

Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Modal Sosial terhadap Kinerja Organisasi melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Studi pada Komunitas SANDEC)

Haniel Trisman¹; Berta Berti Retnawati²

¹*hanieltrisman@gmail.com*; ²*berta@unika.ac.id*

Universitas Katolik Soegijapranata

Abstract: *This research aims to determine whether there is a significant and positive influence between knowledge management, social capital, and competitive advantage on organizational performance. The sample used in this study consists of 78 respondents actively involved in the SANDEC community. The hypotheses in this research were tested using multiple regression and path analysis. The results of the study indicate that the knowledge management has significant and positive direct impact on competitive advantage and organizational performance. Knowledge management variable also has significant and positive influence on organizational performance through competitive advantage, while the social capital variable does not have significant influence on organizational performance through competitive advantage on organizational performance.*

Keywords: *Knowledge Management, Social Capital, Competitive Advantage, Organizational Performance.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan, modal sosial, dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja organisasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 78 responden yang terlibat aktif dalam komunitas SANDEC. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan regresi berganda dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan mempunyai pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi. Variabel manajemen pengetahuan juga mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan kompetitif, sedangkan variabel modal sosial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan kompetitif terhadap kinerja organisasi.

Kata Kunci: Manajemen Pengetahuan, Modal Sosial, Keunggulan Kompetitif, Kinerja Organisasi.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat yang ditandai dengan tingkat persaingan antar bisnis yang semakin tinggi dan ketat. Salah satu bisnis yang berkembang adalah industri kreatif. Industri kreatif saat ini memberikan dampak yang positif di antaranya berupa peningkatan lapangan kerja, pengurangan pengangguran, menciptakan inovasi dan kreativitas, meningkatkan kualitas hidup,

menciptakan iklim bisnis yang positif, serta berdampak pada sektor lain (Bekraf, 2017).

Peran industri kreatif saat ini sangat dibutuhkan untuk perkembangan perekonomian Indonesia dalam mewujudkan ekonomi kreatif di Indonesia, sehingga kontribusi industri kreatif terhadap perkembangan perekonomian semakin meningkat baik secara nasional maupun daerah. Kota Semarang merupakan salah satu kota yang memiliki tujuan menjadi *smart city* berbasis digital. Tahun 2016 Pemkot Semarang telah membentuk sebuah wadah baru bernama Semarang Digital Kreatif (SDK) yang menjadi wadah bagi komunitas/masyarakat yang mempunyai minat untuk memulai atau mengembangkan ide bisnis yang berkaitan dengan teknologi digital.

Salah satu komunitas yang aktif dan semakin berkembang sampai saat ini adalah komunitas yang mempunyai minat dalam bidang pembuatan dan pengembangan aplikasi atau pemrograman android yaitu bernama Semarang Android Developer Center (SANDEC). Kelompok ini menjadi wadah bagi android developer baik yang pemula maupun yang sudah mahir dalam hal pembuatan dan pengembangan aplikasi android. Sistem operasi android digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia di dalam smartphone yang dipakai sehari-hari. Di Indonesia sendiri pada bulan Maret 2019 sebanyak 93,5% konsumen memilih platform Android untuk sistem operasi peranti mobile. Kebutuhan android developer semakin meningkat (Dicoding, 2018).

Sistem operasi android berkembang begitu cepat, sehingga android developer dituntut untuk terus belajar mengikuti perkembangan sistem operasi itu sendiri (Fernando, 2014). Kinerja SANDEC perlu ditingkatkan karena begitu cepatnya hal-hal baru. Dibutuhkan sikap yang adaptif dan mempunyai daya saing bagi anggota SANDEC. Membangun keunggulan bersaing dan keunikan organisasi secara interen memiliki kecenderungan yang tinggi untuk bertahan dan tumbuh-kembangnya usaha atau bisnis (Istanto, 2010). Dalam hal ini keunggulan bersaing harus dimiliki oleh android developer agar dapat bertahan terhadap perubahan lingkungan. Android developer terkadang hanya menjalankan

bisnisnya berdasarkan rutinitas saja tanpa merencanakan strategi-strategi berkaitan dengan penciptaan keunggulan bersaing.

Harapan dari perencanaan strategi tersebut tentunya menghasilkan bisnis yang kreatif yang diharapkan akan mempunyai kekhususan yang unik, berbeda, dan inovatif. Usaha yang kreatif dalam hal ini tentunya tidak hanya mengandalkan aset-aset yang berwujud saja untuk menciptakan keunggulan bersaing, pelaku bisnis juga seharusnya menggunakan aset yang tidak berwujud yang ada di dalam diri manusia itu sendiri. Salah satu aset yang tidak berwujud yaitu pengetahuan (*knowledge*) yang sebenarnya memiliki kekuatan besar untuk menciptakan keunggulan bersaing (Sukarno, 2016).

Dalam menggunakan sumber daya manusia tersebut, tentunya membutuhkan pengelolaan sumber daya manusia yang kreatif yang didasari dengan pengelolaan pengetahuan atau yang selanjutnya disebut manajemen pengetahuan. Pengetahuan menjadi strategi kunci bersaing dalam sebuah bisnis dalam rangka untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Danlami et al., 2014). Pengetahuan menjadi kunci strategi yang memegang peran penting bagi keberlangsungan suatu bisnis yang tentunya akan mempengaruhi bagaimana sebuah kinerja bisnis atau organisasi. Manajemen pengetahuan pada dasarnya merupakan kekayaan yang esensial bagi organisasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif guna tercapainya kinerja yang tinggi (Basuki, 2015).

Dalam menjalankan kegiatan bisnis, anggota SANDEC menjalin hubungan/relasi baik antar anggota komunitas SANDEC maupun dengan pihak di luar komunitas. Hubungan atau relasi seperti ini disebut dengan *relational resource*. *Relational resource* yaitu sumber daya yang terdapat dalam relasi antar manusia, antar individu dan/atau kelompok yang dapat bermanfaat untuk pengembangan individu itu sendiri maupun pengembangan kelompok, yang selanjutnya disebut dengan modal sosial (Munir, 2017).

Modal sosial yang terdapat di dalam individu atau kelompok tersebut menjadi sumber daya yang sangat berharga yang dapat menunjang keberlangsungan sebuah usaha. Modal sosial dapat menjadi sumber daya yang potensial untuk mengembangkan keunggulan bersaing, yang dapat dibangun

dengan investasi yang rendah tetapi menuntun berkesinambungan investasi untuk menjamin keberadaan suatu bisnis sebagai sebuah *isolating mechanism* yaitu upaya untuk mencegah pesaing meniru keunggulan (Ferdinand, 2005). Modal sosial menjadi sangat penting untuk dimiliki oleh SANDEC. Hal ini merupakan salah satu sumber daya tak berwujud yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing suatu usaha.

Penerapan manajemen pengetahuan (*knowledge management*) dan adanya modal sosial pada SANDEC nantinya diharapkan akan menciptakan keunggulan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja organisasi SANDEC. Kinerja organisasi yang baik sangat diperlukan agar organisasi selalu tangguh dan akan memperkuat posisi persaingan bisnis dalam jangka panjang (Basuki, 2015). Organisasi dalam hal ini bukan merujuk pada organisasi yang kaku atau umum dikenal orang seperti misalnya mempunyai struktur organisasi yang jelas. Organisasi yang dimaksud adalah organisasi yang dapat berubah-ubah posisi dan tugasnya sesuai dengan kebutuhan atau dapat juga disebut dengan organisasi agile (*agile organization*). Organisasi yang *agile* adalah suatu organisasi yang memiliki kemampuan untuk secara cepat beradaptasi dengan perubahan, yang disesuaikan dengan tuntutan lingkungan (Mangundjaya, 2018).

Khususnya pada industri kreatif digital, yaitu kinerja organisasi sangat diperlukan guna menunjukkan bagaimana aktivitas dan hasil (*outcome*) yang telah diperoleh. Kinerja organisasi dapat diukur dengan berbagai cara. Salah satu cara mengukur kinerja organisasi adalah dengan cara mengukur efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki. Efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya tersebut sangat menentukan kelangsungan bisnis. Salah satu sumber daya yang penting yang digunakan dalam organisasi adalah sumber daya pengelolaan pengetahuan.

Penelitian mengenai manajemen pengetahuan telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Sebagai contoh penelitian mengenai industri kreatif di Jawa Timur yang meneliti tentang peran knowledge broker sebagai pemoderasi pengaruh knowledge management terhadap intellectual capital serta dampaknya terhadap kinerja industri kreatif. Penelitian tersebut menemukan bahwa

manajemen pengetahuan belum mampu memberikan kontribusi yang berarti terhadap kinerja industri kreatif dengan arah hubungan berlawanan (Sukarno, 2016). Artinya kondisi demikian menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan tidak dapat memberikan efek atau pengaruh terhadap kinerja industri kreatif secara langsung. Penelitian lain yang dilakukan pada 329 perusahaan di Slovenia dan Croatia menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan (Rašula et al., 2012). Hal ini berarti bahwa manajemen pengetahuan mempunyai dampak/pengaruh terhadap kinerja suatu organisasi.

Penelitian mengenai pengaruh manajemen pengetahuan terhadap keunggulan bersaing telah dilakukan, sebagai contoh penelitian yang dilakukan pada perusahaan di kota Surabaya dengan sampel berjumlah 100 manajer menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing (Kusuma & Devie, 2013). Sementara penelitian mengenai pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja organisasi juga telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sebagai contoh adalah penelitian yang dilakukan pada 196 perusahaan mengenai pengaruh praktik supply chain management terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan (Li et al., 2006).

Penelitian mengenai pengaruh modal sosial terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis dilakukan pada 116 pengrajin Wingko Babat di kota Semarang dengan hasil bahwa modal sosial berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis (Khamimah & Suyati, 2015). Sedangkan hasil yang ditemukan pada penelitian mengenai pengaruh modal sosial dan kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil sektor informal yang meneliti 69 responden di wilayah Jawa Timur dengan temuan tidak terdapat hubungan pada beberapa indikator modal sosial (Prasetyo & Harjanti, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan dan modal sosial terhadap keunggulan bersaing, mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan, modal sosial dan keunggulan bersaing

terhadap kinerja organisasi serta mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan dan modal sosial terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing, sehingga penelitian dapat bermanfaat yaitu memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya dan bermanfaat bagi komunitas SANDEC mengenai bagaimana pentingnya manajemen pengetahuan dan modal sosial yang berpengaruh terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing.

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Organisasi

Kinerja merupakan pencapaian atas tujuan yang telah ditetapkan organisasi yang dapat berupa sebuah output kuantitatif maupun kualitatif atau hal lain yang diinginkan oleh organisasi (Brahmasari, 2004). Organisasi berkaitan dengan SANDEC akan lebih relevan dikatakan bahwa organisasi yang bersifat *agile*. Organisasi yang masuk dalam kategori agile juga akan bekerja dengan efisiensi waktu dan konsistensi yang tetap, meskipun dalam situasi yang tidak pasti. Selain itu, ketangkasan dapat membantu memperjelas peran, inovasi, dan disiplin operasional. Pada akhirnya, hal ini akan berdampak positif pada kesehatan dan kinerja organisasi (Chandra, 2022).

Pengukuran kinerja pada sebuah industri kreatif dapat diukur dengan pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, tingkat kesuksesan dalam peluncuran produk baru, kesempatan kerja, dan pertumbuhan pangsa pasar (Sukarno, 2016). Penelitian terkait dengan kinerja dalam bidang industri atau usaha kecil menengah diukur menggunakan indikator pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba (Purwaningsih & Damar, 2015). Kinerja dalam konsep sebuah organisasi virtual dapat diukur dengan efektivitas, efisiensi, kualitas, produktivitas, kualitas kehidupan kerja, inovasi dan profitabilitas (Okkonen, 2014).

Manajemen Pengetahuan

Pengetahuan adalah salah satu aset organisasi yang paling penting, oleh karenanya organisasi harus berusaha untuk menangkap dan menggunakan kembali pengetahuan guna untuk perbaikan berkelanjutan (Grover & Froese, 2016).

Pengetahuan dikaitkan dengan isi atau kandungan intelektualitas dan mentalitas manusia yang dapat dikategorikan menjadi lima tingkatan (Agabi et al., 2015).

Manajemen pengetahuan menjadi isu yang sangat penting di dalam sebuah organisasi yang mana hal ini sangat bermanfaat bagi keberlangsungan organisasi. Manajemen pengetahuan memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek di dalam organisasi yang secara umum dapat diartikan sebagai langkah secara sistematis dalam mengelola aset intelektual/pengetahuan dan berbagi informasi dari individu dan organisasi untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing dan memaksimalkan nilai tambah serta inovasi (Rasyid & Firdayani, 2018). Manajemen pengetahuan merupakan proses menangkap, mengembangkan, berbagi dan menggunakan pengetahuan organisasi secara efektif (Grover & Froese, 2016). Manajemen pengetahuan merupakan proses mengidentifikasi, mengorganisasi penangkapan knowledge, menyimpan knowledge, dan mendistribusikan knowledge serta dapat menerapkan knowledge dalam organisasi yang dapat diukur dengan tiga faktor yaitu (Tiwana, 2002): *People* (Merangsang berbagi pengetahuan, memelihara berbagi pengetahuan, penggunaan pengetahuan), *Process* (mencari pengetahuan, membuat berbagi pengetahuan, menangkap berbagi pengetahuan, *Technology* (menyimpan pengetahuan, membuat pengetahuan mudah diakses).

Modal Sosial

Modal sosial merupakan sumber daya produktif yang bisa dinikmati oleh organisasi atau individu selama ada relasi, tetapi menghilang ketika relasi tidak ada lagi (Sukmawati, 2014). Banyak pengusaha yang sukses karena melakukan inovasi, tetapi yang sungguh sangat disayangkan, selama ini banyak pengusaha yang tidak menyadari bahwa kemampuannya dalam berbisnis dan kemampuan berinovasinya tidak terlepas dari faktor sosial yang ada disekitarnya, entah dari para anggota keluarga, lingkungan, lingkungan sekolah, rekan seprofesi, jaringan kinerja dalam usaha, dorongan keluarga, teman, dan rekan dalam bisnis (Suriatna & Ardianti, 2013). Faktor sosial tersebut dapat diartikan sebagai modal sosial dalam berbisnis.

Modal sosial adalah sumber daya relasional yang melekat pada hubungan personal lintas sektoral, yang sangat berguna untuk perkembangan individual pada komunitas sosial organisasi (Tsai, 2007). Adanya modal sosial akan memberikan banyak manfaat, sebagai contoh akan dapat memberikan dampak positif bagi individu maupun kelompok, seperti untuk mengakses informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, serta meminimalkan biaya transaksi. Modal sosial terbagi menjadi 3 dimensi yaitu Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif (Yuwono, 2016).

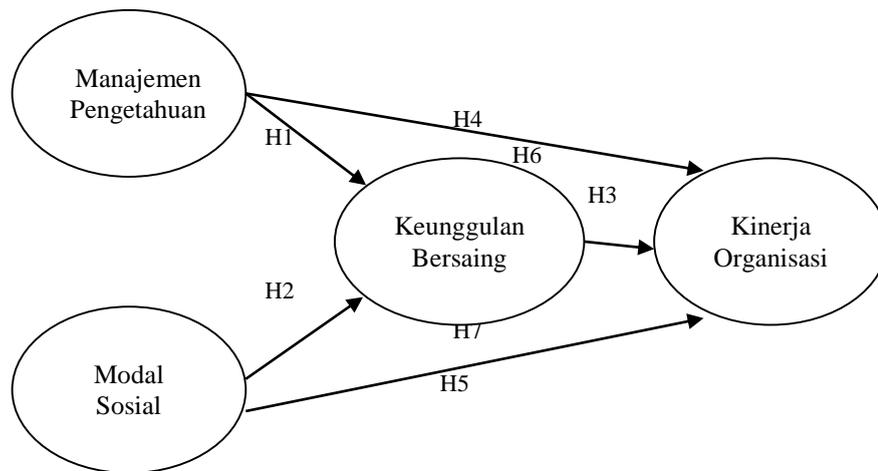
Keunggulan Bersaing

Dalam mencapai tujuan dalam sebuah organisasi, dibutuhkan banyak upaya yang harus dilakukan. Sebagai contoh diperlukan suatu pemikiran mengenai strategi yang di dalamnya terdapat konsep, kerangka kerja, dan teknik yang dapat digunakan secara efektif guna pencapaian tujuan organisasi. Kemampuan organisasi dalam mencapai tujuannya dapat dilihat berdasarkan beberapa hal diantaranya adalah pencapaian atas hasil dalam satu periode tertentu atau pencapaian atas keunggulan yang lebih baik jika dibandingkan oleh pesaing atau organisasi lain. Sebuah strategi diperlukan karena adanya suatu persaingan antar organisasi dan strategi yang paling tepat adalah strategi tentang bagaimana memenangkan sebuah persaingan tersebut (Sulistiani, 2013).

Setiap organisasi yang bersaing dalam suatu industri mempunyai strategi bersaing baik secara implisit maupun eksplisit. Strategi ini mungkin dikembangkan secara eksplisit melalui proses perencanaan atau mungkin juga telah berkembang secara implisit melalui kegiatan-kegiatan di berbagai departemen organisasi (Prakosa, 2010). Dengan menerapkan strategi bersaing, sebuah organisasi diharap dapat lebih unggul jika dibandingkan dengan pesaing atau dengan kata lain memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing juga merupakan keadaan dimana sebuah organisasi memiliki nilai yang lebih unggul di atas rata-rata organisasi lainnya yang diperoleh dari berbagai keunggulan aktivitas seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan dan menerapkan strategi-strategi organisasi lainnya (Nainggolan, 2018).

Keunggulan bersaing dapat diukur dari beberapa indikator sebagai berikut (Day & Wensley, 1988): keterampilan yang superior (kemampuan teknis, manajerial, operasional) dan sumber daya yang superior (jaringan kerja distribusi, kemampuan produksi, kekuatan pemasaran).

Kerangka Pikir



Gambar 1 Kerangka Pikir Penelitian

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen pengetahuan dan keunggulan bersaing. H1: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan keunggulan bersaing, H2: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan keunggulan bersaing, H3: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara keunggulan bersaing dan kinerja organisasi, H4: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan kinerja organisasi, H5: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan kinerja organisasi, H6: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing, H7: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian adalah komunitas yang tergabung dalam Semarang Digital Kreatif yaitu komunitas Semarang Android Developer Center atau yang disingkat dengan SANDEC. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data dalam penelitian ini bersumber atau diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang diisi.

Populasi dari penelitian ini anggota yang terdaftar di komunitas SANDEC yang berjumlah 352 anggota. Penetapan ukuran sampel dari populasi dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 78 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu penentuan sampel tanpa sengaja (*accidental*), peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya pada saat komunitas SANDEC sedang melaksanakan pertemuan rutin pada bulan Maret sampai April tahun 2019 bulanan di Semarang Digital Kreatif. Uji Hipotesis dalam penelitian menggunakan regresi berganda dan uji sobel dengan menggunakan software SPSS 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil regresi menggunakan software SPSS memperoleh data pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.061	2.067		1.480	.143
	X1	.515	.081	.571	6.349	.000
	X2	.394	.102	.348	3.864	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah

Pengujian hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan (X1) dan keunggulan bersaing (Y)” dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel manajemen pengetahuan adalah sebesar 0,00 maka dapat diketahui bahwa pengaruh manajemen

pengetahuan terhadap keunggulan bersaing adalah positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan keunggulan bersaing, maka terbukti dan dapat diterima.

Pengujian hipotesis kedua (H2) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan keunggulan bersaing” dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Nilai signifikansi dari variabel modal sosial adalah sebesar 0,00 maka dapat diketahui bahwa pengaruh modal sosial terhadap keunggulan bersaing adalah positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan keunggulan bersaing dapat terbukti dan dapat diterima.

Tabel 2 Hasil Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.205	1.760		.685	.496
	X1	.184	.084	.210	2.176	.033
	X2	.112	.094	.102	1.196	.236
	Y	.616	.097	.636	6.361	.000

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data Primer Diolah

Pengujian hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara keunggulan bersaing dan kinerja organisasi” dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel keunggulan bersaing adalah sebesar 0,00 maka dapat diketahui bahwa pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja organisasi adalah positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara keunggulan bersaing dan kinerja organisasi dapat terbukti dan dapat diterima.

Pengujian hipotesis keempat (H4) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan kinerja organisasi” dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Nilai signifikansi dari variabel manajemen pengetahuan adalah sebesar 0,03 maka dapat diketahui bahwa

pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi adalah positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan kinerja organisasi dapat terbukti dan dapat diterima.

Pengujian hipotesis kelima (H5) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan kinerja organisasi” dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Nilai signifikansi dari variabel modal sosial adalah sebesar 0,23 maka dapat diketahui bahwa pengaruh modal sosial terhadap kinerja organisasi adalah positif dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan kinerja organisasi tidak dapat terbukti dan tidak dapat diterima.

Pengujian hipotesis keenam (H6) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing” dilakukan dengan menggunakan mencari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dengan cara menghitung nilai koefisien. Perhitungan koefisien jalur diawali dengan membuat dua persamaan struktural, yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Persamaan tersebut yaitu:

$$(1) Y = a + bX_1 + e_1$$

$$(2) Z = a + bX_1 + cY + e_2$$

Nilai e_1 dan e_2 diperoleh dengan menghitung dengan rumus $e = \sqrt{1 - R^2}$.

Berdasarkan tabel 2 nilai dari r square adalah 0,705 sehingga hasil perhitungan e_1 adalah 0,543. Jadi persamaan regresi pertama (1) adalah sebagai berikut: $Y = 6,942 + 0,758X_1$

Nilai r square pada tabel 3 adalah 0,868 sehingga hasil perhitungan e_2 adalah 0,363. Jadi persamaan regresi kedua (2) adalah sebagai berikut:

$$Z = 1,034 + 0,246X_1 + 0,658Y$$

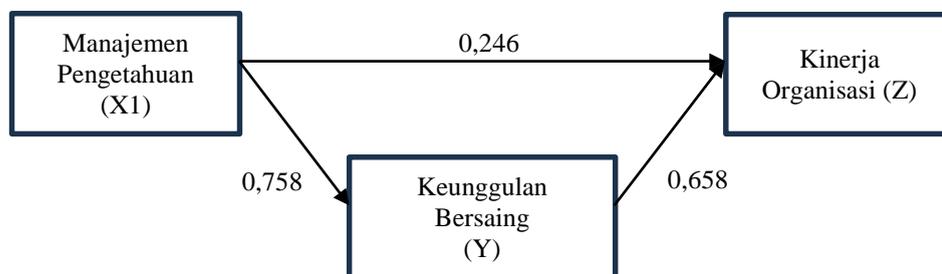
Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.	Nilai R Square
	B	Std. Error		
(Constant)	6.942	1.950	0.001	.705
X1	.758	.056	.000	
a. Dependent Variable: Y				
(Constant)	1.034	1.369	.453	
X1	.246	.067	.000	.868
Y	.658	.075	.000	
a. Dependent Variable: Z				

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 3 dapat dihitung nilai koefisien pengaruh langsung variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi dan pengaruh tidak langsung variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi melalui variabel keunggulan bersaing.

- 1) Pengaruh Langsung X1 terhadap Z = 0,246
- 2) Pengaruh Tidak Langsung X1 terhadap Z melalui Y = $0,758 \times 0,658$
= 0,498



Gambar 2 Jalur Model 1

Dari penghitungan nilai diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsung, yang berarti bahwa variabel Y dapat dapat memediasi atau memperkuat pengaruh X1 terhadap Z. Pengaruh signifikansi dilakukan dengan Uji Sobel menggunakan *Calculator Sobel Test*. Hasil Uji Sobel adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Uji Sobel I

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.758	Sobel test: 7.3621229	0.06774731	0
b	0.658	Aroian test: 7.34801579	0.06787737	0
s _a	0.056	Goodman test: 7.37631157	0.06761699	0
s _b	0.075	Reset all	Calculate	

Berdasarkan tabel 4 didapat nilai sobel test atau t-hitung sebesar 7,362 yaitu lebih besar dari t-tabel yaitu sebesar 1,665. Hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh variabel manajemen pengetahuan terhadap variabel kinerja organisasi. Dengan demikian hipotesis keenam yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara manajemen pengetahuan dan kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing terbukti dan diterima.

Pengujian hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan “Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing” dilakukan dengan menggunakan mencari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dengan cara menghitung nilai koefisien.

Perhitungan koefisien jalur diawali dengan membuat dua persamaan struktural, yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Persamaan tersebut yaitu:

$$(1) Y = a + bX_2 + e_1$$

$$(2) Z = a + bX_2 + cY + e_2$$

Nilai e₁ dan e₂ diperoleh dengan menghitung dengan rumus $e = \sqrt{1 - R^2}$.

Berdasarkan tabel 5 nilai dari r square pada persamaan pertama adalah 0,619 sehingga hasil perhitungan e₁ adalah 0,617. Jadi persamaan regresi pertama (1) adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,290 + 0,893X_2$$

Berdasarkan tabel 4.14 nilai r square pada persamaan kedua adalah 0,853 sehingga hasil perhitungan e₂ adalah 0,383. Jadi persamaan regresi kedua (2) adalah sebagai berikut:

$$Z = 0,599 + 0,164X_2 + 0,773Y$$

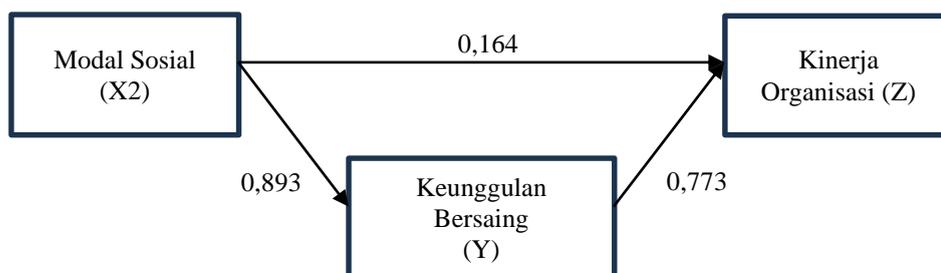
Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis 7

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.	Nilai R Square
	B	Std. Error		
(Constant)	5.290	2.509	.038	.619
X2	.893	.080	.000	
a. Dependent Variable: Y				
(Constant)	.599	1.558	.702	.853
X2	.164	.079	.040	
Y	.773	.069	.000	
a. Dependent Variable: Z				

Dihitung nilai koefisien pengaruh langsung variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi dan pengaruh tidak langsung variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi melalui variabel keunggulan bersaing.

- 1) Pengaruh Langsung X2 terhadap Z = 0,164
- 2) Pengaruh Tidak Langsung X2 terhadap Z melalui Y = 0,893 x 0,773
= 0,690

Dari penghitungan nilai diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsung, yang berarti bahwa variabel Y dapat dapat memediasi atau memperkuat pengaruh X2 terhadap Z.



Gambar 3 Jalur Model 2

Pengaruh signifikansi dilakukan dengan Uji Sobel menggunakan *Calculator Sobel Test* dengan memasukkan nilai pada tabel 6. Berdasarkan tabel 6 didapat nilai sobel test atau t-hitung sebesar 1,176 yaitu lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 1,665. Hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,239 atau lebih besar dari 0,05.

Hasil Uji Sobel adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Sobel II

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.893	Sobel test: 1.17616442	0.58689838	0.23952918
b	0.773	Aroian test: 1.09104376	0.63268681	0.27525363
s _a	0.617	Goodman test: 1.28492463	0.53722139	0.19881862
s _b	0.383	Reset all	Calculate	

Hal ini dapat dikatakan bahwa keunggulan bersaing tidak dapat memediasi pengaruh variabel manajemen pengetahuan terhadap variabel kinerja organisasi. Dengan demikian hipotesis ketujuh yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara modal sosial dan kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing tidak terbukti dan ditolak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data melalui pembuktian ketujuh hipotesis yang diajukan pada penelitian ini mengenai pengaruh manajemen pengetahuan dan modal sosial terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel *intervening* (studi pada komunitas Semarang Android *Developer Center* / SANDEC), maka penelitian ini menyimpulkan bahwa lima dari tujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini semuanya diterima dan dua hipotesis ditolak. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kinerja SANDEC dapat dipengaruhi oleh variabel manajemen pengetahuan, dan keunggulan bersaing secara langsung serta variabel manajemen pengetahuan dapat mempengaruhi kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing menjadi variabel yang memediasi antara pengaruh variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi.

Penerapan manajemen pengetahuan di SANDEC mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja organisasi. Lebih dalam lagi bahwa dengan memiliki daya saing yang tinggi, kinerja SANDEC meningkat secara signifikan berdampingan dengan penerapan manajemen pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agabi, O. C., Agbor, N. C., & Ololube, Nw. P. (2015). ICT Policy Outcomes for National Development: The Place of Knowledge Integration and Management in Nigerian Higher Education. *American Journal of Networks and Communications*, 4(5), 104. <https://doi.org/10.11648/j.ajnc.20150405.11>
- Basuki. (2015). *Pengaruh Praktik Sumber Daya Manusia Strategik dan Knowledge Management terhadap Kinerja Organisasi*. 2(4).
- Bekraf. (2017). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*.
- BPS. (2017). *PDRB Kota Semarang Menurut Lapangan Usaha*. BPS Kota Semarang.
- Brahmasari, I. A. (2004). Pengaruh Variabel Budaya Perusahaan terhadap Komitmen Karyawan dan Kinerja Perusahaan Kelompok Penerbitan Pers Jawa POS. *ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Chandra, U. Y. (2022). *EKSPRESI AGILE ORGANIZATION*. Binus University. <https://sis.binus.ac.id/2022/05/23/ekspresi-agile-organization/>
- Danlami, B., Noor, S., & Bin, A. (2014). *Knowledge Management and Organizational Performance of Mobile Service Firms in Nigeria: A Proposed Framework*. 4(11), 88–96.
- Day, G. S., & Wensley, R. (1988). *Assessing Advantage: for Framework Diagnosing Superiority Competitive*. 52(2), 1–20.
- Dicoding. (2018). *Menjadi Android Developer Experts*. Dicoding. <https://www.dicoding.com/academies/14/tutorials/116>
- Ferdinand, A. T. (2005). *Modal Sosial dan Keunggulan Bersaing: Wajah Sosial Strategi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grover, R., & Froese, T. M. (2016). Knowledge Management in Construction Using a SocioBIM Platform: A Case Study of AYO Smart Home Project. *Procedia Engineering*, 145, 1283–1290. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.04.165>
- Istanto, Y. (2010). Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan Positioning Terhadap Kinerja (Survey Pada Koperasi Serba Usaha Di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Buletin Ekonomi*, 8(2), 124–135.
- Kusuma, F. S. D., & Devie. (2013). Analisa Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra*, 1.
- Li, S., Ragu-nathan, B., Ragu-nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). *The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance*. 34, 107–124. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Mangundjaya, W. (2018). *Membangun Organisasi yang Agile*. <https://www.researchgate.net/publication/339017974>
- Munir, N. (2017). *Modal Sosial, Modal Inovasi Perusahaan*. Swa.Co.Id. <https://swa.co.id/swa/my-article/modal-sosial-modal-inovasi-perusahaan>
- Nainggolan, A. (2018). COMPETITIVE ADVANTAGE DAN UPAYA MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN. *Jurnal Manajemen*, 4(1). <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/25>

- Okkonen, J. (2014). Performance in virtual organisations. *Tampere University of Technology, June*, 267–279.
- Prakosa, B. (2010). *PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang) Bars Prskou*. <http://eprints.undip.ac.id/15063/>
- Prasetyo, T., & Harjanti, D. (2013). Modal Sosial Pengusaha Mikro dan Kecil Sektor Informal dan Hubungannya dengan Kinerja Bisnis di Wilayah Jawa Timur. *Agora, 1(3)*, 1–4.
- Purwaningsih, R., & Kusuma Damar, P. (2015). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang). *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (SNST) Ke-6, 2000*, 7–12.
- Rašula, J., Vukšić, V. B., & Štemberger, M. I. (2012). The impact of knowledge management on organisational. *Economic and Business Review, 14(2)*, 147–168.
- Rasyid, A., & Firdayani, P. (2018). *Implementasi Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi Melalui Management Strategic*. *5(2)*, 154–161.
- SDK. (2018). *Profil SDK*. <https://sdk.semarangkota.go.id/web/>
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology, 13(1982)*, 290. <https://doi.org/10.2307/270723>
- Sukarno, G. (2016). *Knowledge Broker: sebagai Pemoderasi Pengaruh Knowledge Management terhadap Intellectual Capital serta dampaknya terhadap Kinerja Industri Kreatif di Jawa Timur*.
- Sukmawati, A. (2014). Kontribusi Modal Sosial dalam Penerapan Manajemen Pengetahuan Usaha Kecil dan Menengah Kluster Kerajinan di Bogor. *Manajemen IKM, 9(1)*, 76–88.
- Sulistiani, D. (2013). Mencapai Keunggulan Bersaing dengan Strategi Diferensiasi. *El Muhasaba, Jurnal Akuntansi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 4(50)*, 1–17.
- Suriatna, D., & Ardianti, R. R. R. (2013). Analisa Modal Sosial Dan Entrepreneurial Leadership Pengusaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur. *Agora, 1(3)*, 1451–1458.
- Tiwana, A. (2002). *The Knowledge Management Toolkit Orchestrating it, Strategy and Knowledge Platform*. Prentice Hall.
- Tsai, W. (2007). Social Capital and Value Creation : The Role of Intrafirm Networks Wenpin Tsai ; Sumantra Ghoshal Social Capital And Value Creation : The Role Of Intrafirm Networks. *Academy of Management Social, 41(4)*, 464–476.
- Yuwono, H. D. (2016). Social Capital & Kinerja Bisnis : Studi Kasus pada Project Bisnis Mahasiswa Universitas Ciputra. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(3)*.