

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 2.1.1 Knowledge Management

###### 2.1.1.1 Pengertian Knowledge Management

Menurut Lita Wulantika (2013:264) *Knowledge Management* merupakan kegiatan organisasi dalam mengelola pengetahuan sebagai aset, dimana dalam berbagai strateginya ada penyaluran pengetahuan yang tepat kepada orang yang tepat dan dalam waktu yang cepat, hingga mereka bisa saling berinteraksi, berbagi pengetahuan dan mengaplikasikannya dalam pekerjaan sehari-hari demi peningkatan kinerja organisasi.

Menurut penelitian yang dilakukan **Purnamawati et al. (2013:3)** *Knowledge Management* adalah koordinasi yang terencana dan sistematis atas orang-orang, teknologi, proses, dan struktur organisasi dalam rangka memberikan nilai tambah melalui penggunaan ulang pengetahuan dan inovasi. Koordinasi ini dicapai melalui penciptaan, penyebaran, dan pengaplikasian pengetahuan dengan melalui pemberian pembelajaran (*lessons learned*) yang bernilai dan *best practice* ke dalam memori perusahaan untuk mendorong pembelajaran organisasi (*organization learning*).

Menurut penelitian yang dilakukan **Purnamawati et al. (2013:3)** menjelaskan *Knowledge Management* yaitu kemampuan secara selektif mengarsipkan, memperoleh dan mengakses *best practice* dari pengetahuan serta pengambilan keputusan yang

terkait dengan suatu pekerjaan oleh karyawan dan manajer, untuk perilaku individu dan kelompok.

Sedangkan menurut **Bakhtiar Abbas et al. (2014 :1088)**” *Knowledge Management of good will encourage improve the performance of an organization that have an impact on the competitiveness of the organization. Empirically, the literature discusses how knowledge Management in an organization will have an impact on the improvement of the competitive advantage of the organization that is a reflection of the performance of the organization.*” (Manajemen Pengetahuan yang baik akan mendorong peningkatan kinerja suatu organisasi yang berdampak pada daya saing organisasi. Secara empiris, literatur membahas bagaimana manajemen pengetahuan dalam suatu organisasi akan berdampak pada peningkatan keunggulan kompetitif organisasi yang merupakan cerminan dari kinerja organisasi).

Menurut Dalkir (2015 :4) “*Knowledge Management is a multidisciplinary field of study that covers a lot of ground*” (Manajemen Pengetahuan adalah bidang studi multidisiplin yang mencakup banyak bidang).

Menurut penelitian yang di lakukan **Iwan Kurniawan et al. (2018 :1471)** “*Knowledge management is a process of formatted and directed in digesting information that has been owned by a company and looking for what is needed by each individual within the company to then facilitate it to be easily accessible and always available whenever needed*” (Manajemen pengetahuan adalah proses yang diformat dan diarahkan untuk menggali informasi yang telah dimiliki oleh suatu perusahaan dan mencari apa yang dibutuhkan oleh setiap individu di dalam

perusahaan untuk kemudian memudahkannya agar mudah diakses dan selalu tersedia kapan pun diperlukan).

Manajemen Pengetahuan merupakan suatu yang sangat penting dimiliki baik individu maupun kelompok dalam perusahaan untuk mengembangkan Manajemen Pengetahuan bagi karyawan karena dengan semakin banyak pengetahuan yang terdapat pada individu dalam perusahaan akan menciptakan sebuah perusahaan yang maju. Dimana Manajemen Pengetahuan dapat membantu sebuah perusahaan dalam melakukan berbagi pengetahuan tentang masalah – masalah yang terjadi pada perusahaan serta bagaimana cara mengatasinya.

#### **2.1.1.2 Membangun Knowledge Management**

**Lita Wulantika (2013:266)** Mengungkapkan *Knowledge Management* dapat di bangun dengan melalui empat pilar proses yaitu:

1. Penciptaan pengetahuan; saat pengetahuan baru diciptakan melalui proses inovasi
2. Transfer pengetahuan; saat menyamakan tingkat pengetahuan melalui transfer pengetahuan.
3. Penggunaan pengetahuan; saat pengetahuan digunakan dalam organisasi.
4. Penyimpanan pengetahuan; saat menyimpan pengalaman saat ini dan yang telah lalu untuk pemanfaatan atau penciptaan pengetahuan baru di masa depan. tahap ini merupakan tahap yang paling mudah dilaksanakan.

### 2.1.1.3 Manfaat Knowledge Management

**Suparto dan Kevin (2013 :12)** Manfaat yang diterima dengan menerapkan *Knowledge Management* yaitu:

1. Penghematan waktu dan biaya

*Knowledge Management* yang diterapkan, dapat membuat organisasi atau perusahaan mengeluarkan waktu atau pun biaya untuk mencari pengetahuan yang sama, setiap terjadinya suatu perubahan SDM di dalamnya.

2. Peningkatan aset pengetahuan

*Knowledge Management* yang telah diterapkan, dapat membantu tiap individu di dalam organisasi atau perusahaan tidak perlu mempelajari ulang dari awal lagi, tetapi dengan KM ini mereka dapat mempelajarinya dengan cepat, sehingga mampu meningkatkan kompetensi dari tiap – tiap individu.

3. Meningkatkan pengambilan keputusan.

Dengan adanya *Knowledge Management* individu di dalamnya dapat mendapatkan informasi–informasi atau laporan sebelumnya pada organisasi atau perusahaan, sehingga tidak terjadi suatu keputusan yang salah pada kondisi yang sama.

4. Meningkatkan efisiensi proses dan cara kerja.

*Knowledge Management* dapat membantu organisasi atau perusahaan dalam mengevaluasi kinerjanya dari periode– periode sebelumnya, sehingga ke depannya dapat diperbaiki dan dikembangkan.

5. Meningkatkan kemampuan dalam berinovasi terhadap produk dan jasa  
Melalui *Knowledge Management*, organisasi atau perusahaan dapat melakukan analisis dari pengetahuan yang telah dikumpulkan, sehingga dapat mengembangkan tiap produk dan jasa di dalamnya.

#### **2.1.1.4 Dimensi Knowledge Management**

Menurut **Lita Wulantika (2013:265)** dalam menerapkan *Knowledge Management* terdapat Tiga Komponen atau elemen yang terlibat yaitu:

1. Manusia

Knowledge Management akan tercipta dengan adanya orang. Orang merupakan awal dasar terbentuknya suatu knowledge Management. Tidak adanya orang maka Knowledge Management tidak akan ada.

2. Proses

Dengan terjadinya sebuah proses yang baik dan benar sesuai dengan proses maka akan terjadinya kemudahan dalam mencapai tujuan.

3. Teknologi

Teknologi akan mempermudah suatu proses *Knowledge Management* di mana akan terjadinya penyimpanan dan kemudahan menggunakan informasi dengan menerapkan teknologi yang baik dan sesuai dengan standar.

#### **2.1.1.5 Cakupan Knowledge Management**

**Dalkir (2015 :6)** Manajemen pengetahuan mengacu pada sejumlah besar bidang yang beragam seperti:

1. *Organizational science.*
2. *Cognitive science.*

3. *Linguistics and computational linguistics.*
4. *Information technologies such as knowledge-based systems, document and information Management, electronic performance support systems, and database technologies.*
5. *Information and library science.*
6. *Technical writing and journalism.*
7. *Anthropology and sociology.*
8. *Education and training.*
9. *Storytelling and communication studies.*
10. *Collaborative technologies such as Computer Supported Collaborative Work and groupware, as well as intranets, extranets, portals, and other web technologies.*

#### **2.1.1.6 Indikator Knowledge Management**

Menurut penelitian yang di lakukan **Iwan Kurniawan et al (2018:1471)** di bagi menjadi beberapa indikator prioritas di antaranya:

1. *Identification of knowledge*

Merupakan suatu cara seorang individu dalam melihat apakah sesuatu yang di jalankan sudah sesuai dengan rencana atau tidak

2. *Reflection of knowledge*

Merupakan aktivitas atas umpan balik dari pegawai terhadap organisasi dengan menerapkan pengetahuannya untuk menciptakan efisiensi dalam bekerja sehingga proses yang dilakukan terlaksana dengan cepat.

### 3. *Knowledge Sharing*

Merupakan salah satu metode atau salah satu langkah dalam siklus Manajemen Pengetahuan yang digunakan untuk memberikan kesempatan kepada anggota suatu kelompok, organisasi, instansi atau perusahaan untuk berbagi pengetahuan yang mereka miliki kepada anggota lainnya.

### 4. *Use of knowledge*

Merupakan suatu rangkaian yang terjadi bagaimana seorang karyawan dalam menggunakan pengetahuan yang dimiliki dalam kegiatan bekerja.

## 2.1.2 **Kemitraan**

### 2.1.2.1 **Pengertian Kemitraan**

Menurut **Agung Sofani et al. (2017 :116)** Kemitraan merupakan sebuah upaya untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis melalui kapabilitas teknologi aplikatif dan inovasi yang dapat dicapai.

Menurut **Jane et al. (2017 :116)** Kemitraan dapat dicapai jika perusahaan mampu mengembangkan sebuah mekanisme untuk mengelola pengetahuan/ *Knowledge Management* yang diperoleh serta melakukan komunikasi dan menggunakan teknik konflik resolusi yang tepat (dengan pemasok mitra).

Menurut penelitian yang di lakukan **Agung Sofani et al, (2017:207)** Kemitraan adalah suatu kerja sama (asosiasi) dua orang atau lebih yang secara bersama-sama menjalankan usaha bersama.

Sedangkan menurut penelitian yang di lakukan **Agung Sofani et al (2017:207)** Kemitraan adalah kerja sama dua atau lebih orang yang bersama-sama memiliki perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba.

### **2.1.2.2 Tolak Ukur Kemitraan**

Menurut **Umi Azizah et al, (2017:209)** Pengujian dalam Kemitraan Terdapat beberapa factor yang menjadi tolak ukur yaitu:

1. Kepercayaan

Dalam membangun sebuah usaha menciptakan kepercayaan pada produk atau jasa yang diberikan merupakan kunci utama dalam menuju kesuksesan.

2. Kerja sama

Dalam mewujudkan keberhasilan pada usaha di perlukannya kerja sama antara pelaku usaha dengan konsumen dan mitra

3. Ketergantungan

Dalam mempertahankan perusahaan agar selalu dapat eksis dengan menciptakan ketergantungan para mitra.

### **2.1.2.3 Kaidah Kemitraan**

Menurut penelitian yang di lakukan **Nabila Ghassani (2015 :145)** bahwa agar kemitraan antara usaha besar dengan usaha kecil dan dapat berlangsung secara alamiah dan langgeng, maka dalam menjalin hubungan bisnis didasarkan pada kaidah-kaidah bisnis sebagai berikut:

1. Saling Menguntungkan

2. Berorientasi pada peningkatan daya saing

3. Memenuhi Aspek

- a. Harga yang bersaing



Penetapan harga harus bisa bersaing dengan harga yang di tawarkan pesaing

b. Kualitas dan mutu baik

Harus sesuai dengan yang diperjanjikan

c. Kuantitas

Dapat memenuhi jumlah yang ditentukan

d. *Delivery*

Pemenuhan atau penyerahan barang dan jasa sesuai dengan yang sepakati

4. Ada kesediaan dari pihak usaha besar untuk melakukan pembinaan terhadap usaha kecil sebagai mitra usahanya.

#### 2.1.2.4 Manfaat Kemitraan

Menurut **Hendrianto (2018 :8)** mengatakan terdapat beberapa manfaat kemitraan yaitu:

1. Standarisasi prosedur, mekanisme dan produk
2. Menghindari Kompetisi yang tidak perlu
3. Menghindari dominasi dan proteksi terhadap *Barrier*
4. Berbagi Risiko
5. *Economies of scale and scope*
6. Akses dan optimalisasi sumber daya, teknologi dan pasar
7. Menyatukan Kekuatan (*Unitiling forces*)
8. Mengurangi dan menjembatani gap / kesenjangan
9. Kesejahteraan masyarakat

## 10. Stabilitas

### 2.1.2.5 Indikator Kemitraan

Menurut penelitian yang di lakukan **Agung Sofani et al. (2017:207)** dalam mengukur Kemitraan terdapat beberapa indikator di antaranya:

#### 1. Penekanan Pada Kualitas Tinggi

Kesadaran kualitas terhadap seluruh proses baik dalam bentuk jasa dan produk yang di lakukan melalui kelompok atau individu dengan terpusat pada kualitas dengan berhubungan secara langsung terhadap kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan, yang artinya kualitas tidak hanya pada produk tetapi juga pada kualitas perusahaan secara menyeluruh.

#### 2. Hubungan Jangka Panjang

Membangun sebuah kepercayaan dalam menjalankan usaha dengan memperhatikan dengan baik dan teliti dalam memberikan suatu produk atau jasa, sehingga terbentuknya kepercayaan dari masyarakat akibat dari kepuasan yang diterima dan akhirnya menjadikan konsumen menjadi mitra dalam jangka panjang.

#### 3. Pemecahan Masalah Bersama

Suatu kesadaran bagi perusahaan dalam menciptakan suatu yang lebih baik yaitu dengan memfokuskan penyelesaian harus di sesuaikan dengan keadaan mitra usaha agar tercapainya pemecahan masalah yang berdampak baik bagi kedua belah pihak ke depannya untuk mencapai visi misi perusahaan baik bagi perusahaan dan rekan mitra perusahaan.

#### 4. Perbaikan Berkelanjutan

Keharusan bagi perusahaan dalam memperbaiki dan mengembangkan produk, layanan ataupun proses secara terus menerus agar dapat terciptanya peningkatan pada produk atau jasa sehingga mengurangi pemborosan.

#### 5. Perencanaan Penetapan Tujuan Bersama

Kesadaran sebuah perusahaan dan mitra dalam mencapai suatu tujuan bermitra yaitu mencapai keuntungan bersama dengan melakukan perencanaan, penetapan pada tujuan kerja sama yang dijalin.

### **2.1.3 Keunggulan Bersaing**

#### **2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing**

Menurut **Lucky Radi et al. (2016:106)** Perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang memiliki daya saing yang kuat.

Menurut penelitian yang di lakukan **Lucky Radi et al. (2016 :106)** Keunggulan bersaing didapat ketika perusahaan memiliki orientasi pada pelanggan selain internal perusahaan dan pesaing.

Sedangkan Menurut penelitian yang di lakukan **Lucky Radi et al (2016:106)** Konsep keunggulan bersaing merupakan perubahan dari keunggulan komparatif dalam sumber daya dan keunggulan bersaing tersebut mengenai pasar dan kinerja keuangan yang superior.

Menurut penelitian yang di lakukan **Bakhtiar Abbas et al (2014 :1088)**  
*“Competitive Advantage Can Be Created When the Organization Has a Good*

*Knowledge Management*” (keunggulan kompetitif dapat diciptakan ketika organisasi memiliki manajemen pengetahuan yang baik).

Menurut penelitian yang di lakukan **Orga (2018:614)** *“Competitive advantage grows fundamentally out of value a firm is able to create for its buyers that exceeds the firm's cost of creating it.”* (keunggulan kompetitif tumbuh secara fundamental di luar nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan untuk menciptakannya).

Menurut **Orga (2018:615)** *“in general, only two possible competitive advantages a Firm may possess, a cost advantage or a differentiation advantage”* (Menegaskan bahwa, secara umum, hanya dua keunggulan kompetitif yang mungkin dimiliki oleh suatu Perusahaan, keunggulan biaya atau keunggulan diferensiasi).

Menurut **Lucky Radi et al (2017:107)** Keunggulan bersaing dapat diciptakan apabila pelanggannya merasakan jasa atau produk yang ditawarkan lebih baik dari pada pesaing.

Sedangkan menurut penelitian yang di lakukan **Raeni Dwi Santy et al (2013:4)** *“Competitive advantage is the result of the implementation of strategies that utilize a variety of resources owned by the company”* (Keunggulan kompetitif adalah hasilnya dari implementasi dari strategi memanfaatkan itu berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan).

Sebuah perusahaan di katakana unggul dalam bersaing yaitu perusahaan yang mampu menerapkan visi – misi perusahaan dalam bekerja, menerapkan

strategi yang baik, berorientasi pada pangsa serta menciptakan sesuatu yang di inginkan pembeli baik produk maupun jasa.

### **2.1.3.2 Faktor Yang Mengancam Keunggulan Bersaing**

Menurut penelitian yang di lakukan **Siamak Azadi (2011:59)** Mengemukakan beberapa faktor yang dapat mengancam dalam keunggulan dalam bersaing yaitu:

1. Ancaman Pendatang Baru (*The Threat of New Entrants*)
2. Persaingan Di Antara Perusahaan Yang Ada Dalam Suatu Industry (*Rivalry Among Existing Firms Within an Industry*)
3. Ancaman produk / jasa pengganti (*The Threat of Substitute Products/Services*)
4. Daya tawar pemasok (*The Bargaining Power of Suppliers*)
5. Daya tawar pembeli (*The Bargaining Power of Buyers*)

### **2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing**

Menurut penelitian yang di lakukan **Lucky Radi et al, (2016:107)** keunggulan bersaing mempunyai indikator - indikator sebagai berikut:

#### 1. Cost Leadership

Dengan menerapkan Cost Leadership sebuah perusahaan akan mampu menekan biaya pengeluaran dalam kegiatan suatu perusahaan dan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar sehingga akan terciptanya kinerja yang lebih baik.

## 2. Differentiation

menciptakan suatu produk atau jasa yang berbeda dari yang lain dan memaksimalkan secara keseluruhan akan menciptakan suatu yang bernilai dan berbeda bagi para pelanggan.

## 3. Focus

Memanfaatkan dan mengoptimalkan tujuan suatu perusahaan dengan taat pada apa yang di targetkan sesuatu perusahaan untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang berbeda untuk mencapai target perusahaan.

### 2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Agung Sofani, Miyasto, Indi Djastuti 2017	Kemitraan Dan <i>Knowledge Management</i> Sebagai Strategi Adaptasi Perubahan Lingkungan Bisnis Untuk Meningkatkan keunggulan Bersaing Berkelanjutan	pengaruh langsung dari kemitraan dan knowledge Management lebih besar daripada pengaruh tidak langsung nya terhadap keunggulan bersaing.	Menggunakan variable independent dan dependent yang sama yaitu kemitraan, Knowledge Management dan Keunggulan Bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan 4 variabel
2	Josephine Ivoma Orga* (Ph.D.), Chikizie Sunday Nnadi (Ph.D.), Emeh Ndidiam aka Chioma 2018	The Role of Knowledge Management on the Competitive Advantage of Food and Beverage Firms in South East Nigeria	This means that a positive learning climate is valuable for firms that seek to outperform its competitors through various collaborative communities and networks that results to innovation, which brings about competitiveness.	Menggunakan variable independent dan dependent yang sama yaitu Knowledge Management dan Keunggulan Bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan 2 variabel

No	Nama Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
3	Muliasari Kurniati Muchta, Miyasto, Edy Rahardja 2018	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, Dan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Kerajinan Logam Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)	menunjukkan adanya hubungan tidak signifikan antara Kemitraan terhadap kinerja usaha	Menggunakan variable independent dan dependent yang sama yaitu Kemitraan, Knowledge Management dan Keunggulan Bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan 4 variabel
4	Lucky Radi Rinandiyana, Ane Kurniawati, Dian Kurniawan 2016	Strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui pengembangan, desain, dan kualitas produk (kasus pada industri pakaian muslim di kota tasikmalaya)	adanya pengaruh yang signifikan dari pengembangan, desain dan kualitas produk terhadap daya saing pada industri busana Muslim di Kota Tasikmalaya baik secara total maupun parsial.	Menggunakan variable keunggulan bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan intervening
5	Siamak Azadi 2011	Strategies for competitive advantage in Electronic commerce	Adanya Pengaruh Internet Dan E-Commerce Untuk Membangun Kompetitif	Menggunakan variable keunggulan bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan 2 variabel
6	Bakhtiar Abbas, Muh. Syarif, Usman Rianse, Nurwati 2014	The Effect of Knowledge Management on Competitive Advantage	manajemen pengetahuan tidak signifikan untuk keunggulan kompetitif dikelola perguruan tinggi oleh masyarakat di Sulawesi Tenggara	Menggunakan variable independent dan dependent yang sama yaitu Knowledge Management dan Keunggulan Bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan 2 variabel
7	Umi Azizah, Ida Maftukha 2017	Pengaruh kemitraan dan orientasi pelanggan terhadap kinerja Pemasaran melalui	kedua variabel berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing, sedangkan keunggulan bersaing dapat	Menggunakan variable independent dan dependent yang sama yaitu Kemitraan dan Keunggulan Bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan 2 variabel yang sama

No	Nama Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		keunggulan bersaing	memediasi pengaruh kemitraan dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran.		
8	Purnawati Yusak Anshori 2017	Peningkatan keunggulan bersaing berbasis knowledge Management melalui intellectual capital dan inovasi Di Surabaya plaza hotel	Adanya pengaruh peningkatan keunggulan bersaing melalui knowledge management dengan melakukan sharing, pembelajaran dan prime improver team	Menggunakan variable independent dan dependent yang sama yaitu Knowledge management dan Keunggulan Bersaing	Penelitian yang terdahulu menggunakan variabel intervening

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Bagi seorang pelaku usaha semuanya memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan selalu melakukan yang terbaik agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dan berkembang dengan berbagai cara agar hal tersebut dapat di capai yaitu dengan selalu meningkatkan keunggulan dari segi produk atau jasa yang ditawarkan pada konsumen. Akan tetapi yang selalu di rasakan seorang pengusaha untuk menciptakan sesuatu yang memiliki keunggulan dari pesaing lain yaitu kurangnya pengalaman, pengetahuan, skill dan media atau wadah dalam pembelajaran dan pelatihan.

Ada beberapa faktor yang menghambat pelaku usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing dari pengusaha lain sehingga mendorong pelaku usaha agar memiliki pengetahuan manajemen dalam usaha yang di jalankan agar berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan. Dengan demikian memiliki pengetahuan



dalam menjalankan usaha akan menciptakan keinginan pengusaha terus melakukan perbaikan secara terus menerus apabila pengetahuan manajemen dapat memberikan manfaat dalam menciptakan keunggulan dalam bersaing.

Bukan hanya pengetahuan manajemen saja yang dibutuhkan pengusaha melainkan ada beberapa faktor lain yang dibutuhkan pengusaha yaitu menjalin kemitraan agar selalu bisa berkembang, dengan adanya mitra maka usaha yang di jalankan akan di pastikan dapat bertahan karena adanya saluran pengusaha dalam menjual produk atau jasa yang di miliki.

Dengan demikian, menciptakan keunggulan bersaing pada pelaku usaha sentra percetakan pagarsih Bandung di pengaruhi oleh pengetahuan manajemen dan kemitraan dalam mengembangkan usaha.

### **2.2.1 Keterkaitan Knowledge Management Dengan Keunggulan Bersaing**

Menurut penelitian yang di lakukan **Muliasari Kurniati et al. (2018:140)** sumber ekonomi paling vital untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah manajemen pengetahuan.

Menurut penelitian yang di lakukan **Muliasari Kurniati et al. (2018:140)** perusahaan yang telah mengadopsi program dan strategi Knowledge Management telah meningkatkan keterampilan karyawan lebih banyak daripada perusahaan lain dan mewujudkan pengambilan keputusan yang lebih baik.

Hal ini di per kuat oleh peneltian yang dilakukan Purnamawati dan Yusak Anshori yang menyatakan bahwa penerapan Knowledge Management akan menghasilkan keunggulan bersaing.

### **2.2.2 Keterkaitan Kemitraan Dengan Keunggulan Bersaing**

Menurut **Muliasari Kurniati et al. (2018:140)** Kemitraan dalam memenuhi kondisi sumber daya sangat membantu untuk mencapai keunggulan kompetitif.

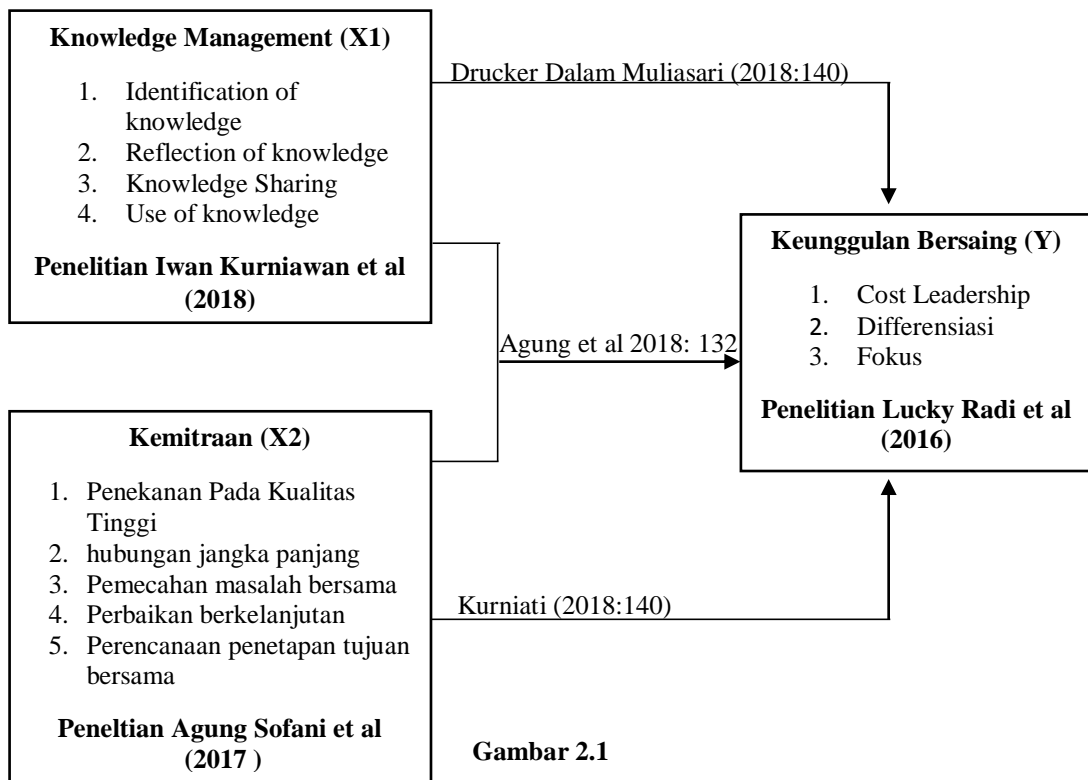
Menurut penelitian yang di lakukan **Muliasari Kurniati et al. (2018:140)** Jika produsen dan pemasok dapat menerapkan Kemitraan yang kompeten, kedua belah pihak akan dapat meningkatkan nilai, menurunkan biaya dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Hal ini di perkuat oleh peneltian yang di lakukan Umi Azizah dan Ida Maftukhah yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung antara kemitraan dengan keunggulan bersaing.

### **2.2.3 Hubungan Knowledge Management dan kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing**

Pelaku usaha harus berorientasi pada kegiatan kemitraan dan pengembangan Knowledge Management untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing. (Agung Sofani et al, 2017 :134).

Hal ini dapat di simpulkan bahwa dalam menciptakan keunggulan bersaing harus melakukan kolaborasi antara knowledge Management dan kemitraan sangat memiliki pengaruh bagi perusahaan yang ingin bertahan pada persaingan yang sangat ketat sekarang.



**Gambar 2.1**  
**Paradigma Penelitian**

### 2.3 Hipotesis

Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas dalam pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Utama:

- Terdapat Pengaruh Manajemen Pengetahuan Dan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

Sub Hipotesis

- Terdapat Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
- Terdapat Pengaruh Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.