

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Knowledge Management*

Knowledge Management berperan penting terhadap inovasi. *Knowledge management* diartikan sebagai proses lewat mana perusahaan menghasilkan nilai dari aset suatu perusahaan berbasis pengetahuan yang bertindak dalam praktek unggulan perusahaan atau dalam bentuk ide atau gagasan produk berupa barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen atau masyarakat (Fontana, 2011). Pengetahuan manajemen sangat penting untuk di tingkatkan dan di kembangkan karena merupakan aset penting bagi perusahaan. *Knowledge management* berguna juga bagi semua jenis bisnis yang akan di lakukan karena merupakan modal utama di dunia bisnis (Obeidat *et al.*, 2016). *Knowledge management* merupakan akses ke suatu pengalaman, *knowledge*, dan keahlian untuk dapat menciptakan kemampuan dan kinerja organisasi yang unggul, mendorong munculnya inovasi, serta meningkatkan nilai dari konsumen (Kusuma, 2013). Proses menghasilkan nilai dari aset intelektual dan *knowledge* ini melibatkan poses *sharing* atau proses membagi dengan cara menyampaikan atau mendistribusikan suatu aset yang berbasis pada pengetahuan seperti menrasnfer praktik-praktik terbaik mereka. Perusahaan perlu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi menunjang pelaksanaan *knowledge management* agar berhasil

di dalam organisasi (Fontana, 2011). *Knowledge management* juga merupakan proses yang berhubungan dengan penciptaan, penyebaran dan kegunaan pengetahuan untuk mewujudkan tujuan dari perusahaan itu (Samsir *et al.*, 2017). Suatu keberhasilan dalam pelaksanaan *knowledge management* dalam sebuah organisasi ditentukan oleh pilar-pilar kepemimpinan, organisasi, pembelajaran, dan teknologi yang tepat sehingga peran teknologi itu sebagai pembeda yang mendukung dalam proses penciptaan, transfer dan penggunaan *knowledge* dalam organisasi dan antar organisasi, dalam unit organisasi dan antar unit dalam organisasi atau lintas organisasi (Fontana, 2011). *Knowledge management* itu dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan dan memberi pengaruh positif dan signifikan dalam melakukan kegiatan operasional suatu perusahaan (Samsir *et al.*, 2017).

2.1.2 Inovasi Produk

Inovasi produk menurut Dhewanto *et. al.*, (2015) bukan hanya merupakan suatu pengembangan produk, tetapi inovasi produk bisa berupa pengenalan produk baru, membuat konsep ulang dalam rangka meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, penemuan produk baru meningkatkan spesifikasi dan kualitas produk tersebut, atau memasukan komponen yang baru, materi ataupun fungsi baru merupakan sebuah bentuk inovasi produk yang dilakukan di dalam perusahaan. Menurut Samsir *et al.*, (2012) membedakan inovasi produk dan

proses produk, inovasi produk melibatkan aplikasi pengetahuan untuk melakukan pengembangan produk yang baru dengan peralatan baru, sedangkan proses inovasi produk itu melibatkan suatu pengembangan manajemen dan praktik di organisasi baru. Inovasi produk bukan hanya dapat dilakukan pada produk barang tetapi juga bisa dilakukan pada pelayanan jasa, atau juga bisa di kombinasi dari keduanya (Dhewanto et. al., 2015).

Rademakers (2005) membagi inovasi produk menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Inovasi berupa produk, layanan, atau kombinasi baru dari produk dan layanan.
- b. Proses inovasi berupa metode baru dalam kegiatan yang bernilai tambah serta produksi dan distribusi yang lebih baik atau murah.
- c. Inovasi organisasi berupa metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi, dan mengawasi kegiatan, karyawan, dan tanggung jawab.
- d. Inovasi bisnis berupa kombinasi dari produk, proses, dan sistem organisasi yang baru.

2.1.3 Keunggulan kompetitif

Puspasari dan Rahardjo (2017) menyatakan bahwa dengan menciptakan dan memiliki hubungan yang baik dengan mitra bisnis akan berpengaruh

pada keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Sehingga perusahaan perlu menekankan pada evaluasi kapabilitas mitra bisnis serta sumber daya terutama dalam bidang inovasi dan kualitas dalam rangka untuk meningkatkan hubungan dengan mitra melalui kerjasama teknikal dan strategi aliansi. Semua usaha tersebut akan membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang lebih baik serta pertumbuhan kinerja organisasi yang konstan. Keunggulan kompetitif hidup dari nilai manfaat yang dibuat oleh perusahaan kepada pembeli, pelanggan melihat dari harga yang ditawarkan dari sebuah produk yang memiliki nilai lebih dari yang mereka inginkan atau harapkan (Samsir *et al.*, 2017).

2.2 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang memfokuskan pada *knowledge management*, inovasi produk, maupun keunggulan kompetitif digunakan sebagai dasar dalam pengembangan hipotesis penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian Samsir *et al.*, (2017) dengan judul “*the effect of product innovation as mediation in relationship between knowledge management to competitive advantage (case study in SME of typical food products of riau, Indonesia)*’ dengan hasil penelitian bahwa *knowledge management* terdapat dampak yang signifikan dan positif terhadap inovasi produk, *knowledge management* terdapat dampak yang signifikan dan positif terhadap keunggulan kompetitif di usaha kecil dan menengah dari produk makanan khas Riau di Kabupaten

Kepulauan Meranti, serta inovasi produk memediasi pengaruh *knowledge management* dari keunggulan kompetitif. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *knowledge management* akan menyebabkan semakin tinggi keunggulan kompetitif, jika inovasi produk termediasi juga lebih tinggi.

2. Penelitian Obeidat *et al.*, (2016) dengan judul “*The impact of knowledge management on innovation*” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak yang signifikan dan positif dari *knowledge management* pada inovasi sehingga dengan adanya penciptaan, *sharing*, dan pemanfaatan dapat membangun keterampilan karyawan yang relevan dengan proses inovasi. Memiliki karyawan yang mempunyai keahlian yang baik di dalam perusahaan merupakan sumber daya yang lebih baik untuk memperoleh pengetahuan daripada mempekerjakan karyawan baru.
3. Penelitian Al-Sa’di *et al.*, (2017) dengan judul “*The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan*” dengan hasil penelitian *knowledge management* memiliki dampak positif yang signifikan pada kedua jenis inovasi yaitu inovasi produk dan inovasi proses.
4. Penelitian Mao *et al.*, (2016) dengan judul “*Information technology resource, knowledge management capability and competitive advantage: the moderating role of resource commitment*” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak yang signifikan dan positif dari proses *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif.

5. Penelitian Kusuma (2013) dengan judul “Analisa Pengaruh *Knowledge Management* Terhadap Keunggulan kompetitif dan Kinerja Perusahaan” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *knowledge management* terdapat dampak yang signifikan dan positif terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Penggunaan *knowledge management* yang baik yang diterapkan pada perusahaan di Surabaya akan mampu meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.
6. Penelitian Puspasari dan Rahardjo (2017) dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan kompetitif (Studi Pada Industri Makanan Dan Minuman Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)”. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
7. Penelitian Aziz dan Samad (2016) dengan judul “*Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMEs in Malaysia*” dengan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa inovasi memiliki dampak signifikan dan positif pada keunggulan kompetitif, sehingga UMKM disarankan untuk berinvestasi dalam inovasi karena akan semakin besar peluang bagi UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Knowledge Management terhadap Inovasi Produk

Mendistribusikan dan berbagi *knowledge* yang dimiliki kepada karyawan dapat mendukung proses inovasi, terlebih hal tersebut dapat mengurangi waktu dan upaya karyawan untuk mengumpulkan informasi dan bisa mendapatkan informasi *knowledge* baru yang merupakan dasar untuk ide-ide inovatif (Al-Sa'di *et al.*, 2017). Inovasi produk memainkan peran penting untuk memecah hambatan, meningkatkan perhatian dan dukungan pasar. Itulah sebabnya inovasi produk berkelanjutan adalah kunci kesuksesan dalam jangka panjang (Samsir *et al.*, 2012).

Sesuai dengan jurnal Samsir *et al.*, (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *knowledge management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Efek positif menunjukkan bahwa semakin baik *knowledge management* yang dimiliki oleh pengusaha kecil dan menengah akan mempengaruhi inovasi produk yang lebih baik dan sebaliknya. Dalam penelitian Obeidat *et al.*, (2016) dan Al-Sa'di *et al.*, (2017) hasilnya menunjukkan dampak yang signifikan dan positif dari proses *knowledge management* pada inovasi. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara *knowledge management* terhadap inovasi produk, sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H1. *Knowledge Manajemen* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Inovasi Produk.

2.3.2 Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan untuk pembeli. Keunggulan kompetitif menggambarkan bagaimana perusahaan memilih dan menerapkan strategi seperti biaya rendah, diferensiasi, dan fokus untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan adanya kegiatan *knowledge management* dapat menumbuhkan ide-ide terkait strategi keunggulan kompetitif. Demikian juga, perusahaan dengan kemampuan *knowledge management* tinggi harus mampu merespons dengan cepat terhadap langkah strategis yang dilakukan pesaing (Gold et al., 2001). Perusahaan-perusahaan ini juga harus beradaptasi dalam memulai langkah strategis mereka sendiri dalam upaya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif atas pesaing mereka (Grossman & Packer, 1989). Aset berharga yang dimiliki perusahaan salah satunya yaitu kemampuan *knowledge management* sulit untuk ditiru sehingga kemampuan tersebut memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Sesuai dengan jurnal Mao *et al.*, (2016), Kusuma (2013), dan Chuang (2004) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara *Knowledge Management* terhadap keunggulan kompetitif, sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H2. *Knowledge Management* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

2.3.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif

Lingkungan bisnis yang semakin berkembang, menjadikan perusahaan perlu untuk memperbaiki dan menambah nilai produk melalui berbagai aktivitas usaha yang inovatif. Inovasi merupakan penerapan dari sebuah ide dalam perusahaan yang melibatkan semua aktivitas perusahaan seperti produk baru, teknologi maupun proses produksi baru, serta sistem administrasi baru. Di bidang bisnis, inovasi produk diperlukan karena bisnis benar-benar menghadapi persaingan yang ketat, situasinya sangat kompleks dan tidak pasti (Samsir *et al.*, 2017). Perusahaan yang melakukan inovasi produk berkelanjutan dapat dijadikan sumber keunggulan kompetitif.

Sesuai dengan jurnal Samsir *et al.*, (2017) serta Aziz dan Samad (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahawa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif dalam Usaha Kecil dan Menengah. Dapat diartikan bahwa keunggulan kompetitif akan mengalami peningkatan seiring dengan adanya peningkatan penerapan inovasi produk yang baik. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Puspasari dan Rahardjo (2017) hasilnya menunjukkan bahwa inovasi produk berdampak positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H3. Inovasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif.

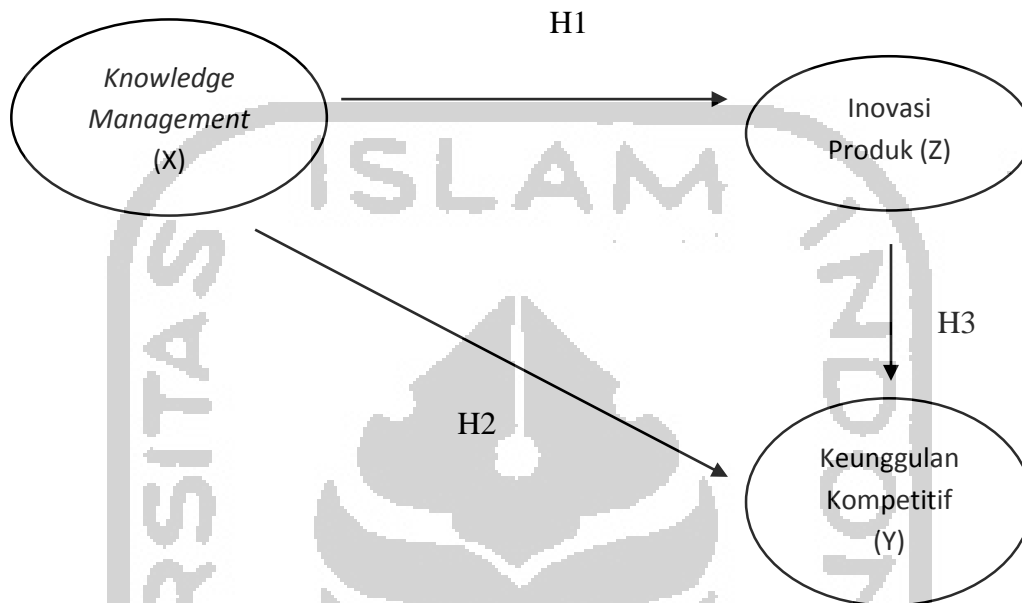
2.3.4 Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Produk.

Knowledge management yang tumbuh lebih cepat akan mendorong bisnis untuk meningkatkan daya saing, sehingga akan membantu meningkatkan kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sumber penting keunggulan kompetitif untuk setiap organisasi yaitu berkonsentrasi pada aspek sumber daya manusia serta cara mengelolanya.

Sesuai dengan jurnal Samsir *et al.*, (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi produk memediasi *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif akan semakin tinggi apabila inovasi produk memediasi. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi produk sebagai variable intervening, sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H4. *Knowledge management* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi produk sebagai variabel intervening.

2.4 Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir