

HUBUNGAN ANTARA PROSES KREASI PENGETAHUAN, ORGANISASI PEMBELAJARAN, DAN KAPABILITAS INOVASI PADA IKM PEMASOK SUKU CADANG OTOMOTIF

Achmad Sutrisna

Peneliti Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, Jakarta

ABSTRAK

Penelitian sebelumnya tentang hubungan antara proses penciptaan pengetahuan dan inovasi pada perusahaan memberikan hasil yang ternyata beragam. Selain itu, meskipun ada banyak penelitian yang berfokus pada pengaruh proses kreasi pengetahuan pada inovasi, masih sedikit penelitian empiris yang menguji bagaimana pengaruh proses kreasi pengetahuan berkontribusi untuk inovasi. Penelitian untuk menentukan variabel mediasi khususnya dalam kaitannya dengan pengaruh proses penciptaan pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi juga masih terbatas. Tujuan penelitian ini adalah menguji pembelajaran organisasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara proses penciptaan pengetahuan dan kapabilitas inovasi. Sampel penelitian adalah 34 perusahaan pada IKM pemasok suku cadang otomotif yang berlokasi di wilayah Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses penciptaan pengetahuan berpengaruh positif terhadap pembelajaran organisasi dan kapabilitas inovasi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pembelajaran organisasi secara signifikan juga memberi dampak mediasi pada hubungan antara proses penciptaan pengetahuan dan kapabilitas inovasi.

(Kata kunci: kreasi pengetahuan, pembelajaran organisasi, kapabilitas inovasi)

ABSTRACT

Previous research on the relationship between knowledge creation process and innovation provide mix results. In addition, empirical research focusing on the effects of knowledge creation process on innovation is relatively limited. Particularly, research investigating the role of mediating variables in relation to the effects of knowledge creation process on innovation capability is also scarce. The purpose of this study is to examine the organization learning as a mediating variable in the relationship between knowledge creation process and innovation capability. The research sample is 34 auto parts supplier SMEs located in Tangerang region, Banten province of Indonesia. The results indicate that knowledge creation process positively impacts on organizational learning and innovation capability. In addition, the study found that organizational learning significantly mediates the relationship between knowledge creation process and innovation capability.

(Keywords: knowledge creation, organisation learning, innovation capability)

1. PENDAHULUAN

Lingkungan bisnis saat ini ditandai dengan peningkatan persaingan antar perusahaan serta perubahan pasar dan lingkungan. Dalam kondisi seperti itu, kelangsungan dan perkembangan bisnis perusahaan akan banyak ditentukan oleh kemampuan mereka untuk menyesuaikan strategi mereka dalam menanggapi perubahan kondisi pasar dan lingkungan. Sejalan dengan hal ini, inovasi yang berkelanjutan adalah kunci untuk memenuhi perubahan pasar dan lingkungan serta mempertahankan keunggulan kompetitif (Forsman, 2011).

Dalam rangka untuk mengembangkan kemampuan inovasi, perusahaan-perusahaan harus memperoleh dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk terus mencari, menciptakan, dan memanfaatkan pengetahuan baru yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru tentang produk-produk atau layanan-layanan, teknologi atau prosedur produksi, praktek-praktek organisasi, dan metode-metode pemasaran (Gunday et al, 2009). Raymond & St-Pierre (2010) mengemukakan bahwa salah satu tantangan utama dari perusahaan-perusahaan adalah melakukan inovasi secara berkelanjutan. Selain itu, mendapatkan pengetahuan baru juga merupakan hal penting yang perlu dilakukan. Secara khusus, Wang & Wang (2012) menyatakan bahwa proses berbagi pengetahuan dalam perusahaan, baik pengetahuan tacit maupun pengetahuan eksplisit, secara intrinsik adalah terkait dengan kecepatan inovasi dan kualitas. Hubungan antara penciptaan pengetahuan dan inovasi perusahaan telah menjadi fokus dari banyak penelitian. Beberapa penelitian ini menyimpulkan bahwa penciptaan pengetahuan adalah determinan bagi inovasi perusahaan (Nonaka, 1991; Nonaka & Takeuchi, 1995; Nonaka et al, 2006; Wang & Wang, 2012).

Secara khusus, Nonaka (1991) dan Nonaka & Takeuchi (1995) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu menciptakan pengetahuan adalah perusahaan yang sukses. Berdasarkan hasil penelitian mereka tentang bagaimana perusahaan-perusahaan Jepang melakukan kreasi pengetahuan, mereka menyusun sebuah teori tentang konversi pengetahuan. Inti dari teori ini adalah model SECI. Teori ini didasarkan pada empat bentuk (mode) konversi pengetahuan, yaitu Sosialisasi, Eksternalisasi, Kombinasi dan Internalisasi. Nonaka (1991) dan Nonaka & Takeuchi (1995) menyimpulkan bahwa kunci keberhasilan bisnis dari perusahaan-perusahaan Jepang adalah terletak pada

kemampuan perusahaan-perusahaan Jepang untuk menciptakan dan memanfaatkan pengetahuan baru secara terus-menerus, bukan karena faktor penguasaan teknologi maupun kemampuan finansialnya. Penelitian ini fokus pada proses kreasi pengetahuan dengan merujuk pada model SECI. Model ini telah diakui oleh banyak pakar sebagai satu kontribusi penting bagi perkembangan keilmuan manajemen pengetahuan (Garcia-Morales et al, 2008; Schulze & Hoegl, 2008).

Beberapa pakar telah meneliti hubungan antara empat bentuk penciptaan pengetahuan (sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi) dan inovasi pada perusahaan. Hasil penelitian-penelitian tersebut ternyata beragam. Sebagai contoh, Binbin et al. (2012) menyimpulkan bahwa sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi pengetahuan berkontribusi terhadap inovasi dalam konteks Cina. Ditemukan bahwa hanya eksternalisasi dan kombinasi yang berkaitan dengan inovasi perusahaan. Sedangkan Schulze & Hoegl (2008) mengkonfirmasi bahwa eksternalisasi negatif terkait dengan kebaruan gagasan produk. Dengan beragamnya temuan empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya, adalah menarik untuk menguji hubungan antara sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi dengan inovasi perusahaan pemasok suku cadang otomotif, dalam konteks IKM Indonesia.

Selain itu, meskipun ada banyak penelitian yang berfokus pada pengaruh proses kreasi pengetahuan pada inovasi, masih sedikit penelitian empiris yang menguji bagaimana konkret pengaruh proses kreasi pengetahuan berkontribusi untuk inovasi dan penelitian untuk menentukan variabel mediasi khususnya dalam kaitannya dengan pengaruh penciptaan pengetahuan dengan keabilitas inovasi. Penelitian ini mengajukan pembelajaran organisasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penciptaan pengetahuan dan keabilitas inovasi. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penciptaan, transfer dan penerapan pengetahuan memiliki efek positif pada pembelajaran organisasi yang pada gilirannya memberikan kontribusi untuk inovasi bisnis. Juga ditemukan bahwa bagaimana pengetahuan dibangun, disimpan, dipertukarkan, ditransfer, dibangun kembali adalah mempengaruhi proses pembelajaran organisasi, yang pada gilirannya berdampak pada proses inovasi perusahaan (Ramirez & Kumpikaite, 2012).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara proses kreasi pengetahuan, pembelajaran organisasi, dan kapabilitas inovasi dalam kontek IKM

pemasok suku cadang otomotif di Indonesia. Secara khusus, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji (1) pengaruh proses kreasi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi dan (2) pengaruh mediasi dari pembelajaran organisasi dalam hubungan antara proses kreasi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Proses Kreasi Pengetahuan

Penelitian ini menggunakan model SECI dari Nonaka (1991) dan Nonaka & Takeuchi (1995) untuk membangun kerangka teoritis dalam menganalisis penciptaan pengetahuan dalam perusahaan. Nonaka (1991) mengemukakan bahwa kemampuan inovasi dari banyak perusahaan Jepang adalah didasarkan pada pendekatan unik mereka dalam mengelola penciptaan pengetahuan baru. Nonaka & Takeuchi (1995) menyatakan bahwa pengetahuan dapat diciptakan dan dibagi-bagi melalui empat proses interaksi, yaitu sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi (SECI).

Tahap pertama dari proses kreasi pengetahuan menurut model SECI adalah sosialisasi. Sosialisasi adalah penciptaan pengetahuan tacit baru melalui berbagi pengetahuan tacit antar individu-individu. Pengetahuan tacit dapat diciptakan dan dibagi melalui interaksi sosial antara individu dan pakar melalui observasi, imitasi dan praktek (Nonaka, 1991). Perusahaan dapat menyerap pengetahuan tacit melalui interaksi dengan pelanggan atau pemasok (Nonaka et al., 2000). Bentuk penciptaan pengetahuan ini juga dapat terjadi selama acara sumbang saran di mana diskusi kreatif dan berbagi pengalaman berlangsung untuk menyelesaikan permasalahan dan menghasilkan gagasan-gagasan baru (Nonaka dan Takeuchi, 1995).

Tahap kedua dari proses kreasi pengetahuan menurut model SECI adalah eksternalisasi. Eksternalisasi merujuk pada proses konversi pengetahuan tacit menjadi pengetahuan eksplisit. Dalam perspektif ini, pengetahuan ditransfer dari pengetahuan individu ke pengetahuan kelompok. Penggunaan analogi dan dialog kreatif dapat membantu untuk mengartikulasikan gagasan-gagasan tacit dan menciptakan konsep-konsep produk baru yang eksplisit (Nonaka & Takeuchi, 1995).

Tahap ketiga dari proses kreasi pengetahuan menurut model SECI adalah kombinasi. Kombinasi merujuk pada kombinasi pengetahuan-pengetahuan eksplisit yang menghasilkan pengetahuan eksplisit baru dan dibagi-bagi keseluruhan anggota

organisasi (Nonaka, 1991). Kombinasi dapat terjadi melalui pertemuan, percakapan, dokumen dan jaringan komunikasi komputer (Nonaka & Takeuchi, 1995).

Tahap keempat dari proses kreasi pengetahuan menurut model SECI adalah internalisasi. Internalisasi mengacu pada konversi pengetahuan organisasi eksplisit menjadi pengetahuan tacit dari individu-individu perusahaan. Pada tahap ini, individu – individu perusahaan memperoleh pengetahuan eksplisit organisasi dan merubahnya menjadi sebuah pengetahuan tacit baru dengan mengimplementasikannya dalam praktek-praktek kerja (Nonaka & Takeuchi, 1995). Pelatihan program, eksperimentasi, membaca dan menggunakan dokumen tentang tugas pekerjaan, dan rotasi pekerjaan adalah alat-alat untuk internalisasi pengetahuan (Nonaka et al., 2000). Dengan menggunakan buku petunjuk prosedur kerja, yang berisi daftar pengalaman-pengalaman eksplisit dari karyawan-karyawan lainnya, seorang karyawan dapat mengkonversi pengetahuan eksplisit ini menjadi pengetahuan tacit baru. Setelah internalisasi, spiral baru dari proses penciptaan pengetahuan dimulai kembali.

Literatur secara luas menyatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk berinovasi merupakan faktor penting untuk kelangsungan hidup dan peningkatan daya saing perusahaan (Nonaka & Takeuchi, 1995). Dalam perspektif ini, penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor pendorong inovasi. Secara khusus, banyak penelitian menunjukkan bahwa kapasitas perusahaan untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan adalah kekuatan pendorong utama untuk inovasi (Nonaka & Takeuchi, 1995; Popadiuk & Choo, 2006, Ramirez & Kumpikaite, 2012).

Inovasi dapat dirujuk sebagai keberhasilan dari pelaksanaan gagasan-gagasan, tugas-tugas, atau prosedur-prosedur yang kreatif. Gagasan-gagasan kreatif ini dihasilkan melalui interaksi sosial yang memungkinkan penciptaan dan berbagi pengetahuan. Inovasi juga dapat dipahami sebagai pengetahuan baru dilekatkan kedalam produk, proses atau jasa. Menurut definisi ini, pengetahuan dapat dipahami sebagai komponen penting dari inovasi. Tingkat penggunaan pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang inovatif. Jumlah pengetahuan baru yang diperoleh dan diterapkan menentukan tingkat inovasi. Baik pengetahuan tacit maupun pengetahuan eksplisit berkontribusi pada kecepatan dan kualitas inovasi.

Nonaka dan Takeuchi (1995) menekankan bahwa penciptaan pengetahuan baru, penyebarannya, dan aplikasinya diseluruh bagian organisasi adalah katalis faktor pendorong inovasi perusahaan. Popadiuk & Choo (2006) menjabarkan bahwa inovasi akan berlangsung pada proses kreasi pengetahuan yang dilakukan secara terus menerus. Proses ini memungkinkan dikenalnya peluang-peluang dan pembangkitan gagasan-gagasan baru. Dalam hal ini, kebaruan gagasan adalah tergantung pada jenis pengetahuan yang diciptakan dan digunakan, yaitu pengetahuan tacit atau pengetahuan eksplisit. Melalui sosialisasi dan eksternalisasi, pengetahuan tacit yang bersifat individual akan dapat di wujudkan dan dikomunikasikan kepada individu-individu lain. Kedua bentuk penciptaan pengetahuan adalah dasar dari penciptaan konsep-konsep baru.

Schulze & Hoegl (2008) mengemukakan bahwa sosialisasi secara positif terkait dengan kebaruan gagasan produk. Menurut kedua pakar ini, interaksi langsung dan informal antar individual, dengan masing-masing perspektif yang beragam, akan memunculkan gagasan-gagasan produk baru. Interaksi ini dapat terjadi didalam atau di luar perusahaan, terutama dengan konsumen. Interaksi ini dapat menyebabkan penciptaan produk baru yang memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, kedua pakar ini juga mengemukakan bahwa internalisasi juga memiliki efek positif pada kebaruan gagasan produk. Kedua pakar ini berpendapat bahwa internalisasi akan meningkatkan penyerapan pengetahuan yang ada, yang pada gilirannya memungkinkan individu-individu untuk menciptakan pengetahuan dan gagasan-gagasan baru.

2.2. Pembelajaran Organisasi

Pembelajaran organisasi telah menjadi fokus dari banyak penelitian. Literatur tentang pembelajaran organisasi menunjukkan adanya dua pendekatan utama untuk mendefinisikan pembelajaran organisasi, yaitu pendekatan perilaku dan pendekatan kognitif. Pendekatan perilaku mengkonseptualisasi belajar sebagai hasil dari keterkaitan stimulus dan respon yang mengubah perilaku. Pada tingkat organisasi, pembelajaran terjadi ketika perusahaan menghadapi perubahan lingkungan, perusahaan menyesuaikan perilakunya. Menurut pendekatan kognitif, pembelajaran organisasi didefinisikan sebagai modifikasi kondisi pengetahuan organisasi dan cara penafsiran yang mempengaruhi perubahan organisasi (Liao et al., 2008).

Terdapat dua jenis pembelajaran, yaitu pembelajaran satu loop dan pembelajaran dua loop. Menurut kedua pakar ini, pembelajaran satu loop atau *adaptive learning* mengacu pada adaptasi minor dari perilaku yang berfokus pada koreksi kesalahan tanpa merefleksikannya pada strategi-strategi dan tindakan-tindakan yang relevan. Pembelajaran dua loop atau *generative learning* menyebabkan terjadinya perubahan yang lebih mendalam. *Generative learning* terjadi ketika muncul tantangan-tantangan terhadap rutinitas dan model-model mental baru (Skerlavaj et al., 2010)

Pembelajaran organisasi adalah suatu perubahan dalam perilaku organisasi. Perubahan ini muncul karena adanya akuisisi, distribusi, interpretasi, dan penyimpanan informasi. Pembelajaran organisasi adalah akibat dari perubahan kognitif dan perilaku. Model SECI pada dasarnya adalah menggabungkan dua dimensi pembelajaran, yaitu kognitif dan perilaku. Sosialisasi dan internalisasi berhubungan dengan pembelajaran perilaku sedangkan kombinasi dan eksternalisasi berhubungan dengan pembelajaran kognitif (Nonaka & Takeuchi, 1995).

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, penelitian ini memandang konsep pembelajaran organisasi sebagai perubahan perilaku dan perubahan kognitif. Penelitian ini beranggapan bahwa pembelajaran organisasi adalah perubahan dalam perilaku organisasi yang muncul sebagai akibat dari adanya konversi pengetahuan (sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi) sebagaimana didefinisikan oleh Nonaka & Takeuchi (1995). Penelitian ini memproposisi bahwa pembelajaran telah terjadi ketika pengetahuan yang diperoleh diubah menjadi tindakan-tindakan baru atau menghasilkan pengembangan keterampilan individu atau organisasi dalam perusahaan.

Penelitian ini memandang bahwa proses kreasi pengetahuan adalah dasar untuk memperoleh kemampuan berinovasi. Dalam membangun model konseptual yang menghubungkan proses kreasi pengetahuan dan kemampuan berinovasi, penelitian ini menyertakan variabel mediasi yang dapat membantu untuk memperjelas hubungan tersebut. Penelitian ini memilih untuk meneliti peran pembelajaran organisasi sebagai mediator antara proses kreasi pengetahuan dan kemampuan berinovasi. Untuk tujuan ini, pertama-tama penelitian ini menganalisis hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan pembelajaran organisasi. Kemudian, penelitian ini memeriksa efek pembelajaran organisasi pada kemampuan berinovasi. Akhirnya, penelitian ini menguji

kemungkinan pembelajaran organisasi sebagai variabel mediator dalam hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan kemampuan berinovasi.

Hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan pembelajaran organisasi telah banyak dikaji pada penelitian-penelitian terdahulu. Dalam perspektif ini, pembelajaran organisasi adalah tergantung pada eksploitasi sumber-sumber pengetahuan, baik sumber internal maupun eksternal. Penciptaan dan transfer pengetahuan, yang dihasilkan dari interaksi antar individu atau tim dalam perusahaan, merupakan suatu konteks penting di mana pembelajaran organisasi berlangsung. Dalam sebuah perusahaan dimana aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan penciptaan pengetahuan dilakukan lebih sering, maka perubahan-perubahan kognisi dan perilaku akan muncul. Proses sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi adalah merupakan ciri pembelajaran organisasi (Garcia-Morales et al., 2012; Nonaka & Takeuchi, 1995)

Berdasarkan konsep-konsep yang disampaikan oleh para pakar tersebut di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H2 : Proses kreasi pengetahuan mempunyai dampak positif terhadap pembelajaran organisasi.

Literatur menunjukkan bahwa pembelajaran organisasi merupakan faktor penting dari inovasi perusahaan. Dalam perspektif ini, pengetahuan akan mendorong budaya belajar perusahaan untuk terus berinovasi. Inovasi sangat terkait dengan proses-proses pembelajaran yang menghasilkan produk-produk, teknik-teknik, bentuk-bentuk organisasi, dan metode-metode pemasaran yang baru. Pembelajaran organisasi mempengaruhi pembangkitan gagasan-gagasan inovatif. Pembelajaran organisasi memungkinkan perusahaan untuk merancang produk baru yang memenuhi kebutuhan konsumen dan memperkenalkan produk-produk baru ke pasar dengan sukses (Liao et al., 2008; Nonaka & Takeuchi, 1995)

Literatur menunjukkan juga bahwa pembelajaran internal dan pembelajaran interaktif dengan perusahaan dan lembaga di lingkungan bisnis yang lebih luas adalah saling memperkuat satu sama lain dan membawa hasil yang optimal dalam hal kinerja inovasi. Beberapa pakar lain menyimpulkan bahwa pembelajaran organisasi berkorelasi dengan inovasi pada perusahaan (Garcia-Morales et al., 2012; Skerlavaj et al., 2010).

Berdasarkan konsep-konsep yang disampaikan oleh para pakar tersebut di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H3 : Pembelajaran organisasi mempunyai dampak positif terhadap kapabilitas inovasi perusahaan

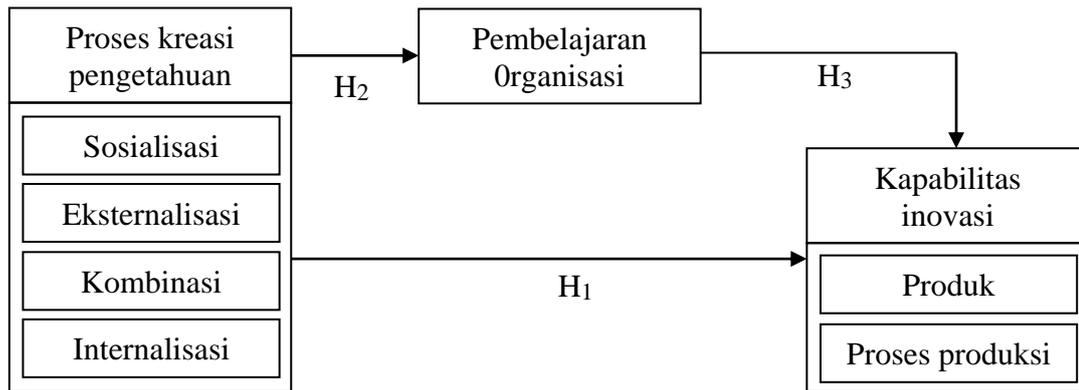
Sebagaimana telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, literatur menekankan peran proses kreasi pengetahuan sebagai pendorong bagi pembelajaran organisasi, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi untuk kapabilitas inovasi. Dalam hal ini, Jimenez-Jimenez & Sanz-Valle (2011) menekankan bahwa pengetahuan perusahaan mempengaruhi pembelajaran organisasi, yang pada gilirannya merupakan faktor penting untuk inovasi. Gagasan para pakar ini menunjukkan bahwa pembelajaran organisasi adalah mediator dalam hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan kapabilitas inovasi. Untuk menguji peran pembelajaran organisasi sebagai mediator dalam hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan kapabilitas inovasi, penelitian ini mengajukan hipotesis berikut:

H4 : Pembelajaran organisasi mempunyai peran sebagai mediator dalam hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan kapabilitas inovasi

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Model penelitian

Berdasarkan hasil kajian literatur tersebut di atas, penelitian ini membangun sebuah model penelitian sebagaimana terlihat pada Gambar 1. Model ini memproposisikan bahwa proses kreasi pengetahuan melalui sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi mempunyai pengaruh langsung terhadap kapabilitas inovasi. Proses kreasi pengetahuan juga mempunyai pengaruh langsung terhadap pembelajaran organisasi; yang pada gilirannya akan mempengaruhi kapabilitas inovasi. Model ini akan diuji secara empiris dalam kasus IKM Pemasok suku cadang otomotif di wilayah Tangerang, Jawa Barat, Indonesia.



Gambar 1
Paradigma penelitian

3.2. Metode Analisis Data

Terdapat dua metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu exploratory factor analysis (EFA) dan confirmatory factor analysis (CFA). EFA digunakan dalam evaluasi model pengukuran sedangkan CFA digunakan dalam analisis model struktural. Kedua metode analisis data tersebut dijalankan dengan bantuan program AMOS Release 5.

4. HASIL DAN ANALISIS

4.1 Analisis Model Pengukuran

Tahap pertama adalah melakukan analisis faktor eksploratori (EFA) untuk menguji dimensionalitas konstruk proses kreasi pengetahuan, pembelajaran organisasi, dan kapabilitas inovasi. Untuk itu, penelitian ini menggunakan analisis komponen utama (PCA) tanpa rotasi. Dalam hal ini, indikator yang mempunyai nilai bobot faktor kurang dari 0,5 tidak akan diikutsertakan dalam analisis berikutnya. Selanjutnya penelitian ini menghitung alpha Cronbach untuk menguji konsistensi internal untuk setiap indikator. Hasil analisis reliabilitas ini menunjukkan konsistensi internal yang baik dari seluruh indikator. Hasil uji validitas dan reliabilitas skala pengukuran ini ditunjukkan pada Tabel 1, Tabel 2, dan Tabel 3. Hasil analisis EFA menunjukkan pembelajaran organisasi dan kapabilitas inovasi adalah konstruk berdimensi tunggal sedangkan kreasi pengetahuan adalah konstruk multidimensi, sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi.

4.2 Analisis Model Struktural

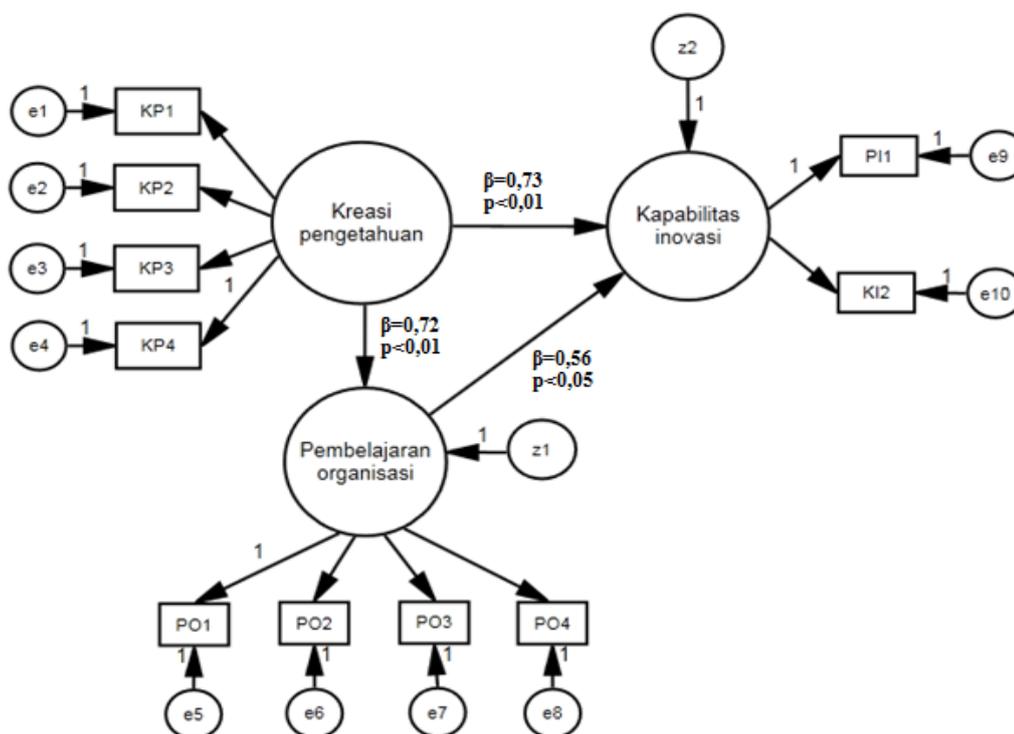
Penelitian ini menggunakan persamaan model struktural (SEM) dengan metode *Maximum Likelihood* untuk menguji hubungan kausal antar variabel dan pengaruh mediasi sebagaimana diusulkan dalam model penelitian ini. Untuk menguji pengaruh mediasi pembelajaran organisasi, penelitian ini harus memverifikasi hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel mediasi dan memverifikasi hubungan yang signifikan antara variabel mediasi dan variabel terikat. Pengaruh mediasi akan diketahui ketika pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat dikurangi dengan variabel mediasi. Jika pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel terikat menjadi tidak signifikan, berarti memang ada faktor mediasi.

Tabel 1. Validitas dan reliabilitas untuk konstruk proses kreasi pengetahuan

Proses	Item	Factor loadings	Alpha
Sosialisasi	Sos 1	0.81	0.81
	Sos 2	0.83	
	Sos 3	0.79	
	Sos 4	0.68	
	Sos 5	0.89	
Eksternalisasi	Eks 1	0.71	0.88
	Eks 2	0.74	
	Eks 3	0.83	
	Eks 4	0.65	
	Eks 5	0.73	
Kombinasi	Kom 1	0.89	0.86
	Kom 2	0.87	
	Kom 3	0.77	
	Kom 4	0.86	
	Kom 5	0.87	
Internalisasi	Int 1	0.87	0.78
	Int 2	0.79	
	Int 3	0.71	
	Int 4	0.69	
	Int 5	0.85	

Tabel 2. Validitas dan reliabilitas untuk konstruk kapabilitas inovasi

Dimensi	Item	Factor loadings	Alpha
Kapabilitas inovasi produk	Prod 1	0.728	0.750
	Prod 2	0.793	
	Prod 3	0.794	
	Prod 4	0.786	
	Prod 5	0.651	
Kapabilitas inovasi proses	Pros 1	0.822	0.766
	Pros 2	0.714	
	Pros 3	0.728	
	Pros 4	0.756	
	Pros 5	0.776	



Gambar 2. Model struktural antara kreasi pengetahuan, pembelajaran organisasi, dan kapabilitas inovasi

Hasil analisis SEM menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah diterima. Dengan mendasarkan pada teori yang terbangun pada model SECI, tujuan dari penelitian ini adalah pertama untuk mengidentifikasi pengaruh proses kreasi pengetahuan (sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi) terhadap kapabilitas inovasi. Penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap asumsi hubungan langsung yang signifikan antara kreasi pengetahuan dan kapabilitas inovasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya (Nonaka &

Takeuchi, 1995; Popadiuk & Choo, 2006; Ramirez & Kumpikaite, 2012). Sebagaimana ditekankan oleh Nonaka & Takeuchi (1995), proses kreasi pengetahuan adalah katalis untuk inovasi perusahaan.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa sosialisasi, yaitu proses kreasi pengetahuan yang menciptakan dan memungkinkan berbagi pengetahuan tacit, secara khusus memiliki pengaruh yang besar pada kapabilitas inovasi. Pentingnya penciptaan dan berbagi pengetahuan tacit dalam meningkatkan inovasi telah dikonfirmasi oleh beberapa pakar (Hutchings & Weir, 2005; Popadiuk & Choo, 2006). Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa eksternalisasi juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi perusahaan. Temuan ini menguatkan temuan sebelumnya, khususnya temuan Popadiuk & Choo (2006), yang mengkonfirmasi bahwa sosialisasi dan eksternalisasi adalah dua proses utama yang memungkinkan kreasi dan berbagi pengetahuan tacit. Selain itu, dua proses ini memiliki dampak yang signifikan pada penciptaan konsep-konsep baru. Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa internalisasi adalah berkorelasi positif dengan kapabilitas inovasi perusahaan. Sejalan dengan pemikiran Schulze dan Hoegl (2008), melalui penerapan pengetahuan eksplisit dalam praktek, individu-individu dapat menghasilkan gagasan-gagasan baru dan karena itu dapat melakukan inovasi eksplorasi.

Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak menemukan bukti untuk menunjukkan adanya korelasi positif dan signifikan antara proses kombinasi dan kapabilitas inovasi perusahaan. Proses kombinasi mengacu pada rekombinasi pengetahuan eksplisit semata. Sejalan dengan pemikiran Schulze & Hoegl (2008), mengkombinasikan pengetahuan eksplisit yang ada tampaknya tidak menyebabkan munculnya gagasan-gagasan baru sebagaimana diharapkan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa pengetahuan tacit memainkan peran yang lebih besar dari pengetahuan eksplisit dalam inovasi (Nonaka & Takeuchi, 1995). Kapabilitas inovasi IKM pemasok suku cadang otomotif di Indonesia tampak tergantung pada keterkaitan aktivitas-aktivitas yang melibatkan pengetahuan tacit.

Selanjutnya, penelitian ini menunjukkan bahwa proses kreasi pengetahuan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pembelajaran organisasi. Dengan kata lain, penciptaan pengetahuan adalah faktor pendorong dari pembelajaran organisasi. Temuan ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya (Nonaka & Takeuchi,

1995). Hasil penelitian ini mengkonfirmasi secara empiris tentang peran penting dari model SECI sebagai pendorong peningkatan pembelajaran organisasi. Para pakar ini mempromosikan bahwa proses kreasi pengetahuan akan menimbulkan pembelajaran organisasi.

5. KESIMPULAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah pemahaman mengenai hubungan antara pembelajaran organisasi dengan kapabilitas inovasi. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi pentingnya pembelajaran organisasi untuk kapabilitas inovasi. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya. Dalam hal ini, Nonaka & Takeuchi (1995) menekankan bahwa proses pembelajaran organisasi sebagian besar menjelaskan kapabilitas inovasi perusahaan. Berraies (2012) juga menunjukkan bahwa pembelajaran organisasi merupakan salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap inovasi. Selanjutnya, temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa pengaruh positif dari proses kreasi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi adalah terjadi secara langsung maupun secara tidak langsung, yaitu melalui pembelajaran organisasi. Secara khusus, temuan penelitian ini mengidentifikasi pentingnya aktivitas sosialisasi, eksternalisasi, dan internalisasi untuk pembelajaran organisasi pada IKM pemsok komponen otomotif di Indonesia.

Penelitian ini memberikan kontribusi untuk penelitian teoritis bidang proses kreasi pengetahuan, pembelajaran organisasi, dan kapabilitas inovasi dengan membangun model terpadu yang menyoroti hubungan antara ketiga kosntrak tersebut. Melalui kajian literatur, penelitian ini mempertimbangkan untuk memadukan pembelajaran organisasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara proses kreasi pengetahuan dan kapabilitas inovasi. Selain itu, penelitian ini menyoroti dimensi-dimensi yang paling penting dari model SECI yang berkontribusi dalam pengembangan pembelajaran organisasi dan kapabilitas inovasi. Penelitian ini telah menunjukkan pentingnya model SECI sebagai sebagai faktor pendorong kapabilitas inovasi perusahaan dalam konteks IKM di Indonesia.

Dari sudut pandang praktis, penelitian ini memberikan kesempatan bagi manajer untuk lebih mengenal faktor-faktor kunci untuk meningkatkan kapabilitas inovasi perusahaan, yaitu kreasi pengetahuan dan pembelajaran organisasi. Temuan penelitian

ini menyiratkan bahwa para manajer perlu fokus untuk meningkatkan proses kreasi pengetahuan, pembelajaran organisasi melalui penguatan sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi; sekaligus meningkatkan pembelajaran organisasi yang efektif dalam perusahaan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang harus disorot, sekaligus menawarkan perspektif untuk penelitian lebih lanjut. Pertama, penelitian ini hanya difokuskan pada perusahaan IKM yang beroperasi sebagai pemasok komponen otomotif. Adalah akan sangat bermanfaat untuk memperluas bidang penelitian ini ke sektor lain terutama sektor industri. Kedua, jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian ini adalah relatif terbatas. Studi empiris pada sampel yang lebih besar akan meningkatkan kemungkinan generalisasi hasil penelitian ini. Ketiga, penelitian ini menunjukkan pengaruh mediasi dari pembelajaran organisasi antara proses kreasi pengetahuan dan kapabilitas inovasi. Penelitian ini memandang bahwa pembelajaran organisasi bukanlah satu-satunya variabel mediator dalam hubungan ini. Variabel mediasi dan moderator lain tentu saja dapat diintegrasikan ke dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Binbin, Z., Jiangstao, D., Mingxing, L., & Tongjian, Z., (2012). The Empirical Research on Independent Technology Innovation. *Knowledge Transformation and Enterprise Growth RISUS*. 3 (2): 19-26.
- Forsman H. (2011). Innovation capacity and innovation development in small enterprises; a comparison between the manufacturing and service sectors. *Research Policy*. 40 (5): 739–750.
- Garcia-Morales, V.J., Jimenez-Barrionuevo, M.M., Leopoldo Gutierrez-Gutierrez, L. (2012). Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation. *Journal of Business Research*, 65 (7), 1040–1050
- Garcia-Morales, V.J., Matias-Reche, F., & Hurtado-Torres, N. (2008). Influence of Transformational Leadership on Organizational Innovation and Performance Depending on the Level of Organizational Learning in the Pharmaceutical Sector. *Journal of Organizational Change Management*. 21 (2): 188-212

- Gunday G, Ulosoy G, Kilic K, Alpkan L. 2011. Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*. 133 (2): 662–676.
- Jimenez-Jimenez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, Organizational Learning and Performance. *Journal of Business Research*, 64 (4), 408-417
- Liao, S.H., Fei, W.C., Liu, C.T., (2008). Relationships between knowledge inertia, organizational learning and organization innovation. *Technovation*. 28, (4), 183–195
- Nonaka I dan Takeuchi H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Nonaka I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation, *Organization Science*, 5 (1): 14-37.
- Nonaka, I. (1991). The Knowledge-creating Company. *Harvard Business Review*, 69 (6): 96-104.
- Oke A, Burke G, Myers A. (2007). Innovation types and performance in growing UK SMEs. *International Journal of Operation and Production Management*. 27 (7): 735 – 753.
- Popadiuk, S., & Choo, C.W. (2006). Innovation and Knowledge Creation: How are These Concepts Related ?. *International Journal of Information Management*. 26 (4): 302-312
- Ramirez, A.M., & Kumpikaite, V. (2012). Creation, Transfer and Application of Knowledge and its Importance for Business Innovation and Organizational Performance. *International Proceedings of Economics Development & Research*. 46 (6), 27-31
- Raymond L dan St-Pierre J. (2010). R&D as a determinant of innovation in manufacturing SMEs: An attempt at empirical clarification. *Technovation*. 30 (1): 48-56.
- Schulze A dan Hoegl M. (2008). Knowledge Creation in New Product Development Project. *Journal of Management*. 32 (2): 210-236.
- Skerlavaj, M., Song, J.H., Lee, Y. (2010). Organizational learning culture, innovative culture and innovations in South Korean firms. *Expert Systems with Applications*, 37 (9), 6390–6403

Wang, Z., and Wang, N. (2012). Knowledge Sharing, Innovation and Firm Performance. *Expert Systems with Applications*. 39 (10): 8899-8908