.204	0.161	1.271	Diterima
	KD → INOV	0.254	0,152	1.673	Diterima
Step 2 H2	KC → INOV	0.379	0.082	4.630	Diterima
	KD → INOV	0.200	0.077	2.601	Diterima

Ket : sig. Pada T-stat 5% *two tailed* (C.R = 1,960).

KC: mengumpulkan pengetahuan, KD: knowledge donating, INOV: kemampuan inovasi

Pada hipotesis pertama hipotesis dapat dikatakan sesuai dengan dugaan bahwa berbagi pengetahuan belum mampu memberi pengaruh nyata pada kemampuan inovasi industri rumah tangga di Provinsi Sulawesi utara Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari kedua nilai t-stat yang lebih rendah dari 1,960 yaitu 1,271 dan 1,673. Bahkan pada nilai koefisien beta

(original sample) hipotesis 1 (KC → INOV) dihasilkan nilai -0.204 yang berarti ada pengaruh negative walaupun tidak signifikan. Dengan kata lain mengumpulkan dan mendonasikan pengetahuan yang menjadi bagian dari berbagi pengetahuan tidak berpengaruh pada kemampuan inovasi pada saat dilakukan survey tahap pertama.

Hipotesis 2 juga sesuai dengan dugaan karena nilai t-stat hipotesis 2 sebesar 4.630 dan 2,601 lebih tinggi dari 1.960. Hasil ini berarti secara signifikan terjadi pengaruh positif antara mengumpulkan pengetahuan (KC) dan mendonasikan pengetahuan (KD) pada kemampuan inovasi. Dengan kata lain mengumpulkan dan mendonasikan pengetahuan sudah memberikan dampak positif setelah dilakukan survey tahap dua.

DISKUSI DAN KESIMPULAN

Berbagi pengetahuan adalah suatu aktivitas yang berguna untuk mendapatkan pengetahuan baru, dimana pengetahuan baru inilah yang dapat membantu meningkatkan kemampuan inovasi (lihat Bab II). Akan tetapi pengetahuan baru yang diperoleh mungkin membutuhkan waktu untuk dapat dipahami. Kelemahan industri rumah tangga yang sudah diutarakan sebelumnya yang mungkin membuat berbagi pengetahuan belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan. Hasil ini memang bertentangan dengan

hasil-hasil penelitian sebelumnya yang banyak mengungkapkan dampak positif dari berbagi pengetahuan terhadap kemampuan inovasi. Akan tetapi hasil riset ini juga ikut menegaskan hasil dari penelitian Wuryaningrat (2012) dan Liao et al. (2006).

Proses belajar membutuhkan waktu. Proses belajar yang dilakukan secara terus menerus bukan tidak mungkin bisa menjadikan industri rumah tangga menjadi usaha yang inovatif. Menurut hasil riset dari Wuryaningrat (2013) dan Liao et al. (2006) berbagi pengetahuan yang dilakukan bisa meningkatkan kemampuan menyerap pengetahuan. Oleh Karena itu adanya pemberian waktu belajar dan ditambah pemberian pelatihan dan pendidikan bagi industri rumah tangga sangat diperlukan. Hal ini terbukti dari hasil riset ini yang berhasil menjawab bahwa berbagi pengetahuan telah memberikan dampak positif terhadap kemampuan inovasi ketika diberikan waktu dan pelatihan bagi industri rumah tangga.

Hasil riset ini juga dapat diartikan mengkonfirmasi hasil-hasil riset yang saling bertentangan yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Dengan kata lain kedua hasil riset yang saling bertentangan memiliki kebenaran, dan bukanlah suatu hal yang perlu diperdebatkan. Seluruh hasil riset-riset sebelumnya adalah benar, hal ini sudah terbukti melalui hasil riset ini. Sebagai kesimpulan hasil riset ini menegaskan bahwa pengetahuan memang menjadi sangat vital bagi keberlanjutan dunia usaha khususnya usaha skala kecil, tetapi pengetahuan yang diperoleh perlu dicerna dan dipahami dengan baik. Untuk memahami pengetahuan perlu kemampuan yang cukup dalam menyerap pengetahuan, dimana kemampuan ini perlu dikembangkan secara bertahap.

KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Riset ini adalah riset longitudinal, akan tetapi batasan waktu dari riset semacam ini tidak dapat diketahui. Waktu riset yang memakan

waktu satu setengah tahun dalam pengumpulan data mungkin saja belum cukup.

Pemilihan metoda penarikan sampel dengan metoda *convenience sampling* juga menjadi kelemahan dalam riset ini. *Convenience sampling* sangat mungkin menimbulkan bias, walaupun kemungkinan ini coba dikurangi dengan memberikan criteria kelayakan untuk dapat dipilih menjadi responden.

Jarak waktu antara pemberian materi pelatihan dengan survey kedua cukup berdekatan, sehingga dimungkinkan materi pelatihan masih membekas. Dengan kata lain jarak waktu yang pendek mungkin tidak memberi kesempatan bagi industri rumah tangga untuk mempraktikkan hasil pelatihannya dalam keseharian usaha sehingga jawaban-jawaban yang dihasilkan dari responden mungkin karena masih membekasnya materi-materi pelatihan bukan karena hasil implementasi pelatihan.

Saran riset selanjutnya bagi peneliti lainnya adalah untuk kembali mereplikasi penelitian ini supaya

diperoleh validitas eksternal yang lebih baik, dengan catatan waktu penelitian perlu ditambah. Penambahan variabel-variabel lainnya seperti kemampuan menyerap pengetahuan bisa menjadikan riset ini lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z.J., R. Morck, J.M. Shaver and B. Yeung. 1997. The Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises: A Policy Perspective. *Small Business Economics* 9: 7–20.
- Appleyard, M.M. 1996. How does knowledge flow? Interfirm patterns in the semiconductor industry. *Strategic Management Journal* 17(winter): 137-154
- Argote, L., B. McEvily, and R. Reagans. 2003. Managing knowledge in organizations: an integrative framework and review of emerging themes. *Management Science* 49: 571-82.
- Ayyagari, M. 2006. Micro and small enterprises: unexplored pathways to growth. *USAID working paper*. The Iris Center, University of Maryland,
- Ayyagari, M., T. Beck and A. Demirgüç-Kunt. 2004. Small and Medium Enterprises across the Globe. *World Bank Working Paper*
- Barney, J. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17: 99-120.
- Bartol, K.M. and A. Srivastava. 2002. Encouraging berbagi pengetahuan: the role of organizational reward system. *Journal of Leadership and Organizations Studies*, 9: 64-76.
- Bock, G.W. and Y. Kim. 2002. Breaking the myth of reward: an exploratory study of attitude about berbagi pengetahuan. *Information Resources Management Journal* 15: 14-21.
- Clark, K.B.& Wheelwright, S.C. 1992. *Managing New Product and Process Development*. New York: Free Press.
- Cohen, W.M., and Levinthal, D.A. 1990. Kemampuan menyerap pengetahuan: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35: 128-152.
- Cooper, D.R., and P.S. Schindler. 2010. *Business Research Methods* (10th Edition). Singapore: McGraw-Hill.
- Covin, J.G., and M.P. Miles. 1999. Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 23: 105-120.
- Dalkir, K., 2005. *Knowledge Management in Theory and*

- Practice*. Oxford, UK: Burlington, MA.
- Darroch, J. 2005. Knowledge Management, innovation, and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9: 101-115.
- Davenport, T.H. and L. Prusak. 1998. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Du Plessis, M., 2007. The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11: 20-29.
- Dyer, J.H, and K. Nobeoka. 2000. Creating and managing a high-performance berbagi pengetahuan network: The Toyota case. *Strategic Management Journal* 21: 345–368.
- Grant, R.M. 1996. Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal* 17: 109-122.
- Hair, J.F, M. Sarstedt, C.M. Ringle, and J.A. Mena. 2011. An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Academic of Marketing Science*, 10: 1-20.
- Hair, J.F., A.R.L., Tatham, and W.C., Black. 2010. *Multivariate Data Analysis: Global Perspective (7th edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Indarti, N. 2010. *The Effect of Knowledge Stickiness and Interaction on Kemampuan menyerap pengetahuan: Evidence from furniture and software Small and Medium Enterprises in Indonesia*. Disertasi (tidak dipublikasikan). Groningen: University of Groningen.
- Johannessen, J.A., B. Olsen, and G.T. Lumpkin. 2001. Innovation as newness: What is new, how new, and new to whom?. *European Journal of Innovation Management* 4: 20-31.
- Kamasak, R., and F. Bulutlar. 2010. The influence of berbagi pengetahuan on innovation. *European Business Review* 22: 306-317.
- Kluge, J., Stein, W. and Licht, T. 2001. *Knowledge Unplugged*, Bath Press, Bath.
- Lam, A., Lambermont-Ford. 2010, Berbagi pengetahuan in organizational contexts: a motivation-based perspective. *Journal of Knowledge Management* 14: 51-66.
- Liao, S., W.C. Fei, and C.C. Chen. 2007. Berbagi pengetahuan, kemampuan menyerap pengetahuan, and innovation capability: an empirical study of Taiwan's knowledge intensive industries. *Journal of Information Science*, 33: 340-359.
- Lin, H. 2007. Berbagi pengetahuan and firm innovation capability: an empirical study. *Journal of Manpower*. 28: 315-332.

- Mead, D.C. and C. Liedholm. 1998. The dynamic of micro and small enterprises in developing countries. *World Development* 26: 61-74.
- Nonaka, I., G. Von Krogh and S. Voelpel. 2006. Organizational knowledge creation theory: evolutionary paths and future advances. *Organization Studies* 27: 179-208.
- Pelham, A.M., 2000. Marketing orientation and other potential influences on performance in small and medium-sized manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*. 38: 48-67.
- Pirich, A., S. Knuckey, and J. Campbell. 2001. An interface between entrepreneurship and innovation: New Zealand SMEs perspective. *DRUID Nelson and Winter Conference*.
- Rogers, E.M. 2003. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Senduk, V. 2013. *Pelatihan dan Keterampilan Usaha Industri Makanan dan Minuman Rumah Tangga*. Lembaga Pengabdian Masyarakat, Unima.
- Senduk, V. 2011. *Observasi Kemampuan Inovasi Industri Rumah Tangga Kacang Kawangkoan Kabupaten Minahasa*. Lembaga Penelitian (Research Institute). Unima
- Sveiby, K. 2001. A knowledge based theory of the firm to guide in strategy formulation. *Journal of Intellectual Capital*, 2: 344-358.
- Tidd, J. and J. Bessant, K.. (2005), *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Tsai, W. 2001. Knowledge transfer in intraorganizational network: Effect of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal* 44: 996-1004.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta.
- Van den Bosch, B., M. de Haas and M. Weggeman. 1999. Co-evolution of firm absorptive capacity and knowledge environment: organizational forms and combinative capabilities. *Organization science*, 10: 551-568.
- Van den Hooff, B. and J.A. de Ridder. 2004. Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on Knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management* 8: 117-30.
- Wiklund, J. and D. Shepherd. 2003. Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal* 24: 1307-1314.

Wuryaningrat, N.F. 2012. Pengaruh Gaya Kepemimpinan pada Berbagi Pengetahuan dan Kemampuan Inovasi (Studi pada UKM di Provinsi DIY). Tesis (tidak dipublikasikan). UGM Yogyakarta

Wuryaningrat, N.F. 2013. Knowledge sharing, absorptive capacity and Innovation Capabilities: Empirical Study on SMEs at Province Sulawesi Utara, Indonesia. *Gajah Mada International Journal of Business*. 15: 61-77.