

# Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Inovasi: Kasus Industri IT di Indonesia

Gidionton Saritua Siagian<sup>1</sup>, Zulfa Fitri Ikatrinasari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jasa Konsultasi IT Digital Transformation, PT. TIBCO Software Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Magister Teknik Industri, Universitas Mercu Buana, Jakarta

Corresponding author: [gidionton@hotmail.com](mailto:gidionton@hotmail.com)

---

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh hubungan antara manajemen pengetahuan dengan inovasi di perusahaan-perusahaan yang berbasis IT di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode SEM (Structured Equation Modelling) dengan menggunakan PLS software berdasarkan data primer dari kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa pengaruh manajemen pengetahuan terhadap inovasi adalah positif signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hubungan antar dimensi yang cukup kuat, dimana manajemen pengetahuan sangat memberikan dampak positif terhadap dimensi inovasi proses dan dimensi inovasi produk. Kerangka yang diusulkan dapat digunakan untuk memandu pengembangan strategi penerapan manajemen pengetahuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan melalui inovasi.

Kata kunci: manajemen pengetahuan, inovasi, model struktural, PLS-SEM

**Abstract.** The purpose of this research is to examine the effect of the relationship between knowledge management and innovation in companies based on IT in Indonesia. This study uses the SEM (Structured Equation Modeling) method using PLS software based on primary data from the questionnaire. Based on the results of the study, it was found that the influence of knowledge management on innovation was significantly positive. This can be seen from the relationship between dimensions that is quite strong, where knowledge management has a very positive impact on the dimensions of process innovation and dimensions of product innovation. The proposed framework can be used to guide the development of strategies for implementing knowledge management to enhance the competitiveness of companies through innovation.

Keywords: knowledge management, innovation, Structured Equation Modelling, PLS-SEM

---

## 1 Pendahuluan

Disrupsi demi disrupsi bisnis terus terjadi dengan sangat cepat di masa kini. Perusahaan yang dulu pernah menguasai pangsa pasar dunia banyak yang telah mengalami penurunan drastis dan diambil alih oleh perusahaan-perusahaan yang dulunya belum ada. Saat ini 10 perusahaan teratas versi Forbes dan Fortune 100 di dominasi oleh perusahaan-perusahaan IT di dunia. Perusahaan yang tidak beradaptasi terhadap perubahan pasar dan tidak melakukan inovasi telah kehilangan pangsa pasarnya. Perusahaan harus membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan mereka dengan mengembangkan dan/atau memperoleh sumber daya yang strategis (Lau, 2002). Conner (1996) menegaskan bahwa pengetahuan adalah sumber daya yang kritis dan merupakan dasar dari pandangan berbasis sumber daya. Fokus pada pengelolaan pengetahuan telah menjadi kapabilitas utama perusahaan dan pengetahuan telah menjadi sumber daya ekonomi paling utama dan yang paling mendominasi bahkan akan menjadi satu-satunya sumber daya paling unggul dalam kompetisi (Drucker, 1995). Inovasi bergantung pada pengetahuan (Plessis, 2007).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara manajemen pengetahuan dengan inovasi di perusahaan-perusahaan berbasis IT di Indonesia.

## 2 Kajian Pustaka

Peneliti mendefinisikan istilah berdasarkan konsep yang berbeda. Beberapa definisi KM adalah sebagai berikut:

- Manajemen Pengetahuan sebagai proses mengadaptasi pengetahuan yang ada untuk menyelesaikan tantangan bisnis saat ini dan menciptakan solusi baru dengan mempelajari pola dalam pengetahuan yang ada (McAdam, 2000).
- Manajemen Pengetahuan sebagai kegiatan dan proses yang diarahkan pada penciptaan dan pemanfaatan pengetahuan dalam suatu organisasi (Rosenthal, 2008). Definisi ini cenderung menghindari pentingnya faktor manusia dalam Manajemen pengetahuan (karena pengetahuan adalah hasil dari kegiatan sebelum dan sebelumnya serta spekulasi retrospektif untuk memberikan interpretasi subjektif dari tindakan tersebut (Nonaka, 1996).
- Manajemen pengetahuan bukan hanya tentang proses, tetapi sangat bergantung pada aktivitas manusia. Manajemen pengetahuan didasari oleh aktivitas manusia, proses, interaksi sosial, pengalaman dan interpretasi kognitif informasi (Holsapple, 2005).

*Knowledge management* memiliki aspek yang saling terkait satu sama lain, yaitu: *people*, *process*, dan *technology* (Bhatt, 2009). Tiga elemen *knowledge management* yaitu *people*, *process*, dan *technology* merupakan elemen penting yang dapat menentukan keberhasilan *knowledge management*. *Knowledge management* pada dasarnya adalah integrasi dari *people* dan *process*, yang kemudian didukung oleh pemanfaatan teknologi dalam memfasilitasi pertukaran informasi, pengetahuan, dan keahlian sehingga meningkatkan kinerja organisasi.

*People* (manusia) merupakan aspek yang utama dalam kontribusinya terhadap *knowledge management*. Peran *people* sangat penting untuk memberikan kontribusi sebagai penghasil *knowledge* itu sendiri dan penyebar *knowledge*. Jika aspek ini tidak diperhatikan dengan baik, yang diartikan menggerakkan aspek manusia sebagai pendukung utama, maka *knowledge management* akan mengalami kegagalan dalam praktiknya.

*Process* merupakan salah satu bagian dari *knowledge management strategy*. Proses merupakan hal yang berhubungan dengan proses pengambilan (*capture*) nilai-nilai *knowledge* ke dalam suatu media dan kemudian didistribusikan ke setiap individu lainnya untuk digunakan kembali.

*Technology*, merupakan aspek ketiga yang menjadi sebuah alat dalam mendukung unsur *people* maupun *process* berjalan dengan benar. Jika aspek ini hanya berdiri sendiri maka keberhasilan dari suatu *knowledge management* tidak akan tercapai, sebab unsur teknologi hanya sebagai suatu alat pendukung terjadinya proses transmisi *knowledge* dan pendukung penyebaran *knowledge* dari unsur *people*, artinya unsur teknologi tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya kedua unsur lainnya.

Kemampuan untuk berinovasi selalu menjadi salah satu faktor yang berkontribusi pada keberhasilan suatu organisasi. Organisasi yang memiliki motivasi yang kuat untuk berinovasi dan iklim organisasi yang memungkinkan untuk mendorong ide-ide inovatif adalah organisasi yang akan berinovasi dengan cepat dan berhasil. Ada beberapa definisi inovasi menurut beberapa sumber sebagai berikut:

- Menciptakan asosiasi baru (kombinasi) produk-pasar-teknologi-organisasi (Boer, 2001)
- Inovasi dapat didefinisikan sebagai proses yang memberikan nilai tambah dan tingkat kebaruan bagi organisasi, pemasok dan pelanggan, mengembangkan prosedur, solusi, produk dan layanan baru serta cara pemasaran baru (Knox, 2002)
- Inovasi adalah ide-ide baru yang terdiri dari: produk dan layanan baru, pasar baru dari produk yang sudah ada, pasar baru untuk produk yang sudah ada atau metode pemasaran baru (Kenneth, 1986)
- Kemampuan untuk menemukan hubungan baru, melihat sesuatu dari perspektif baru dan untuk membentuk kombinasi baru dari konsep yang ada (Evans, 1991)
- Melibatkan penciptaan pengetahuan dan difusi pengetahuan yang ada (Rogers, 1998)

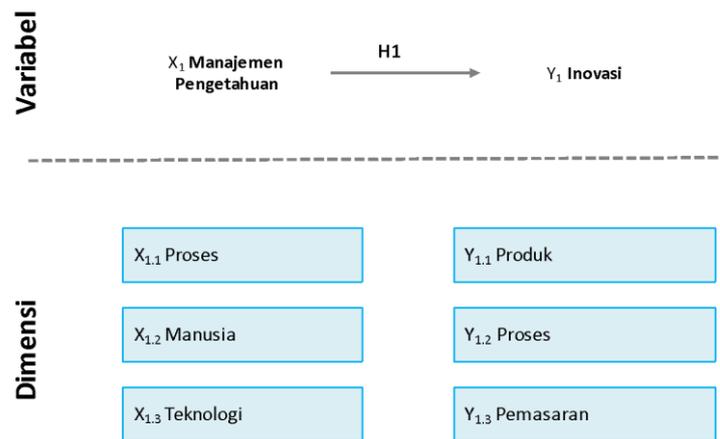
Istilah inovasi memang selalu diartikan secara berbeda-beda oleh beberapa ahli. Menurut Suryani (2008), Inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami. Namun demikian, dalam konteks pemasaran dan konteks perilaku konsumen inovasi dikaitkan dengan produk atau jasa yang sifatnya baru. Baru untuk merujuk pada produk yang memang benar-benar belum pernah ada sebelumnya di pasar dan baru dalam arti ada hal yang berbeda yang merupakan penyempurnaan atau perbaikan dari produk sebelumnya yang pernah ditemui konsumen di pasar. Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan dan atau pemanfaatan atau mobilisasi

pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses yang dapat memberikan nilai yang lebih berarti. Menurut Rosenfeld dalam Sutarno (2012), inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Sedangkan menurut Mitra pada buku tersebut dan pada halaman yang sama, bahwa inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru atau dengan kata lain merupakan mobilisasi pengetahuan, keterampilan teknologis dan pengalaman untuk menciptakan produk, proses dan jasa baru.

Pengaplikasian inovasi terdapat empat faktor yang mendasarinya, menurut Nugroho (2003), terdiri dari:

- *Orientasi Produk* - Konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas dan performance terbaik serta inovatif. Perusahaan seringkali mendesain produk tanpa input dari customer.
- *Orientasi Pasar* - Kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan dari target market serta memberikan kepuasan secara lebih baik dibandingkan pesaing.
- *Orientasi Perusahaan* - Menentukan keinginan dan kebutuhan dari target market dan memberikan kepuasan secara lebih baik dibandingkan para pesaing melalui suatu cara yang dapat meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.
- *Orientasi Konsumen* - Pada prinsipnya dalam penyebaran produk baru (inovasi), konsumen menginginkan produk yang ada tersedia di banyak tempat, dengan kualitas yang tinggi, akan tetapi dengan harga yang rendah sehingga konsumen lebih banyak mengkonsumsi barang dan bahkan sampai pembelian yang berulang-ulang.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam hubungan antar variabel dan dimensi seperti disajikan pada Gambar 1.



**Gambar 1** Kerangka Pemikiran Penelitian.

Hipotesis: Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara Manajemen Pengetahuan terhadap Inovasi?

### 3 Metode

Pada penelitian ini penulis akan melakukan analisis pengaruh knowledge management terhadap inovasi. Penelitian menggunakan model *explanatory research* yaitu penelitian yang akan menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan penelitian ini adalah dengan menggunakan survei/kuesioner. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan metode berbentuk jalur (path) dengan menggunakan teknik analisis statistik *Structural Equation Modelling* (SEM). *Software* yang akan digunakan untuk pengolahan data adalah SEM-PLS.

Populasi adalah kumpulan elemen-elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2002). Sedangkan sampel adalah merupakan suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian (Suharyadi & Purwanto, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan IT di Jakarta. Dikarenakan pengolahan data

menggunakan *software* PLS berbasis pada *variance* maka jumlah sampel yang digunakan dapat berkisar antara 30 – 100 (Ananda, 2015). *Proportional sampling* digunakan untuk memperoleh data yang representatif, pengambilan subjek dari setiap wilayah ditentukan seimbang atau sebanding dengan banyaknya subjek dalam masing masing wilayah (Arikunto, 2010). Responden yang akan mengisi kuesioner ini adalah level manager ke atas yang memiliki paparan terhadap manajemen pengetahuan dan inovasi. Data akan diambil dengan Perusahaan-perusahaan IT di Jakarta dikarenakan Jakarta memiliki Indeks TIK tertinggi di Indonesia yang dapat mewakili wilayah di Indonesia.

#### **Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (Construct Validity). Menurut Jack R. Fraenkel (dalam Siregar 2014) validitas konstruk merupakan yang terluas cakupannya dibanding dengan validitas lainnya, karena melibatkan banyak prosedur termasuk validitas isi dan validitas kriteria.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Artinya Alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6.

#### **Uji Asumsi Klasik**

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Beberapa asumsi klasik regresi yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Linear Regression) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti terdiri atas:

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- a) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b) Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal

#### **Uji Multikolinearitas**

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

- a). Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- b). Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factors (VIF), Dimana  $R^2$  adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel bebas  $X_i$  terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas (Gujarati, 2004).

### Uji Heterokedastitas

Situasi Heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien- koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-Glejser yaitu dengan mengregresikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (error) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen) (Gujarati, 2004).

### Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil.

### Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

### Pengaruh Antar Variabel Penelitian

Analisis ini berguna untuk menentukan seberapa kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Berdasarkan perhitungan korelasi, nilai  $r$  akan dikonsultasikan dengan table interpretasi  $r$ . kuatnya pengaruh dari koefisien jalur maupun keeratan hubungan dari koefisien korelasi akan diinterpretasi sesuai dengan tafsiran Sugiyono (2007).

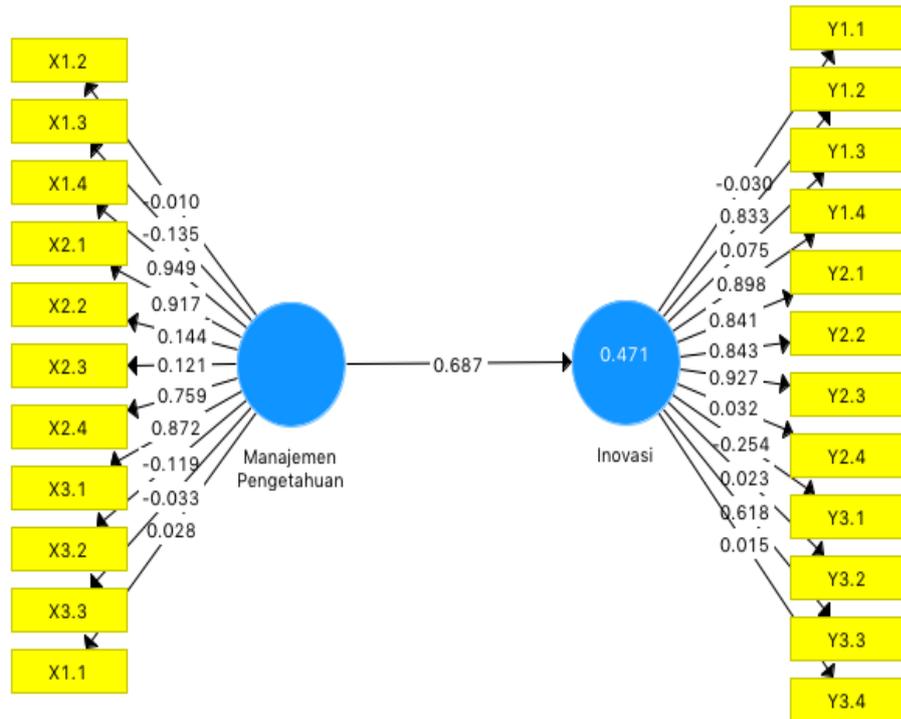
### Korelasi Matrix Antar Dimensi

Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang etakan bagaimana kuat hubungannya suatu dimensi antara variabel satu dengan dimensi dari variabel lainnya. Jadi, tidak mempersoalkan apakah suatu variable tertentu tergantung kepada variabel lain. Simbol besaran dari korelasi adalah  $r$  yang disebut defisien korelasi sedangkan symbol parameternya  $\rho$  (dibaca rho) dimana  $\rho$  akan menjadi prosentase besarnya pengaruh dua variabel bebas tadi.

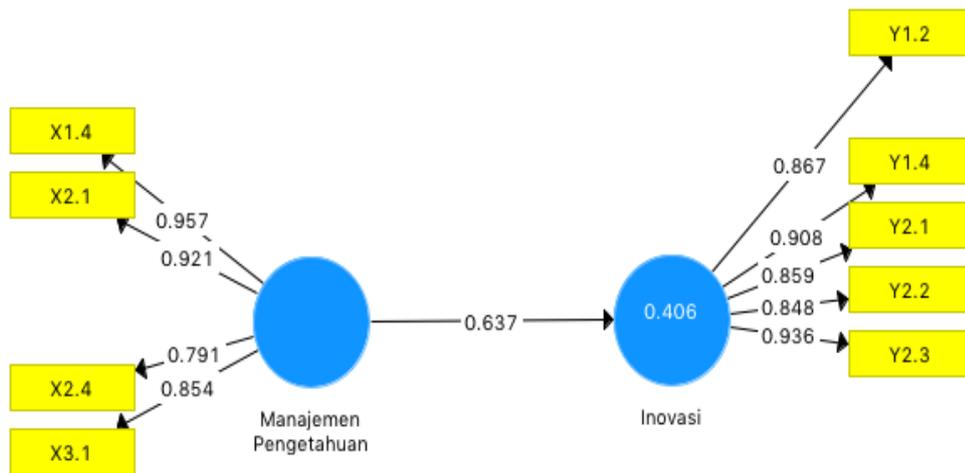
Menurut Trihendradi (2005) analisis korelasi akan mencari derajat keeratan hubungan dan arah hubungan. Nilai korelasi berada dalam rentang 0 sampai 1 atau 0 sampai Tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah hubungan yang sama, jika satu variable naik, variabel yang lain juga naik. Sedangkan tanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan. Jika satu variabel naik, variabel turun.

## 4 Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data kuesioner maka dibuatkan model awal dalam SEM PLS sebagaimana disajikan pada Gambar 2. Model pada Gambar 2 tersebut kemudian dijalankan ulang dengan mengeliminasi indikator dengan nilai yang negatif dan kurang dari 0.7 untuk mendapatkan model yang baik. Setelah dilakukan tiga kali *running*, maka dapat diperoleh model akhir seperti dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2 Model Awal Penelitian



Gambar 3 Model Final Penelitian

**Pengujian Outer Model**

Dari model pada Gambar 3 tersebut, didapat hasil statistic outer model seperti dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai *outer loading* > 0,7 maka selanjutnya dilakukan pengecekan terhadap nilai CR dan AVE. Nilai CR pada Tabel 2 menunjukan nilai lebih besar dari 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa model ini sudah baik untuk digunakan dalam analisa selanjutnya.

**Tabel 1** Nilai *outer loading*

Outer Loading	Inovasi	Manajemen Pengetahuan
X1.4		0.957
X2.1		0.921
X2.4		0.791
X3.1		0.854
Y1.2	0.867	
Y1.4	0.908	
Y2.1	0.859	
Y2.2	0.848	
Y2.3	0.936	

**Tabel 2** Nilai *Construct reliability* dan *validity*

Construct Reliability dan Validity	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Inovasi	0.93	0.934	0.947	0.782
Manajemen Pengetahuan	0.905	0.92	0.934	0.78

**Pengujian Inner Model**

Hasil pengujian *inner model* disajikan pada Tabel 3. Berdasarkan hasil pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai  $VIF < 5$  yang berarti tidak terdapat kolinieritas di semua prediktor terhadap semua respon, sehingga dapat dilanjutkan untuk tahap kedua yaitu koefisien model struktural.

**Tabel 3** Kolinieritas pada *inner model*

	Inovasi	Manajemen Pengetahuan
Inovasi		
Manajemen Pengetahuan	1	

**Tabel 4** Koefisien Model Struktural

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	p-values
Manajemen Pengetahuan -> Inovasi	0.637	0.655	0.11	5.764	0

Koefisien model struktural (p-value) memberikan hasil nilai 0,00, dimana jika p-value  $< 0,05$  menunjukkan hubungan yang signifikan antara dua variabel. Hasil dengan nilai ini pada p-value ini menandakan hubungan yang sangat signifikan dari pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi.

**Tabel 5** Effect Size

	Inovasi	Manajemen Pengetahuan
Inovasi		
Manajemen Pengetahuan	0.682	

Dari sisi *effect size* (F2) memberikan nilai 0,682, dimana jika F2 lebih dari 0,35 maka efek yang diberikan besar. Hasil dengan nilai ini pada F2 ini menandakan efek yang kuat dari variable *Knowledge Management* terhadap Inovasi.

**Tabel 6** R2 (Koefisien Determinasi)

R2	R Square	R Square Adjusted
Inovasi	0.406	<b>0.391</b>

Dari sisi koefisien determinasi (R2), nilai yang didapat adalah 0,4. dimana ini menunjukkan nilai akurasi pendugaan yang sedang/cukup. Artinya variable *Knowledge Management* yang digunakan sudah cukup baik dalam memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel Inovasi.

**Tabel 7** Blindfolding dan Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
Inovasi	210	149.784	<b>0.287</b>
Manajemen Pengetahuan	168	168	

Dari sisi Predictive Relevance (Q2), nilai yang didapat adalah 0.287, dimana nilai 0.15 menunjukkan relevansi prediktif yang sedang, dan nilai 0.35 memberikan nilai prediktif yang besar. Artinya *Knowledge Management* terhadap Inovasi memberikan relevansi prediktif yang cukup besar.

### Matriks Korelasi Antar Dimensi

**Tabel 8** Matriks Korelasi Antar Dimensi

	X1.4	X2.1	X2.4	X3.1	Y1.2	Y1.4	Y2.1	Y2.2	Y2.3
X1.4	1	0.896	0.667	0.799	0.629	0.499	0.559	0.481	0.6
X2.1	0.896	1	0.564	0.799	0.519	0.499	0.459	0.481	0.499
X2.4	0.667	0.564	1	0.496	0.677	0.502	0.474	0.46	0.502
X3.1	0.799	0.799	0.496	1	0.342	0.281	0.469	0.347	0.391
Y1.2	0.629	0.519	0.677	0.342	1	0.767	0.624	0.629	0.767
Y1.4	0.499	0.499	0.502	0.281	0.767	1	0.658	0.803	0.802
Y2.1	0.559	0.459	0.474	0.469	0.624	0.658	1	0.66	0.854
Y2.2	0.481	0.481	0.46	0.347	0.629	0.803	0.66	1	0.701
Y2.3	0.6	0.499	0.502	0.391	0.767	0.802	0.854	0.701	1
Z1.1	-0.067	-0.067	-0.044	-0.17	0.141	0.239	0	0.2	0.108
Z2.1	0.026	0.026	0.017	-0.085	0.202	0.312	0.101	0.268	0.194

Dari sisi korelasi antar matrix, nilai masing-masing hubungan antar indikator yang didapat menunjukkan angka yang cukup besar, artinya tingkat dan arah kekuatan hubungan antar *Knowledge Management* dan Inovasi cukup kuat.

Dapat dilihat dari kelima hasil akhir pengolahan data ini, yakni p-value, F2, R2, Q2, dan Nilai korelasi antar matrix, menunjukkan bahwa *Knowledge Management* memiliki hubungan dengan arah positif yang kuat terhadap Inovasi. Liao dan Chuang (2006) mengkonfirmasi peran vital yang dimiliki *knowledge management* untuk kemampuan pemrosesan pengetahuan dan pada gilirannya mempengaruhi kecepatan dan aktivitas inovasi. Huergo (2006) juga memberikan bukti peran positif yang dimainkan manajemen teknologi untuk kemungkinan dan keberhasilan inovasi perusahaan. Darroch *et al.* (2005) juga mengkonfirmasi peran positif penyebaran pengetahuan terhadap keberhasilan inovasi.

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini, khususnya di perusahaan yang berbasis IT di Indonesia, *Knowledge Management* memiliki pengaruh yang kuat terhadap Inovasi. Perusahaan yang berbasis IT sangat bergantung kepada ide untuk menciptakan fitur-fitur dan fungsi-fungsi baru pada teknologi yang membuat bisnis dan konsumen semakin relatif cepat dalam memproses data, akurat dan memberikan nilai tambah kepada bisnis dan konsumen. Pembuatan ide ini membutuhkan pengetahuan yang terakumulasi dan dapat diakses oleh semua stakeholders dalam menciptakan terobosan-terobosan inovasi produk dan proses.

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan hasil temuan mengenai hipotesis pada penelitian ini, diantaranya:

- Mardani (2018) menyatakan bahwa *knowledge management* memiliki dampak terhadap inovasi secara langsung. Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan positif bahwa *knowledge management* mempengaruhi tingkat inovasi.
- Obeidat (2016) menyatakan bahwa ada dampak yang signifikan dan positif dari proses manajemen pengetahuan pada inovasi serta efek yang signifikan dan positif dari pendekatan kodifikasi dan personalisasi pada inovasi.
- Nawab (2015) menyatakan bahwa kemampuan memperoleh pengetahuan memiliki efek positif pada inovasi. Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan positif bahwa *knowledge management* mempengaruhi tingkat inovasi.
- Charles (2001) menyatakan bahwa *knowledge management* adalah prasyarat penting agar proses inovasi berhasil. Ini menyimpulkan bahwa *knowledge management* berkontribusi untuk proses dan inovasi produk. Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan positif bahwa *knowledge management* mempengaruhi tingkat inovasi
- Kashif (2001) menyatakan bahwa untuk mempercepat proses inovasi, organisasi harus menerapkan faktor penentu inovasi yang sebenarnya merupakan penyebab inovasi, yakni Manajemen Pengetahuan.
- Darroch (2005) menyatakan bahwa manajemen pengetahuan sebagai mekanisme mampu membuat penggunaan sumber daya lebih efisien sehingga akan lebih inovatif dan berkinerja lebih baik.
- Ali (2013) menyatakan bahwa Manajemen pengetahuan dan pembelajaran organisasi mempengaruhi kinerja organisasi secara tidak langsung oleh inovasi organisasi.

## 5 Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Manajemen Pengetahuan terhadap Inovasi di Perusahaan-Perusahaan berbasis IT di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis korelasi antar dimensi analisis dan analisis koefisien model struktural, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Knowledge Management terhadap Inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa *Knowledge Management* sangat krusial untuk mendukung proses terciptanya inovasi dalam proses maupun produk khususnya pada Industri IT yang memiliki karakteristik perubahan dan update yang sangat cepat dan masif terhadap permintaan kebutuhan digital di dunia.

### Saran

Untuk penelitian selanjutnya dapat dipertimbangkan untuk menguji seberapa kuat hubungan antara inovasi terhadap variabel lain seperti kinerja keuangan, atau dapat juga dipertimbangkan untuk menguji variabel lain yang mempengaruhi manajemen pengetahuan seperti variabel *organization culture, leadership, turn over* karyawan terhadap proses implementasi manajemen pengetahuan.

## Referensi

- Akram, K., Siddiqui, S. H., Nawaz, M. A., Ghauri, T. A., & Cheema, A. K. H. (2011). Role of knowledge management to bring innovation: an integrated approach. *Cell*, 92(333), 6183035.
- Al-Refaie, A., & Al-Tahat, M. (2014). Effects of knowledge management and organizational learning on firm performance. *Journal of Nature Science and Sustainable Technology*, 8(3), 369-390.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS quarterly*, 107-136.
- Alegre, J., Sengupta, K., & Lapiedra, R. (2013). Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry. *International Small Business Journal*, 31(4), 454-470.
- Brand, A. (1998). Knowledge management and innovation at 3M. *Journal of Knowledge Management*, 2(1), 17-22.
- Bouthillier, F., & Shearer, K. (2002). Understanding knowledge management and information management: The need for an empirical perspective. *Information Research Journal*, 8(1), 1-39.
- Darroch, J., & McNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 210-222.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and Techniques*. New Age International.
- Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: An integrative view and empirical examination. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 179-228.
- Lee, K. C., Lee, S., & Kang, I. W. (2005). KMPI: measuring knowledge management performance. *Information & Management*, 42(3), 469-482.
- López-Nicolás, C., & Meroño-Cerdán, Á. L. (2011). Strategic knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, 31(6), 502-509.
- Lundvall, B. Å., & Nielsen, P. (2007). Knowledge management and innovation performance. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 207-223.
- Marczyk, G., DeMatteo, D., & Festinger, D. (2005). *Essentials of Research Design and Methodology*. John Wiley & Sons Inc.
- Mardani, A., Nikoosokhan, S., Moradi, M., & Doustar, M. (2018). The Relationship Between Knowledge Management and Innovation Performance. *The Journal of High Technology Management Research*, 29(1), 12-26.
- Nawab, S., Nazir, T., Zahid, M. M., & Fawad, S. M. (2015). Knowledge management, innovation and organizational performance. *International Journal of Knowledge Engineering-IACSIT*, 1(1), 43-48.
- Obeidat, B. Y., Al-Suradi, M. M., Masa'deh, R. E., & Tarhini, A. (2016). The impact of knowledge management on innovation: An empirical study on Jordanian consultancy firms. *Management Research Review*, 39(10), 1214-1238.
- Pinar, I., & Kör, B. (2010). Impact of knowledge management on innovation. Paper presented at the 766-XV.
- Ru-Jen Lin, Rong-Huei Che, & Chiu-Yao, T. (2012). Turning knowledge management into innovation in the high-tech industry. *Industrial Management & Data Systems*, 112(1), 42-63.
- Ruiz-Jiménez, J. M., & María del, M. F. (2013). Knowledge combination, innovation, organizational performance in technology firms. *Industrial Management & Data Systems*, 113(4), 523-540.
- Sáenz, J., Aramburu, N., & Rivera, O. (2009). Knowledge sharing and innovation performance: A comparison between high-tech and low-tech companies. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 22-36.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Versi 17*. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wijitgomen, B., & Wongsansukjaroen, J. (2015). The impact of knowledge management (km) and innovation on business performance: a case study of banking industry in Thailand. *International Journal of Arts & Sciences*, 8(1), 317-326.
- Zack, M., McKeen, J., & Singh, S. (2009). Knowledge management and organizational performance: an exploratory analysis. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 392-409.