



## KNOWLEDGE SHARING DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM JAWA TENGAH

Kartika Dwi Chandra Sari<sup>a</sup>, Puspita Lianti Putri<sup>b</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Harapan Bangsa<sup>ab</sup>  
kartikadwichandra@uhb.ac.id<sup>a</sup> ; puspita@uhb.ac.id<sup>b</sup>

### Abstract

*The role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) as the backbone of the Indonesian economy is one of the priority highlights of the Government of the Republic of Indonesia. The increasing of MSMEs amount from previous years and technological developments forced MSMEs to change their point of view from resource-based competitiveness become knowledge-based competitiveness. In addition, competitive advantage must always be developed, because of the need for MSMEs to win the competition in worldwide market. The research was conducted on 90 samples of UMKM spread throughout Central Java. Determination of the sample using the purposive sampling method with the provisions of the sample criteria are having a business that has been running for at least 6 months, has partners or employees, and the business is located in the Central Java area. This study then found that knowledge sharing (collecting) had no partial effect on competitive advantage, but knowledge sharing (donating) partially had a positive significant effect on competitive advantage.*

**Keywords:** Sharing Knowledge, Central Java, Competitive Advantage, SMEs

### Abstrak

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia merupakan salah satu sorotan prioritas Pemerintah Negara Indonesia. Peningkatan jumlah UMKM dari tahun-tahun sebelumnya serta perkembangan teknologi memaksa UMKM untuk merubah sudut pandang dari *resource based competitiveness* menjadi *knowledge based competitiveness*. Selain itu, keunggulan bersaing juga harus selalu dikembangkan, karena kebutuhan UMKM untuk memenangkan persaingan dalam pasar. Penelitian dilakukan pada 90 sampel UMKM yang tersebar se-Jawa Tengah. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan ketentuan kriteria sampel adalah memiliki usaha yang berjalan minimal 6 bulan, memiliki rekan ataupun karyawan, serta usaha berlokasi di area Jawa Tengah. Penelitian ini kemudian menemukan bahwa *knowledge sharing (collecting)* tidak berpengaruh secara parsial pada keunggulan bersaing, namun *knowledge sharing (donating)* secara parsial memiliki pengaruh signifikan positif pada keunggulan bersaing

**Kata kunci :** Berbagi Pengetahuan, Jawa Tengah, Keunggulan Bersaing, UMKM

Diterima Redaksi: 10-07-2023 | Selesai Revisi: 26-07-2023 | Publikasi Online 27-07-2023

---

### PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia merupakan salah satu sorotan prioritas Pemerintah Negara Indonesia. Dalam *Deloitte Access Economics*, pada tahun 2025 mengharuskan Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi menjadi 7% (Subagio et al., 2021). Dengan demikian penelitian untuk mendukung perkembangan dan pemaksimalan daya saing harus terus dilakukan dalam menjaga keberlangsungan UMKM itu sendiri. Seperti dukungan nyata dengan adanya program pemerintah



terhadap pergerakan UMKM agar lebih lincah dan mampu menghadapi perubahan bisnis dunia global.

Terdapat peningkatan signifikan pada jumlah kenaikan UMKM yaitu sebesar 26,6% dari tahun 2021 (Rizaty, 2022). Peningkatan tersebut memberikan gambaran bahwa adanya persaingan yang semakin ketat pada UMKM. Persaingan ketat antar UMKM memerlukan perubahan sudut pandang dalam menjalankan usaha mikro kecil dan menengah. Awalnya UMKM hanya mengandalkan *resource based competitiveness*, harus berubah menjadi *knowledge based competitiveness* (Haedi, 2021). Oleh karenanya, penting bagi organisasi untuk mampu mengelola pengetahuan secara optimal guna menciptakan, mendukung dan memperbaiki keunggulan bersaingnya (Aulawi et al., 2009).

Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam persaingan pasar (Iswanto et al., 2017). Dengan tingginya angka persaingan pasar UMKM, keunggulan bersaing menjadi hal yang penting untuk terus ditumbuhkembangkan. Keunggulan bersaing merupakan hasil implementasi penciptaan nilai yang tidak mampu diciptakan oleh usaha pesaing potensial (Hidayat et al., 2018). Terdapat beberapa unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam keunggulan bersaing yaitu: *price* (harga), *quality* (kualitas), *dependability* (ketergantungan), *product flexibility* (fleksibilitas produk), dan *volume flexibility* (fleksibilitas volume) (Sari & Putri, 2022).

*Knowlegde sharing* merupakan salah satu proses dari sebuah manajemen pengetahuan, yang mana hal tersebut merupakan sebuah kegiatan yang memberikan kesempatan para anggota organisasi untuk saling tukar menukar informasi maupun pengetahuan untuk belajar sehingga setiap anggota mampu meningkatkan kompetensi diri secara mandiri (Candrawati, 2018). Selain meningkatkan kompetensi diri, *knowledge sharing* dapat meningkatkan inovasi dan kreatifitas sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM (Gustina, 2021). Dalam penelitian Levy et al. (2003) menemukan bahwa UMKM cenderung tidak memperhatikan bahwa mereka membutuhkan berbagi pengetahuan didalam maupun diluar organisasi, kecenderungan UMKM memiliki pandangan negatif terkait dengan berbagi pengetahuan.

Karyawan yang merasa memiliki pengetahuan, berkomitmen dan puas ketika melakukan perilaku berbagi pengetahuan akan berperan aktif dalam menciptakan nilai bagi keunggulan bersaing dalam organisasi (Abdul-Jalal et al., 2013). Hal tersebut mendapat dukungan dari penelitian Jambak (2017), bahwa berbagi pengetahuan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing, yang memiliki arti bahwa ketika berbagi pengetahuan meningkat maka keunggulan bersaing pada organisasi juga meningkat. Selain itu, pengetahuan dalam organisasi yang dikelola dengan baik akan menjadi sebuah asset yang menunjukkan sebuah sumber keunggulan bersaing pada organisasi dalam bentuk apapun (Bilovslavo & Prevodnik, 2010).

Dengan beberapa fenomena diatas dan beberapa dukungan penelitian pengaruh antara *knowledge sharing* dengan keunggulan bersaing, maka penelitian ini bermaksud untuk menguji pada Usaha Mikro Menengah dan Kecil pada wilayah Jawa Tengah dengan menggunakan dimensi yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini bermaksud untuk memberikan pandangan terhadap



pengaplikasian berbagi pengetahuan secara manajerial serta menumbuhkan kesadaran dalam mendukung perilaku positif dalam UMKM sehingga dapat menjadi keunggulan bersaing organisasi.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Berbagi Pengetahuan**

Menurut Gustina (2021) berbagi pengetahuan didefinisikan sebagai perilaku individu yang dengan suka rela menyebarkan pengetahuan dan informasi yang diperolehnya kepada rekan-rekan lain dalam sebuah organisasi. Dalam sudut pandang lain berbagi pengetahuan dapat dilihat sebagai proses setiap individu saling tukar menukar pengetahuan implisit (*tacit knowledge*) dan eksplisit mereka untuk menciptakan pengetahuan baru (Oye et al., 2011). Dalam penelitian tersebut, secara detail juga dijelaskan bahwa seringkali karyawan tidak berkeinginan untuk membagi pengetahuan mereka dengan alasan (1) melindungi keunggulan bersaing diri, (2) membuat permusuhan pribadi, (3) ketidakmampuan orang lain untuk menangkap pengetahuan, (4) membahayakan diri sendiri dan, (5) kurangnya kemampuan dan budaya untuk berbagi di dalam perusahaan.

Pada penelitian ini berbagi pengetahuan menggunakan teori dari Hooff dan Ridder (2004), yang mana menjelaskan bahwa berbagi pengetahuan memiliki dua dimensi yaitu *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Dimensi *Knowledge Donating* memiliki pengertian sebagai perilaku memberikan atau membagikan pengetahuan kepada orang lain. Sedangkan, dimensi *Knowledge Collecting* merupakan perilaku menerima informasi maupun pengetahuan dari orang lain.

### **Keunggulan Bersaing**

Konsep terkait dengan keunggulan bersaing yang dikembangkan oleh Porter merupakan sebuah kemampuan dari perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis yang lebih tinggi dibandingkan pesaing pada industri yang sama. Lebih lanjut, menurut Kotler keunggulan bersaing merupakan nilai tambah yang diperoleh organisasi dengan menciptakan dan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih unggul, menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan pelanggan (Putri & Sari, 2022).

Dalam Widodo & Shahab (2015), terdapat beberapa aspek yang termasuk dalam kompetensi sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing, yaitu (1) sejarah unik perusahaan, (2) interaksi sosial yang rumit, (3) aspek spesifik perusahaan, dan (4) peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam perusahaan. Sedangkan, jika terdapat sekumpulan orang yang sangat termotivasi dan terampil dapat pula dipertimbangkan sebagai keunggulan bersaing yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber daya spesifik yang penting, langka dan tidak dapat ditiru oleh orang lain.

Terdapat beberapa elemen kunci yang secara umum diterima sebagai kunci meningkatkan keunggulan bersaing, yaitu pelatihan yang efektif, komunikasi yang efektif dan penghargaan terhadap perilaku yang positif. Salah satu hal yang dapat dipupuk dengan penghargaan adalah aktifitas pengelolaan pengetahuan, termasuk berbagi pengetahuan dalam organisasi (Harorimana, 2010). Dalam penelitian ini keunggulan bersaing diukur dengan dimesi sebagai berikut *price* (harga), *quality*



(kualitas), *dependability* (ketergantungan), *product flexibility* (fleksibilitas produk), dan *volume flexibility* (fleksibilitas volume) (Sari & Putri, 2022).

### **Pengaruh Berbagi Pengetahuan Pada Keunggulan Bersaing**

Perusahaan diwajibkan memiliki kapabilitas untuk menerjemahkan pengetahuan yang dimiliki oleh individu, kelompok dan organisasi untuk mewujudkan tujuan dari organisasi (Khaliq, 2016). Pengetahuan memiliki posisi penting dalam organisasi, karena pengetahuan akan menghasilkan keunggulan bersaing bagi organisasi (Wujarso, 2022). Dengan adanya keunggulan bersaing tersebut organisasi akan memiliki warna tersendiri sehingga akan sulit ditiru oleh kompetitor. Berbagi pengetahuan memerankan kontributor aktif atas keberlangsungan hidup organisasi (Iswanto et al., 2017). Hal tersebut disebabkan jika hanya terdapat satu orang yang memiliki pengetahuan yang bermanfaat untuk organisasinya tidak akan memberikan dampak apapun pada organisasinya, sedangkan jika sekumpulan orang yang sangat termotivasi dan terampil akan diperhitungkan sebagai keunggulan bersaing perusahaan (Widodo & Shahab, 2015; Wujarso, 2022).

Organisasi memerlukan sebuah aktifitas yang efektif untuk menyebarkan dan mentransformasikan pengetahuan dalam kegiatan usaha, yaitu berbagi pengetahuan. Interaksi dan kolaborasi antara karyawan dalam organisasi akan menimbulkan tranformasi pengetahuan implisit menjadi pengetahuan eksplisit yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi (Harorimana, 2010). Dalam berbagi pengetahuan terdapat 2 aspek penting dalam pembentukannya yaitu dengan *Knowledge collecting* dan *knowledge Donating* (Oye et al., 2011). Dalam Hooff & Ridder (2004) *knowledge donating* merupakan sebuah proses tiap individu untuk mengkomunikasikan pengetahuan yang dimiliki. Sedangkan, *knowledge donating* merupakan sebuah proses konsultasi antar kolega dengan tujuan mendapatkan pengetahuan dari oranglain. Kedua proses tersebut merupakan sebuah proses aktif antara keduanya sehingga membentuk pengetahuan baru bagi perusahaannya.

Beberapa penelitian terkait dengan berbagi pengetahuan dan keunggulan bersaing pada organisasi memberikan hasil bahwa berbagi pengetahuan memiliki pengaruh positif signifikan pada keunggulan bersaing (Almahamid, 2008; Jambak, 2017; Widodo & Shahab, 2015). Penelitian terkait tersebut secara detail menjelaskan bahwa peningkatan keunggulan bersaing dibentuk oleh berbagi pengetahuan. Pengetahuan merupakan input penting dalam proses produksi yang menekankan pada kemampuan perusahaan untuk menggunakan dan menggabungkan berbagai pengetahuan untuk menjadi sebuah inovasi. Pengetahuan dimulai dari tingkatan individu yang kemudian organisasi harus mampu mengintegrasikan pengetahuan tersebut agar mampu menjadi keunggulan bersaing berkelanjutan (Widodo & Shahab, 2015).

Pada penelitian ini kemudian dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Berbagi Pengetahuan (*Knowledge Collecting*) memiliki pengaruh signifikan positif pada keunggulan bersaing pada UMKM.

H2 : Berbagi Pengetahuan (*Knowledge Donating*) memiliki pengaruh signifikan positif pada keunggulan bersaing pada UMKM.



H3 : Berbagi Pengetahuan memiliki pengaruh signifikan positif pada keunggulan bersaing pada UMKM.

## METODE PENELITIAN

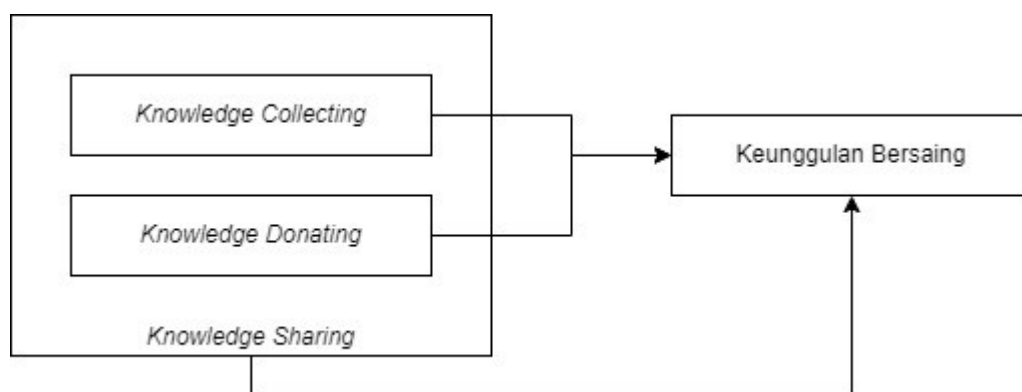
### Populasi Dan Sampel

Penelitian *Knowledge Sharing* dan Keunggulan bersaing pada UMKM di Jawa Tengah menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan SPSS ver 25. Penelitian diambil pada rentang waktu Mei 2023 – Juni 2023 dengan menggunakan *google form* sebagai media pengambilan data. Populasi penelitian ini adalah UMKM se-Jawa Tengah dengan jumlah sampel sebanyak 120 usaha. Menurut Hair et al (2014), penentuan jumlah sampel berdasarkan banyaknya indikator/butir pertanyaan pada kuesioner yang digunakan untuk pengukuran dikalikan dengan 5 – 10. Terdapat 6 butir pertanyaan untuk masing-masing variabel *knowledge collecting* maupun *knowledge donating*, dan 6 butir pertanyaan terkait dengan keunggulan bersaing. Dengan demikian total pertanyaan adalah 18 butir soal yang kemudian akan dikalikan 5, hingga di dapatkan hasil total yaitu 90 sampel UMKM se Jawa Tengah.

### Model Penelitian

Model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 – Model Penelitian



### Definisi Operasional

Sesuai dengan model penelitian diatas, definisi operasional ditunjukkan dalam tabel 1.

Tabel 1 Definisi Operasional

NO	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
1	<i>Knowledge Collecting</i>	Proses individu untuk mengumpulkan informasi maupun pengetahuan dari lingkungan sekitarnya (Hooff & Ridder, 2004)	1. Saya sering mencari pengetahuan tentang pengembangan produk baru kepada orang lain 2. Saya sering bertanya tentang pengembangan produk baru kepada karyawan saya



NO	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
			3. Saya sering meminta arahan tentang modifikasi produk pada ahli 4. Saya sering menanyakan terkait ide modifikasi produk kepada karyawan 5. Saya sering menanyakan terkait ide modifikasi produk kepada orang lain 6. Saya sering berdiskusi dengan karyawan terkait dengan pergeseran pelanggan
2	<i>Knowledge Donating</i>	Proses individu untuk memberikan informasi maupun pengetahuan kepada lingkungan sekitarnya (Hooff & Ridder, 2004)	1. Saya sering berbagi pengetahuan tentang varian produk baru kepada karyawan 2. Saya sering berbagi pengetahuan tentang varian produk baru kepada orang lain 3. Saya sering berbagi pengetahuan tentang modifikasi produk kepada karyawan 4. Saya sering berbagi pengetahuan tentang modifikasi produk kepada orang lain 5. Saya sering berbagi pengetahuan tentang pergeseran selera pelanggan kepada karyawan 6. Saya sering berbagi pengetahuan tentang pergeseran selera pelanggan kepada orang lain
3	Keunggulan Bersaing	Keunggulan bersaing merupakan sebuah strategi yang menawarkan harga lebih rendah atau memberikan manfaat yang lebih tinggi (Putri & Sari, 2022)	1. Produk saya lebih unggul dibandingkan dengan pesaing 2. Produk saya memiliki keunikan tersendiri dibandingkan pesaing 3. Produk saya tidak mudah digantikan dengan produk serupa lainnya 4. Produk saya memberikan kualitas terbaik dari produk pesaing 5. Saya konsisten melakukan perbaikan kualitas produk 6. Merk produk saya lebih mudah diingat dibandingkan produk sejenis lainnya



## HASIL PEMBAHASAN

### Kuesioner Rate

Dalam penelitian ini, terkumpul sebanyak 98 responden yang telah mengisi kuesioner, namun yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah 90 responden. Data sampel penelitian yang diperoleh mulai dianalisis dan diolah pada bulan Juni 2023. Hasil data yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ;

Tabel 2 Distribusi Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	98	100%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan	8	8,16%
Kuesioner yang memenuhi syarat	90	91,84%

### Karakteristik Sampel

Deskripsi karakteristik responden merupakan pelaku UMKM se-Jawa Tengah dengan kriteria telah menjalankan usaha diatas 6 bulan, serta memiliki mitra/ karyawan dalam jalannya usaha. Dalam pengisian kuesioner terdapat data sampel responden berupa nama usaha, jenis usaha, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan lama usaha yang dikerjakan. Beberapa data tersebut akan disajikan dalam tabel 3.

Tabel 3 Data Responden

Variabel	Jumlah	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
Laki-laki	41	45,55%
Perempuan	49	54,44%
<b>Jenis Usaha</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
Makanan & Minuman	34	37,7%
Jasa	11	12,2%
Kriya	5	5,5%
Fashion	38	42,2%
Lainnya	2	2,2%
<b>Rentang Usia</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
17 s/d 25 tahun	19	21,1%
31 s/d 45 tahun	15	16,6%
46 s/d 50 tahun	50	55,5%
Diatas 50 tahun	6	6,6%
<b>Pendidikan</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
SMP dan sederajat	1	1,1 %
SMA dan sederajat	25	27,7%
Diploma dan sederajat	3	3,3%
Sarjana dan sederajat	57	63,3%
Magister dan sederajat	4	4,4%
<b>Lama Usaha</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
Dibawah 1 tahun	15	16,6%
1 – 5 tahun	28	31,1%
6 – 10 tahun	30	33,3%
11 – 15 tahun	17	18,8%



### Uji Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif pada hasil penelitian ini didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std Dev.
<i>Knowledge Sharing (Collected)</i>	90	14	30	24,07	3,225
<i>Knowledge Sharing (Donating)</i>	90	18	30	24,67	2,856
Keunggulan Bersaing	90	14	30	24,99	2,778

Sesuai dengan tabel 4, diketahui pada seluruh variabel memiliki standar deviasi yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata. Dengan demikian, terdapat penyimpangan data yang rendah sehingga penyebaran nilainya merata.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 5. Uji Validitas

Item	$\alpha$ 0,05	Hasil			Ket.
		r.tabel	Sig.	f.hitung	
<b><i>Knowledge Sharing</i></b>		0,207	0,00		
<i>Collecting 1</i>				0,593	<i>Valid</i>
<i>Collecting 2</i>				0,760	<i>Valid</i>
<i>Collecting 3</i>				0,691	<i>Valid</i>
<i>Collecting 4</i>				0,717	<i>Valid</i>
<i>Collecting 5</i>				0,691	<i>Valid</i>
<i>Collecting 6</i>				0,636	<i>Valid</i>
<b><i>Knowledge Sharing</i></b>		0,207	0,00		
<i>Donating 1</i>				0,566	<i>Valid</i>
<i>Donating 2</i>				0,762	<i>Valid</i>
<i>Donating 3</i>				0,563	<i>Valid</i>
<i>Donating 4</i>				0,668	<i>Valid</i>
<i>Donating 5</i>				0,654	<i>Valid</i>
<i>Donating 6</i>				0,720	<i>Valid</i>
<b>Keunggulan Bersaing</b>		0,207	0,00		
KB 1				0,701	<i>Valid</i>
KB 2				0,750	<i>Valid</i>
KB 3				0,541	<i>Valid</i>
KB 4				0,691	<i>Valid</i>
KB 5				0,444	<i>Valid</i>
KB 6				0,513	<i>Valid</i>

Tabel 6 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai CA	Keterangan
<i>Knowlegde Sharing (Collecting)</i>	0,766	Reliabel
<i>Knowlegde Sharing (Donating)</i>	0,735	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,651	Reliabel

Berdasarkan data pada tabel tersebut, seluruh item yang digunakan dalam mengukur variabel *knowledge sharing collecting*, *knowledge sharing donating* dan keunggulan bersaing adalah reliabel dan valid.

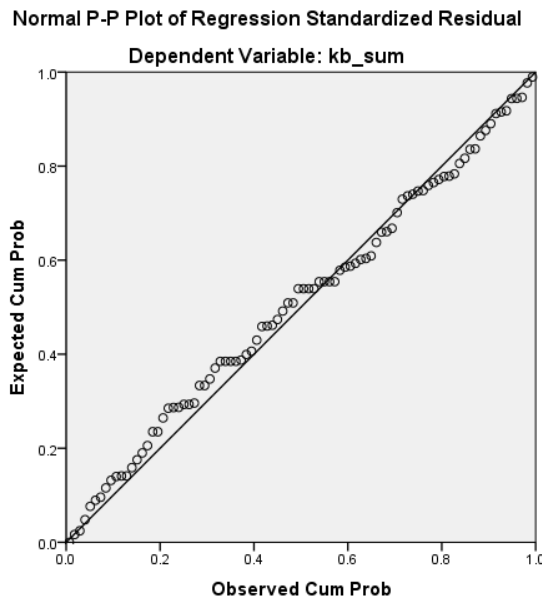


### Uji Asumsi Klasik

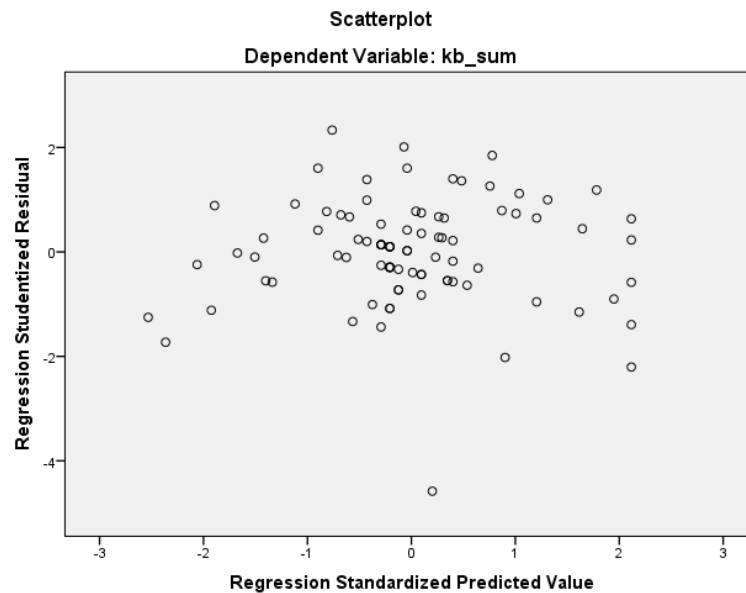
#### Uji Normalitas

Sesuai data yang diperoleh sebanyak 90 responden, data memiliki sebaran normal. Hal tersebut dapat dilihat dari sebaran data yang terlihat pada gambar 2 yang cenderung membentuk garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut layak digunakan dalam uji selanjutnya.

Gambar 2 Uji Normalitas



Gambar 3 Uji Heterokedastisitas





### Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas menggunakan nilai korelasi koefisien *pearson*, yang mana didapatkan hasil koefisien data 0,373. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa data tidak mengindikasikan adanya multikolerasi.

### Uji Heterokedasitas

Gambar 3 merupakan hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan *output scatterplots*. Dengan melihat hasil tersebut diindikasikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas pada penelitian ini. Hal tersebut tergambar dari titik data menyebar di sekitar angka 0, titik tidak berkumpul pada salah satu sisi serta penyebaran titik tidak membentuk pola tertentu.

### Uji Hipotesis

Setelah melalui pengujian asumsi klasik, data diolah untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil persamaan regresi linear berganda adalah  $Y=13,994 + 0,097X_1+0,351X_2+2,660$ . Secara mendetail persamaan tersebut memiliki arti bahwa variabel *knowledge sharing (collecting)* dan *knowledge sharing (donating)* tidak ada dalam penelitian ini, nilai dari keunggulan bersaing adalah 13,994. Selanjutnya jika *knowledge sharing (collecting)* meningkat sebesar 1 maka keunggulan bersaing akan naik sebesar 0,097. Begitu pula dengan *knowledge sharing (donating)* yang meningkat sebesar 1 maka keunggulan bersaing akan naik sebesar 0,351.

Tabel 7 Uji Hipotesis

Variabel	Koefesien Regresi	t.hitung	Sig.
Konstanta	13,994		
X1	0,097	1,069	0,288
X2	0,351	3,3437	0,001

F.hitung = 9,121  
R Square = 0,461

Sesuai dengan hasil pengolahan data pada tabel diatas, variabel *knowledge sharing (collecting)* memiliki nilai signifikansi yang tinggi dibandingkan dengan 0,05 yaitu sebesar 0,288. Hal tersebut memiliki arti bahwa *knowledge sharing (collecting)* tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing secara parsial. Selanjutnya, *knowledge sharing (donating)* memiliki signifikansi 0,001 yang berarti *knowledge sharing (donating)* memiliki pengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing. Kemudian secara simultan, *knowledge sharing (collecting)* dan *knowledge sharing (donating)* berpengaruh pada keunggulan bersaing, dengan hasil F-hitung 9,121 yang lebih besar dari F-tabel (3,103).

### KESIMPULAN

Penelitian terkait dengan *knowledge sharing* didapatkan hasil bahwa secara parsial, *knowledge sharing (collecting)* tidak memiliki pengaruh signifikan pada keunggulan bersaing, sedangkan secara simultan *knowledge sharing collecting* maupun *donating* memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa perilaku *knowledge sharing collecting* juga masih dianggap tidak memberikan sumbangsih terhadap kegiatan usaha. Namun, perilaku *knowledge sharing* dari *owner/pemilik* kepada karyawan maupun orang lain



dianggap penting dan dilakukan dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena pengambilan keputusan dalam UMKM masih menggunakan pola *top to down* sehingga kebutuhan pemilik usaha dalam membagikan ilmunya diperlukan.

Dalam berbagai penelitian terkait dengan *knowledge sharing*, ditemukan bahwa *knowledge sharing* merupakan sebuah perilaku positif yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Selanjutnya, pengumpulan (*collecting*) pengetahuan / informasi maupun membagikan (*donating*) pengetahuan merupakan perilaku aktif yang tidak dapat terpisahkan dalam sebuah penguatan keunggulan bersaing melalui *knowledge sharing*. Sehingga, dalam penelitian ini terdapat beberapa masukan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM maupun para peneliti dimasa mendatang.

Sesuai dengan hasil penelitian, pelaku UMKM se-Jawa Tengah sebaiknya melakukan eksplorasi terhadap perilaku berbagi secara lebih mendalam, karena kebutuhan dalam mengumpulkan dan membagikan pengetahuan sama pentingnya dalam membentuk keunggulan bersaing. Selanjutnya, pelaku UMKM se-Jawa Tengah, ada baiknya mempertimbangkan bahwa menyediakan momen/kesempatan pada karyawan untuk saling berbagi pengetahuan dalam pengembangan produk hingga keberlanjutan usaha yang dibentuk bersama. Kemudian, pelaku UMKM juga memberikan *reward* dalam rangka melakukan apresiasi kepada karyawan dalam pembentukan perilaku positif yang mengembangkan keunggulan bersaing.

Dalam mengeksplorasi variabel selama penelitian terkait dengan keunggulan bersaing, peneliti menemukan beberapa masukan untuk diteliti pada penelitian mendatang. Variabel yang dapat dipertimbangkan untuk diteliti dimasa mendatang adalah *work engagement* dan perilaku kerja inovatif. Pemilik perlu mengetahui seberapa rasa keterikatan pekerja dengan pekerjaannya, terdapat kemungkinan semakin merasa terikat seseorang terhadap pekerjaan maka ia akan semakin bersemangat dalam mengumpulkan dan membagikan pengetahuan kepada oranglain (Sari & Rosari, 2019). Selanjutnya, pada variabel perilaku kerja inovatif juga merupakan salah satu variabel pembentuk keunggulan bersaing (Sari & Putri, 2022).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul-Jalal, H., Toulson, P., & Tweed, D. (2013). Knowledge Sharing Success for Sustaining Organizational Competitive Advantage. *Procedia Economics and Finance*, 7(Icebr), 150–157. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00229-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00229-3)
- Almahamid, S. (2008). The role of agility and knowledge sharing on competitive advantage: An empirical investigation in manufacturing companies in Jordan. *In Proceedings of the 19th Annual Conference POMS*, 9–12.
- Aulawi, H., Rajesri, G., Kadarsah, S., & Iman, S. (2009). Hubungan Knowledge Sharing Behavior Dan Individual Innovation Capability. *Jurnal Teknik Industri*, 11(2), 174–187.  
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/ind/article/view/17686>
- Bilovslavo, R., & Prevodnik, M. (2010). Impact of Organizational Culture on Knowledge Management in Higher Education. In D. Harorimana (Ed.), *Cultural implications of knowledge sharing, management and transfer : identifying competitive advantage* (p. 152). Information Science Reference



- (an imprint of IGI Global). <https://lib-pasca.unpak.ac.id/index.php?p=fstream&fid=3148&bid=15215>
- Candrawati, A. (2018). PENGARUH BERBAGI PENGETAHUAN TERHADAP KAPABILITAS INOVASI DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM BATIK TULIS GIRILOYO, WUKIRSARI, IMOIRI, BANTUL. *Repository Universitas Muhammadiyah Magelang*, 1–25.
- Gustina, A. (2021). Peran Knowledge Sharing Terhadap Inovasi Umkm Di Yogyakarta Pada Era Pandemi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 47–60. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7996>
- Haedi, R. P. (2021). Implementasi Manajemen Pengetahuan ( Knowledge Management ) dan Dampaknya Terhadap Usaha Kecil dan Menengah ( UKM ) di Kota Pontianak. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 157–166.
- Harorimana, D. (2010). Cultural Implications of Knowledge Sharing, Management and Transfer - Identifying Competitive Advantage. In J. Snaveley (Ed.), *Information Science Reference*. Information Science Reference.
- Hidayat, A. S., Setiawan, Y., Alwi, M., & Nurdiana, E. (2018). Peran Perilaku Inovatif Sebagai Variabel Intervening antara Knowledge Creation dan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 203. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/4090/202-212>
- Hooff, B. Van Den, & Ridder, J. A. De. (2004). Knowledge sharing in Context : the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117.
- Iswanto, Y., Fuad, H. M., Mardoni, Y., Sunarsih, N., Helmiatin, Kusuma, A. B., Wahyu, T. P., Ayuni, D., Mulyana, A., Lestari, E. P., Basir, M. A., Ginting, G., Ismulyati, S., Meilani, A., Hadiwidjaja, R. D., Hartati, N., Susila, A. R., & Hamdani, M. (2017). Kewirausahaan dalam Multi Prespektif. In G. Ginting & R. Y. Priyanti (Eds.), *Universitas Terbuka* (1st ed., Issue 1, p. 193). Universitas Terbuka.
- Jambak, M. I. (2017). Pengaruh Anteseden Perilaku Berbagi Pengetahuan Terhadap Keunggulan Kompetitif Organisasi. *Journal of Management and Business Review*, 14(2), 285–305. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v14i2.106>
- Khaliq, R. (2016). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Melalui Knowledge Management. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(29), 55–62.
- Levy, M., Loebbecke, C., & Powell, P. (2003). SMEs, co-opetition and knowledge sharing: The role of information systems. *European Journal of Information Systems*, 12(1), 3–17. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000439>
- Oye, N. ., Salleh, M., & Noorminshah. (2011). Knowledge Sharing in Workplace: Motivators and Demotivators. *International Journal of Managing Information Technology*, 3(4), 71–84. <https://doi.org/10.5121/ijmit.2011.3406>
- Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2022). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku Umkm Binaan Rumah Bumn Purwokerto Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi. *Among Makarti*, 15(2), 233–247. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.323>



- Rizaty, M. A. (2022). *20,76 Juta UMKM di Indonesia Masuk Ekosistem Digital pada 2022*. <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/2076-juta-umkm-di-indonesia-masuk-ekosistem-digital-pada-2022>
- Sari, K. D. C., & Putri, P. L. (2022). KEUNGGULAN BERSAING DITINJAU DENGAN ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN PERILAKU KERJA INOVATIF PADA UMKM BINAAN RUMAH BUMN PURWOKERTO. *J-Lee*, 4(Desember), 42–54.
- Sari, K. D. C., & Rosari, R. (2019). Pengaruh Work Engagement terhadap Perilaku Kerja Inovatif dengan Berbagi Pengetahuan sebagai Pemediasi [Universitas Gadjah Mada]. In *Repository Universitas Gadjah Mada* (Vol. 1, Issue 1). <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Subagio, I. S., Saraswati, E., & Chandra Sari, K. D. (2021). Workshop Peran E-Commerce Terhadap UMKM di Purbalingga. *Jurnal Pengabdian*, 4(1), 85. <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v4i1.44729>
- Widodo, & Shahab, M. A. (2015). The model of human capital and knowledge sharing towards sustainable competitive advantages. *Problems and Perspectives in Management*, 13(4), 124–134.
- Wujarso, R. (2022). Implementasi Berbagi Pengetahuan Sebagai Keunggulan Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 6(3), 582–590. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i3.583>