

Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Produk
pada UMKM Makanan dan Minuman Kekinian di Yogyakarta

JURNAL



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Produk
pada UMKM Makanan dan Minuman Kekinian di Yogyakarta

Nama : Ardiona Purnama Putra

Nomor Mahasiswa : 15311331

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta,.....

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Mochamad Nasito, Drs., M.M

Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi

Produk pada UMKM Makanan dan Minuman Kekinian di Yogyakarta

Ardiona Purnama Putra

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email: dynardiona@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi produk pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman kekinian di Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 UM. Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, dan *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi produk.

Abstract - This study aims to determine the effect of knowledge management on competitive advantage through product innovation on the present food and beverage SMEs in Yogyakarta. The population in this study were food and beverage MSMEs in Yogyakarta with a total sample of 100. The data analysis method used is using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) assistance program. The results of this study prove that knowledge management has a positive and significant effect on products, positive and significant knowledge management on competitive advantage, positive and significant product innovation on competitive advantage, and knowledge management has a positive and significant effect on competitive advantage through product innovation.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di zaman sekarang ini peluang bisnis pun semakin terbuka, akan tetapi persaingan bisnis nya pun akan semakin meningkat juga. Dengan meningkatnya teknologi, masyarakat dituntut untuk mengembangkan kreatifitas mereka agar usaha nya memiliki ciri khas tersendiri dan berbeda dengan pesaingnya. Penggunaan teknologi baru yang ada saat ini, penciptaan, pengenalan dan pada saat memasarkan produk baru tersebut telah mengadopsi proses produksi yang inovatif. Dengan begitu perusahaan dapat memecahkan masalah persaingan secara efektif.

Usaha Mikro Kecil Menengah di bidang makanan dan minuman yang beraneka ragam serta digemari masyarakat karena mengikuti *trend* di kota Yogyakarta sedang marak. Berbagai jenis produk yang dibuat tentunya harus memiliki kualitas untuk dapat bersaing di pasar. Keunggulan kompetitif dapat diraih UMKM salah satunya dengan memiliki pengetahuan mengenai *knowledge management*, sehingga usaha yang mereka jalani dapat berjangka waktu lama sekaligus dapat bersaing dipasar.

Karena saat ini mulai banyak bermunculan makanan dan minuman baru dan populer yang digemari masyarakat. Seiring berjalannya waktu, makanan dan

minuman kekinian tidak bertahan lama karena tergantikan dengan produk substitusi lain, kecuali terdapat inovasi baru dalam produk maupun penyajiannya. Berdasarkan hal tersebut maka judul penelitian pada penelitian ini yaitu **“Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk Melalui Keunggulan kompetitif pada UMKM Makanan dan Minuman kekinian di Yogyakarta”**.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk?
2. Apakah terdapat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan kompetitif?
3. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan kompetitif?
4. Apakah terdapat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan kompetitif melalui Inovasi Produk sebagai variabel intervening?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap inovasi produk.
2. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif.

4. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi produk sebagai variabel intervening.

Manfaat Penelitian

1. Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan mengenai *knowledge management*, dan keunggulan kompetitif dan inovasi serta membandingkan teori yang sudah didapat dalam kelas di perkuliahan dengan situasi dan kondisi yang ada pada UMKM/*startup* usaha.

2. UMKM

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi UMKM Makanan dan Minuman di Yogyakarta untuk penerapan inovasi produk dengan memperhatikan faktor *knowledge management* sehingga akan berdampak pada keunggulan kompetitif.

II. KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. *Knowledge Management* (X)

Knowledge management merupakan akses ke suatu pengalaman, *knowledge*, dan keahlian dalam hal yang dapat menciptakan kemampuan baru, memungkinkan unggulnya kinerja organisasi, mendorong inovasi serta meningkatkan nilai dari pelanggan (Kusuma, 2013). 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 pembenar yang mendukung dalam proses penciptaan dan 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. Inovasi Produk (Z)

Inovasi produk menurut Dhewanto *et al.*, (2015) merupakan pengembangan produk, pengenalan produk baru dengan membuat konsep ulang untuk meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, peningkatan spesifikasi dan kualitas produk dengan memasukan komponen yang baru, materi ataupun fungsi baru yang dilakukan di dalam suatu perusahaan. Disisi lain, perusahaan juga memerlukan inovasi dari proses produk yaitu melibatkan suatu pengembangan manajemen dan praktik di organisasi (Samsir *et al.*, 2012).

3. Keunggulan Kompetitif (Y)

Keunggulan kompetitif berasal dari nilai atau manfaat yang dibuat oleh perusahaan kepada konsumen kemudian konsumen melihat dari harga yang ditawarkan dari sebuah produk yang memiliki nilai lebih dari yang mereka inginkan atau harapkan (Samsir *et al.*, 2017). Puspasari dan Rahardjo (2017) menyatakan bahwa memiliki hubungan yang baik dengan konsumen maupun mitra bisnis berpengaruh kepada keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Perusahaan perlu menekankan pada evaluasi kapabilitas mitra bisnisnya serta integrasi sumber daya terutama dalam bidang inovasi dan kualitas dalam rangka untuk meningkatkan hubungan dengan mitra melalui kerjasama teknikal dan strategi aliansi.

Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis 1 = Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk.
2. Hipotesis 2 = Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif.
3. Hipotesis 3 = Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif.
4. Hipotesis 4 = Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Produk.

III. METODOLOGI PENELITIAN

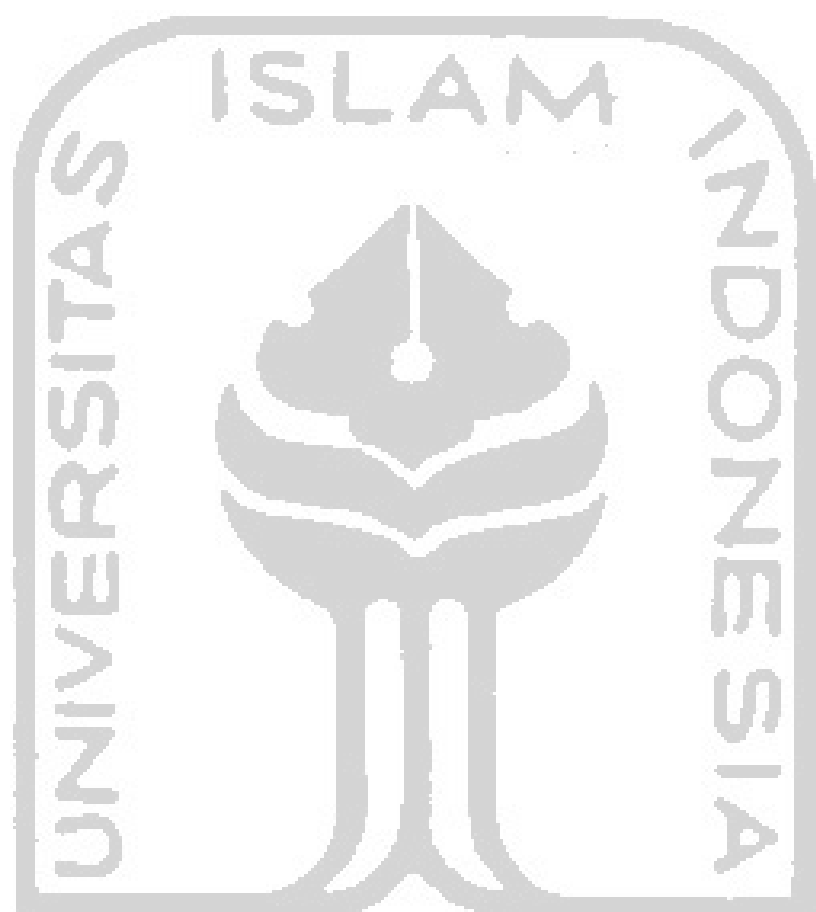
Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menjadikan UMKM makanan dan minuman kekinian di Yogyakarta sebagai lokasi penelitian.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro dan Menengah makanan dan minuman kekinian di Yogyakarta. Dengan kriteria Usaha Mikro yaitu dimiliki perorangan maupun badan usaha dengan kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- serta hasil penjualan setiap tahunnya maksimal Rp 300.000.000,- sedangkan kriteria Usaha Menengah yaitu kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- serta Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2.500.000.000,- (milyar) sampai Rp50.000.000.000,-.

Definisi Operasional Variabel



جامعة الإسلام في إندونيسيا

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Knowledge Management (X)	<p><i>Knowledge Management</i> merupakan kegiatan yang mencakup pengorganisasian, perencanaan, pengumpulan suatu data maupun informasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang kemudian digabungkan dengan berbagai pemikiran dari sumber yang kompeten (Samsir <i>et al.</i>, 2017).</p>	<p>a. Knowledge acquisition</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempekerjakan karyawan baru. 2. Menyediakan karyawan yang membantu lingkungan terbuka. 3. Mengamati secara aktif praktik terbaik di sektor industri yang sama. 4. Mengumpulkan informasi yang relevan dengan operasi dan kegiatan perusahaan 5. Mendata pengetahuan yang dimiliki serta pengetahuan yang tidak dimiliki 6. Pengetahuan diperoleh dari berbagai sumber: pelanggan, mitra, dan karyawan <p>b. Knowledge sharing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berbagi Informasi dan pengetahuan yang diperlukan untuk tugas 2. Bertukar pengetahuan antara karyawan 3. Mengembangkan sistem informasi 4. Berbagi informasi dan pengetahuan antara anggota tim dan berbagai unit maupun antara supervisor dan karyawan <p>c. Knowledge utilization</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat kebijakan insentif dan manfaat untuk saran ide baru dalam memanfaatkan pengetahuan yang ada 2. Perlu adanya alur kerja yang digunakan dalam melakukan tugas 	<p>(Lew dan Sinkovics, 2013)</p>

		<p>3. Perusahaan secara efektif mengelola sumber dan jenis pengetahuan yang berbeda</p> <p>4. Perusahaan menggunakan pengetahuan yang ada dalam meningkatkan layanan untuk pelanggan.</p> <p>5. Perusahaan menerapkan pengetahuan yang ada untuk meningkatkan kinerja</p> <p>d. Knowledge management approaches</p> <p>1. Menangkap pengetahuan hanya bergantung pada hubungan informal di dalam anggota tim</p> <p>2. Jangkauan pengetahuan terbatas karena harus menghubungi penyedia pengetahuan secara langsung</p> <p>3. Sumber pengetahuan adalah karyawan saat ini</p> <p>4. Untuk memastikan pembagian pengetahuan yang lebih baik, perlu mengembangkan komunitas sosial</p> <p>5. Menyediakan layanan konsultasi bergantung pada kritik dan saran yang diberikan pelanggan.</p> <p>6. Menyimpan pengetahuan dalam bentuk laporan dokumen.</p> <p>7. Karyawan diberi imbalan untuk langsung berbagi pengetahuan dengan rekan kerja mereka untuk</p>	
--	--	--	--

		membantu rekan di lokasi / kantor lain dengan masalah mereka	
Inovasi Produk (Z)	Inovasi yang dihasilkan oleh suatu perusahaan harus memiliki nilai tambah tersendiri, tidak mudah ditiru dan sulit untuk digantikan oleh produk lain (Puspasari dan Rahardjo, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memantau sumber daya teknologi di pasar. 2. Mampu mengintegrasikan sumber daya teknologi baru yang diperoleh dari mitra 3. Responsif terhadap perubahan teknologi 4. Mampu mengembangkan serangkaian produk baru secara konstan 5. Tempat menekankan pada kreativitas dalam pengembangan produk baru 	(Lew dan Sinkovics, 2013)
Keunggulan Kompetitif (Y)	Keunggulan kompetitif merupakan upaya perusahaan dalam pencarian posisi kompetitif yang menguntungkan pada saat terjadi persaingan dalam suatu industri (Samsir <i>et al.</i> , 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Retensi pelanggan. 2. Pertumbuhan penjualan. 3. Profitabilitas. 4. Pengembalian investasi. 	(Mao <i>et al.</i> , 2016)

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu data primer yang dilakukan dengan menggunakan wawancara dan kuesioner, serta data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain baik data yang

sudah diolah oleh pihak lain maupun studi kepustakaan dari literatur atau buku yang mendukung penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Untuk mengetahui tingkat signifikansi korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), maka diperlukan model statistik untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Oleh karena hipotesis penelitian yang dirumuskan menunjukkan pada penelitian korelatif, maka teknik yang digunakan dalam menganalisis tingkat signifikansi untuk masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah model statistika dengan *Moderate Regression Analysis* (MRA).

1. Uji Validitas

Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation*, dikatakan valid jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ (Ghozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Dalam pengukuran reliabilitas ini menggunakan yang disebut *Cronbach's Alpha* dapat dikatakan reliabel, apabila hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel (Ghozali, 2011).

3. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Salah satu cara untuk mengetahui data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak maka dapat menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov*, data tersebut dikatakan normal apabila nilai

signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05 (Basuki dan Prawoto, 2016).

- Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat nilai VIF ataupun *tolerance* yaitu:

- Nilai Tolerance $> 0,10$ = tidak terjadi multikolonieritas.
- Nilai Tolerance $< 0,10$ = terjadi multikolonieritas.

- Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dalam regresi, salah satunya uji Glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5 %, maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

4. Uji Hipotesis

- Analisis Regresi Linier Sederhana

Digunakan untuk memperkirakan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dinyatakan bahwa regresi linier sederhana didasarkan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2011). Persamaan statistik yang digunakan adalah $Z = \beta_1 X$.

- Analisis Regresi Berganda

Digunakan untuk memperkirakan hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dinyatakan bahwa regresi linier berganda yaitu untuk menguji lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2011). Persamaan statistik yang digunakan adalah $Y = \beta_2 X + \beta_3 Z$.

- Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah perluasan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya (Ghozali, 2011). Persamaan statistic yang digunakan adalah $X \rightarrow Z \rightarrow Y = \beta_1 x + \beta_3$.

- Uji Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan dengan membandingkan t – hitung dengan t – tabel. Jika t – hitung lebih kecil dari t – tabel maka H_0 ditolak atau H_a diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi varibel dependen.

- Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin		
Pria	67	67%
Wanita	33	33%
Usia		
< 20 tahun	4	4%
21 tahun-30 tahun	53	53%
31 tahun-40 tahun	21	21%
41 tahun-50 tahun	12	12%
>50 tahun	9	9%
Pendidikan Terakhir		
SMP	8	8%
SMA	18	18%
Diploma (D1, D2, D3)	28	28%
Sarjana (S1)	34	34%
Pascasarjana (S2)	7	7%
Doktor (S3)	5	5%
Usia Perusahaan		
<6 bulan	17	17%
6-12 bulan	31	31%
1-3 tahun	30	30%
>3 tahun	22	22%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi untuk menggambarkan deskripsi *statistic* setiap variabel. Statistik deskriptif ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 21*.

Skor penilaian terendah adalah 1

Skor penilaian tertinggi adalah 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Berdasarkan hasil diatas, sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju
2. 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju
3. 2,61 – 3,40 = Netral
4. 3,41 – 4,20 = Setuju
5. 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

Var	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
X	100	2.27	5.00	3.9241	.55787
Z	100	2.20	5.00	3.9860	.61052
Y	100	2.00	5.00	3.7550	.68256

(Sumber: data diolah 2019)

Uji Validitas

Var.	Item	Sig.	Batas	Ket.	
X	X1.1	0,000	0,05	Valid	
	X1.2	0,000	0,05	Valid	
	X1.3	0,000	0,05	Valid	
	X1.4	0,000	0,05	Valid	
	X1.5	0,000	0,05	Valid	
	X1.6	0,000	0,05	Valid	
	X1.7	0,000	0,05	Valid	
	X1.8	0,000	0,05	Valid	
	X1.9	0,000	0,05	Valid	
	X1.10	0,000	0,05	Valid	
	X1.11	0,000	0,05	Valid	
	X1.12	0,000	0,05	Valid	
	X1.13	0,000	0,05	Valid	
	X1.14	0,000	0,05	Valid	
	X1.15	0,000	0,05	Valid	
	X1.16	0,000	0,05	Valid	
	X1.17	0,000	0,05	Valid	
	X1.18	0,000	0,05	Valid	
	X1.19	0,000	0,05	Valid	
	X1.20	0,000	0,05	Valid	
	Z	Z1.1	0,000	0,05	Valid
		Z1.2	0,000	0,05	Valid
Z1.3		0,000	0,05	Valid	
Z1.4		0,000	0,05	Valid	
Z1.5		0,000	0,05	Valid	
Y	Y1	0,000	0,05	Valid	
	Y2	0,000	0,05	Valid	
	Y3	0,000	0,05	Valid	
	Y4	0,000	0,05	Valid	

(Sumber: data diolah 2019)

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pertanyaan memiliki signifikansi pearson correlation lebih kecil dari 0,05 atau valid.

Uji Reliabilitas

Var.	Cronbach's Alpha	Keterangan
X	0,972	Reliabel
Z	0,909	Reliabel
Y	0,902	Reliabel

(Sumber: data diolah 2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena koefisien Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 atau reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

(Sumber: data diolah 2019)

Unstandar residual	Batas	Keterangan
0,876	0,05	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena nilai probabilitas yang dihasilkan yaitu 0,876 lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Var.	Tolerance	VIF	Keterangan
X	0.397	2.522	Tidak terjadi multikolinieritas
Z	0.397	2.522	Tidak terjadi multikolinieritas

Variabel dependen: Y

(Sumber: data diolah 2019)

Uji Heterokedastisitas

Var.	sig	Batas	Keterangan
X	0.161	> 0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Z	0.774	> 0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

(Sumber: data diolah 2019)

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tahap	Var.	Adjusted R ²
1	Z	0,603
Predictors: (constant), X		
2	Y	0,745
Predictors: (Constant), Z, X		

(Sumber: data diolah 2019)

Hasil koefisien determinasi tahap 1 pada model regresi sebesar 0,603, maka dapat disimpulkan bahwa 60,3% inovasi produk dapat dijelaskan oleh variabel *knowledge management*. Sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil koefisien deterninasi tahap 2 pada model regresi diatas yaitu sebesar 0,745, maka dapat diartikan bahwa 74,5% keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel *knowledge management* dan inovasi produk. Sisanya sebesar 25,5 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda

	Var.	Koef. Path	t	Sig.t	Sig. 5%
1	X	0,777	12,213	0,000	Sig.
	Variabel dependen: Z				
2	X	0,257	3,193	0,002	Sig.
	Z	0,651	8,083	0,000	Sig.
Variabel dependen : Y					

(Sumber data diolah 2019)

Model analisis regresi linier sederhana tahap 1 untuk menjelaskan pengaruh variabel X (*knowledge management*) terhadap inovasi produk (Z) mempunyai formula sebagai berikut :

$$Z = \beta_1 \times X$$

Model analisis regresi linier berganda tahap 2 untuk menjelaskan pengaruh variabel X (*knowledge management*) dan Z (inovasi produk) terhadap Y (keunggulan bersaing) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = \beta_2 X + \beta_3 Z$$

Berdasarkan hasil analisis tahap 1 dan 2 pada tabel 4.9 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 0,777 X$$

$$Y = 0,257 X + 0,651 Z$$

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X (*knowledge management*) berpengaruh terhadap inovasi produk (Z), variabel X (*knowledge management*) berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif (Y), dan variabel Z

(inovasi produk) berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif (Y).

Analisis Path

Direct Effect	
X → Y	
(p ₁)	= 0.257
Indirect Effect	
X → Z1 → Y	
(p ₁ × p ₂ = 0.777 × 0,651)	= 0.505827
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect = 0.257 + 0.505827 = 0.762827)	

(Sumber data diolah 2019)

Pengujian signifikansi pengaruh tak langsung (indirect effect) Knowledge Management terhadap Kinerja Operasional melalui Inovasi Proses dengan statistik t (thitung). Signifikan atau tidak dapat diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Sp1p2 &= \sqrt{p1^2 \cdot sp2^2 + p2^2 \cdot sp1^2 + sp1^2 \cdot sp2^2} \\
 &= \sqrt{(0.850 \cdot 0.090^2) + (0.728^2 \cdot 0.070^2) + (0.070^2 \cdot 0.090^2)} \\
 &= \sqrt{(0.7225 \cdot 0.0081) + (0.529984 \cdot 0.0049) + (0.0049 \cdot 0.0081)} \\
 &= \sqrt{0.00585225 + 0.0025969216 + 0.00003969} \\
 &= \sqrt{0.0084888616} \\
 &= 0.0921350183155135
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp1p2 dapat dihitung nilai t statistic pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t \text{ hitung} &= \frac{p1p2}{sp1p2} \\
 &= \frac{0,6188}{0.0921350183155135} \\
 &= 6.716230
 \end{aligned}$$

Karena nilai t hitung = 6.716230 > 1,96 (t tabel) berarti signifikan pada taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *Knowledge Management* berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing dimediasi oleh Inovasi Produk.

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk sesuai dengan hasil p -value $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut inovasi produk sangat bergantung pada peningkatan *knowledge management*. Adanya *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, menjadikan produk yang dihasilkan semakin baik dan sesuai dengan kebutuhan pasar berdasarkan masukan dari informasi (*knowledge*) yang diterima anggota UKM.
2. *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sesuai dengan hasil p -value $0,002 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut keunggulan bersaing sangat bergantung pada peningkatan

knowledge management. Informasi yang baik yang diterima oleh UKM akan dapat berdampak positif pada kemampuan mereka dalam menghadapi persaingan yang terjadi dengan penyusunan strategi yang tepat.

3. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sesuai dengan hasil p -value $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hal tersebut *knowledge management* mampu memberikan dampak positif pada keunggulan bersaing. Inovasi produk yang baik akan menjadikan UKM mempunyai varian produk yang baru dengan keunggulan yang dimiliki, hal ini akan mampu memberikan keunggulan UKM didalam persaingan usaha.

4. *Knowledge management* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sesuai dengan nilai t hitung sebesar $6.716230 > 1,96$ pada taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hal tersebut keunggulan bersaing bergantung pada *knowledge management* melalui inovasi produk. *Knowledge management* mampu meningkatkan inovasi produk pada UKM, yang kemudian berdampak pada meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan demikian *knowledge management* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang

berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk anggota UKM, kondisi persaingan yang tinggi menuntut pelaku usaha untuk senantiasa mencari sumber informasi yang sedang menjadi permintaan konsumen, hal sangat bermanfaat untuk meningkatkan inovasi produk yang akan dilakukan dan berdampak pada meningkatkan keunggulan bersaing dengan UKM lain.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain, selain knowledge management dan inovasi produk dalam penelitian mendatang terhadap peningkatan keunggulan bersaing sehingga penelitian yang dilakukan lebih menarik dan variatif. Serta dengan melakukan penelitian pada bidang usaha yang lain, sehingga akan memberikan ragam informasi yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). *The Mediating Role of Product and Process Innovations on the Relationship between Knowledge Management and Operational Performance in Manufacturing Companies in Jordan*. *Business Process Management Journal*, 23(2), 349-376.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, N. N. A., & Samad, S. (2016). *Innovation and competitive advantage: Moderating effects of firm age in foods manufacturing SMEs in Malaysia*. *Procedia Economics and Finance*, 35, 256-266.
- Chuang, S.-H. (2004). *A resource-based perspective on knowledge management capability and competitive advantage: an empirical investigation*. *Expert Systems with Applications*, 27(3), 459-465.
- Dhewanto, Wawan, dkk. (2015). *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Fontana, Avanti. 2011. *Innovate We Can!*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). *Knowledge management: An organizational capabilities perspective*. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Grossman, R. B., & Packer, M. B. (1989). *Betting the business: strategic programs to rebuild core information systems*. *Office, Technology, and People*, 5(4), 235-243.
- Heizer, Jay, dan Barry Render. 2008. *Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusuma, F. S. D. (2013). *Analisa Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan kompetitif dan Kinerja Perusahaan*. *Business Accounting Review*, 1(2), 161-171
- Lew, Y. K., & Sinkovics, R. R. (2013). *Crossing borders and industry sectors: behavioral governance in strategic alliances and product innovation for competitive advantage*. *Long Range Planning*, 46(1-2), 13-38.

- Maimunah, El Rayeb, S. Augury, Siti. (2008), *Knowledge management as One Bridge Leading Institutional Development (In Indonesian Knowledge management Sebagai Salah Satu Jembatan Pengembangan Institusi Unggulan)*, Jurnal AMIK Raharja, Vol. 2, No. 1, : 80 – 90.
- Mao, H., Liu, S., Zhang, J., & Deng, Z. (2016). *Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage: The moderating role of resource commitment. International Journal of Information Management, 36(6), 1062-1074*
- Masa'deh, R. E., Shannak, R., Maqableh, M., & Tarhini, A. (2017). *The impact of knowledge management on job performance in higher education: The case of the University of Jordan. Journal of Enterprise Information Management, 30(2), 244-262*
- Obeidat, B. Y., Al-Suradi, M. M., Masa'deh, R. E., & Tarhini, A. (2016). *The impact of knowledge management on innovation: An empirical study on Jordanian consultancy firms. Management Research Review, 39(10), 1214-1238.*
- Puspasari, E. L., & Rahardjo, S. T. (2017). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Dukungan Partner terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi pada Industri Makanan dan Minuman Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang). Diponegoro Journal of Management, 6(3), 225-232.*
- Rademakers, M. (2005), "*Corporate universities: driving force of knowledge innovation*", *Journal of Workplace Learning*, Vol. 17 Iss 1/2 pp. 130 – 136.
- Roberts, J. (2000). *Knowledge Systems and Global Advertising Services. Creativity and Innovation Management, 9(3), 163–170.*
- Samsir., Nursanti, A., & Zulfadil. (2017). *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). International Journal of Economic Research, 14(2). 217-226.*
- Saunila, M. Pekkola, S. and Ukko, J. (2014), "*The relationship between innovation capability and performance*", *International Journal of Productivity and Performance Management, 63(2). 234 – 249.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.*
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.*
- Yamin, Sofyan & Heri Kurniawan, 2009. *SPSS Complete, Jakarta: Salemba Empat.*
- Williams, D., & Hare, L., 2012. *Competitiveness of Small Hotels in Jamaica: An Exploratory Analysis. EBSCOhost.*