

**PENGARUH *KNOWLEDGE SHARING PROCESS* TERHADAP
KAPABILITAS INOVASI PADA USAHA MIKRO DAN KECIL
(UMK) INDUSTRI BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:

Annisa Zahra Faza

2013120248

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No.227/SK/BAN-PT/Ak-

XVI/S/XI/2013

BANDUNG

2018

**THE EFFECT OF KNOWLEDGE SHARING PROCESS ON
INNOVATION CAPABILITY IN MICRO AND SMALL
ENTERPRISES (MSEs) OF MOSLEM FASHION INDUSTRY IN
BANDUNG CITY**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

By

Annisa Zahra Faza

2013120248

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by BAN-PT No.227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013

BANDUNG

2018

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *KNOWLEDGE SHARING PROCESS* TERHADAP
KAPABILITAS INOVASI PADA USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK)
INDUSTRI BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG**

Oleh:

Annisa Zahra Faza

2013120248

Bandung, 22 Desember 2017

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dra. Triyana Iskandarsyah, M. Si

Pembimbing Skripsi,

Ria Satyarini, S.E., M. Si.



PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Annisa Zahra Faza
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 1 Juni 1995
NPM : 2013120248
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

judul :

Pengaruh *Knowledge Sharing Process* terhadap Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Busana Muslim di Kota Bandung

dengan,

pembimbing : Ria Satyarini, S.E., M.Si.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadar atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 22 DESEMBER 2017

Pembuat pernyataan :

METERAI
TEMPEL
0962FAEF58D402970
6000
ENAM RIBURUPIAH
ANNISA ZAHRA FAZA

ABSTRAK

Salah satu sektor fesyen yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah busana muslim. Bandung merupakan daerah dengan kontribusi paling besar pada perdagangan busana muslim, antara lain berlokasi di Balubur Town Square (Baltos) dan Bandung Indah Plaza (BIP) yang mayoritas pelaku usaha mikro dan kecil (UMK). Dibutuhkan kapabilitas inovasi agar UMK dapat terus berkembang. Sementara, inovasi ditentukan oleh pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman karyawan yang dapat dikembangkan melalui *knowledge sharing process*. Sehingga, perlu diketahui seberapa besar pengaruh *knowledge sharing process* terhadap kapabilitas inovasi pada UMK industri busana muslim di Kota Bandung.

Kapabilitas inovasi merupakan suatu kemampuan pada perusahaan dalam memperbaharui pengetahuan, proses, dan sistem yang dimiliki agar dapat menciptakan suatu nilai tambah serta menjadikan perusahaan tersebut memiliki daya saing tinggi. Menurut Saunila (2017) kapabilitas inovasi terdiri dari tujuh dimensi, yakni *leadership, structures, work well-being, know-how, regeneration, external knowledge, dan employee activity*. Sementara, *knowledge sharing process* merupakan suatu proses dalam menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan dengan mengumpulkan dan memberikan informasi, pengetahuan, dan keterampilan antar karyawan. Menurut Van den Hooff & Van Weenen (dalam Rahab 2011:114) terdapat dua dimensi pada *knowledge sharing process*, yakni *knowledge collecting* dan *knowledge donating*.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dan termasuk ke dalam tipe penelitian *applied research*. Populasi penelitian ini berjumlah 132 pelaku usaha busana muslim di Baltos dan BIP. Penulis menetapkan 100 responden sebagai sampel dengan teknik pengambilan sampel berupa *convenience sampling*. Selanjutnya, dilakukan analisis deskriptif serta regresi linear sederhana.

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan karyawan pada industri busana muslim di Baltos dan BIP telah menerapkan *knowledge sharing process* dengan baik. Selain itu, secara keseluruhan juga tingkat kapabilitas inovasi mereka sudah cukup tinggi. Hasil yang sama mengenai penerapan *knowledge sharing process* dan kapabilitas inovasi juga berlaku pada sektor UMK. Penerapan *knowledge sharing process* pun memberikan pengaruh sebesar 36,6% terhadap kapabilitas inovasi pada UMK industri busana muslim di Kota Bandung.

Penulis berharap agar para karyawan pada UMK tersebut dapat mempertahankan penerapan *knowledge sharing process* mereka. Untuk variabel kapabilitas inovasi, usaha mikro dapat mempertahankan seluruh dimensi kapabilitas inovasi yang telah dimiliki. Sementara usaha kecil, sebaiknya meningkatkan penerapan dimensi *leadership*, terutama dalam hal meningkatkan keberanian karyawan untuk menyampaikan gagasan kepada manajer atau atasan mereka.

Kata Kunci: Kapabilitas Inovasi, *Knowledge Sharing Process*, UMK

ABSTRACT

One fashion sector that is developing in Indonesia today is a Moslem fashion. Bandung is the region with the greatest contribution to the Moslem fashion trade, among others in Balubur Town Square (Baltos) and Bandung Indah Plaza (BIP) which is a small micro and small business (MSEs). Capabilities are needed to enable MSEs to grow. Meanwhile, innovation is determined by the knowledge, skills, and experience of employees that can be developed through the process of sharing knowledge. So, we need to know how much influence the knowledge sharing process on the capability of MSEs Moslem fashion industry in Bandung city.

Innovation capability is a capability for the company to update its knowledge, processes, and systems in order to create an added and make the company has high competitiveness. According to Saunila (2017) innovation capability consists of seven dimensions, namely leadership, structures, work well-being, know-how, regeneration, external knowledge, and employee activity. Meanwhile, the process of sharing knowledge is a process in creating mutually beneficial cooperation by collecting and providing information, knowledge, and skills among employees. According to Van den Hooff & Van Weenen (in Rahab 2011: 114) there are two dimensions to the process of sharing knowledge, namely the collection of knowledge and contributors of knowledge.

This research uses descriptive research design and is included in the type of this research is applied research. The population of this study were 132 Moslem business players in Baltos and BIP. The author determines 100 respondents as a sample with sampling technique convenience sampling. Furthermore, a simple descriptive and linear regression analysis is performed.

The results of this analysis show that the entire Moslem fashion industry in Baltos and BIP has implemented a knowledge sharing process well. In addition, overall also their level of capability is high enough. The same results regarding the application of knowledge sharing processes and capabilities in the MSE sector. Implementation of knowledge sharing process also gives 36.6% influence on the capability of MSEs Moslem clothing industry in Bandung city.

The author hopes that the employees of these MSEs can continue to apply their knowledge sharing process. For micro business can be maintained all dimensions of innovation capabilities that have been owned. While small businesses, increased leadership power in terms of increasing employee courage to convey ideas to their managers or superiors.

Keywords: Innovation Capability, Knowledge Sharing Process, MSEs

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Knowledge Sharing Process* terhadap Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Busana Muslim di Kota Bandung” dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan dan kesulitan tersebut dapat diatasi dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik secara kualitas maupun kuantitas dari materi yang disajikan. Sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, motivasi, didikan serta bimbingan yang diberikan selama ini, antara lain kepada yang terhormat:

1. Orang tua penulis, yakni Taufik Anwar S.H. dan Ida Marlaida S.H., M.Si., yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungan kepada penulis baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai.
2. M. Nafhan Zhafir selaku adik kandung yang juga senantiasa menyemangati dan memberikan doa kepada penulis.
3. Hj. Komasih selaku nenek satu-satunya yang senantiasa mendoakan, menyemangati, dan mendukung dengan tulus kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Ria Satyarini, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan baik. Terima kasih atas segala waktu, masukkan, kebaikan dan kesabaran yang diberikan kepada penulis selama menyusun skripsi ini sehingga penulisan skripsi ini berjalan lancar.
5. Ibu Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak. Ak., CISA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
7. Bapak Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng., selaku dosen wali yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama menempuh pendidikan S1 di Universitas Katolik Parahyangan.

8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi ini.
9. Ratih Gayatri, selaku saudara seperjuangan selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan. Terima kasih untuk pertemanan dengan segala pembelajaran, kesabaran serta kebersamaan dengan banyak detik dalam keceriaan ini. *You're one of those people who make my life better just by being in it.*
10. Andyarani Dwiningajeng, selaku teman baik yang selalu menghibur dan menemani penulis sedari awal berkuliah.
11. Nashir Idzharul Huda, selaku teman dekat penulis. Terima kasih telah banyak membantu dan menemani penulis sehingga menjadi penyemangat dan motivasi baru untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman 'Gadis Lumayan Suci', Tanya Ambardhita, Ashifa Rahma Wulandari, Degita Cahya Fajriani, Niken Yovieta, Aisha Syifa Maudina, Annisa Nur Santika, Miranda Agustina, Airien Parapat, Nida Fairuz, Saraswati Oktora, Silmina, Annisa Putri Andryani, dan Sarah Lolita terima kasih telah menjadi warna selama berkuliah sekaligus penyemangat dalam menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan.
13. Teman-teman 'Skripsi Bu Ria', Rifa Kamila Efendi, Sulistiya Atya, kak Andrio, Jeremmy Joseph yang selalu mendampingi dan bersama-sama menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Kemudian, untuk Fransiskus Yoga dan Wiwied Danastri sebagai pendahulu di topik ini terima kasih atas segala bantuan dan bimbingannya sehingga penulis dapat lebih memahami topik ini dengan baik.
14. Akbar Hibran Subekti, yang telah sabar dan baik hati membantu penulis dalam mengolah data statistik pada skripsi ini.
15. Sandy Sutrisno, yang dengan baik hati telah merelakan sebagian waktunya di tengah-tengah kesibukan asistensi untuk membantu penulis merapikan skripsi ini.
16. Teman-teman dekat sedari SMA, Dhiya Badzlina Ghaisani, Hanif Ahmad Firdaus, Vella Arinda Bursiano, Novi Fitriani, Ines Adilah, Renita Ayuandra Nurasili, Rina Valerina dan Raexsyaf Arrahman yang selalu setia dan menyemangati penulis di tengah kesibukan dan jarak yang memisahkan.
17. Teman-teman 'Anak Nongkrong', Fauziah Nurul Jannah, Jasmine Maulinda Utami, Hilda Nurul Falah, Azreena Chantika Azis, Widi Astuti Rosa, Tama Tiara, Dessy Brenda Nauli, dan Rusydi Salim Furqon terima kasih selalu menghibur dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi.
18. Teman-teman 'illness', Adi Candra Wiratmadja, Adri Kharismanto, dan Reyhan Savero yang selalu menghibur penulis. Semoga cepat menyusul untuk menyelesaikan studinya di Universitas Katolik Parahyangan.

19. Tsaqif dan Fitria, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
20. Teman-teman ‘Manajemen 2013’ yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir skripsi ini. Terima kasih telah menjadi keluarga kedua selama di kampus Universitas Katolik Parahyangan.
21. Teman-teman ‘Kabinet LKM Bangga 2015/2016’ khususnya Stephen Angkiriwang, Gema Satrio, dan Fransiskus Bobby Wijaya terima kasih karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk berproses dan berkegiatan positif selama di kampus.
22. Teman-teman ‘Media 2015/2016’, Ryan Putra Wijaya selaku Menteri Kominfo, Ayank Pramudita selaku Dirjen Media, Maretta Dewi Puspita, Zefanya Claudia, Tiffany Clara, Indhira Dhiya Buchori, Dewi Galih, M. Fauzie, dan Allise Daniel terima kasih atas kerja sama dan pengalaman yang diberikan selama berorganisasi di kampus.
23. Teman-teman bisnis ‘Ark’ Decky Bagja Setiadi, Desti Jihan, Husain Fadlu, dan Welldy Mulia terima kasih atas kerja keras dan pengalamannya selama ini untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah.
24. Kakak-kakakku, Rishayanthi dan Maulana Okto yang telah berjasa membantu dan mendukung penulis selama berkuliah di UNPAR.
25. Sepupu-sepupuku, Rully Adithya Pradita, M. Subagja, Febrini Agasani, Ahmad Ilham Rizki, dan Ditasa Madira yang telah menyemangati dan menghibur penulis.
26. Ghufran Muhammad Razaqa, M. Rahmat Arief, Oskar Putra, dan Sony Sonata terima kasih karena telah banyak memberikan pelajaran dan keceriaan bagi penulis.
27. Teman-teman ‘Potret 23’ terima kasih karena telah banyak memberikan ilmu, wawasan, dan pengalamannya kepada penulis.
28. Teman-teman ‘Eks PU 5’, Marco Hanif Samudro, Akbar Ibrahim, E. Indra Haryandika yang selalu membawa tawa dan keceriaan. Semoga cepat menyusul untuk menyelesaikan studinya di Universitas Katolik Parahyangan.
29. Serta seluruh pihak yang terlibat dan tidak sempat tercantum.
Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya, lalu pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan pada umumnya.

Bandung, Desember 2017

Annisa Zahra Faza

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Kegunaan Penelitian.....	16
1.5. Kerangka Pemikiran	16
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Inovasi	19
2.2. Jenis Inovasi.....	20
2.3. Kapabilitas Inovasi	21
2.4. <i>Knowledge Sharing Process</i>	36
2.5. Usaha Mikro dan Kecil (UMK).....	41
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	43
3.1. Metode Penelitian.....	43
3.1.1. Langkah-Langkah Penelitian	43
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.1.3. Populasi dan Sampel.....	47

3.1.4. Teknik Pengukuran Data	48
3.1.5. Operasionalisasi Variabel	48
3.1.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.1.7. Teknik Analisis Data	55
3.1.8. Uji Normalitas.....	58
3.2. Objek Penelitian dan Profil Responden.....	60
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1. Penerapan <i>Knowledge Sharing Process</i> pada Karyawan Industri Busana Muslim di Kota Bandung	70
4.1.1. <i>Knowledge Collecting</i>	71
4.1.2. <i>Knowledge Donating</i>	73
4.2. Hasil Penerapan <i>Knowledge Sharing Process</i> pada Karyawan Industri Busana Muslim di Kota Bandung	76
4.3. Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim di Kota Bandung	77
4.3.1. <i>Leadership</i>	77
4.3.2. <i>Structures</i>	82
4.3.3. <i>Work Well-Being</i>	87
4.3.4. <i>Know How</i>	91
4.3.5. <i>Regeneration</i>	93
4.3.6. <i>External Knowledge</i>	96
4.3.7. <i>Employee Activity</i>	99
4.4. Hasil Kapabilitas Inovasi pada Industri Busana Muslim di Kota Bandung ..	102
4.5. Perbandingan Penerapan <i>Knowledge Sharing Process</i> Industri Busana Muslim Berdasarkan UMK di Kota Bandung	103
4.5.1. <i>Knowledge Collecting</i> Digolongkan Berdasarkan UMK.....	103
4.5.2. <i>Knowledge Donating</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	105

4.6. Hasil Penerapan <i>Knowledge Sharing Process</i> Industri Busana Muslim Berdasarkan UMK di Kota Bandung	106
4.7. Perbandingan Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim Berdasarkan UMK di Kota Bandung.....	108
4.7.1. <i>Leadership</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	108
4.7.2. <i>Structures</i> Digolongkan Berdasarkan UMK.....	110
4.7.3. <i>Work Well-Being</i> Digolongkan Berdasarkan UMK.....	114
4.7.4. <i>Know How</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	116
4.7.5. <i>Regeneration</i> Digolongkan Berdasarkan UMK.....	117
4.7.6. <i>External Knowledge</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	119
4.7.7. <i>Employee Activity</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	121
4.8. Hasil Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim Berdasarkan UMK di Kota Bandung.....	123
4.9. Uji Regresi Linear Sederhana.....	125
4.9.1. Analisis Pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y).....	125
4.10. Ringkasan Hasil Analisis Data	128
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	136
RIWAYAT HIDUP PENULIS	166

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1.1. Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut 2-digit KBLI, 2014-2015.....	4
Tabel 1.2. Jumlah Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Menurut Kegiatan di Kota Bandung Tahun 2014	6
Tabel 2.1. Tipologi Inovasi.....	20
Tabel 2.2. Dimensi Kapabilitas Inovasi Menurut Saunila (2017)	33
Tabel 2.3. Perbedaan Dimensi Kapabilitas Inovasi Menurut Saunila & Ukko (2013) dan Saunila (2017)	34
Tabel 2.4. Kriteria UMK.....	42
Tabel 3.1. Skala <i>Likert</i> Pengaruh <i>Knowledge Sharing Process</i> terhadap Kapabilitas Inovasi.....	48
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel X (<i>Knowledge Sharing Process</i>).....	49
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Y (Kapabilitas Inovasi).....	50
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 3.6. Kategori Nilai Rata-Rata Hitung pada Analisis Deskriptif.....	57
Tabel 3.7. Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 4.1. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Knowledge Collecting</i>	71
Tabel 4.2. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Knowledge Donating</i>	74
Tabel 4.3. Rata-Rata Hitung <i>Knowledge Sharing Process</i> pada Industri Busana Muslim di Kota Bandung	76
Tabel 4.4. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Leadership</i>	78
Tabel 4.5. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Structures</i>	82
Tabel 4.6. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Work Well-Being</i>	88
Tabel 4.7. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Know How</i>	91
Tabel 4.8. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Regeneration</i>	94
Tabel 4.9. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>External Knowledge</i>	97
Tabel 4.10. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Employee Activity</i>	100
Tabel 4.11. Rata-Rata Hitung Kapabilitas Inovasi pada Industri Busana Muslim di Kota Bandung	102

Tabel 4.12. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Knowledge Collecting</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	103
Tabel 4.13. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Knowledge Donating</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	105
Tabel 4.14. Rata-Rata Hitung <i>Knowledge Sharing Process</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	107
Tabel 4.15. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Leadership</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	108
Tabel 4.16. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Structures</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	111
Tabel 4.17. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Work Well-Being</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	114
Tabel 4.18. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Know How</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	116
Tabel 4.19. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Regeneration</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	118
Tabel 4.20. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>External Knowledge</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	119
Tabel 4.21. Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Employee Activity</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	121
Tabel 4.22. Rata-Rata Hitung Kapabilitas Inovasi Digolongkan Berdasarkan UMK	123
Tabel 4.23. Analisis Model Regresi Linear Sederhana.....	126
Tabel 4.24. Perbandingan t Hitung dengan t Tabel.....	127
Tabel 4.25. Ringkasan Hasil Analisis Data.....	128

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor	2
Gambar 1.2. Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor	3
Gambar 1.3. Sikap Manajer Dalam Mencari Ide dan Pengembangannya	9
Gambar 1.4. Kejelasan Cara Untuk Mengembangkan Ide Pada Perusahaan.....	10
Gambar 1.5. Sikap Perusahaan dalam memperlakukan Para Karyawannya.....	10
Gambar 1.6. Pemberian Pelatihan pada Setiap Karyawan di Perusahaan	11
Gambar 1.7. Sikap Perusahaan dalam Mencari Metode Baru pada Setiap Aktivitas Pekerjaan	12
Gambar 1.8. Sikap Perusahaan Terhadap Pihak Eksternal	12
Gambar 1.9. Sikap Karyawan Terhadap Pembangunan Perusahaan	13
Gambar 1.10. Upaya Karyawan untuk Menambah Keterampilan	13
Gambar 1.11. Kesadaran Karyawan dalam Berbagi Pengetahuan dengan Rekan Kerjanya	14
Gambar 1.12. Model Konseptual	18
Gambar 2.1. Model Konseptual Rahab (2011).....	38
Gambar 3.1. Langkah-Langkah Penelitian.....	45
Gambar 3.2. <i>Histogram</i> Normalitas Data	58
Gambar 3.3. <i>Scatter Plot</i> Normalitas Data.....	59
Gambar 3.4. Keadaan Salah Satu Toko Busana Muslim di Baltos	60
Gambar 3.5. Keadaan Salah Satu Toko Busana Muslim di BIP	61
Gambar 3.6. Jumlah Karyawan UMK Busana Muslim di Baltos dan BIP	62
Gambar 3.7. Omzet Penjualan per Tahun pada UMK di Baltos dan BIP	63
Gambar 3.8. Jenis-Jenis Produk yang dijual pada UMK di Baltos dan BIP	63
Gambar 3.9. Baju Gamis	64
Gambar 3.10. Hijab	65
Gambar 3.11. <i>Palazzo</i>	66
Gambar 3.12. <i>Kaftan</i>	66
Gambar 3.13. <i>Khimar</i>	67
Gambar 3.14. Mukena.....	67
Gambar 3.15. Abaya	68

Gambar 3.16. Baju Koko	68
Gambar 3.17. Sarung.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Preliminary Research*
- Lampiran 2 Contoh Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Profil Responden
- Lampiran 4 Rekapitulasi kapabilitas Inovasi
- Lampiran 5 Rekapitulasi *Knowledge Sharing Process*
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

BAB 1

PENDAHULUAN

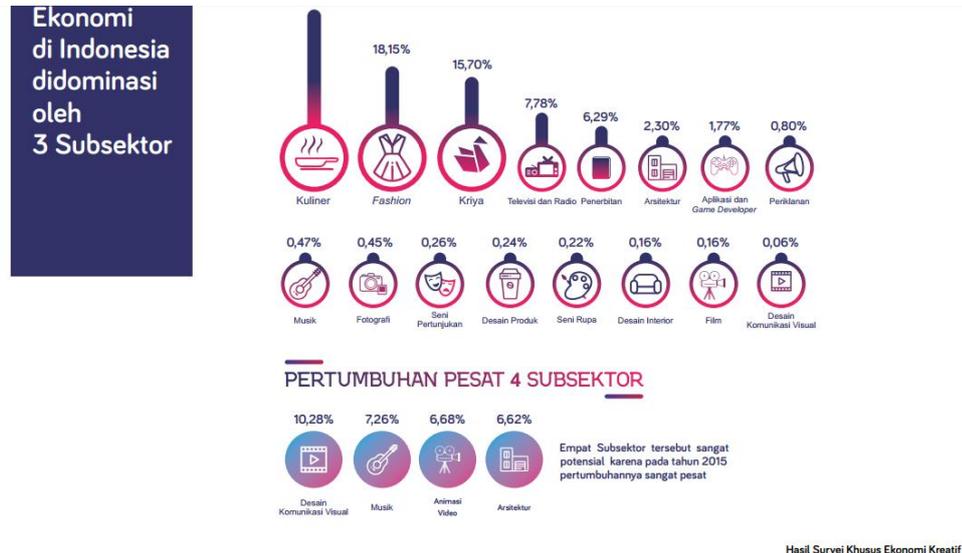
1.1. Latar Belakang Penelitian

Menurut Menteri Perdagangan Indonesia Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan, bakat individu dan dapat menghasilkan nilai ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja serta eksploitasi, hak intelektual dan konten (Siaran Pers, 2007). Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Indonesia sendiri telah menetapkan terdapat 16 subsektor pada industri kreatif di Indonesia yang sengaja difokuskan untuk dikelola dan dikembangkan. Adapun 16 subsektor tersebut diantaranya adalah:

1. Aplikasi dan Pengembangan Mainan
2. Arsitektur
3. Desain Interior
4. Desain Komunikasi Visual
5. Desain Produk
6. Fesyen
7. Film, Animasi, dan Video
8. Fotografi
9. Kriya
10. Kuliner
11. Musik
12. Penerbitan
13. Periklanan
14. Seni Pertunjukan
15. Seni Rupa
16. Televisi dan Radio

Dikatakan juga bahwa tahun 2014 dan 2015 lalu, pertumbuhan domestik bruto (PDB) Indonesia sendiri tercatat meningkat dari 784,82 triliun Rupiah menjadi sebesar 852,24 triliun Rupiah. Nilai tersebut didominasi oleh tiga subsektor utama yakni 41,69% oleh subsektor kuliner, 18,15% subsektor fesyen dan 15,07% subsektor kriya. Data mengenai kontribusi PDB ekonomi kreatif menurut subsektor

pun telah disajikan pada gambar 1.1., Jika dilihat, keadaan tersebut merupakan momen yang tepat bagi pemerintah untuk menguatkan kembali fondasi perekonomian Indonesia terutama pada sektor riil yang salah satunya adalah industri kreatif (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2016).

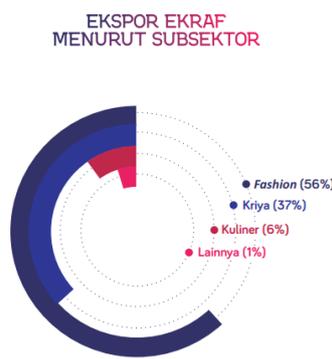


Sumber: Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif oleh Berkaf dan BPS.

Gambar 1.1.

Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

Tak hanya itu, pada gambar 1.2., dikatakan bahwa ketiga subsektor tersebut juga mendominasi permintaan ekspor produk industri kreatif di tahun 2015. Sebanyak 56% sektor fesyen memberikan kontribusinya pada permintaan ekspor, 37% kontribusi dari sektor kriya, 6% kontribusi dari sektor kuliner, dan 1% kontribusi dari sektor lainnya.



Sumber: Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif oleh Berkaf dan BPS.

Gambar 1.2.
Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

Berdasarkan kedua gambar diatas, dinyatakan salah satu sektor dari industri kreatif yang terus berkembang hingga saat ini dan memiliki persentase permintaan ekspor paling tinggi adalah sektor desain fesyen. Perkembangan tren fesyen di Indonesia sendiri didorong oleh beberapa faktor yaitu media massa, dunia *entertainment*, dunia bisnis, dan internet. Salah satu sektor fesyen yang sedang berkembang saat ini adalah busana muslim. Bahkan, *Indonesia Islamic Fashion Consortium* (IIFC) mewacanakan Indonesia sebagai kiblat fesyen muslim dunia pada tahun 2020. Adapun beberapa alasan mengapa Indonesia menjadi kiblat fesyen busana muslim, yakni Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar, semakin maraknya bermunculan *fashion blogger* yang populer, memiliki *mall online* busana muslim yang mendunia yaitu HijUp.com, banyaknya desainer busana muslim Indonesia yang tampil di ajang internasional, dan meningkatnya jumlah anak-anak muda kreatif yang menggeluti bidang ini (Lamia Hijab, 2017). Selain itu, hal tersebut juga didukung melalui data *Financial Times* pada tahun 2016, yang mengatakan bahwa setidaknya terdapat sekitar 10 persen wanita menggunakan hijab dari seluruh populasi yang ada (Setiawan, 2016).

Selain itu, tren busana muslim sendiri tidak hanya mengarah kepada wanita-wanita yang sudah mengenakan hijab, akan tetapi banyak dari *outfit* tersebut dapat juga dikenakan oleh wanita-wanita yang tidak berhijab. Salah satu contohnya adalah *long outer* dan tunik.

Tabel 1.1.
Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut 2-digit KBLI, 2014-2015

KBLI 2009 - 2 digit (Deskripsi)	2014		2015	
	Jumlah Perusahaan Menurut 2 - digit KBLI (Unit)		Jumlah Perusahaan Menurut 2 - digit KBLI (Unit)	
	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil
10 Makanan	1.125.425	73.066	1.473.205	93.814
11 Minuman	43.293	1.401	45.922	1.208
12 Pengolahan Tembakau	43.152	21.590	43.371	19.750
13 Tekstil	291.151	12.246	127.245	4.188
14 Pakaian Jadi	304.418	50.165	360.622	46.601
15 Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	30.789	12.477	32.136	12.686
16 Kayu, Gabus (Tidak Termasuk Furnitur) dan Anyaman dari Bambu, dan Rotan	784.753	20.729	674.970	19.954
17 Kertas dan Barang dari Kertas	7.904	1.160	4.633	1.096
18 Pencetakan dan Reproduksi Media Rekaman	22.719	8.295	20.025	5.330
19 Produk dari Batu Bara dan Pengilangan Minyak Bumi	-	-	-	-
20 Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	22.065	1.813	20.081	1.558
21 Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	6.206	238	4.464	526
22 Karet, Barang dari Karet dan Plastik	14.300	2.790	10.155	492
23 Barang Galian Bukan Logam	242.242	33.324	234.762	29.758
24 Logam Dasar	1.801	146	31.122	461
25 Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya	67.825	12.749	99.046	13.990
26 Komputer, Barang Elektronik dan Optik	224	134	46	260
27 Peralatan Listrik	32	220	162	54
28 Mesin dan Perlengkapan ytdl	1.265	394	952	258
29 Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer	1.530	2.042	1.700	666
30 Alat Angkutan Lainnya	5.546	903	4.076	972
31 Furnitur	122.182	19.475	117.901	20.699
32 Pengolahan Lainnya	73.274	9.031	73.002	8.123
33 Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	8.467	113	6.253	578
xx Bukan Kelompok Industri Manufaktur lagi di KBLI 2009	-	-	-	-
JUMLAH	3.220.563	284.501	3.385.851	283.022

Sumber: Badan Pusat Statistik

Dapat dilihat melalui data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia yang telah disajikan pada tabel 1.1., sektor fesyen busana muslim sendiri merupakan bagian dari dua lapangan usaha, yaitu di bidang tekstil dan pakaian jadi. Namun, dari data tersebut juga dapat kita lihat bahwa pada tahun 2014-2015 jumlah unit atau perusahaan pada industri mikro dan kecil yang bergerak di bidang tekstil serta pakaian jadi mengalami penurunan. Total perusahaan pada industri mikro dan kecil yang bergerak di bidang tekstil serta pakaian jadi di tahun 2014 sendiri adalah sebesar 657.980 unit, selanjutnya pada tahun 2015 total tersebut turun menjadi 538.656 unit.

Melihat kondisi dari data BPS di atas, sangat dikhawatirkan bila pertumbuhan dari unit UMK tetap tidak menunjukkan perkembangan atau dalam kata lain stagnan maka perekonomian di Indonesia pun akan menurun. Dapat dikatakan demikian karena UMK merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar pada pendapatan daerah dan negara. Terbukti sejak krisis moneter UMK merupakan sektor yang mampu bertahan dibandingkan sektor usaha lainnya. Hal tersebut dikarenakan menurut Ketua Dewan Direktur CIDES (*Center for Information and Development Studies*) Rohmad Hadiwijoyo, terdapat tiga faktor yang membuat UMK dapat bertahan dalam kondisi ekonomi yang krisis. Ketiga faktor tersebut, yakni umumnya UMK menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, sebagian besar kebutuhan UMK tidak mengandalkan barang impor seperti sumber daya manusia dan bahan baku, serta umumnya bisnis UMK tidak ditopang dana pinjaman dari bank melainkan dari dana sendiri (Meryana, 2012).

Tabel 1.2.
Jumlah Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Menurut Kegiatan di Kota Bandung Tahun 2014

Rincian Kegiatan Industri Mikro dan Kecil	Jumlah Usaha (Unit)		Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	
	2013	2014	2013	2014
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Industri Makanan dan Minuman	10.448	10.455	32.158	32.169
Pengolahan Tembakau	-	-	-	-
Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	972	975	5.750	5.758
Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	335	337	3.556	3.564
Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus, dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	40	42	160	165
Industri Kertas dan Barang dari Kertas, Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	-	-	-	-
Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	38	38	192	192
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	55	55	277	277
Industri Barang galian Bukan Logam	-	-	-	-
Industri Logam Dasar	-	-	-	-
Industri Barang dari Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik dan Peralatan Listrik	43	44	265	276
Industri Mesin dan Perlengkapan	150	150	450	450
Industri Alat Angkutan	-	-	-	-
Industri Furnitur	100	100	400	400
Industri Pengolahan Lainnya	20	70	20	70
Total Industri Mikro dan Kecil	12.201	12.266	43.228	43.321

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Selanjutnya, menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tahun 2015 nilai perdagangan busana muslim di Indonesia diperkirakan mencapai angka USD 7,18 miliar. Dari angka tersebut, Bandung menjadi daerah dengan kontribusi paling besar. Banyak pelaku dan pengguna dari negara-negara tetangga seperti Malaysia, Brunei Darussalam dan Singapura mengikuti rancangan dan karya dari tangan-tangan pelaku busana muslim di Bandung (RE-JO, 2015).

Melalui data BPS Kota Bandung yang telah disajikan pada tabel 1.2., dapat diketahui bahwa jumlah pelaku usaha mikro dan kecil pada industri tekstil dan pakaian jadi di tahun 2013-2014 menunjukkan peningkatan namun tidak cukup besar. Begitupun pada peningkatan jumlah tenaga kerja yang mereka miliki setiap tahunnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa setiap Usaha Mikro dan Kecil (UMK) khususnya yang bergerak di industri tekstil dan pakaian jadi hanya mampu menyediakan lapangan pekerjaan untuk dirinya sendiri dan belum mampu menciptakannya untuk orang lain. Dapat dikatakan bahwa disini UMK tersebut juga

berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru untuk mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran, khususnya di Kota Bandung. Hal ini juga terbukti pada tabel 1.2., dapat dilihat bahwa jumlah tenaga kerja akan meningkat seiring adanya penambahan unit UMK. Maka dari itu sektor ini tetap menjadi salah satu tumpuan demi stabilitas ekonomi di Kota Bandung.

Sebagai salah satu upaya agar unit UMK di Kota Bandung, khususnya yang bergerak di sektor fesyen dapat terus berkembang dibutuhkan suatu penciptaan nilai tambah (*creation of value added*). Nilai tambah akan tercipta melalui kreatifitas dan inovasi pada suatu organisasi. Maka dari semua faktor di atas, kurangnya inovasi menjadi fokus utama penulis sebagai penyebab sulitnya perkembangan pada unit UMK di Kota Bandung khususnya yang bergerak di sektor fesyen. Menurut Bon & Mustafa (dalam Suroso & Azis, 2015: 387) Inovasi sendiri didefinisikan sebagai adopsi ide atau perilaku yang baru bagi suatu organisasi. Agar inovasi tersebut dapat tercapai dengan baik oleh suatu organisasi dibutuhkan suatu kapabilitas inovasi (*innovation capability*). Menurut Saunila (2016) *innovation capability* merupakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai inovasi.

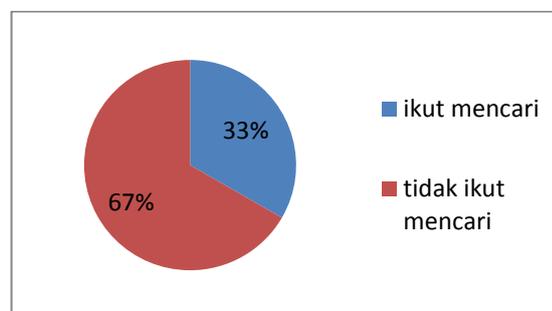
Selanjutnya, Saunila (2017) juga menambahkan terdapat beberapa dimensi untuk mengukur *innovation capability* pada suatu organisasi, yakni *leadership, structures, work well-being, know-how, regeneration, external knowledge, dan employee activity*. Dikatakan pula pada sebuah penelitian lain bahwa UMK dengan segala keterbatasannya dituntut untuk meningkatkan kapabilitas inovasi melalui *knowledge sharing process* demi mewujudkan UMK yang kuat dan tangguh serta memiliki keunggulan bersaing (Assegaf dan Wasitowati, 2015). Pernyataan tersebut diperkuat melalui penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa penciptaan nilai dapat diperoleh melalui inovasi. Sedangkan menurut Wang (dalam Al-husseini, 2013:130) inovasi tersebut ditentukan oleh pengetahuan, keterampilan dan pengalaman karyawan. Sebagaimana dikemukakan oleh Mehrabani (2012) dan Al-husseini (2013) bahwa dengan saling berbagi pengetahuan maka cenderung akan menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan inovasi proses dan inovasi produk.

Studi literatur sebelumnya yang telah dilakukan oleh Rahab (2011) mengenai pengembangan kapabilitas inovasi pada perusahaan kecil dan menengah melalui pendekatan berbagi pengetahuan, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *knowledge sharing process* terhadap kapabilitas inovasi. *Knowledge sharing process* sendiri dapat didefinisikan sebagai budaya interaksi sosial dalam melibatkan aktivitas untuk saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan antar anggota pada sebuah organisasi (Lin, 2007). Terdapat beberapa dimensi yang saling berkaitan pada variabel *knowledge sharing process*, yakni *knowledge collecting* dan *knowledge donating*. Menurut Jantunen (dalam Lin, 2007: 318) *Knowledge collecting* sendiri diartikan sebagai proses bertukar pikiran dengan rekan kerja untuk mendorong mereka berbagi modal intelektualnya sedangkan *Knowledge donating* diartikan sebagai proses dimana individu mengkomunikasikan modal intelektual pribadi mereka kepada sesama anggota lainnya. Jika dilihat studi literatur sebelumnya baik yang telah dilakukan oleh Rahab (2011) maupun Mulyana *et al* (2015) lebih berfokus pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sehingga belum terfokus pada usaha lain yang ukurannya lebih kecil yakni usaha mikro. Sedangkan pada era industri kreatif saat ini mulai banyak perusahaan menengah yang telah menerapkan informasi serta teknologi tinggi pada kegiatan operasional mereka sehingga hasil penelitian tersebut belum tentu dapat diaplikasikan juga pada perusahaan mikro.

Untuk mendukung penelitian ini, penulis pun sebelumnya telah melakukan *preliminary resarch*. Data- data yang telah didapatkan pada tahap *preliminary research* berdasarkan hasil survey yang dilakukan di dua pusat perbelanjaan yang menjadi *trade centre* di Kota Bandung. Salah satu pusat perbelanjaan yang banyak menjual produk UMKM khususnya hijab yakni Balubur Town Square (Baltos). Pada awalnya pusat perbelanjaan ini hanya terfokus pada produk-produk UMKM seperti alat tulis, makanan, dan kain. Namun saat ini Baltos sendiri telah bergeser menjadi pusat hijab, dikarenakan lantai dua pada pusat perbelanjaan ini telah dikhususkan untuk toko-toko hijab. Kebanyakan dari toko-toko tersebut selama ini hanya berjualan *online* via *website* ataupun *instagram*. Hal inilah yang menjadikan Baltos dengan sengaja menyediakan area khusus hijab pada pusat perbelanjaannya. Selain Baltos ada juga pusat perbelanjaan lain di Bandung yang cukup terkenal akan toko-toko hijabnya, yakni Bandung Indah Plaza (BIP). BIP sendiri merupakan mal

pertama di Kota Bandung dan menjadi cikal bakal perbelanjaan di Kota Bandung. Saat ini semakin banyak toko-toko hijab yang mengisi mal tersebut, mulai dari toko milik desainer lokal hingga milik desainer ternama seperti Elzatta, RA Hijab, Zoya, Shafira, dan sebagainya. Selain itu BIP sendiri sengaja menyediakan lahan khusus *tenant* di lantai dua dan tiga sehingga menjadikan daftar butik hijab di dalam mal ini bertambah. Tidak hanya *tenant*, setiap harinya pun di BIP juga sering kali diadakan *event-event* dan bazar sehingga mal ini selalu menarik dikunjungi oleh pecinta fesyen.

Penulis pun melakukan pengamatan ke enam toko busana muslim yang berbeda. Tiga toko berasal dari Baltos dan tiga toko lainnya berasal dari BIP. Penulis memberikan sembilan pertanyaan kepada karyawan toko untuk mengetahui sejauh mana tingkat kapabilitas inovasi dan *knowledge sharing process* yang dimiliki oleh masing-masing toko. Pertanyaan yang diajukan pun merupakan pertanyaan yang memiliki unsur dari salah satu indikator pada masing-masing dimensi. Berikut ini hasil ringkasan dari pertanyaan-pertanyaan pada *preliminary research* pada karyawan dari enam UMK busana muslim di Baltos dan BIP (lampiran 1).

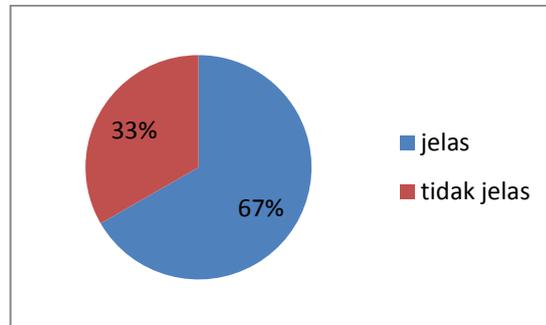


Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.3.
Sikap Manajer Dalam Mencari Ide dan Pengembangannya

Gambar 1.3., menjelaskan mengenai bagaimana sikap manajer dalam memajukan organisasi atau perusahaan itu sendiri. Diketahui bahwa sebesar 67% para manajer dari pelaku UMK busana muslim di Baltos dan BIP tidak suka turut serta dalam mencari ide dan pengembangan untuk perusahaannya. Sementara, sebesar 33% sisanya lebih suka turut serta dalam mencari ide dan pengembangan untuk perusahaannya. Persentase tersebut menandakan bahwa masih banyak para manajer dari pelaku UMK busana muslim di Baltos dan BIP yang belum memiliki

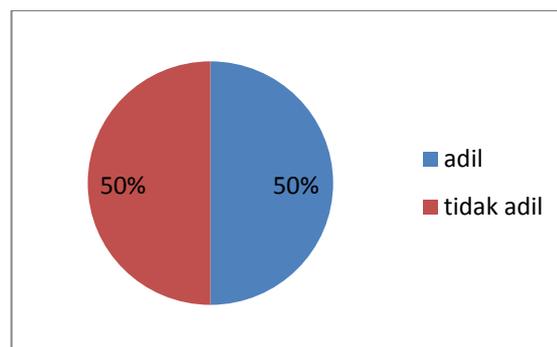
kemauan untuk meningkatkan fungsi perusahaan melalui ide-ide dan pengembangan sehingga keinginan untuk berinovasi pun dirasa masih rendah. Ide-ide itulah yang diharapkan oleh perusahaan dapat membantu mereka untuk menciptakan inovasi baru dan berbeda dari produk ataupun layanan yang sudah ada.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.4.
Kejelasan Cara Untuk Mengembangkan Ide Pada Perusahaan

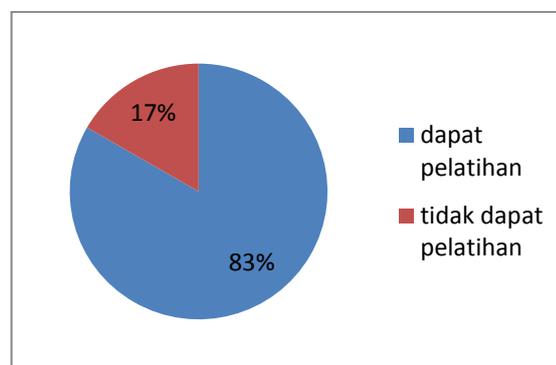
Pada gambar 1.4., memperlihatkan seberapa banyak UMK busana muslim di Baltos dan BIP yang sudah memiliki cara untuk mengembangkan ide-ide para anggotanya dengan jelas. Diketahui sebesar 67% UMK busana muslim di Baltos dan BIP sudah mempunyai cara yang jelas untuk mengembangkan ide-ide dari para anggotanya. Sementara, 33% sisanya masih belum memiliki cara yang jelas untuk mengembangkan ide-ide tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas UMK di Baltos dan BIP mampu menciptakan dan meningkatkan kreativitas para anggotanya melalui pengembangan ide yang jelas. Selain itu, ide dan pengembangan yang jelas dapat membuat tujuan yang ingin dicapai juga menjadi lebih jelas.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.5.
Sikap Perusahaan dalam memperlakukan Para Karyawannya

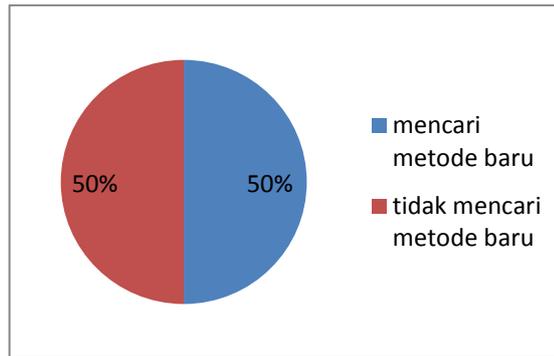
Gambar 1.5., memperlihatkan masih banyak UMK yang belum memperlakukan karyawannya secara adil. Terdapat persentase yang seimbang antar UMK busana muslim di Baltos dan BIP dalam memperlakukan para karyawannya. Sebesar 50% karyawan dari para pelaku UMK di Baltos dan BIP mengaku sudah merasa diperlakukan secara adil antar jabatan. Sementara, 50% karyawan dari para pelaku UMK di Baltos dan BIP lainnya mengaku masih belum diperlakukan secara adil antar jabatan. Padahal hal tersebut akan berdampak pada kinerja karyawan, motivasi, serta keinginan mereka untuk berkembang dan berkontribusi pada perusahaan.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.6.
Pemberian Pelatihan pada Setiap Karyawan di Perusahaan

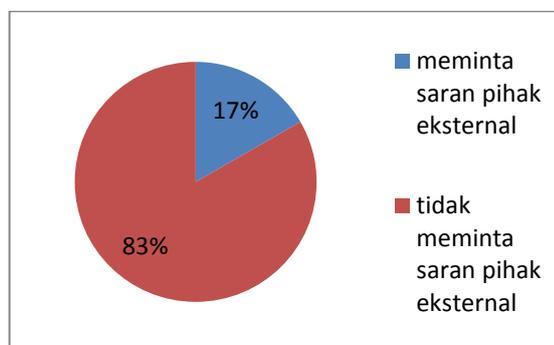
Berdasarkan gambar 1.6., diketahui sebesar 83% para karyawan UMK busana muslim di Baltos dan BIP telah mendapatkan pelatihan dari perusahaannya masing-masing. Sedangkan, 17% sisanya masih belum mendapatkan pelatihan tersebut. Dapat dilihat dari hasil persentase di atas, mayoritas UMK sudah memperhatikan pentingnya kebutuhan pelatihan pada karyawan. Pelatihan disini sangat berfungsi untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam melakukan inovasi. Dikatakan demikian karena secara langsung karyawan akan dengan mudah mengembangkan sendiri metode atau cara yang efektif menurut mereka untuk dilakukan. Selain itu hal tersebut juga dapat mendukung inovasi yang berkaitan dengan proses internal pada perusahaan.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.7.
Sikap Perusahaan dalam Mencari Metode Baru pada Setiap Aktivitas Pekerjaan

Selanjutnya, gambar 1.7., menjelaskan mengenai salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan inovasinya. Berdasarkan data di atas, setengah dari UMK busana muslim di Baltos dan BIP belum berusaha untuk mencari metode baru yang berhubungan dengan aktivitas pada setiap pekerjaan. Padahal metode baru sangat bermanfaat bagi perusahaan dan memungkinkan mereka untuk mengembangkan produk baru. Tidak hanya itu, dengan adanya metode baru memungkinkan juga untuk perusahaan menciptakan inovasi dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi produknya.

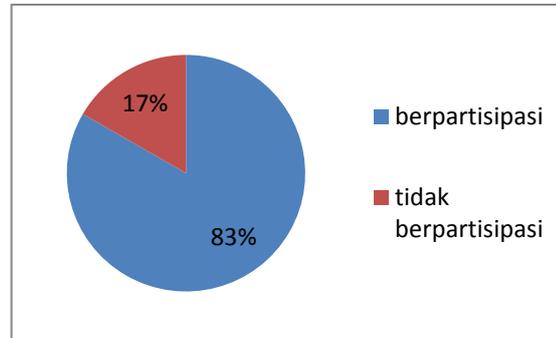


Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.8.
Sikap Perusahaan Terhadap Pihak Eksternal

Lalu, pada gambar 1.8., diperlihatkan bahwa mayoritas UMK busana muslim di Baltos dan BIP tidak suka meminta saran kepada pihak eksternal seperti pelanggan, dan lain-lain. Hal ini terbukti dari hasil persentase di atas, yakni sebesar 83% responden tidak suka meminta saran kepada pihak eksternal. Sementara, 17% sisanya suka meminta saran kepada pihak eksternal. Jika diperhatikan lebih jauh, saran-saran dari pihak eksternal sebenarnya sangat penting bagi kemajuan dan

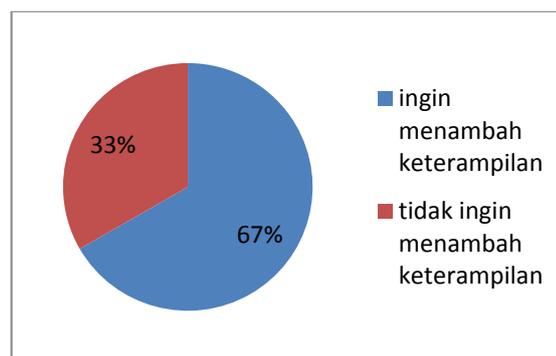
kesuksesan perusahaan itu sendiri. Perusahaan dapat mengetahui apa saja yang sebenarnya pelanggan harapkan, baik dari segi produk ataupun pelayanan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperbaiki itu semua dan semakin terdorong untuk melakukan inovasi produk dan layanan yang bersifat baru dan lebih baik.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.9.
Sikap Karyawan Terhadap Pembangunan Perusahaan

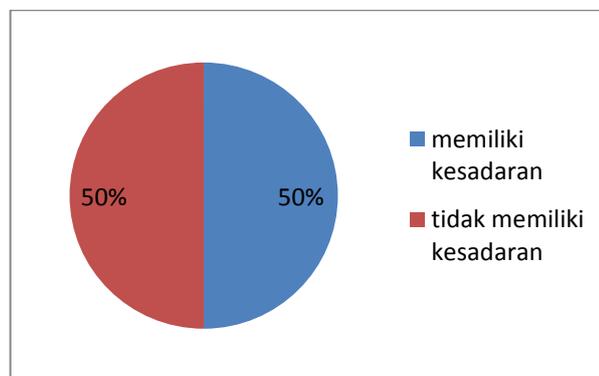
Berikutnya, gambar 1.9., juga tampak memperlihatkan mengenai tingkat partisipasi para karyawan pada UMK busana muslim di Baltos dan BIP. Dapat dilihat, mayoritas karyawan pada UMK busana muslim di Baltos dan BIP turut suka berpartisipasi dalam pembangunan perusahaan. dalam hal ini, partisipasi karyawan dapat berupa keterlibatan dalam memberikan ide-ide atau gagasan kepada perusahaan untuk meningkatkan inovasi secara berkelanjutan.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.10.
Upaya Karyawan untuk Menambah Keterampilan

Selanjutnya, gambar 1.10., memperlihatkan persentase dari para karyawan UMK di Baltos dan BIP yang ingin menambah keterampilan dari rekan kerjanya. Diketahui bahwa terdapat 67% dari para karyawan tersebut sudah memiliki keinginan untuk menambah keterampilan dari rekan kerjanya. Sedangkan, 33% sisanya masih belum memiliki keinginan untuk menambah keterampilan dari rekan kerjanya. Dalam hal ini, keterampilan yang diberikan oleh rekan kerja sangatlah penting bagi perusahaan karena dapat mendorong kerjasama tim dan kolaborasi. Selain itu, hal tersebut juga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi karena dapat membantu karyawan lainnya untuk lebih terampil dalam melakukan segala pekerjaan serta mendorong kemampuan inovasi.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.11.
Kesadaran Karyawan dalam Berbagi Pengetahuan dengan Rekan Kerjanya

Gambar terakhir, yakni gambar 1.11., memperlihatkan mengenai persentase dari kesadaran yang dimiliki para karyawan UMK busana muslim di Baltos dan BIP untuk berbagi pengetahuan pada rekan kerjanya tanpa diminta. Dapat diketahui dari gambar tersebut, terdapat persentase yang seimbang antar karyawan dalam berbagi pengetahuan yang dimilikinya terhadap rekan kerjanya. Hal ini menunjukkan masih banyak pelaku UMK busana muslim di Baltos dan BIP yang belum memiliki kesadaran untuk berbagi pengetahuan kepada rekan kerjanya tanpa diminta. Padahal jika dilihat lebih jauh, kesadaran karyawan akan berbagi pengetahuan terhadap rekan kerja sangatlah penting bagi peningkatan kemampuan berinovasi pada suatu perusahaan. Dikatakan demikian, karena dengan berbagi pengetahuan dapat

meningkatkan kreativitas karyawan serta dapat mendorong aktivitas *brainstorming* untuk menghasilkan ide-ide baru.

Melalui kondisi pada hasil *preliminary research* di atas, memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan pandangan dari setiap pelaku UMK busana muslim di Baltos dan BIP mengenai kapabilitas inovasi. Secara keseluruhan pun dapat disimpulkan bahwa masih banyak manajer pada UMK busana muslim di Baltos dan BIP yang belum memiliki kemauan untuk meningkatkan fungsi perusahaan melalui ide-ide dan pengembangan yang dimilikinya. Selain itu, masih banyak UMK busana muslim di Baltos dan BIP yang belum memiliki kemauan untuk meminta saran kepada pihak eksternal. Semua hal di atas mengindikasikan bahwa mayoritas UMK busana muslim di Baltos dan BIP belum memiliki kemauan tetapi sebenarnya mereka mampu menciptakan suatu inovasi. Hal ini juga didukung melalui fakta bahwa masih terdapat banyak faktor *knowledge sharing process* yang belum dilakukan secara maksimal pada UMK tersebut. Berdasarkan hal tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian ini dan ingin mengetahui secara langsung apakah *knowledge sharing process* memiliki pengaruh terhadap kapabilitas inovasi pada usaha mikro dan kecil industri busana muslim khususnya di Kota Bandung. Disamping itu penulis juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi upaya dalam meningkatkan lapangan kerja serta daya saing mereka melalui kapabilitas inovasi. Oleh karena itu, penulis mengajukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Knowledge Sharing Process terhadap Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Busana Muslim di Kota Bandung**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diteliti dapat diidentifikasi melalui pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Sejauh mana penerapan *knowledge sharing process* pada karyawan industri busana muslim di Kota Bandung saat ini?
2. Sejauh mana tingkat kapabilitas inovasi pada industri busana muslim di Kota Bandung saat ini?
3. Sejauh mana penerapan *knowledge sharing process* dan tingkat kapabilitas inovasi pada skala usaha mikro dan kecil di Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh *knowledge sharing process* terhadap kapabilitas inovasi pada UMK industri busana muslim di Kota Bandung?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami sejauh mana penerapan *knowledge sharing process* pada karyawan UMK industri busana muslim di Kota Bandung saat ini.
2. Untuk mengetahui dan memahami sejauh mana tingkat kapabilitas inovasi pada UMK industri busana muslim di Kota Bandung saat ini.
3. Untuk mengetahui dan memahami sejauh mana penerapan *knowledge sharing process* dan tingkat kapabilitas inovasi pada skala usaha mikro dan kecil di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *knowledge sharing process* terhadap kapabilitas inovasi pada UMK industri busana muslim di Kota Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini pun diharapkan berguna bagi:

1. Penulis
Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru mengenai *knowledge sharing process* serta pengaruhnya terhadap kapabilitas inovasi.
2. Perusahaan
Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat dan berguna bagi perusahaan-perusahaan mikro dan kecil yang berkaitan dengan masalah bagaimana cara untuk meningkatkan kapabilitas inovasi pada UMK.
3. Pihak lain/pembaca
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi serta referensi kepada pembaca untuk lebih memahami teori-teori yang dipahami khususnya mengenai *knowledge sharing process* dan kapabilitas inovasi.

1.5. Kerangka Pemikiran

Inovasi memiliki peranan penting bagi suatu organisasi agar mampu menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis. Kesuksesan operasi pada hampir seluruh industri sangatlah bergantung pada kemampuan mereka untuk menciptakan inovasi (Saunila & Ukko, 2013, p. 991). Dalam jurnalnya, Saunila & Ukko (2013) juga mengatakan bahwa untuk mendorong kesuksesan inovasi dibutuhkan suatu

kapabilitas inovasi. Kapabilitas tersebut terdiri dari beberapa aspek yang dapat mempengaruhi organisasi untuk mengelola inovasi.

Berdasarkan studi literatur setelahnya terdapat beberapa aspek untuk mengukur kapabilitas inovasi pada suatu organisasi. Aspek-aspek kapabilitas inovasi menurut Saunila (2017) adalah sebagai berikut:

- *Leadership*, yakni aspek yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan budaya kepemimpinan organisasi yang mendukung inovasi.
- *Structures*, yakni aspek yang berhubungan langsung dengan struktur dan sistem yang dibutuhkan untuk kesuksesan inovasi.
- *Work well-being*, yakni aspek yang mewakili kesejahteraan karyawan dan iklim kerja untuk pengembangan inovasi termasuk penilaian dan upaya kolaborasi.
- *Know-how*, yakni aspek yang menjelaskan bahwa setiap karyawan memiliki keahlian dan peran penting untuk mengembangkan kapabilitas inovasi pada organisasi.
- *Regeneration*, yakni aspek yang mengukur kemampuan organisasi untuk belajar dari pengalaman sebelumnya dan menggunakan pengalaman tersebut untuk menciptakan dan mengembangkan inovasi operasi.
- *External Knowledge*, yakni aspek yang menjelaskan mengenai pentingnya pemanfaatan pihak eksternal dan pengetahuan mengenai kapabilitas inovasi secara keseluruhan.
- *Employee activity*, yakni aspek yang menjelaskan kemampuan inovasi karyawan secara individu dan aktivitas yang diperlukan untuk membentuk kapabilitas inovasi secara keseluruhan pada organisasi.

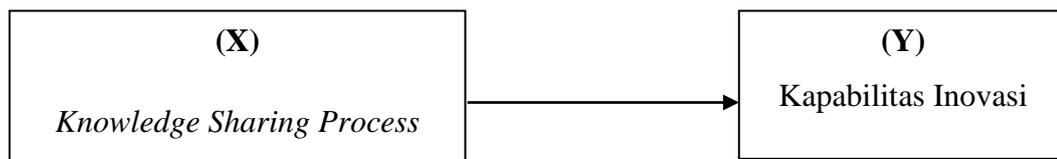
Menurut Nonaka *et al* (dalam Alhousseini, 2013: 130) terdapat dua tipe ilmu pengetahuan yakni *tacit knowledge* dan *explicit knowledge*. *Tacit knowledge* merupakan ilmu pengetahuan yang berasal dari olah pikir masing-masing individu itu sendiri, sedangkan *explicit knowledge* merupakan ilmu pengetahuan ini berasal dari luar. Ketika anggota organisasi ingin membagikan *tacit knowledge* menjadi *explicit knowledge* maka mereka harus melewati sebuah proses yang dinamakan *knowledge sharing process*. Berdasarkan penelitian sebelumnya, dikatakan bahwa *knowledge sharing process* berpengaruh signifikan pada kapabilitas inovasi (Mulyana *et al*, 2015). Adapun dimensi yang saling mempengaruhi pada *knowledge sharing process*, yaitu:

- *Knowledge Collecting*, yakni kemampuan karyawan untuk mengumpulkan informasi, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kapabilitas inovasi.

- *Knowledge Donating*, yakni keinginan karyawan untuk membagikan informasi dan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan kapabilitas inovasi.

Maka dari itu penelitian ini akan berfokus pada *knowledge sharing process* sebagai variabel X yang mempengaruhi kapabilitas inovasi sebagai variabel Y. Berikut ini telah disajikan pada Gambar 1.12., model konseptual dari kedua variabel di atas sebagai berikut:

Gambar 1.12.
Model Konseptual



Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan model konseptual di atas, maka hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H0 : Tidak ada Pengaruh yang signifikan antara *knowledge sharing process* (X) terhadap kapabilitas inovasi (Y).

H1: Ada Pengaruh yang signifikan antara *knowledge sharing process* (X) terhadap kapabilitas inovasi (Y).