

**Technology Factor dan Motivation to Share dalam membentuk Akulturasi
Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel
Kabupaten Pasuruan Jawa Timur**

Amma Fazizah, Indria Guntarayana
Mahasiswa Program Doktor Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
ammafazizah@yudharta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *technology factor* dan *motivation to share* dalam suatu UMKM (usaha mikro kecil menengah). Kegiatan *knowledge sharing* adalah kunci dalam mengelola pengetahuan, di mana pengetahuan yang dimiliki oleh individu / kelompok dapat disalurkan dengan baik dan menambah aset pengetahuan organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengidentifikasi pengaruh antara variabel yang ada. Penelitian ini berlokasi di dua kecamatan di Kabupaten Pasuruan, yaitu kecamatan Kraton dan kecamatan Pohjentrek yang menghasilkan produk furnitur. Kuesioner dibagikan kepada 162 responden, yaitu pelaku UMKM. Data diproses menggunakan analisis Regresi. Hasil analisis dari dua persamaan menunjukkan bahwa *technology factor* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *knowledge sharing* dan *firm innovation capability*, dan *motivation to share* memiliki pengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing*, dan variabel *knowledge sharing* memiliki pengaruh signifikan terhadap *firm innovation capability*.

Keywords: Technology Factor, Motivation to Share, Knowledge Sharing, Firm Innovation Capability, UMKM

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of technology factor and motivation to share variables in an SME (small medium enterprise). Knowledge sharing activities are key in managing knowledge, where the knowledge possessed by individual/group can be channeled properly and add to the knowledge assets of an organization. The study uses a quantitative approach to identify the influence between existing variables. This study is located in two sub-districts in Pasuruan Regency, namely the Kraton sub-district and the Pohjentrek sub-district which produce furniture products. The questionnaire was distributed to 162 respondents, namely SME businesses. Data processed using path analysis. The results of the analysis of the two equations show that the technology factor variable has a significant effect on knowledge sharing and firm innovation capability, and the motivation to share variable has a significant

effect on knowledge sharing, and knowledge sharing has a significant effect on firm innovation capability.

Keywords: *Technology Factor, Motivation to Share, Knowledge Sharing, Firm Innovation Capability, SME*

A. LATAR BELAKANG

Globalisasi dewasa ini ditandai dengan berkembang pesatnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Kemampuan suatu negara di bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi telah menjadi daya saing yang penting. Pemahaman mengenai persaingan global yang semakin ketat dan berat, perubahan akan paradigma yang berawal mengandalkan *resources-based competitiveness* menjadi *knowledge-based competitiveness* (Mulyana, 2006).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Tambunan, 2005). UMKM menarik dan penting untuk dikaji karena berperan krusial dalam pertumbuhan ekonomi di skala nasional dan regional. Kurang lebih 90% dari jumlah usaha yang ada di dunia tidak terlepas dari kontribusi UMKM (Lin, 1998). Mengetahui pentingnya pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar, baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang baik, lebih kompetitif dan berdaya saing.

Pada kenyataannya banyak studi tentang *knowledge management* mengkaji tentang perusahaan-perusahaan besar dan multinasional. Tidak dapat dipungkiri UMKM juga memerlukan *knowledge management* sebagai salah satu sumber utama dalam mencapai tujuan usahanya agar tetap *survive* pada aktivitas, proses, aturan-aturan dan kebiasaan yang berlangsung dalam keseharian organisasi (Brush and Vanderwerf, 1992).

Keberhasilan UMKM berhubungan erat dengan upaya UMKM mengelola pengetahuannya (Brush and Vanderwerf, 1992). Ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*) secara tidak langsung membuat UMKM bisa menggunakan pengetahuan secara efisien dan meningkatkan potensi berinovasi, lebih cepat apabila dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan demikian penting bagi UMKM mengimplementasikan *knowledge management* untuk menciptakan, mendukung, dan mengelola keunggulan bersaingnya.

Pada level individu, *knowledge sharing* bisa diwujudkan dengan diskusi sesama karyawan agar bisa bekerja lebih efektif dan efisien. Pada level organisasi bisa diupayakan dalam menangkap, mengelola, menggunakan kembali, dan mentransfer pengetahuan berbasis pengalaman. *Knowledge sharing* sangat memungkinkan organisasi dalam meningkatkan kemampuannya.

Keefektifan *knowledge management* sangat membantu proses peningkatan pembangunan ekonomi untuk meningkatkan daya saing UMKM, disamping itu teknologi juga berperan penting di dalamnya. Teknologi informasi mempunyai peran dalam mendukung proses *knowledge management* di dalam organisasi. Motivasi berperan sebagai kekuatan pendorong perilaku manusia (Mulyana, 2006).

Manusia mempunyai kebutuhan yang harus terpenuhi. Supaya bisa

mewujudkan kebutuhan yang harus terpenuhi, hendaknya setiap individu harus mempunyai motivasi agar bisa mencapai kebutuhan tersebut. Individu yang mempunyai motivasi kuat, cenderung akan memenuhi kebutuhannya lebih cepat. Ciri utama bahwa seseorang termotivasi untuk melakukan aktivitas berbagi pengetahuan adalah mereka merasa akan dihargai dan memperoleh manfaat dari aktivitas tersebut (Brcic dan Mihelic, 2015). Motivasi mencakup tiga elemen yang berinteraksi dan saling tergantung (Luthans, 2006) yaitu: kebutuhan, dorongan dan insentif. Motivasi untuk berbagi sangat penting bagi perkembangan UMKM, karena informasi yang diterima nantinya akan bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemilik usaha. Terlebih untuk menambah kemampuan berinovasi di masa yang akan datang.

Teknologi informasi membantu proses pencarian, akses dan perolehan kembali informasi dengan cepat, Teknologi informasi dapat mendukung kerjasama dan komunikasi diantara SDM UMKM dan membantu UMKM menciptakan kesempatan bisnis dan menekan sebisa mungkin persaingan. Pemanfaatan teknologi informasi tidak bisa diabaikan karena sangat membantu meningkatkan efisiensi organisasi secara simultan (Dutton *et al*, 2005). Jadi tidak dapat dipungkiri bahwa berkembangnya teknologi informasi merupakan kunci untuk mengimplementasikan *knowledge management* dan kemampuan infrastruktur yang dapat mempengaruhi penerapan *knowledge management* pada UMKM (Wong, 2005).

Teknologi mempunyai dua dimensi utama yang saling berkaitan satu sama lain, yakni ilmu pengetahuan (*science*) dan rekayasa (*engineering*).

Bentuk dari teknologi baik berupa teknik, metode, cara produksi, serta peralatan atau mesin yang dimanfaatkan dalam suatu proses produksi.

Jawa Timur adalah provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbesar kedua di Indonesia. Jawa Timur sebagai pusat kawasan timur di Indonesia mempunyai tingkat perekonomian yang cukup baik, hal ini ditandai dengan adanya sejumlah kawasan industri besar, pertambangan dan energi, kawasan pertanian, pariwisata dan sentra-sentra industri mikro kecil menengah (UMKM) yang tersebar di wilayah di Jawa Timur.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada semester 1 tahun 2018, pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur mencapai 5,57%. Sementara, PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) mencapai 544,44 triliun. Peran UMKM terhadap perekonomian di Jawa Timur mengalami peningkatan pada tahun 2012, UMKM berkontribusi terhadap PDRB sebesar 54,98% dan ditahun 2016 naik menjadi 57,52%.

UMKM di wilayah kabupaten Pasuruan diketahui semakin luas. Jumlah usaha mikro yang tumbuh dan berkembang mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2017, jumlah usaha mencapai 249.983 unit usaha, dan pada tahun 2018 ada penambahan 5550 unit usaha (Dinas koperasi dan UMKM kabupaten Pasuruan, 2018)

Di kabupaten Pasuruan terdapat 2 wilayah kecamatan yang banyak memproduksi produk meubel dan dekorasi, yaitu Kecamatan Kraton yang masuk dalam wilayah kabupaten Pasuruan Barat dan Kecamatan Pohjentrek yang merupakan kecamatan di salah satu kabupaten Pasuruan Selatan, Motif/model produk meubel merupakan hasil cipta, rasa dan karsa manusia yang diekspresikan

salah satunya pada kegiatan mengukir meubel, yang mana hal tersebut merupakan suatu karya seni dan merupakan kebudayaan masyarakat Indonesia.

Penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *firm innovation capability* telah dilakukan oleh Mulyana, Assegaf, dan Wasito (2015) penelitian tersebut dilakukan ada pelaku UKM Batik. Penelitian dari Meylasari, Upik Selly dan Qamari (2017) telah dilakukan di sebuah lembaga pendidikan tinggi yang mengkaji tentang efektifitas E-Learning dan penelitian dari Rozaq (2014) mengenai Atenseden Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Pengaruhnya pada kemampuan Inovasi Perusahaan telah dilakukan di perusahaan perbankan.

Penelitian ini mengkaji lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang membentuk akulturasi *knowledge sharing* dan *firm innovation capability* yang dilakukan pada UMKM meubel, dimana dalam proses produksinya melibatkan penggunaan teknologi mesin dan pengalaman pengrajin, diharapkan dari penggunaan teknologi dalam proses produksinya dengan didukung pengalaman pengrajin yang handal bisa membentuk kemampuan UMKM ini dalam berinovasi menghasilkan produk meubel. Kecamatan Kraton Kabupaten Pasuruan memiliki 25 kelurahan dan kecamatan Pohjentrek mempunyai 9 kelurahan yang masing-masing berpotensi menghasilkan produk meubel meja, kursi, almari dan model dekorasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Technology Factor* (X_1) terhadap *knowledge sharing* (Y_1), mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Technology Factor* (X_1) terhadap *firm innovation capability*

(Y_2), mengetahui dan menjelaskan pengaruh *motivation to share* (X_2) terhadap *knowledge sharing* (Y_1), mengetahui dan menjelaskan pengaruh *knowledge sharing* (Y_1) terhadap *firm innovation capability* (Y_2).

B. LANDASAN TEORI

1. Knowledge

Menurut Hildreth, P.J. & Kimble, C., (2002), dalam Pawit (2012), jenis pengetahuan yang belum dikodifikasikan atau disimpan dalam media penyimpanan, disebut pengetahuan tasit (*tacit knowledge*), sedangkan jenis pengetahuan yang sudah dikodifikasikan atau sudah disimpan dalam dokumen dan media penyimpanan lainnya, disebut sebagai pengetahuan eksplisit (*explicit knowledge*).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *tacit knowledge* adalah pengetahuan yang terdapat di dalam otak atau pikiran kita bersumber dari pengalaman, seseorang biasanya pengetahuan ini tidak terstruktur, sulit untuk didefinisikan dengan bahasa formal dan isinya mencakup pemahaman pribadi.

2. Knowledge Management

Tambunan (2005) berpendapat jika *knowledge management* didefinisikan sebagai urutan aktifitas-aktifitas *knowledge* yang menjelaskan maksud dari *knowledge management* itu sendiri. Melalui *knowledge management*, organisasi mencoba belajar atau menciptakan pengetahuan yang berguna, berpotensi dan membuat itu tersedia untuk siapapun dapat menggunakannya di satu waktu dan tempat yang tepat guna meraih penggunaan yang efektif dalam rangka

positif memberi perubahan bagi performa organisasi. Jadi dapat disimpulkan *knowledge management* adalah kumpulan proses yang dikembangkan di dalam organisasi untuk menciptakan, memelihara, menyebarkan pengetahuan suatu organisasi.

3. Knowledge Sharing

Menurut Tambunan (2005) *knowledge sharing* adalah suatu konsep yang menggambarkan kondisi interaksi antar orang, dalam bentuk proses komunikasi yang bertujuan untuk peningkatan dan pengembangan diri setiap anggotanya. Seseorang menyampaikan ide-ide kreatifnya pada suatu kegiatan, misalnya setiap orang mendengarkannya dengan seksama, menerima gagasan-gagasan orang tadi, untuk kemudian disimpan dalam memori sebagai hasil belajar. Setiap anggota dalam kegiatan tadi bisa saling memberi dan menerima informasi dan pengetahuan dari anggota lainnya.

Tambunan (2005) menyatakan inovasi merupakan gagasan, ide, praktek maupun objek yang dianggap sesuatu yang baru oleh individu maupun organisasi. Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa inovasi merupakan pengenalan mengenai metode baru yang lebih efisien dan baik dalam menyelesaikan pekerjaan. Inovasi tidak selalu berkaitan dengan perubahan secara menyeluruh, sebab perubahan kecil pun mampu dianggap sebagai inovasi apabila perubahan itu dianggap baru bagi individu atau organisasi lain.

4. Technology Factor

Teknologi telah memberikan sumbangan yang besar dalam hubungan antara produsen dan konsumen, konsumen dapat berkomunikasi baik dengan

konsumen lain maupun dengan produsen dimanapun di seluruh penjuru dunia. Adanya sarana ini telah memberikan *sense of empowerment* bagi konsumen, dampak dari *empowerment* ini yaitu konsumen saat ini menginginkan untuk berperan lebih besar dalam proses penciptaan nilai dari sebuah produk yang akan dikonsumsi. Konsumen mampu dan bersedia memberikan saran untuk pengembangan barang dan jasa yang mereka inginkan dan belum mampu dipenuhi oleh pasar. Bahkan saat ini konsumen dapat dengan mudah berkomunikasi dengan perusahaan dengan masuk kedalam website perusahaan, e-mail ataupun jejaring social serta secara menyeluruh inovasi pada teknologi memainkan peran yang sangat besar dalam membantu perusahaan untuk memenuhi tujuan mereka (Dodgson *et.al*, 2008).

5. Motivation to Share

Motivasi merupakan kebutuhan sebagai kekuatan pendorong perilaku manusia (Mulyana, 2006). Individu yang memiliki motivasi yang kuat, cenderung akan memenuhi kebutuhan lebih cepat. Ciri utama bahwa seseorang termotivasi untuk melakukan aktivitas berbagi pengetahuan adalah mereka merasa akan dihargai dan memperoleh manfaat dari aktivitas tersebut (Brcic dan Mihelic, 2015). Motivasi mencakup tiga elemen yang berinteraksi dan saling tergantung (Luthans, 2006):

- a. Kebutuhan. Kebutuhan tercipta saat tidak adanya keseimbangan fisiologis dan psikologis, seseorang akan meminta bantuan orang lain jika mereka merasa butuh.
- b. Dorongan. Dorongan fisiologis dan psikologis adalah tindakan yang berorientasi dan menghasilkan daya

dorong untuk meraih insentif, sehingga individu dapat termotivasi.

- c. Insentif. Insentif merupakan hal yang dapat mengurangi sebuah kebutuhan dan dorongan. Memperoleh insentif akan membuat individu cenderung mendapat keseimbangan fisiologis dan psikologis, sehingga hal tersebut dapat mengurangi motivasi.

6. Innovation capability

Innovation capability merupakan kemampuan untuk mengembangkan produk baru yang dapat memuaskan pasar, menerapkan proses-proses teknologi yang lebih tepat untuk memproduksi produk-produk baru tersebut, mengadopsi dan mengembangkan produk baru dan teknologi pemrosesan untuk kebutuhan dimasa yang akan datang, merespon aktivitas perubahan yang tak terduga, serta kesempatan tidak terduga yang dilakukan oleh competitor.

Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh *Technology Factors* terhadap *Knowledge Sharing*

Penggunaan TI dan *knowledge sharing* sangat berhubungan, karena TI memungkinkan pencarian secara cepat, akses dan pengambilan informasi serta kolaborasi diantara karyawan dalam organisasi (Pawit, 2012). *Technology Factor* mengacu pada alat atau media (layanan) yang digunakan. Untuk aspek ini digunakan indikator *user-friendliness* (kemudahan) dari alat tersebut sebagai media untuk melakukan kegiatan *knowledge sharing*. Penggunaan teknologi yang *user-friendliness* mampu mempengaruhi individu dalam

menggunakan media untuk melakukan *knowledge sharing*.

Individu memiliki kecenderungan untuk melakukan kegiatan berbagi pengetahuan apabila media yang digunakan mudah dipahami dan diaplikasikan. Kemudahan tersebut bisa meliputi desain fitur-fitur yang mudah dipahami oleh banyak orang, adanya panduan dalam penggunaannya serta mudah pengaplikasiannya. Berdasarkan uraian di atas maka dibentuklah hipotesis penelitian:

H1 : *Technology Factor* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing*

2. Pengaruh *Technology Factors* terhadap *Firm Innovation Capability*

Bulgerman (2001) menyatakan bahwa teknologi dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan kompetensi yang berbeda yang memungkinkan perusahaan menghasilkan produk yang lebih baik dari kompetitor, sedangkan teknologi yang modern akan membawa peningkatan kualitas produk, pengembangan produk baru, produktivitas dan efisiensi.

Pengembangan teknologi dalam suatu organisasi memiliki peran dalam hal pengembangan inovasi, inovasi bisa digandengkan dengan kreasi atau penemuan hal-hal baru. Bukan hanya sekedar kebaruannya tetapi lebih dari itu inovasi harus mampu memberi nilai tambah bagi organisasi dengan berupaya secara terus-menerus untuk menambah nilai. Berdasarkan uraian di atas maka dibentuklah hipotesis penelitian:

H2 : *Technology Factor* berpengaruh signifikan terhadap *firm innovaton capability*.

3. Pengaruh *Motivation to Share* terhadap *Knowledge Sharing*

Penelitian yang dilakukan oleh Shabrina dan Silvianita (2015) serta Brcic dan Mihelic (2015) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara motivasi terhadap berbagi pengetahuan. Penelitian ini menemukan bahwa motivasi merupakan faktor penting dalam proses berbagi pengetahuan di kalangan karyawan. Atasan perlu menciptakan peluang bagi karyawan agar termotivasi dan bersedia untuk berbagi pengetahuan. Berbagi pengetahuan perlu dianggap sebagai prioritas strategi dan diperlukan di kedua arah yaitu dari atasan ke bawahan (yang lebih tua untuk pekerja muda) dan sebaliknya. Semakin tinggi motivasi seseorang untuk menambah pengetahuan dengan cara *sharing*, semakin tinggi pula pengaruhnya untuk meningkatkan aktivitas berbagi pengetahuan. Dalam hal ini seseorang diharapkan dapat saling mendukung dalam proses berbagi pengetahuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan memperlancar proses manajemen pembelajaran yang efektif.

H3 : *Motivation to Share* berpengaruh positif signifikan terhadap *Knowledge Sharing*

4. Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap *Firm Innovation Capability*

Knowledge sharing dan inovasi menjadi faktor kunci keberhasilan dan keunggulan kompetitif. Ketersediaan berbagi pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Inovasi produk maupun proses sangat penting bagi organisasi dalam menentukan keberhasilan bisnis.

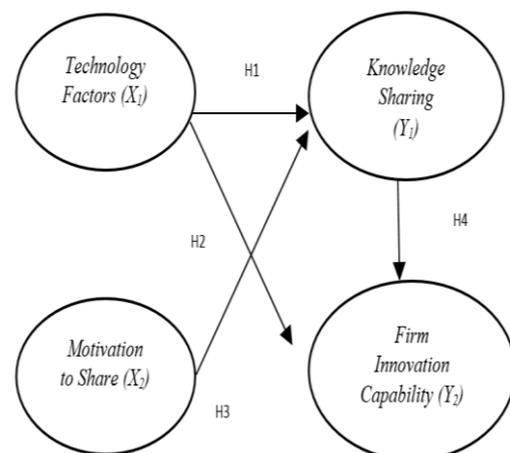
Penelitian yang dilakukan Assegaf (2015), diperoleh hasil bahwa menyumbangkan pengetahuan (*knowledge*

donating) berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Berbagi pengetahuan yang dilakukan antara karyawan di dalam organisasi dapat meningkatkan *innovation capability* melalui penemuan ide baru, metode baru serta kenaikan jumlah produk di pasaran. Berdasarkan uraian di atas maka dibentuklah hipotesis penelitian:

H4 : *Knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap *firm innovation capability*.

5. Model Konsep dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka model konsep penelitian ini adalah:



Gambar 1.

Model Konsep dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model konsep penelitian tersebut maka dijelaskan dalam penelitian ini peneliti menguji dua variabel independen yaitu *Technology Factor* (X1), *Motivation to Share* (X2) beserta pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu *knowledge sharing* (Y1) dan *firm innovation capability* (Y2)

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: diduga *Technology factors* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing*
- H2: diduga *Technology Factor* berpengaruh signifikan terhadap *firm innovation capability*
- H3: diduga *Motivation to Share* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing*
- H4: diduga *Knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap *firm innovation capability*

C. METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan skala likert sebagai skala pengukuran yang di transformasikan dalam data interval. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.

2. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Meubel yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Pasuruan di dua kecamatan yaitu kecamatan Kraton 132 Unit dan di kecamatan Pohjentrek 140 Unit. Metode penarikan sampel adalah metode *cluster sampling*. Metode *Cluster Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana pemilihannya mengacu pada kelompok bukan pada individu (Sugiyono, 2012). Data jumlah populasi UMKM dua kecamatan di atas adalah 272 UMKM. Cara praktis pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan rumus dari Slovin :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Berdasarkan rumus tersebut, tingkat kelonggarannya 5% atau 0,05 atau pada tingkat kepercayaan 95% dan jumlah populasi adalah 272 Unit, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 162 orang. Dalam mempermudah pembagian kuesioner, ditentukan jumlah masing-masing sampel menurut wilayah dengan rumus (Sugiyono, 2012) :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah sampel yaitu beberapa wilayah menurut masing-masing kecamatan dengan perhitungan pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Perhitungan Jumlah Sampel Berdasarkan Wilayah Kecamatan

No	Nama Wilayah	Perhitungan	Jumlah Responden
1	Kecamatan Kraton	$132/272 \times 162$	78,6 dibulatkan 79
2	Kecamatan Pohjentrek	$140/272 \times 162$	83,3 dibulatkan 83
		162 responden	

Sumber: Data primer diolah, 2019

3. Analisis Data

Tahapan pertama penelitian yaitu melakukan uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner data responden. Dilanjutkan uji asumsi klasik, uji hipotesis menggunakan analisis statistik inferensial berupa Analisa Regresi Berganda. Analisis Regresi digunakan untuk menggambarkan dan menguji Pengaruh antara variabel yang berbentuk sebab akibat sebagaimana

dalam konsep penelitian tersebut.

D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

1. Deskripsi Responden

Jumlah responden penelitian ini sebesar 162. Responden penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 153 orang dengan prosentase 94,4% dan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 9 orang dengan prosentase 5,6%. Berdasarkan rentang usia responden (pelaku usaha) didominasi usia di atas 41 tahun yaitu sebesar 112 responden dengan prosentase 69,1%. Berdasarkan waktu berwirausaha diketahui sebesar 62

responden yaitu rentang waktu 16-20 tahun dengan prosentase 38%.

Berdasarkan uraian temuan penelitian di atas, disimpulkan bahwa pelaku UMKM telah beroperasi dalam rentang waktu antara 16-20 tahun dengan prosentase sebesar 38%, dalam tahap kemampuan aktifitas usaha dan lamanya usaha diprediksi kuat dapat mempermudah dalam mengelola usaha, misalnya dilihat dari pengalaman usaha, pengalaman membangun kerjasama dengan mitra atau lingkungan bisnis lain dan banyaknya produk yang sudah dihasilkan.

2. Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Validitas variabel penelitian

No	Variabel	Item	Koefisien korelasi (r_{hitung})	r_{tabel}	Probabilitas (p)	Ket
1	Technology Factor (X_1)	X _{1.1}	0,584	0,153	0,000	Valid
		X _{1.2}	0,655	0,153	0,000	Valid
		X _{1.3}	0,667	0,153	0,000	Valid
		X _{1.4}	0,671	0,153	0,000	Valid
		X _{1.5}	0,632	0,153	0,000	Valid
		X _{1.6}	0,623	0,153	0,000	Valid
		X _{1.7}	0,522	0,153	0,000	Valid
2	Motivation to Share (X_2)	X _{2.1}	0,504	0,153	0,000	Valid
		X _{2.2}	0,603	0,153	0,000	Valid
		X _{2.3}	0,607	0,153	0,000	Valid
		X _{2.4}	0,652	0,153	0,000	Valid
		X _{2.5}	0,655	0,153	0,000	Valid
		X _{2.6}	0,620	0,153	0,000	Valid
		X _{2.7}	0,519	0,153	0,000	Valid
3	Knowledge Sharing (Y_1)	Y _{1.1}	0,662	0,153	0,000	Valid
		Y _{1.2}	0,621	0,153	0,000	Valid
		Y _{1.3}	0,525	0,153	0,000	Valid
		Y _{1.4}	0,546	0,153	0,000	Valid
		Y _{1.5}	0,539	0,153	0,000	Valid
		Y _{1.6}	0,527	0,153	0,000	Valid
		Y _{1.7}	0,658	0,153	0,000	Valid
4	Firm Innovation Capability (Y_2)	Y _{2.1}	0,664	0,153	0,000	Valid
		Y _{2.2}	0,551	0,153	0,000	Valid
		Y _{2.3}	0,471	0,153	0,000	Valid
		Y _{2.4}	0,599	0,153	0,000	Valid
		Y _{2.5}	0,695	0,153	0,000	Valid
		Y _{2.6}	0,618	0,153	0,000	Valid
		Y _{2.7}	0,649	0,153	0,000	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2019

Dalam penelitian ini diketahui sampel penelitian sebesar 162 responden sehingga berdasarkan distribusi r tabel dengan taraf kesalahan 5% maka penentuan batas minimal validitas pertanyaan sebesar 0,153. Diketahui

bahwa hasil perhitungan semua variabel menyatakan valid disetiap pertanyaan yang peneliti ajukan kepada responden. Angket dinyatakan valid dikarenakan r hitung > dari r tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Alpa	Keterangan	N of Item
1	<i>Technology Factors</i> (X_1)	0,630	Reliabel	7
2	<i>Motivation to share</i> (X_2)	0,654	Reliabel	4
3	<i>Knowledge Sharing</i> (Y_1)	0,677	Reliabel	7
4	<i>Firm Innovation Capability</i> (Y_2)	0,673	Reliabel	7

Sumber: Data primer, diolah 2019

Diketahui nilai *cronbach's Alpha* X_1 , X_2 , Y_1 dan Y_2 secara berturut-turut menunjukkan angka dengan tingkat reliabilitas yang tinggi. Berdasarkan landasan teori yang peneliti tetapkan bahwa instrumen dapat dikatakan *reliable* apabila menunjukkan angka diatas 0,6.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pembuktian asumsi normalitas ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* pada program SPSS 23, yaitu dengan melihat signifikansi (sig.Z). Apabila nilai signikansi lebih besar $\alpha = 0,05$, maka asumsi normalitas telah terpenuhi. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual normal atau tidak normal, normalitas terjadi apabila skor pada setiap variabel dalam model mengikuti distribusi normal. Berdasarkan uji normalitas *Unstandardized Residual* dengan *one sample kolmogorov-smirnov Z* diperoleh nilai Asymp.Sig 0,200 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas atau independen. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 serta nilai *tolerance* lebih dari 0,10, Ghazali (2011).

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji multikolinearitas tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi. Dikarenakan melihat nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ yaitu *tolerance* X_1 0,593 $> 0,10$ dan VIF 1,686 $< 10,00$, nilai *tolerance* X_2 0,593 $> 0,10$ dan nilai *tolerance* Y_1 0,443 $> 0,10$ VIF 1,686 $< 10,00$.

Hasil Analisis Regresi

Analisis Regresi pada persamaan pertama digunakan untuk menganalisa pengaruh langsung antara variabel *technology factors* (X_1) terhadap *knowledge sharing* (Y_1) dan *Firm Innovation Capability* (Y_2). Hasil analisis Regresi persamaan pertama sebagai berikut:

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Uji Regresi linier Persamaan Pertama

Variabel Independen	Variabel Dependen	B	Koefisien Beta	T	Sig	Keterangan
Const.	-	18,763	-	11,858	0,000	-
(X1)	(Y ₁)	0,371	0,419	6,973	0,000	Signifikan
(X2)	(Y ₁)	0,367	0,403	6,902	0,000	Signifikan
R	=	0,419				
R ²	=	0,176				
Adjusted R ²	=	0,172				
F hitung	=	48,616				
Sig F	=	0,000				

Sumber : Data primer, data diolah 2019

Hasil regresi persamaan pertama adalah $Y_1 = 0,419X_1 + 0,403X_2 + \varepsilon_1$.

Analisis Regresi dilakukan pada persamaan kedua yang digunakan untuk menganalisa pengaruh langsung

antara variabel *Motivation to Share* (X₂), *Knowledge Sharing* (Y₁) terhadap *Firm Innovation Capability* (Y₂). Hasil analisis Regresi persamaan kedua sebagai berikut :

Tabel 11. Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linear persamaan Kedua

Varibel Independen	Variabel Dependen	B	Koefisien Beta	T	Sig	Ket
Const.	-	18,775		9,116	0,000	-
(X1)	(Y2)	0,123	0,141	2,060	0,040	Signifikan
(Y1)	(Y2)	0,257	0,260	3,789	0,000	Signifikan
R	=	0,344				
R ²	=	0,118				
Adjusted R ²	=	0,111				
F hitung	=	15,255				
Sig F	=	0,000				

Sumber : Data primer, data diolah 2019

Hasil regresi persamaan kedua adalah $Y_2 = 0,141X_1 + 0,260Y_2 + \varepsilon_1$.

Dari penghitungan dari hasil Regresi linier diatas maka dapat disimpulkan

Hipotesis 1 : *Technology Factor* berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Sharing*

Hipotesis 2 : *Technology Factor* berpengaruh signifikan

terhadap *Firm Innovation Capability*

Hipotesis 3 : *Motivation to Share* berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Sharing*

Hipotesis 4 : *Knowledge Sharing* berpengaruh signifikan terhadap *Firm Innovation Capability*

Pengaruh *Technology Factor* (X_1) terhadap *Knowledge Sharing* (Y_1)

Hasil analisis Regresi menunjukkan bahwa *Technology Factor* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Sharing* (Y_1). Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi nilai *Technology Factor* maka akan berdampak semakin tingginya *Knowledge Sharing*. Tujuan berbagi pengetahuan tidak lain mendorong individu untuk bisa saling bertukar pengetahuan dan menciptakan suatu pengetahuan dalam meningkatkan kemajuan usaha. Teknologi seperti *software*, *hardware* maupun teknologi mesin adalah salah satu faktor penting dalam manajemen pengetahuan karena dimanfaatkan untuk kegiatan berbagi (Sarja, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Utari, Bulan dan Ermis (2017) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Knowledge Sharing Pada Divisi Teknologi Informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Technology Factor* berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Sharing* pada Divisi eknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada zaman sekarang ini, kegiatan berbagi pengetahuan dalam bekerja menjadi lebih mudah, cepat dan praktis karena bantuan alat teknologi. Semakin maju dan berkembangnya teknologi, akan mempermudah pelaku usaha untuk menambah, mengakses dan berbagi informasi serta pengetahuan yang dimiliki dengan karyawan maupun mitra usaha lainnya. Teknologi akan mendukung dan mempermudah pelaku usaha untuk melakukan aktivitas berbagi pengetahuan dalam pelaksanaan kegiatan produksi maupun dalam memasarkan produknya.

Bagi masyarakat zaman sekarang, *technology factor* merupakan suatu

religion. Pengembangannya menjadi sebuah solusi dari permasalahan yang ada. Sumbangan *technology factor* untuk peradaban dan kesejahteraan masyarakat tidaklah dapat dipungkiri. Pada zaman modern seperti saat ini, peran *technology factor* dalam kehidupan sehari-hari sangat berpengaruh. Hal ini tidak terlepas dari aktivitas manusia yang kerap kali ditunjang dengan *technology factor* itu sendiri yang mampu menjawab tuntutan pekerjaan yang lebih cepat, mudah, murah dan menghemat waktu terlebih untuk aktifitas berbagi informasi dalam bekerja.

Pengaruh *Technology Factors* (X_1) terhadap *Firm Innovation Capability* (Y_2)

Hasil analisis Regresi menunjukkan bahwa *Technology Factors* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *Firm Innovation Capability* (Y_2). Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi nilai *Technology Factors* maka akan berdampak semakin tingginya *Firm Innovation Capability*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rozaq (2014) yang berjudul Antensedan Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Pengaruhnya padan kemampuan Inovasi Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu faktor individu, *behavior knowledge sharing* dan *technology factor* berpengaruh positif terhadap *firm innovation capability* dan *knowledge sharing*.

Implementasi teknologi dalam kegiatan operasional suatu UMKM akan memberikan dampak yang cukup signifikan bukan hanya dari efisiensi kerja tetapi juga terhadap budaya kerjanya baik secara personal, antar bagian maupun keseluruhan UMKM. Pemanfaatan teknologi dalam suatu UMKM akan

memberikan keunggulan kompetitif untuk meningkatkan kualitas produk. Mayoritas pelaku usaha UMKM di dua kecamatan Kabupaten Pasuruan ini menggunakan teknologi mesin untuk mengukir, teknologi komputer untuk memproses informasi/transaksi, dan menggunakan website maupun media sosial dalam kegiatan operasional maupun pemasarannya.

Pengaruh *Motivation to Share* (X_2) terhadap *Knowledge Sharing* (Y_1)

Hasil analisis Regresi menunjukkan bahwa *Motivation to Share* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Sharing* (Y_1). Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi nilai *Motivation to Share* maka akan berdampak semakin tingginya *Knowledge Sharing*. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi adalah salah satu faktor yang penting dalam mendukung aktifitas berbagi pengetahuan, Pelaku usaha UMKM dapat membuat langkah besar apabila semua karyawannya memiliki kesadaran dan termotivasi untuk selalu melakukan aktivitas berbagi pengetahuan (Brcic dan Mihelic, 2015).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meylasari dan Qomari (2017) yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Knowledge Sharing dalam Implementasi Pembelajaran E-learning. Berdasarkan hasil Uji (t) diketahui bahwa hasil pengujian signifikansi menunjukkan nilai probabilitas yang diperoleh sebesar 0,000. Variabel motivasi berbagi berpengaruh secara signifikan karena probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan yang ditetapkan ($0,000 < \alpha < 0,05$). Secara parsial variabel motivasi berbagi berpengaruh positif signifikan terhadap berbagi pengetahuan.

Motivasi berbagi perlu dibentuk dengan dukungan dua arah, sehingga pelaku usaha dan karyawan dapat saling mengingatkan dan mendukung satu sama lain supaya termotivasi untuk berbagi informasi dan pengetahuan, khususnya pada kegiatan produksi. Mengingat bahwa UMKM sebagai obyek penelitian yang berada di dua kecamatan Kabupaten Pasuruan mayoritas sudah mengimplementasikan teknologi dan memfasilitasi karyawannya dalam bekerja dan berbagi pengetahuan. Pelaku UMKM dalam penelitian ini mendukung penuh penggunaan teknologi mesin maupun komputer dalam kegiatan usahanya sebagai sarana yang dapat menciptakan nilai dan keunggulan bersaing dengan UMKM maupun perusahaan meubel lainnya.

Dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis, penting bagi setiap elemen organisasi memiliki unsur berbagi di dalamnya. Tidak hanya menguntungkan untuk karyawan/diri kita sendiri, tetapi juga untuk orang lain di dalam kegiatan organisasi tersebut. Motivasi berbagi dalam bentuk ilmu tentu akan sangat menyenangkan apabila semua elemen sadar akan manfaatnya bagi kemajuan organisasi.

Pengaruh *Knowledge Sharing* (Y_1) terhadap *Firm Innovation Capability* (Y_2)

Hasil analisis Regresi menunjukkan bahwa *Knowledge Sharing* (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap *Firm Innovation Capability* (Y_2). Apabila *knowledge Sharing* dalam suatu organisasi tidak dilakukan secara rutin dan dipandang sebelah mata maka cepat atau lambat mampu mengurangi kemampuan organisasi dalam berinovasi karena

elemen-elemen yang ada dalam organisasi tersebut tidak melakukan hubungan/komunikasi aktif timbal balik satu sama lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Mulyana, Asssegaf, dan Wasito (2015) yaitu Pengaruh *knowledge donating* dan *knowledge sharing* terhadap *innovation capability* sudi pada UKM Batik di Provinsi Jateng, hasil penelitian menunjukkan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm innovation capability*. Adanya kerja sama yang baik antar karyawan dan pimpinan dalam UKM Batik tersebut diketahui dari implementasi *enjoyment in helping others*, *knowledge self-efficacy*, *top management support* yang berjalan secara efektif sehingga terwujudlah *knowledge donating* dan *knowledge sharing*. Maka secara otomatis *innovation capability* dapat ditingkatkan.

Knowledge sharing berbasis teknologi informasi komunikasi akan berpengaruh pada inovasi generasi ide-ide baru. Berbagi pengetahuan ini akan membantu UMKM untuk menjadi kreatif dan inovatif sehingga meningkatkan kinerjanya. *Knowledge Sharing* dan inovasi merupakan faktor kunci keberhasilan dan keunggulan bersaing. Inovasi produk maupun proses sangat penting bagi UMKM dalam menentukan keberhasilan usahanya. *Knowledge sharing* mampu meningkatkan kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing produk baru bagi perusahaan yang menggunakan teknologi tinggi (Lin, 2008).

Pelaku UMKM sadar bahwa mengembangkan *Knowledge sharing* dalam organisasi sekarang ini sangat penting karena dapat Mempercepat akses terhadap informasi dan pengetahuan, menciptakan inovasi dan perubahan, meningkatkan proses pengambilan

keputusan, *Knowledge sharing* dapat meningkatkan efisiensi tiap unit operasi dan proses bisnis, Berbagi pengetahuan dan kolaborasi silang membantu meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Organisasi mampu memberikan jawaban lebih cepat atau mempersingkat waktu yang diperlukan untuk memperbaiki produk atau layanan.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang jelaskan dalam pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah *Technology Factor* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *Knowledge Sharing*. Variabel *technology factor* memberikan kontribusi pengaruh terhadap *knowledge sharing* sebesar 41,9%. Hal tersebut berarti dengan adanya *Technology Factor* pada UMKM sangat membantu kegiatan operasional usaha terlebih dalam proses *Knowledge Sharing*.

Technology Factor terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *Firm Innovation Capability*. Variabel *technology factor* memberikan kontribusi pengaruh terhadap *firm innovation capability* sebesar 14,1%. Hal berarti dengan adanya *Technology Factor* yang dikelola dengan baik dapat membantu UMKM untuk mendapatkan kompetensi inti, mempunyai nilai lebih dan mempunyai daya saing yang memungkinkan UMKM untuk menghasilkan produk yang lebih baik dari pesaingnya.

Motivation to Share terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *Knowledge Sharing*. Variabel *Motivation to Share* memberikan kontribusi pengaruh terhadap *knowledge sharing* sebesar 40,3%. Hal tersebut

berarti dengan adanya *Motivation to Share* yang dimiliki masing-masing elemen dalam UMKM akan sangat membantu proses *Knowledge Sharing* sehingga masing-masing elemen mempunyai kesempatan dan peluang untuk maju dan berkembang baik dalam bekerja.

Knowledge Sharing terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Firm Innovation Capability*. Hal ini berarti semakin banyak kegiatan *Knowledge Sharing* yang dilakukan pada setiap UMKM maka semakin besar pula kesempatan dan peluang UMKM dalam berinovasi ditengah persaingan usaha yang ketat.

2. Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pengelolaan dan pengembangan teknologi, *Motivation to Share* dan *Knowledge Sharing* diamati dari hasil penelitian ditemukan masih rendah nilainya terutama pada karyawan UMKM yang masih merasa belum mampu mengatasi kesulitan atau hambatan pekerjaan. Hal demikian bisa di atasi dengan memberikan pendampingan dan pengarahan secara lebih intensif dari atasan atau pemilik umkm langsung terhadap karyawan atau pegawai yang di bawahnya, kompetensi karyawan atau pegawai yang difokuskan kepada linieritas antara latar belakang pendidikan dengan bagian/divisi pekerjaan dalam organisasi UMKM, masih diperlukan pengembangan kompetensi dan sosialisasi mengenai standar dan prosedur pelaksanaan kerja, dan diberikan *training* kepada karyawan atau pegawai yang lebih spesifik sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Pemilik usaha hendaknya bisa lebih memaksimalkan kembali upaya pengembangan teknologi dilingkungan usahanya terutama dalam hal pengelolaan, perbaikan maupun perawatan dari adopsi teknologi yang dilakukan.
2. Dari hasil temuan penelitian pada variabel *Technology Factors*, *Knowledge Sharing* dan *Firm Innovation Capability* bisa dijadikan bahan pertimbangan pemilik UMKM dalam membuat kebijakan di masa yang akan datang. Dalam meningkatkan kegiatan *Knowledge Sharing* diharapkan para pemilik UMKM Meubel di Kabupaten Pasuruan lebih berperan aktif dalam membangun jaringan komunikasi yang berbasis pengetahuan dengan pihak eksternal, pemilik UMKM perlu memcermati kembali secara detail permintaan pasar yang beraneka ragam tanpa melupakan usaha pengembangan sumber daya manusia dan selalu berinovasi membuat produk sesuai dengan tren pasar.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai variabel-variabel lain diluar variabel *Technology Factors*, *Motivation to Share* yang teruji memberikan pengaruh pada *Knowledge Sharing* dan *Firm Innovation Capability*. Faktor-faktor lain tersebut mempunyai peluang dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini. Karena diketahui secara umum nilai pengaruh beberapa variabel sangat rendah, yaitu di bawah 50%
4. Penelitian ini hanya menggunakan pemilik UMKM Meubel sebagai objek penelitian atau responden, sehingga

hasilnya yang ditemukan masih belum optimal. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa memperluas atau mengembangkan objek penelitian lain dan sektor usaha yang lebih besar. Sehingga nantinya peneliti selanjutnya bisa membandingkan beberapa organisasi dari model dan konsep yang dibentuk dan dapat ditingkatkan generalisasinya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Alavi and lee 2001. Hubungan *Knowledge Sharing* dan *Innovation Capability*. Jurnal Teknik Industri, Vol. 11, No. 2, pp 174-187.
- Assegaf (2015), *Jurnalistik Media Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Brcic dan Mihelic, 2015. *The learning Company : A Strategy for Sustaenable Development*. New York: McGraw-Hill
- Brush and Vanderwerf, 1992. *A Comparison of methods and shource for obtaining methods estimates of new venture performance Journal of Business Venturing*, 7, 157-70
- Bulgerman, 2001. *Knowledge sharing at Buckman Labs, Journal of Business Strategy* ,Vol. 19 No. 1, pp. 11-15
- Diyah Utari, Semlinda Juszandri Bulan dan Iklima Ermis (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Knowledge Sharing Pada Divisi Teknologi Informasi. Jurnal Multitek Indonesia. Vol 11, No 1.
- Dutton *et al*, 2005. *Transforming Enterprises:The Economic and Social Implications of Information Technology. 1st Edn, MIT Press MA, Cambridge*
- Lin, 1998. *Knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: En Empirical Study. International Journal of Manpower*, Vol. 28 Iss: 3 pp. 315-332.
- Luthans, 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Meyliasari dan Qomari, (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Knowledge Sharing dalam Implementasi E learning. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Vol 8, No 2 September 2017
- Mulyana, Asssegaf, M., Wasito (2015). Pengaruh *knowledge donating* dan *knowledge collecting* terhadap *innovation capability* sudi pada UKM Batik di Provinsi Jateng Jurnal Managemen Teknologi, Vol. 14, No. 3.
- Mulyana, 2006. *Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, Cetakan Pertama. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Nurmahmudiyah (2013), Pengaruh Faktor Personal, Organisasi dan Teknologi Terhadap Penggunaan Blog Untuk *Knowledge Sharing*, Universitas Airlangga.
- Pawit, 2012. *The Influence Of Personal Factors, Organizational Factors, and Technological Factors In The Use Of CIM Toward Employees Knowledge Sharing In PT. Jalan Tol Lingkar Luar Jakarta (PT. JLJ)*.

- Shabrina dan Silvianita, 2015. *Factors Analysis on Knowledge Sharing at Telkom Economic and Business School (TEBS) Telkom University Bandung*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 198-206.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rozak, Khoirur. 2014. *Atenseden Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Pengaruhnya padan kemampuan Inovasi Perusahaan*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 14, No. 1, 77-92.
- Sarja, (2014). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Berbagi Pengetahuan pada Perguruan Tinggi*. *Eksplora Informatika*, 3(2).
- Tambunan, 2005. *Knowledge Management; Konsep, Arsitektur dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo dan Tesavitra, 2017. *Model Perilaku Berbagi Pengetahuan antar IKM dalam Sebuah Sentra*. *Jurnal rekayasa sistem industri*, Vol. 6, No. 2.
- Wong, 2005. *Knowledge Sharing in Academic Institutions: a Study of Multimedia University Malaysia*. *Electronic Journal of Knowledge Management*.
- Internet**
<https://www.pasuruankab.go.id/> diakses tanggal 10 April 2019.