

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 MANAJEMEN PENGETAHUAN

1. Definisi Manajemen Pengetahuan

Menurut Rowley dalam buku Atmi, (2022a, p. 14) mendefinisikan KM kegiatan mengeksplor dan mengembangkan aset pengetahuan suatu organisasi dengan maksud untuk memajukan tujuan organisasi. Dalam definisi ini pengetahuan dianggap sebagai sebuah asset yang dapat dieksploitasi dan harus dikembangkan secara dinamis untuk mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan menurut Alan Frost dalam buku Andhara, (2018, p. 55). Beliau mendefinisikan *knowledge management* (KM) sebagai manajemen aset pengetahuan yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan memenuhi kebutuhan taktis dan strategis perusahaan yang terdiri dari inisiatif, proses, strategi, dan sistem. Sistem inilah yang menjaga pening-katan kualitas penyimpanan, pengukuran, pembagian, perbaikan, dan penciptaan sebuah pengetahuan.

Selain itu ada juga menurut ahli dari jepang Nonaka & Takeuchi dalam journal Putra et al., (2021., p. 2) dikatakan bahwa pengetahuan manajemen (*Knowledge Management*) merupakan suatu alat dari manajemen yang bisa memberikan keyakinan kalau untuk meningkatkan kinerja bisnis serta bisa bekerja dengan lebih baik, maka pengetahuan adalah aset serta jalan satu satunya yang harus dimiliki.

Menurut Nasser H. Zaied et al dalam (Samsiah et al., 2017, p. 46) Pengetahuan tidak mudah diukur atau diaudit, sehingga organisasi harus mengelola pengetahuan secara efektif untuk memanfaatkan sepenuhnya keterampilan dan pengalaman yang melekat dalam sistem dan struktur mereka serta pengetahuan tacit yang dimiliki karyawan organisasi.

Sedangkan menurut Omotayo (2015) dalam Koohang et al., (2017, p. 523) memandang manajemen pengetahuan sebagai proses di mana banyak aktivitas dibentuk untuk melaksanakan elemen penting dari strategi dan operasi manajemen pengetahuan organisasi. Tujuan dari manajemen pengetahuan adalah untuk mendorong karyawan untuk berbagi pengetahuan.

Dari beberapa definisi di atas bisa kita tarik kesimpulan bahwa penjelasan definisi di atas menekankan bahwa pengetahuan adalah aset penting yang harus dikelola secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen pengetahuan mencakup berbagai inisiatif, proses, dan sistem untuk memastikan pengetahuan dapat dikembangkan, disimpan, dibagi, dan diterapkan secara efektif. Semua definisi ini menyoroti peran kritis pengetahuan dalam meningkatkan kinerja dan mencapai keunggulan kompetitif organisasi.

2. Dimensi Manajemen Pengetahuan

Menurut Astuti et al., (2023, p. 650) ada 3 elemen penting dalam perwujudan manajemen pengetahuan yaitu:

1. Manusia

Manusia merupakan sumber awal pengetahuan. Setiap manusia/individu/anggota organisasi harus memahami perannya dalam proses pengelolaan pengetahuan karena pada hakikatnya pengetahuan itu tersimpan dalam pikiran masing-masing individu.

2. Proses

Proses berguna untuk lebih memudahkan dalam menciptakan dan membagikan pengetahuan

3. Teknologi

Teknologi berguna untuk sebagai landasan utama dalam peningkatan *Knowledge Management Tool* serta sebagai sarana penunjang dalam melancarkan proses manajemen pengetahuan melalui kegiatan distribusi pengetahuan yang lebih optimal.

Menurut Nazim & Mukherjee, (2016: 1) dalam Astuti et al., (2023, p. 651) dua elemen yang harus dimanfaatkan agar manajemen proses pengetahuan dapat berjalan secara maksimal adalah:

1. Infrastruktur teknologi yang terdiri dari komputer, jaringan, database dan aplikasi perangkat lunak yang diinstal di lingkungan terdistribusi
2. Platform yang digunakan untuk interaksi secara langsung antara orang-orang dengan menghubungkan mereka satu sama lainnya.

Namun, interaksi antar individu tidak hanya dilakukan secara *face to face*/tatap muka, tetapi juga dilakukan secara virtual yakni melalui telepon, melalui email,

konferensi video, Internet atau intranet. Kedua elemen ini biasanya disebut sebagai *knowledge management tool*. Tujuan dari KM tool bukan hanya untuk mengelola pengetahuan itu sendiri, tetapi untuk memfasilitasi implementasi dari proses pengetahuan sehingga memudahkan proses manajemen pengetahuan.

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pengetahuan

Menurut Sokoli et al., (2019, p. 1) ada beberapa faktor yang mempengaruhi manajemen pengetahuan

a. Pengaruh Manajerial (*Managerial Influences*)

Faktor administratif berasal dari kontributor organisasi yang bertanggung jawab atas pengelolaan pengetahuan. Kerangka kerja membagi kekuatan ini menjadi empat bidang, yaitu, koordinasi, kontrol, pengukuran, dan kepemimpinan dalam manajemen pengetahuan (Asiedu, 2015, p. 2)

b. Pengaruh Sumber Daya (*Resource Influences*)

Sumber daya keuangan membatasi apa yang dapat dicairkan oleh organisasi pada kegiatan pengetahuan. Oleh karena itu, meningkat Jumlah sumber daya keuangan yang tersedia untuk kegiatan pembelajaran dapat mempengaruhi efisiensi operasi itu dan hasil dari kualitas tersebut Saretsalo Mariel, (2015., p. 48)

c. Pengaruh Lingkungan (*Environmental Influences*)

Ini adalah faktor-faktor eksternal bagi organisasi, berbeda dengan kontrol manajemen dan sumber daya yang bersifat internal. Lingkungan bisnis eksternal memengaruhi jenis sumber daya informasi yang seharusnya atau dapat diperoleh dalam proses manajemen pengetahuan.

d. Sistem yang Mendukung Manajemen Pengetahuan (*System Supporting Knowledge Management*)

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, manajemen pengetahuan melibatkan proses generasi, penyimpanan, pengambilan, berbagi, dan penerapan pengetahuan. Sistem pendukung pengetahuan adalah teknologi yang mendukung aktivitas-aktivitas ini dalam sebuah organisasi dan memfasilitasi manajemen pengetahuan yang (Irma Becerra-Fernandez and Rajiv Sabherwal, 2014, p. 51).

e. Hubungan antara Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Organisasi (*Relationship Between Knowledge Management And Organizational Performance*)

Kinerja organisasi adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingannya dan bertahan di pasar. Selain itu, kinerja organisasi juga dikenal sebagai hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh peserta organisasi untuk mengukur seberapa baik suatu entitas telah mencapai tujuannya.

4. Proses Manajemen Pengetahuan

Menurut (Gold et al., 2001) dalam jurnal Surya et al., (2013, p. 163) di sebutkan bahwa proses manajemen pengetahuana ada 4 yaitu Proses akuisisi, Proses konversi, Proses Aplikasi, dan Proses Perlindungan.

a. Proses Akuisisi (*Knowledge Acquisition*)

Proses manajemen pengetahuan yang berorientasi pada akuisisi adalah proses yang berorientasi pada memperoleh pengetahuan. Banyak istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses ini: memperoleh, mencari, menghasilkan, menciptakan, menangkap, dan berkolaborasi. Semua istilah ini memiliki tema yang

sama: akumulasi pengetahuan. Inovasi, aspek lain dari akuisisi, adalah penciptaan pengetahuan baru dari penerapan pengetahuan yang sudah ada. Hal ini memerlukan upaya terpadu dan pengalaman tingkat tinggi dalam mengenalinya dan menangkap pengetahuan baru (Drucker, 1993).

b. Proses Konversi (*knowledge conversion*)

Pengetahuan yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari dalam maupun luar organisasi, perlu diolah dan diintegrasikan menjadi pengetahuan organisasi. Proses ini memastikan bahwa informasi yang berharga tersebut dapat disusun secara sistematis dan dikelola dengan baik, sehingga dapat digunakan secara efektif untuk mendukung berbagai aspek operasional dan strategis dalam bisnis (Lee & Suh, 2003). Dengan demikian, pengetahuan tersebut dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dan membantu organisasi mencapai tujuannya dengan lebih efisien.

c. Proses Aplikasi (*knowledge application*)

Proses berbasis aplikasi adalah proses yang berfokus pada penggunaan pengetahuan secara aktual. Tepian. Menariknya, hanya sedikit diskusi yang dikhususkan untuk hasil efektivitas Penerapan pengetahuan. Penggunaan yang efektif tampaknya sebagian besar bersifat asumsi atau tersirat. diperlakukan daripada diperlakukan secara eksplisit. Aplikasi pengetahuan adalah proses penggunaan aktual dari pengetahuan (Gold et al., 2001, p. 191)

d. Proses Perlindungan (*knowledge protection*)

Perlindungan pengetahuan adalah proses pengamanan asset pengetahuan dan menyimpannya dengan aman serta diakses hanya oleh petugas yang berwenang (Nasser H. Zaied et al., 2012).

5. Tujuan Manajemen Pengetahuan

Davenport dan Beers mengatakan dalam buku Andhara, (2018, p. 60) melakukan studi pada proyek knowledge management di beberapa perusahaan dan mene-mukan kesamaan tujuan, yaitu:

- a. Menangkap atau merekam *knowledge*. Tujuan ini dapat dicapai dengan menciptakan knowledge management repositories (tempat untuk menyimpan dan mengelola *explicit knowledge*), seperti memo, laporan, dokumen presentasi, artikel, dan lain-lain.
- b. Meningkatkan akses *knowledge* dengan memfasilitasi proses transfer knowledge antarindividu dan antarorga-nisasi/perusahaan.
- c. Meningkatkan *knowledge environment* dengan memfasilitasi dan mengapresiasi *knowledge creation, knowledge transfer*, dan pemanfaatannya.
- d. Sebagai aset. Beberapa perusahaan memasukkan *intellectual capital* di laporan keuangannya, sedangkan per-usahaan lain menjadikan *knowledge asset* sebagai daya ungkit untuk menghasilkan pendapatan baru.

6. Manfaat Manajemen Pengetahuan

Menurut (Lumbantobing Paul, 2011, p. 30) dalam buku Andhara, (2018, p. 62), juga menulis mengenai keuntungan dan manfaat knowledge management, yaitu:

- a. meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan penanganan pelanggan
- b. mempercepat respons terhadap isu-isu bisnis yang penting
- c. meningkatkan keterampilan karyawan, produktivitas, dan profit
- d. berbagi pengetahuan akan praktik-praktik yang terbaik
- e. efisiensi
- f. meningkatkan kolaborasi dalam perusahaan
- g. menemukan cara kerja yang lebih baik
- h. meningkatkan pangsa pasar
- i. menciptakan peluang-peluan bisnis baru
- j. menyempurnakan pengembangan produk
- k. memperbaiki system retensi karyawan
- l. meningkatkan mutu produk dan layanan

7. Indikator Manajemen Pengetahuan

Tabel 2. 1 Indikator Manajemen Pengetahuan

No	Nama Peneliti	Indikator
1	(Soleh A., 2013, p. 33)	a. Identifikasi Pengetahuan b. Refleksi Pengetahuan c. Berbagi Pengetahuan d. Penggunaan Pengetahuan
2	(Nasser H. Zaied et al., 2012, p. 28)	a. <i>Technology</i> b. <i>Structure</i> c. <i>Culture</i> d. <i>Human Resource</i>
3	(Koohang et al., 2017, p. 357)	a. Lokalisasi Pengetahuan b. Penggunaan pengetahuan c. Akuisisi atau pengembangan pengetahuan d. Kodifikasi pengetahuan e. Transfer pengetahuan

Indikator yang dipilih adalah menurut (Koohang et al., 2017, p. 357) indikator-indikator ini dipilih karena mereka mencakup berbagai aspek penting dari manajemen pengetahuan yang dapat memberikan wawasan komprehensif tentang bagaimana pengetahuan dikelola dan dimanfaatkan dalam konteks UMKM.

Indikator *knowledge management* menurut (Koohang et al., 2017, p. 357) adalah sebagai berikut:

1. Lokalisasi Pengetahuan

Di organisasi atau UMKM mana pun, pengetahuan harus dilokalisasi untuk mencakup semua aktivitas yang menunjukkan keberadaan pengetahuan tersebut itu dibutuhkan untuk setiap aktivitas di organisasi atau UMKM.

2. Penggunaan Pengetahuan

Keberhasilan penggunaan pengetahuan bergantung pada penciptaan serangkaian peran dan keterampilan dalam organisasi atau UMKM yang mendorong penggunaan pengetahuan secara efisien.

3. Akuisisi atau Pengembangan Pengetahuan

Pengetahuan merangkul ilmu yang diperoleh dan pengetahuan penting untuk dikembangkan dalam memperoleh keunggulan kompetitif bagi perusahaan atau UMKM.

4. Kodifikasi Pengetahuan

Suatu organisasi atau UMKM harus berhasil dan terus menerus menggunakan kembali pengetahuan yang mereka peroleh.

5. Transfer Pengetahuan

Transfer pengetahuan dan penggunaan pengetahuan yang ditransmisikan dalam organisasi mana pun sangat penting untuk memperoleh keunggulan kompetitif.

2.1.2 KINERJA USAHA

1. Definisi Kinerja Usaha

(Mutegi et al., 2015, p. 24) mendefinisikan kinerja UKM adalah hasil kerja yang dicapai oleh individu dan menyesuaikan dengan peran atau tugas individu pada suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu, yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai tertentu dari tempat individu tersebut bekerja.

Menurut Pramestiningrum dan Iramani (2020) dalam Sitanggang, (2023, p. 6) kinerja usaha adalah hasil kerja yang dicapai oleh suatu UMKM pada periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu serta menyesuaikan dengan peran atau tugas dari tujuan UMKM.

Kinerja bisnis adalah hasil interaksi antara tindakan yang diambil sehubungan dengan hal tersebut kekuatan kompetitif yang memungkinkan perusahaan mengelola sumber daya internalnya dan beradaptasi dengannya lingkungan eksternal, sehingga mengintegrasikan konsep efisiensi dan efektivitas Keizer dkk dalam (Al-Ansari et al., 2013a, p. 166) .

Menurut (Im et al., 2016, p. 4) Mendasarkan pertanyaan mereka pada asumsi bahwa kinerja organisasi sangat penting bagi sektor publik pekerja, diukur sejauh mana pekerja menganggap organisasi mereka efektif dalam melayani masyarakat. Variabel berorientasi kinerja mereka ditemukan terkait dengan

penurunan ambiguitas peran, serta tingkat kepuasan dan komitmen kerja yang lebih tinggi.

Berdasarkan pengertian diatas, penulis dapat tarik kesimpulan bahwasannya kinerja usaha merupakan hasil kerja yang diperoleh oleh suatu usaha atau UMKM yang bertujuan untuk melihat seberapa baik perusahaan mengelola sumber daya dan beradaptasi dengan lingkungannya dimana kinerja usaha mengintegrasikan konsep efisiensi dan efektivitas didalamnya.

2. Dimensi Kinerja Usaha

Dimensi kinerja usaha menurut (Ulfah & Desmiyawati, 2020) dalam (Sitanggang, 2023, p. 8) dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal meliputi aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi atau operasional, dan aspek pasar dan pemasaran.
2. Faktor eksternal yaitu aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, aspek teknik produksi atau operasional, dan aspek peranan lembaga terkait.

Menurut (Hindarwati et al., 2021) dalam (Sitanggang, 2023, p. 8) dimensi kinerja usaha yaitu pertumbuhan. Sedangkan menurut (Harjadi & Gunawan, 2022) dibagi menjadi motivasi karyawan, kinerja pasar, produktivitas kinerja, dan kepuasan pemangku kepentingan seperti pelanggan investor , karyawan, pemasok dan masyarakat.

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja Usaha

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha menurut Keith Davis dalam (Nugraha, 2019, p. 43):

1. Faktor kemampuan (ability)

Secara psikologis kemampuan (ability) terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (knowledge+skill). Pimpinan harus memiliki 31ingkat31an yang memadai untuk jabatan dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka akan lebih mudah mencapai kinerja maksimal.

2. Faktor Motivasi (motivation)

Motivasi diartikan sebagai suatu sikap yang dimiliki pemimpin dan karyawan terhadap situasi kerja di lingkungan organisasinya. Mereka akan menunjukkan nilai positif dan negative terhadap situasi kerjanya, dan semua itu bisa memperlihatkan bagaimana tinggi rendahnya motivasi yang dimiliki pemimpin dan karyawan.

4. Indikator Kinerja Usaha

Tabel 2. 2 Indikator Variabel Kinerja Usaha

No.	Nama Peneliti	Indikator
1.	(Al-Ansari et al., 2013a, p. 170)	a. UMKM mencapai 31ingkat kepuasan pelanggan b. UMKM mengalami pertumbuhan penjualan c. UMKM mengalami pertumbuhan laba d. UMKM memperoleh laba atas investasi e. UMKM memiliki pangsa pasar yang luas
2.	(Mulyana & Wasitowati, 2017, p. 159)	a. Pengembalian modal b. Pertumbuhan laba

		c. Pertumbuhan penjualan d. Pertumbuhan pangsa pasar
3.	(Im et al., 2016, p. 17)	a. Pengurangan biaya b. Peningkatan produktivitas c. Kualitas pekerjaan d. Kepuasan pelanggan

Indikator yang terpilih untuk variabel kinerja usaha adalah dari (Im et al., 2016, p. 17) karena indicator ini dapat mewakili fenomena yang ada pada UMKM di Sudirman Street Day and Night Market. Berikut indikator terpilih:

a. Pengurangan biaya

Usaha atau UMKM berupaya untuk mengurangi biaya produksi.

b. Peningkatan produktivitas

Usaha atau UMKM selalu berupaya untuk meningkatkan produktivitas

c. Kualitas pekerjaan

Usaha atau UMKM selalu berupaya untuk menghasilkan pekerjaan berkualitas tinggi secara keseluruhan.

d. Kepuasan pelanggan

Usaha atau UMKM selalu berupaya untuk mencapai kepuasan pelanggan tingkat tinggi dalam segi pelayanan.

2.1.3 INOVASI PRODUK

1. Definisi Inovasi Produk

Inovasi produk adalah jenis inovasi yang membantu perusahaan untuk mengungguli pesaingnya dan mendapatkan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya (Almodóvar & Nguyen, 2022, p. 2)

Menurut Atalay et al., dalam Almodóvar & Nguyen, (2022, p. 1) Inovasi produk didefinisikan sebagai pengenalan suatu produk yang baru atau ditingkatkan secara signifikan sehubungan dengan karakteristik atau tujuan penggunaannya.

Selain itu menurut West et al. (2014) dan Bogers et al. (2018) dalam Audretsch & Belitski, (2023, p. 1) dalam mendefinisikan inovasi terbuka sebagai konsep yang mencakup tantangan, norma, dan praktik baru dari proses inovasi. Strategi inovasi terbuka meningkatkan kemungkinan saling melengkapi pengetahuan, sehingga menghasilkan inovasi yang lebih cepat dan berkualitas tinggi serta produktivitas perusahaan yang lebih besar.

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti dapat menyimpulkan mengenai Inovasi Produk sebagai pencapaian tujuan yang dimaksudkan untuk inovasi produk baru yang signifikan secara meningkatkan karakteristik atau tujuan penggunaannya. Inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk mengungguli pesaingnya dan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan cara menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada. Strategi inovasi terbuka juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja produk inovasi dengan memungkinkan saling melengkapi pengetahuan antara perusahaan dengan pihak eksternal, yang pada akhirnya dapat menghasilkan inovasi yang lebih cepat, berkualitas tinggi, dan meningkatkan produktivitas perusahaan secara keseluruhan.

2. Dimensi Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:454) dalam Oktaviasari & Sari, (2021, p. 2) dimensi inovasi produk adalah produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk yang telah ada dan perbaikan produk yang telah ada.

Selain itu menurut Sekardia Pratiwi (2016) dalam Saputri, (2020, p. 14) dimensi inovasi produk antara lain:

- a. Perluasan lini (*line extensions*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan bervariasi, sehingga dapat mempermudah konsumen untuk mencari barang yang mereka inginkan.
- b. Produk baru (*me too product*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar.
- c. Produk benar-benar baru (*new to the world product*) adalah produk yang termasuk baru bagi perusahaan maupun pasar

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Inovasi Produk

Menurut Ningrum et al., (2020, p. 3) beberapa faktor yang mempengaruhi Inovasi Produk adalah sebagai berikut:

- a. Permintaan yang memadai.
- b. Produk sesuai dengan struktur pemasaran yang ada.
- c. Produk baru lebih utama dan lebih menguntungkan.
- d. Kemampuan keuangan yang ada.
- e. Kemampuan yang tidak melanggar hukum.
- f. Adanya kemampuan manajemen yang memadai untuk menangani.

4. Pengaruh Inovasi Produk

Menurut Alegre Alegre et al., (2006, p. 337) dalam Hintama et al., (2021, p. 608) kinerja inovasi bisa jadi dianggap sebagai variabel perantara antara proses-proses tertentu dengan kinerja perusahaan secara umum. Berikut pengaruh dari Kemampuan inovasi menurut Rajapathirana & Hui, (2018, p. 47) dalam Hintama et al., (2021, p. 608) bisa mempengaruhi kinerja inovasi melalui:

- a. Organisasi
- b. Proses
- c. Produk
- d. Pemasaran terhadap kinerja perusahaan

5. Indikator Inovasi Produk

Tabel 2. 3 Indikator Inovasi Produk

No.	Nama Peneliti	Indikator
1.	(Ponta et al., 2021, p. 75)	f. Efisiensi g. Diversifikasi h. Kualitas
2.	(Kandrio & Muhsir, 2022, p. 80)	e. Kualitas Produk f. Varian Produk g. Gaya dan Desain Produk
3.	Thomas W.Zimmerer dkk (2008) dalam Nurhaita (2016) dalam (Juli et al., 2021, p. 376)	e. Perubahan desain f. Inovasi teknis g. Pengembangan produk

Indikator yang dipilih adalah menurut Ponta et al., (2021, p. 75) karena Memilih referensi dari Ponta et al. (2021) untuk variabel Inovasi Produk adalah keputusan yang tepat karena variabel-variabel yang diidentifikasi dalam penelitian

ini mencakup aspek-aspek penting yang mempengaruhi keberhasilan produk inovatif. Variabel seperti efisiensi, waktu, diversifikasi, dan kualitas adalah faktor-faktor kunci yang memastikan proses inovasi berjalan optimal dan hasil produknya memenuhi standar tinggi.

Dikatakan bahwa ada 4 indikator dalam Inovasi Produk

1. *Efficiency*

Kemampuan untuk menggunakan sumber daya dengan semaksimal mungkin atau mencapai hasil maksimal dengan waktu atau biaya yang paling sedikit

2. *Disversification*

Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya produk diversifikasi

3. *Quality*

Produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau standar. Dalam berbagai industri, kualitas merupakan hal yang sangat penting dan sering diukur.

2.1.4 PENELITIAN TERDAHULU

Disini Peneliti memasukan beberapa penelitian terdahulu untuk melihat persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu diharapkan memberikan gambaran atau originalitas temuan.

Tabel 2. 4

Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini

No.	Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	(Ta'Amnha et al., 2023) ISSN: 2199-8531	Open innovation: The missing link between synergetic effect of entrepreneurial orientation and knowledge management over product innovation performance	Temuan ini menegaskan bahwa KM sangat penting dan produk yang diinovasi berdasarkan pengetahuan pasar, pengetahuan pesaing, dan pengetahuan konsumen.	Adanya variable x dan z di penelitian ini	Tidak ada variabel y
2	(Wahyono, 2020a) ISSN:0262-1711	The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage	Menunjukkan bahwa semakin tinggi manajemen pengetahuan maka semakin tinggi pula keunggulan kompetitif akan terjadi jika dimediasi oleh inovasi produk yang lebih tinggi.	Adanya variable x dan z	Tidak ada variabel y
3	(Santy et al., 2019)	The Influence Of Product Innovation And Market Orientation To Competitive Advantage (A Survey On Smes Batik Deden Tasikmalaya)	Jika terjadi peningkatan orientasi pasarmaka akan terjadi peningkatan Keunggulan Bersaing dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.	Persamaan pada variable z	Perbedaan pada variable x dan y dan studi kasus
4	(Asiedu, 2015) ISSN: 2162-6359	A Critical Review on the Various Factors that Influence Successful Implementation of Knowledge Management Projects within Organizations	KM sangat penting bagi perusahaan jika ingin mempertahankannya daya saing di industri dan pasar masing-masing.	Adanya persamaan variable x	Tidak adanya variable y dan z
5	(Nasser H. Zaiedet al., 2012b) ISSN: 2074- 9023 (Print) ISSN: 2074- 9031 (Online)	The Role of Knowledge Management in Enhancing	Hubungan yang signifikan antara elemen manajemen pengetahuan dan langkah-langkah peningkatan kinerja.	Persamaan judul pada variable x	Tidak adanya variable y dan z

No.	Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Organizational Performance			
6	(Atmi, 2022b) ISBN: 602473896X, 978602473896	Buku Ajar Knowledge Management	Menejelaskan mengenai manajemen pengetahuan secara umum	Adanya variable x	Tidak membahas variable y dan z
7	(Surya et al.,2013)	Analisa Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan Bersaingdan Kinerja Perusahaan	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>knowledge management</i> terhadap kinerja perusahaan	Adanya persamaan variable x dan y	Tidak adanya variable z
8.	(Andhara, 2018) ISBN: 6020620867, 9786020620862	Knowledge Management: Strategi Mengelola Pengetahuan agar Unggul di Era Disrupsi	Memanfaatkan <i>knowledge management</i> secara optimal. Penulis memaparkan secara menyeluruh konsep <i>Knowledge management</i>	Terdapat variabel x	Tidak ada variabel y dan z
9.	(Hintama et al., 2021) p-ISSN : 2685 9106 e-ISSN : 2686-0384	The Impact of Innovation Capability on Product Innovation Performance (Case Study of Manufacturing Industry in Indonesia)	Studi ini menunjukkan pentingnya Kemampuan Inovasi; studi ini juga menemukan bahwa faktor yang paling disukai dalam membentuk kemampuan inovasi adalah iklim kejadian kesejahteraan, yang menunjukkan bahwa dalam menciptakan inovasi, organisasi perlu menciptakan iklim kerja dan kesejahteraan yang memadai.	Terdapat variabel Y	Tidak ada variabel x dan z pada jurnal ini
10.	(Aydiner et al., 2019) ISSN: 0148-2963	Business analytics and firm performance: The mediating role of business process performance	Kinerja proses bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.	Terdapat variabel Y	Tidak terdapat variabel x dan y
11.	(Taouab & Issor, 2019)ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431	Firm Performance: Definition and Measurement Models	Perusahaan dengan kinerja usaha yang baik dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi dan berjangka panjang,	Terdapat variabel Y	Tidak terdapat variabel X dan Z

No.	Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			yang akan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan individu.		
12.	(Safri & Syarfan, 2023)	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Industri Kerajinan Rotan Kota Pekanbaru	Inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha	Terdapat variabel Y dan Z	Tidak terdapat variabel X
13.	(Setiyono et al., 2022) ISSN (Online) 2597-4017	Determinants of SME's performance: The role of knowledge management, market orientation, and product innovation	<ul style="list-style-type: none"> • KM berpengaruh positif dan signifikan dengan inovasi • KM berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha • Inovasi berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha • KM berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha melalui inovasi 	Terdapat variabel X, Y dan Z	Terdapat variabel Z ₂ (Orientasi Pasar)
14	(Obeidat et al., 2016, p. 16) ISSN: 2040-8269	The impact of knowledge management on innovation: An empirical study on Jordanian consultancy firms	Dimulai dengan proses manajemen pengetahuan, Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga proses tersebut memberikan dampak positif signifikan inovasi	Terdapat variable X dan Z	Tidak ada nya Variabel Y
15	(Herman et al., 2018, p. 16) ISSN: 2455-4286	The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance	Inovasi produk memberikan dampak positif dan signifikan berdampak pada kinerja usaha kecil dan menengah.	Terdapat variable Y dan Z	Tidak ada nya Variabel X

2.2 KERANGKA PEMIKIRAN

Dunia bisnis pada masa sekarang sudah semakin berkembang dengan sangat cepat, salah satunya pelaku UMKM yang ada di Indonesia. Agar kinerja usaha mereka memiliki sebuah perkembangan perlu di butuhkan sebuah pengetahuan, salah satu cara agar mereka bisa meningkatkan kinerja usaha mereka adalah dengan adanya manajemen pengetahuan, manajemen pengetahuan merupakan salah satu faktor yang membantu usaha menjadi berkembang, manajemen pengetahuan merupakan strategi mengelola sebuah pengetahuan, yang berasal dari internal dan eksternal, Ada pula indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lokalisasi, Penggunaan pengetahuan, Akuisisi atau pengembangan pengetahuan. Kodifikasi pengetahuan, dan Transfer pengetahuan.

Faktor penting dalam sebuah usaha adalah sebuah kinerjanya, bagaimana sebuah kinerja usaha bisa meningkat itu tergantung seberapa besar pengaruh sebuah manajemen pengetahuan atau ilmu dari individu-individu yang ada di organisasi tersebut, ada beberapa cara agar kinerja suatu perusahaan bisa meningkat dan ada juga beberapa faktor yang menyebabkan kinerja usaha tersebut menurun penelitian ini bertujuan mencari tau seberapa besar pengaruh dari manajemen pengetahuan terhadap kinerja suatu usaha sebuah UMKM, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengurangan Biaya, Peningkatan produktivitas, Kualitas pekerjaan, dan Kepuasan pelanggan.

Selain yang sudah disebutkan di sebelumnya bahwa manajemen pengetahuan merupakan hal yang terpenting dalam kinerja suatu usaha, inovasi produk juga

merupakan alasan lain kenapa kinerja suatu usaha bisa meningkat atau menurun, karena mereka para pelaku UMKM yang bergerak dalam produksi produk khususnya dalam bidang kuliner harus siap melakukan pembaharuan atau inovasi dalam produk mereka agar usaha mereka selalu meningkat, ada pula Indikator yang digunakan adalah efisiensi, diversifikasi, dan kualitas.

2.2.1 Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa KM tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja bisnis kecuali melalui inovasi. Studi ini menekankan kekuatan inovasi dalam hubungan antara manajemen pengetahuan sebagai anteseden terhadap kinerja bisnis. Kontribusi utama penelitian ini adalah memberikan bukti bahwa inovasi merupakan mediator yang efektif dalam hubungan antara KM dan kinerja bisnis UKM. Oleh karena itu, UKM di Rwanda mungkin menunjukkan kinerja bisnis yang buruk, sampai batas tertentu, karena terbatasnya pemanfaatan sumber daya pengetahuan (Byukusenge & Munene, 2017a, p. 19).

2.2.2 Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Inovasi Produk

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak manajemen pengetahuan proses (akuisisi pengetahuan, berbagi pengetahuan, dan pemanfaatan pengetahuan) dan pendekatan manajemen pengetahuan (jejaring sosial, kodifikasi, dan personalisasi) pada inovasi di perusahaan konsultan Yordania. Dimulai dengan proses manajemen pengetahuan, Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga

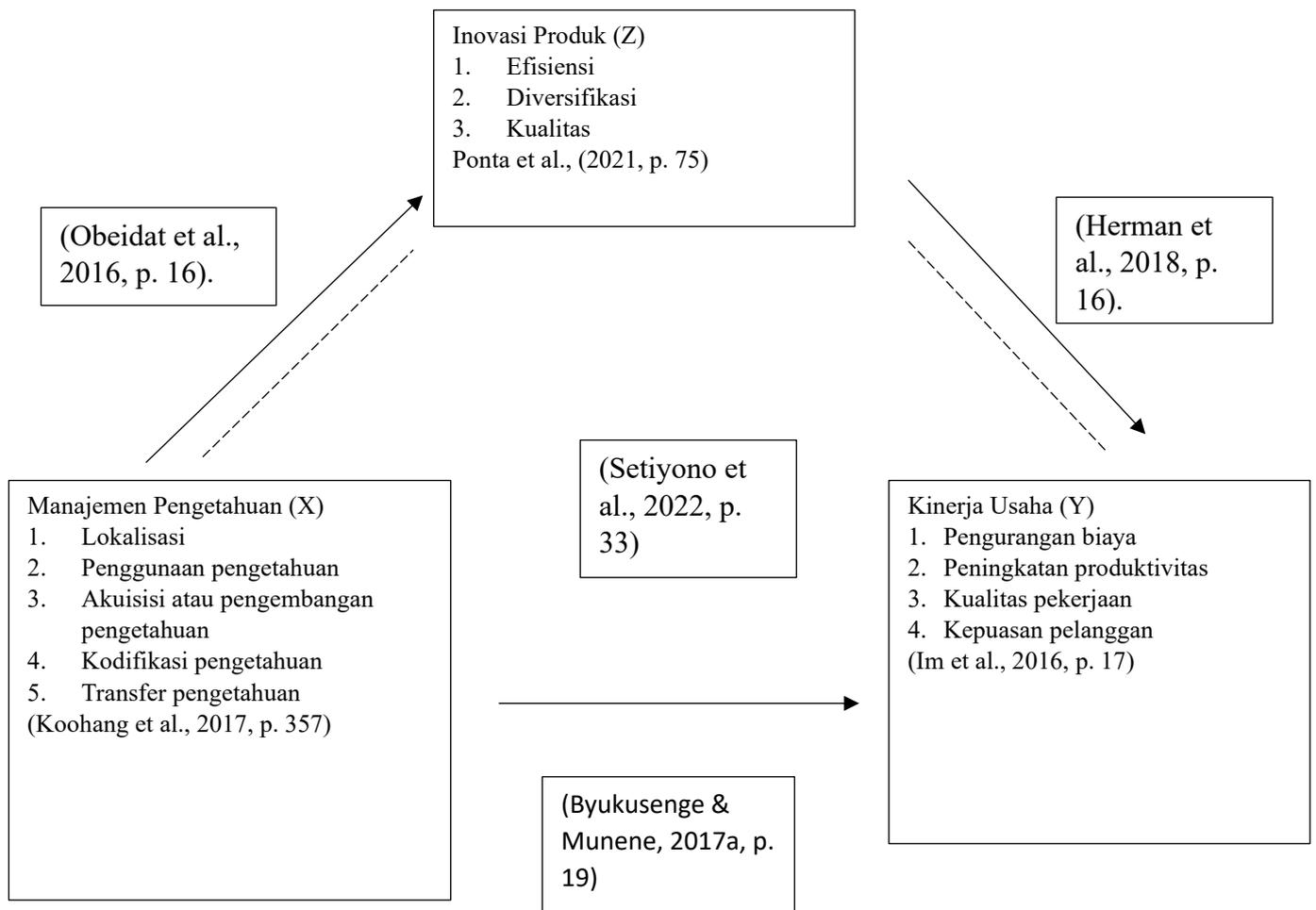
proses tersebut memberikan dampak positif signifikan inovasi (Obeidat et al., 2016, p. 16).

2.2.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha

Inovasi Produk memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kinerja bisnis di UKM Dubai . Temuan ini menyiratkan bahwa UKM Dubai memahami bahwa inovasi memungkinkan mereka meningkatkan kinerja bisnis mereka. suatu perusahaan mampu mencapai tingkat bisnis yang tinggi kinerja dengan mengadaptasi kemampuan untuk memenuhi persyaratan nilai yang berbeda kreasi dan penangkapan dalam permainan inovasi tertentu (misalnya, kompetitif dan konteks teknologi) di mana ia terpilih untuk bersaing (Al-Ansari et al., 2013b, p. 166). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini terlihat dari nilai parameter estimasi pengujian inovasi produk pada kinerja UKM memiliki nilai korelasi positif sebesar 0,28 dan nilai thitung sebesar 2,40, sedangkan nilai ttabel sebesar 1,976. Nilai thitung (2,40) > ttabel (1,976). Demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hipotesis kelima diterima. Inovasi produk yang dikembangkan akan mampu meningkatkan kemampuan UKM untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan berbeda produk pesaing. Untuk dapat menghasilkan produk yang dimiliki kualitas yang baik, maka usaha tersebut harus dapat terus berjalan mengembangkan produk agar produk selalu dihasilkan dihasilkan oleh inovasi yang berkelanjutan (Herman et al., 2018, p. 16).

2.2.4 Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi Produk

Dalam penelitian yang di buat oleh (Setiyono et al., 2022, p. 33) Hasilnya menunjukkan bahwa Studi ini memberikan studi empiris untuk mengetahui dampak manajemen pengetahuan, inovasi produk, dan kinerja UKM dalam ruangan di Jawa Timur, Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun KM mempunyai dampak parsial terhadap inovasi produk, inovasi produk bertindak sebagai perantara yang lengkap dalam hubungan antara manajemen pengetahuan dan kinerja UKM. Selain itu, KM tidak berdampak langsung terhadap kinerja UKM namun harus dimanfaatkan melalui inovasi produk.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3 HIPOTESIS

Dari pemaparan yang sudah dijelaskan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu ditemukan hipotesa sebagai berikut ini:

H1: Terdapat pengaruh antara Manajemen Pengetahuan terhadap terhadap Kinerja Usaha

H2: Terdapat pengaruh antara Manajemen Pengetahuan terhadap Inovasi Produk.

H3: Terdapat pengaruh antara Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha.

H4: Terdapat pengaruh antara Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk.