

**PENGARUH BERBAGI PENGETAHUAN DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KETAHANAN ORGANISASI**

(STUDI KASUS: SENTRA INDUSTRI RAJUT BINONG JATI)

***THE EFFECT OF KNOWLEDGE SHARING AND PRODUCT
INNOVATION ON THE ORGANISATIONAL RESILIENCE***

(CASE STUDY: SENTRA INDUSTRI RAJUT BINONG JATI)

OLEH:

FITRIANI TOBING

NPM : 120420130501

ARTIKEL ILMIAH

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Magister Ilmu Manajemen

Program Pendidikan Magister Program Studi Magister Ilmu Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PADJADJARAN

BANDUNG

2016

**PENGARUH BERBAGI PENGETAHUAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KETAHANAN ORGANISASI**

(STUDI KASUS: SENTRA INDUSTRI RAJUT BINONG JATI)

***THE EFFECT OF KNOWLEDGE SHARING AND PRODUCT INNOVATION ON THE
ORGANISATIONAL RESILIENCE***

(CASE STUDY: SENTRA INDUSTRI RAJUT BINONG JATI)

Fitriani Tobing¹, Ina Primiana², Asep Mulyana³

Universitas Padjajaran

ABSTRAK

Sentra Industri Rajut Binong Jati merupakan salah satu sentra industri yang bergerak dalam bidang fashion yang terdapat di Kota Bandung. Produk yang dihasilkan adalah produk hasil rajutan dengan menggunakan mesin tradisional dan semi komputer. Dampak krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 mempengaruhi pertumbuhan industri rajut. Terjadi penurunan permintaan dari 10.000 lusin menjadi 3.000 lusin perhari. Pada tahun 2010 yang ditandai dengan pemberlakuan ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*) mengakibatkan produk rajut Binong Jati harus bersaing dengan produk impor yang berasal dari China. Akibatnya terjadi penurunan jumlah pengusaha dari 365 orang pengrajin di sentra industri Rajut Binong Jati pada tahun 2009, hanya tersisa 240 orang pengrajin di tahun 2013. Salah satu penyebab penurunan jumlah pengusaha di Sentra Industri Rajut Binong Jati adalah keterbatasan dalam berbagi pengetahuan dan penguasaan teknologi sehingga mengakibatkan rendahnya kemampuan pengusaha dalam melakukan inovasi pada produknya. Pengaruh berbagi pengetahuan akan dianalisis melalui indikator memberikan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan. Pengaruh inovasi produk akan dianalisis melalui indikator kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Sedangkan pengaruh ketahanan organisasi akan dianalisis melalui indikator adaptasi organisasi, daya saing organisasi dan nilai organisasi. Keseluruhan indikator ini akan dianalisis melalui teknik analisis jalur.

Kata kunci : Berbagi pengetahuan, Inovasi Produk, Ketahanan Organisasi.

¹ Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Manajemen, Universitas Padjajaran

² Ketua Tim Pembimbing, Dosen Program Studi Magister Ilmu Manajemen, Universitas Padjajaran

³ Anggota Tim Pembimbing, Dosen Program Studi Magister Ilmu Manajemen, Universitas Padjajaran

ABSTRACT

Sentra Industri Rajut Binong Jati (the knitting industrial district of Binong Jati) is one of the industrial center that is engaged in fashion in Bandung. The products are knitted products using traditional machines and semi computer machines. The global economic crisis that occurred in 2008 affecting the growth of the knitting industry. A decline in demand of 10,000 dozen per day to 3,000 dozen per day. In the year 2010 was also marked by the implementation of ACFTA (ASEAN-China Free Trade Area), which resulted in Jati Binong knitting products must compete with the products that were imported from China. The result is lowering the number of entrepreneurs from 365 craftsmen in in 2009, only 240 people remaining craftsmen in Sentra Industri Rajut Binong Jati in 2013. One of the reason of the decline in the number of entrepreneurs was caused by limitations in knowledge and mastery of technology, resulting in low ability of the entrepreneurs to innovate in its products. The effect of the sharing knowledge would be analysed through donating and collecting knowledge. The effect of product innovation would be analysed through product quality, product feature and product design. On the other hand, the effect of the organisation resilience would be analysed through adaptation, competitiveness and value of the organisation. All of these would be analysed through path analysis.

Keywords: Sharing knowledge, Product Innovation, Organizational Resilience.

1. Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah merupakan kelompok pelaku ekonomi yang mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan, memajukan perekonomian di suatu wilayah serta mampu bertahan ketika terjadi goncangan krisis ekonomi karena skala usahanya yang kecil sehingga lebih mudah dalam melakukan penyesuaian terhadap lingkungan yang terjadi. Globalisasi ekonomi dan berbagai kerjasama ekonomi juga membuat dunia makin menyatu, namun membawa dampak semakin meningkatnya persaingan. Persaingan ini membawa Indonesia memasuki masa *hypercompetition* yaitu lingkungan persaingan yang sangat ketat dan cepat dimana perusahaan harus memiliki keunggulan-keunggulan untuk bersaing dengan mengalahkan kompetitornya (D'Aveni, 1998). Menurut Drucker (1999), beberapa faktor yang menunjang organisasi agar mampu bertahan terhadap perubahan yaitu fleksibel, fokus pada peluang, fasilitas, mengelola pengetahuan, dan Inovasi.

Reinmoeller dan Baardwijk (2005, dalam Demmer, Vickery, Calantone, 2011) menjelaskan bahwa ketahanan dalam usaha kecil menengah merupakan kemampuan untuk memperbaiki keadaan organisasi dari waktu ke waktu melalui inovasi. Pendapat ini sejalan dengan Chaharbaghi et al.,(2005 dalam Mafabi, Munene, Ntayi, 2012) bahwa kemampuan organisasi untuk bisa bertahan bukan hanya karena ukuran dan keberuntungannya tetapi juga

kapasitas beradaptasi terhadap perubahan kondisi lingkungan, serta melakukan inovasi dan pengambilan keputusan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Inovasi merupakan sarana untuk memanfaatkan peluang melalui bisnis atau layanan yang berbeda (Drucker, 2007). Bagi usaha skala kecil dan menengah, inovasi berarti membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan melalui inovasi produk. Terdapat empat strategi inovasi agar dapat melahirkan ketahanan yaitu komitmen untuk berbagi pengetahuan, eksplorasi, kerjasama, serta perilaku kewirausahaan (Reinmoeller, et.al 2005 dalam Demmer, et.al 2011). Hal ini sejalan dengan pendapat Lin, (2007) bahwa kemampuan organisasi untuk mentransformasi dan mengeksploitasi pengetahuan akan menentukan inovasi yang terjadi dalam suatu organisasi.

Berbagi pengetahuan merupakan salah satu komponen utama dalam meningkatkan kinerja perusahaan ((Ibrahim & Heng, 2015). Wijayanti dan Widodo, (2014) mendefinisikan berbagi pengetahuan sebagai perilaku dalam menyebarkan pengetahuan kepada anggota lain dalam suatu organisasi untuk menciptakan *value added* bagi perusahaan. Sedangkan Hooff dan Ridder, (2004) menjelaskan berbagi pengetahuan sebagai proses saling bertukar pengetahuan yang dimiliki baik pengetahuan tacit maupun eksplisit untuk menciptakan pengetahuan baru. Pada usaha kecil dan menengah, pemahaman tentang pentingnya berbagi pengetahuan belum sepenuhnya dapat direalisasikan karena pelaku UKM selalu sibuk dengan rutinitas mereka sehari-hari (Wong dan Aspinwall, 2004 dalam Ibrahim dan Heng, 2015). Gunasekaran, Rai, Griffin (2011) juga menjelaskan bahwa pengembangan sumber daya manusia dan manajemen pengetahuan pada UKM sangat dibutuhkan dalam mendukung ketahanan UKM.

Salah satu sentra industri yang menjadikan Kota Bandung sebagai kota kreatif adalah industri yang bergerak di bidang fesyen yaitu sentra rajut Binong Jati. Sentra industri rajut Binong Jati merupakan salah satu industri kecil rumahan (*home industry*) yang potensial dan memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung. Dampak dari krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 mempengaruhi pertumbuhan industri rajut Binong Jati. Sebelum terjadi krisis dari 400 unit usaha rajut yang ada mampu memenuhi permintaan sekitar 10.000 lusin pakaian rajut per hari. Namun akibat dampak krisis ini permintaan menurun menjadi sekitar 3.000 lusin per hari (Pamella, 2014).

Penurunan permintaan pakaian rajut di industri rajut Binong Jati terus berlanjut hingga tahun 2010. Hal tersebut ditandai dengan dimulainya ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*) pada Januari 2010 yang membuat produk rajut Binong Jati harus bersaing dengan produk impor yang berasal dari China. Produk yang berasal dari China dikenal dengan harganya yang murah, hal ini disebabkan produk China menggunakan teknologi yang canggih dalam produksinya. Sedangkan alat atau mesin rajut yang digunakan oleh pengrajin rajut di Sentra industri Binong Jati masih tradisional sehingga tidak mampu bersaing dengan produk impor. Penurunan nilai tukar rupiah terhadap *US Dollar* juga menyebabkan harga bahan baku menjadi meningkat. Hal ini memberatkan pengusaha karena sebagian besar bahan baku masih diimpor dari luar negeri.

Usaha rajut yang ada di sentra industri rajut Binong Jati mayoritas merupakan usaha keluarga atau turun temurun yang diwariskan kepada generasi berikutnya. Sehingga keahlian tersebut harus tetap dilestarikan, karena tidak semua orang memiliki keahlian merajut. Namun demikian untuk dapat bersaing di pasar maka pengusaha rajut harus memperbaiki dan menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) agar mampu bertahan ditengah kondisi persaingan yang sangat cepat.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai variabel, dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian melalui studi data sekunder, wawancara, dan pengajuan daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh gambaran tentang fenomena yang sedang terjadi. Penelitian verifikatif dimaksudkan sebagai upaya pengujian secara statistik, untuk mengetahui hubungan antar variabel tersebut melalui suatu pengujian hipotesis. Pengumpulan data diperoleh dari lapangan, dengan demikian metode yang digunakan adalah metode survey yaitu suatu pengumpulan data yang dilakukan terhadap suatu objek di lapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer.

3. Hasil dan Pembahasan

a) Gambaran umum Sentra Industri Rajut Binong Jati.

Sentra industri rajut Binong Jati berada di kelurahan Binong termasuk ke dalam kecamatan Batununggal. Lokasi sentra industri ini cukup strategis karena berada tidak jauh dari pusat kota yaitu berada dalam area kelurahan, jarak dari pusat pemerintahan kecamatan 1 km, jarak dari pemerintahan kotamadya 5 km. Lokasi sentra industri rajut Binong jati yang ditandai oleh Gapura yang bertuliskan “Sentra Industri Rajutan Binong Jati” di Jl. Gatot Subroto, Bandung. Di sekitar gapura, terdapat sebuah pasar yang bernama Pasar Saeuran atau Pasar Binong. Binong Jati sebagai sentra industri rumahan bidang rajutan di Kota Bandung memiliki sejarah yang cukup lama.

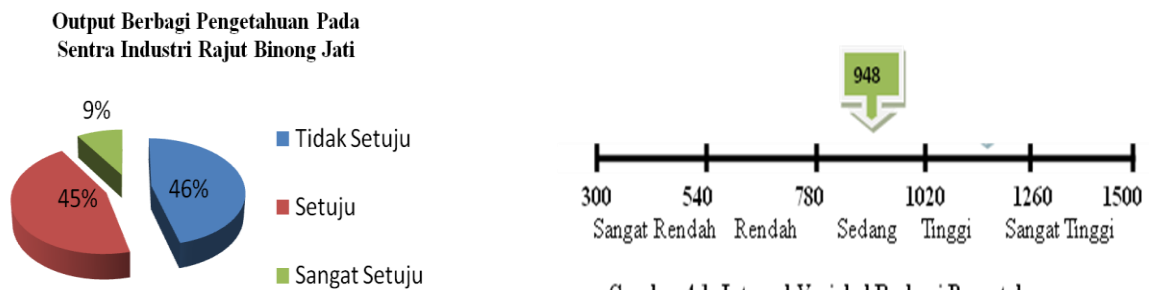
Bermula pada tahun 1970-an, dengan menggunakan mesin rajut tradisional yang sangat sederhana dan berkembang terus menerus hingga saat ini. Perkembangan mesin rajut berawal dari mesin *breyen*, mesin datar (*3,5,7 guide*), mesin rajut (*12 guide*), dan mesin semi komputer. Masih sangat sedikit pengrajin yang memiliki mesin semi komputer. Perbedaan mesin rajut tradisional dengan mesin rajut semi komputer adalah dari desain yang dihasilkan, mesin rajut manual memiliki keterbatasan dalam desain sedangkan mesin semi komputer dapat membuat desain yang beraneka ragam dan lebih menarik. Secara umum proses produksi seperti merajut dengan menggunakan mesin *flatknitting*, menyambung kain dengan mesin *linking* dan menyetrika baju rajut dengan setrika *steam* uap dan lain-lain dilakukan sesuai dengan keahlian pekerja masing-masing. Para pengrajin di sentra industri rajut Binong Jati dapat memproduksi lusinan rajutan per hari. Produk yang sering di produksi yaitu produk sweater, baju, rok, pashmina, kerudung, syal, cardigan, jaket, dan lainnya.

b) Analisis Deskriptif Penerapan Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk dan Ketahanan Organisasi Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati.

1. Berbagi Pengetahuan pada Sentra Industri Rajut Binong Jati.

Dalam penelitian ini variabel berbagi pengetahuan mengacu pada karakteristik yang dikemukakan oleh Hooff & Ridder (2004). Berbagi pengetahuan terdiri dari dua dimensi, yaitu menyumbangkan pengetahuan (*knowledge donating*) dan mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*). Setiap dimensi memiliki beberapa indikator. Menyumbangkan pengetahuan indikatornya adalah berbagi informasi baru kepada rekan di dalam organisasi,

berbagi hal baru kepada rekan diluar organisasi dan berbagi keterampilan baru kepada rekan diluar organisasi. Mengumpulkan pengetahuan indikatornya adalah memperoleh keterampilan baru dari sesama rekan didalam organisasi, memperoleh informasi baru yang berasal dari rekan diluar organisasi, dan memperoleh keterampilan baru yang didapatkan dari rekan diluar organisasi. Indikator-indikator tersebut diwakili oleh 6 pernyataan.



Gambar 4.1: Interval Variabel Berbagi Pengetahuan

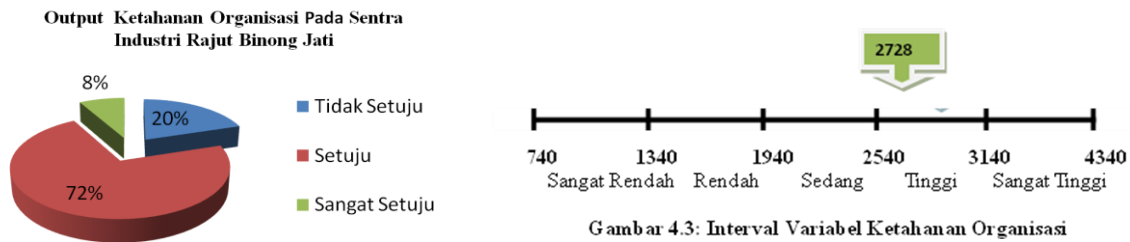
Berdasarkan Gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa kondisi berbagi pengetahuan pengrajin pada sentra industri rajut Binong Jati adalah sedang. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 4.12 yang menunjukkan output deskriptif berbagi pengetahuan. Analisis deskriptif kondisi berbagi pengetahuan menunjukkan pengrajin pada sentra industri rajut Binong Jati sebanyak 46% tidak setuju berbagi pengetahuan yang dimiliki, 45% setuju berbagi pengetahuan, dan 9% sangat setuju untuk berbagi pengetahuan.

Gambar 4.1 menunjukkan total skor kumulatif berbagi pengetahuan pada sentra industri Binong Jati adalah 948 dan tergolong dalam interval sedang atau seimbang. Pengrajin yang berada di sentra industri Binong Jati ada yang bersedia membagi informasi maupun hal baru yang diperoleh dengan tujuan agar sentra industri Binong Jati dapat berkembang dan semakin dikenal tidak hanya lokal maupun di luar negeri. Namun ada beberapa pengrajin yang tidak mau berbagi informasi maupun hal baru yang dimilikinya karena mereka khawatir akan ditiru dan bisa mengancam keberlangsungan usahanya.

2. Inovasi Produk pada Sentra Industri Rajut Binong Jati.

Dalam penelitian ini variabel inovasi produk mengacu pada karakteristik yang dikemukakan oleh Armstrong dan Kotler (2007) . Inovasi produk terdiri dari tiga dimensi, yaitu kualitas produk, fitur produk dan desain produk. Setiap dimensi memiliki beberapa indikator. Kualitas produk indikatornya adalah pengendalian/kontrol terhadap kualitas produk sebelum dikirim ke tangan konsumen. Fitur produk indikatornya adalah pengembangan

desain produk dan kekhasan yang dimiliki oleh produk tersebut. Desain produk indikatornya adalah perubahan/perbaikan pada fungsi atau kegunaan produk dan bentuk kemasan produk. Indikator-indikator tersebut diwakili oleh 5 pernyataan.



Gambar 4.3: Interval Variabel Ketahanan Organisasi

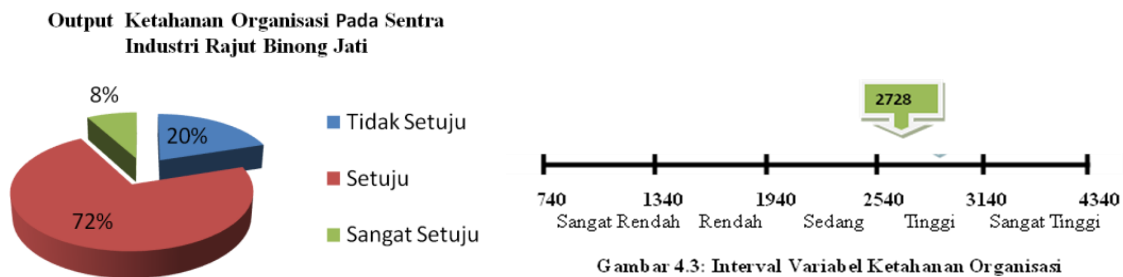
Berdasarkan Gambar 4.2 dapat disimpulkan bahwa kondisi inovasi produk pada pengrajin di sentra industri rajut Binong Jati adalah sedang. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 4.16 yang menunjukkan output deskriptif inovasi produk. Analisis deskriptif kondisi inovasi produk menunjukkan pengrajin pada sentra industri rajut Binong Jati sebanyak 57% setuju, 34% tidak setuju, dan 8% sangat setuju untuk melakukan inovasi produk.

Gambar 4.2 menunjukkan total skor kumulatif inovasi produk pada sentra industri Binong Jati adalah 849 dan tergolong dalam interval sedang. Pengrajin di sentra industri Binong Jati melakukan inovasi melalui desain atau model, kebanyakan produk yang dibuat berdasarkan permintaan konsumen yang setiap minggu berubah-ubah sesuai tren fesyen yang sedang berkembang. Namun disisi lain terdapat juga pengrajin yang tidak melakukan inovasi artinya bahwa mereka hanya meniru desain produk dari pengrajin lain. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kreativitas yang dimiliki oleh pengrajin di sentra industri Binong Jati.

3. Ketahanan Organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati.

Dalam penelitian ini variabel ketahanan organisasi mengacu pada karakteristik yang dikemukakan oleh Mafabi, et. al, (2012). Ketahanan organisasi terdiri dari tiga dimensi, yaitu adaptasi organisasi, daya saing organisasi, dan nilai organisasi. Setiap dimensi memiliki beberapa indikator. Adaptasi organisasi indikatornya adalah kemampuan pengrajin untuk mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, mengirim pesanan sesuai permintaan konsumen, menjaga nama baik perusahaan dan kegagalan yang pernah dialami. Daya saing organisasi indikatornya adalah kemampuan perusahaan beroperasi dengan modal terbatas, penyelesaian pesanan konsumen, kemampuan melayani konsumen dengan sumber daya yang terbatas, kemudahan dalam mengakses informasi perusahaan, pencapaian target perusahaan, dan orientasi perusahaan. Nilai organisasi indikatornya adalah kemampuan

perusahaan merencanakan biaya produksi, kepuasan pelanggan dalam bekerjasama dengan perusahaan, tingkat turnover pegawai, komplain yang diterima oleh perusahaan dan sumber pendanaan perusahaan.

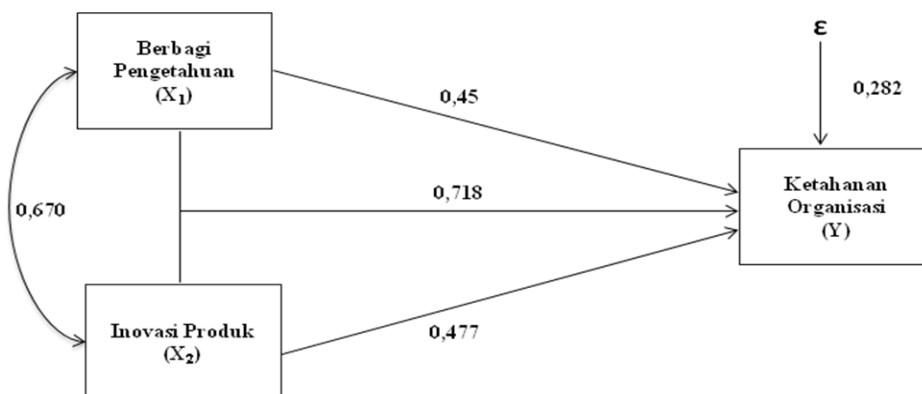


Gambar 4.3: Interval Variabel Ketahanan Organisasi

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat disimpulkan bahwa kondisi ketahanan organisasi pada sentra industri rajut Binong Jati adalah tinggi. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 4.20 yang menunjukkan output deskriptif ketahanan organisasi. Analisis deskriptif kondisi ketahanan organisasi menunjukkan bahwa pada sentra industri rajut Binong Jati sebanyak 72% setuju, 20% tidak setuju, dan 8% sangat setuju. Budaya rajut yang sudah menjadi keahlian yang dimiliki para pengrajin di Binong Jati sejak kecil membuat nilai budaya ini menjadi terpelihara. Pengrajin rajut mewariskan budaya rajut kepada setiap generasi muda sehingga sentra industri rajut mampu bertahan hingga sekarang.

4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk dan Ketahanan Organisasi Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati.

Secara umum kerangka hubungan kausal empiris antara variabel berbagi pengetahuan (X_1) dan inovasi produk (X_2) terhadap ketahanan organisasi (Y) dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4. Struktur Hubungan Kausal X_1 dan X_2 terhadap Y

Adapun persamaan jalur yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx_1}X_1 + \rho_{yx_2}X_2 + \rho_{y\epsilon}\epsilon$$

$$Y = 0,45 X_1 + 0,477 X_2 + 0,282 \epsilon$$

Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel berbagi pengetahuan dan inovasi produk terhadap ketahanan organisasi pada sentra industri rajut Binong Jati maka dilakukan analisis sebagai berikut:

Tabel 4.26.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Berbagi Pengetahuan (X₁) Terhadap Ketahanan Organisasi (Y)

Pengaruh Variabel			Besar Kontribusi
Langsung	X ₁ Terhadap Y	ρ_{yx_1} ρ_{yx_1}	20,25%
Tidak Langsung	X ₁ Melalui X ₂	ρ_{yx_1} $r_{x_1x_2}$ ρ_{yx_2}	14,38%
Total Pengaruh X ₁ terhadap Y			34,63%

Tabel 4.26. menunjukkan bahwa besar pengaruh langsung variabel berbagi pengetahuan terhadap ketahanan organisasi adalah sebesar 20,25%. Nilai tersebut menyatakan besarnya pengaruh berbagi pengetahuan terhadap ketahanan organisasi tanpa melibatkan variabel lain. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel berbagi pengetahuan terhadap ketahanan organisasi adalah sebesar 34,63% yang diakibatkan oleh variabel lain. Adapun besarnya pengaruh berbagi pengetahuan terhadap ketahanan organisasi tergolong cukup kuat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Daud & Yusuf (2008) yang menjelaskan bahwa proses manajemen pengetahuan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja organisasi. Kemampuan perusahaan untuk mencari dan berbagi ilmu yang bermanfaat akan meningkatkan kualitas pengetahuan SDM yang pada akhirnya membuat UKM menjadi berdaya saing dan bertahan.

Wang, et.al, (2014) yang menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui modal intelektual. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mafabi, et.al, (2012) melalui penelitiannya yang dilakukan pada perusahaan publik di Uganda yang menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan berpengaruh terhadap ketahanan organisasi melalui inovasi organisasi. Pendapat yang serupa juga diungkapkan dalam

penelitian yang dilakukan oleh Gunasekaran, et.al, (2011) bahwa pengembangan sumber daya manusia dan manajemen pengetahuan pada UKM sangat dibutuhkan dalam mendukung ketahanan UKM.

Tabel 4.27.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Inovasi Produk (X_2) Terhadap Ketahanan Organisasi (Y)

Pengaruh Variabel			Besar Kontribusi
Langsung	X_2 Terhadap Y	P_{YX_2} P_{YX_2}	22,75%
Tidak Langsung	X_2 Melalui X_1	P_{YX_1} $r_{X_1X_2}$ P_{YX_2}	14,38%
Total Pengaruh X_2 terhadap Y			37,13%

Tabel 4.27. menunjukkan bahwa besar pengaruh langsung variabel inovasi produk terhadap ketahanan organisasi adalah sebesar 22,75%. Nilai tersebut menyatakan besarnya pengaruh inovasi produk terhadap ketahanan organisasi tanpa melibatkan variabel lain. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel inovasi produk terhadap ketahanan organisasi adalah sebesar 37,13% yang diakibatkan oleh variabel lain. Adapun besarnya pengaruh inovasi produk terhadap ketahanan organisasi tergolong cukup kuat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarah Diba Hidayat, (2011) menunjukkan bahwa variabel kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan variabel kreativitas. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Billy Rubianto Irawan, (2015) menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan memberikan dampak yang cukup berpengaruh terhadap penjualan.

Menurut Chaharbaghi et al., (2005 dalam Mafabi et al., 2012) kemampuan perusahaan bertahan lama, dan bahkan berkembang dari tahun ke tahun bukan karena ukuran dan keberuntungannya, tetapi karena perusahaan tersebut mampu menunjukkan kapasitas beradaptasi yang lebih cepat terhadap perubahan kondisi tuntutan lingkungannya, terus menerus melakukan inovasi, dan mengambil keputusan yang tepat untuk menggerakkan perusahaannya ke arah tujuan yang diinginkan.

4. Simpulan dan Saran

Simpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai Pengaruh Berbagi Pengetahuan dan Inovasi Produk Terhadap Ketahanan Organisasi di Sentra Industri Rajut Binong Jati adalah:

1. Tingkat Berbagi Pengetahuan pada Sentra Industri Rajut Binong Jati tergolong sedang. Hal ini disimpulkan dari tanggapan responden terhadap indikator-indikator berbagi pengetahuan, seperti menyumbangkan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan. Tanggapan responden terhadap semua indikator relatif seimbang antara baik dan buruk. Tingkat Inovasi Produk pada Sentra Industri Rajut Binong Jati tergolong sedang. Hal ini disimpulkan dari tanggapan responden terhadap indikator-indikator inovasi produk, seperti kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Tanggapan responden terhadap semua indikator relatif seimbang antara baik dan buruk. Tingkat Ketahanan Organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati tergolong tinggi. Hal ini disimpulkan dari tanggapan responden terhadap indikator-indikator ketahanan organisasi, seperti adaptasi organisasi, daya saing organisasi dan nilai organisasi. Tanggapan responden terhadap semua indikator relatif baik.
2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa berbagi pengetahuan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap ketahanan organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati melalui inovasi produk yaitu sebesar 34,63%. Sedangkan pengaruh inovasi produk terhadap ketahanan organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati melalui berbagi pengetahuan adalah sebesar 37,13%. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk terhadap ketahanan organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh berbagi pengetahuan terhadap ketahanan organisasi pada Sentra Industri Rajut Binong Jati.

Saran

1. Diperlukan adanya penelitian yang lebih menyeluruh tentang ketahanan organisasi melalui pendekatan kualitatif untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam.
2. Diperlukan penambahan variabel baru sebagai variabel yang memediasi ketahanan organisasi seperti variabel daya saing atau kinerja organisasi.

3. Perlu adanya peningkatan penguasaan teknologi melalui penggunaan mesin rajut komputer untuk meningkatkan inovasi produk, karena saat ini yang dibutuhkan pasar tidak hanya kuantitas tetapi juga kreativitas produk melalui desain yang inovatif.
4. Bekerjasama dengan pengrajin fesyen lain yang memiliki teknologi canggih untuk perbaikan desain produk agar lebih menarik, mengingat mesin rajut komputer harganya sangat mahal dan banyak pengrajin yang menggunakan mesin rajut manual.
5. Penanaman nilai budaya kepada generasi muda agar budaya merajut pada sentra industri Binong Jati tetap terpelihara dan mejadi sentra wisata di Kota Bandung.
6. Diperlukan pelatihan-pelatihan dari pemerintah berkaitan dengan teknologi mesin rajutan untuk meningkatkan kemampuan pengrajin dalam menghasilkan produk yang inovatif.
7. Merubah pola pikir pengrajin untuk menjadikan persaingan/pasar bebas sebagai peluang untuk semakin berkembang dan memperluas pasar hingga ke pasar internasional.
8. Mempererat ikatan persaudaraan diantara pengrajin rajut Binong Jati agar memiliki visi dan misi yang sama untuk memelihara Binong Jati menjadi sentra budaya rajut di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiff, F. (2015). *Manajemen Inovatif Adaptif*. Bandung: FEB UNPAD & Asean Plan Consult.
- Afifah. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bordir Bukittinggi.
- Alam, S. S., Abdullah, Z., Ishak, N. A., & Zain, Z. M. (2009). Assessing Knowledge Sharing Behaviour among Employees in SMEs: An Empirical Study. *International Business Research* Vol. 2, No. 2, 115-122.
- Anugrah, W. (2011). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Brand Image BOBER Cafe. *Tesis*. Program Magister Manajemen Universitas Padjadjaran.
- Astuti, P. D., & Kusumawijaya, I. K. (2012). Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Berbasis Intellectual Capital dan Knowledge Management. *Seminar & Konferensi Nasional Manajemen Bisnis*, (hal. 25-33).
- Atristain, C., & Rajagopal. (2010). Conceptual Perspectives on Organizational Performance and Competitiveness of SMES in Mexico. *Journal of Transnational Management*, 322-349.
- Aulawi, H., Govindaraju, R., Suryadi, K., & Sudirman, I. (2009). Hubungan Knowledge Sharing Behaviour dan Individual Innovation Capability. *Jurnal Teknik Industri*, Vol.11, No. 2, 174-187.
- Bagnoli, C., & Vedovato, M. (2014). The impact of knowledge management and strategy configuration coherence on SME performance. *J Manag Gov*, 615-647.
- Bhamra, R., Dani, S., & Bunard, K. (2011). Resilience: the concept, a literature review and future directions. *International Journal of Production Research*, 5375-5393.
- Cahyo, R. J., & Harjanti, D. (2013). Analisa Inovasi Produk Pada Usaha Formal dan Informal Di Jawa Timur. *AGORA Vol. 1*.
- Creswell, J. W. (2009). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Dalam *Research Design*. SAGE.
- Galagan, P. (1997). Smart Companies (Knowledge Management). *Training and Development*, 20-55.
- Ghozali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*, BP UNDIP, Semarang.
- Gilly, J. P., Kechidi, M., & Talbot, D. (2014). Resilience of organisation and territories: The role of pivot firms. *European Management Journal*, 596-602.
- Goh, S. K., & Sandhu, M. S. (2014). The Influence of Trust on Knowledge Donating and Collecting: An Examination of Malaysian Universities. *International Education Studies*, Vol. 7, No. 2, 125-136.
- Gunasekaran, A., Rai, B. K., & Griffin, M. (2011). Resilience and Competitiveness of Small and Medium Size Enterprises: an Empirical Research. *International Journal of Production Research*, 5489-5509.

- Hooff, B. v., & Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal Of Knowledge Management*, 117-130.
- Irawan, B. R. (2015). Dampak Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Peluncuran Produk Baru Dalam Industri Rokok). *AGORA Vol. 3, No. 1*, 127-137.
- Juanim. (2004). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran*. Bandung: Fakultas Ekonomi UNPAS.
- Kusumawijaya, I. K., & Astuti, P. D. (2012). Perspektif MSDM dalam Pengembangan UKM Berbasis Knowledge Management. *Prosiding Seminar & Konferensi Nasional Manajemen Bisnis*, (hal. 114).
- Kurniawati, S. (2008). Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi (Studi Pada Divisi-divisi BUMN Penyelenggara Bisnis Telekomunikasi). *Tesis*. Bandung: Universitas Padjadjaran .
- Lin, H. F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International journal of manpower*, 315-332.
- Mafabi, S., Munene, J., & Ntayi, J. (2012). Knowledge Management and Organisational Resilience. *Journal Of Strategy and Management*, 57-80.
- Maha, R. N. (2012, Juli). Berbagi Pengetahuan Dalam Menciptakan Inovasi di Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). *Tesis*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.
- Malhotra, Naresh K.. 2006. Riset Pemasaran Jilid II, Indeks, Jakarta.
- Marques, C. S., Leal, C., Marques, C. P., & Cardoso, A. R. (t.thn.). Strategic Knowledge Management, Innovation and Performance: An Initial Study Of Portugis Footwear Companies. *Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro, CETRAD, Vila Real, Portugal*, 609-618.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Hirata, T. (2008). *Managing Flow: A Process Theory of th Knowledge Based Firm*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Nagata, A. (2000). A Firm as a Knowledge-creating Entity: A New Perspective on The Theory of The Firm. *Industrial and Corporate Change*, 1-20.
- Pal, R., Torstensson, H., & Mattila, H. (2013). Antecedents of Organizational Resilience in Economic Crisis: An Empirical Study of Swedish Textile and Clothing SMEs. *International Journal Production Economics*, 410-428.
- Pamella, K. E. (2014). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Rajut Di Sentra Industri Rajut Binong Jati Kota Bandung. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Raharso, S., & Tjahjawati, S. S. (2014). Relasi Proses Knowledge Sharing dengan Kapabilitas Inovasi. *Manajemen Usahawan Indonesia Vol.43 No. 3*, 243-259.

- Rozaq, K. (2012). Antecedent Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Pengaruhnya Pada Kemampuan Inovasi Perusahaan (Studi Pada BRI Cabang Sragen dan Bank Jateng Sragen). *Tesis*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Senduk, V. A., & Wuryaningrat, N. F. (2014). Berbagi Pengetahuan dan Pengaruhnya Pada Kemampuan Inovasi Industri Rumah Tangga Di Sulawesi Utara: Sebuah Studi Longitudinal. *Jurnal Bisnis & Manajemen, Volume 10 No. 2*, 151-163.
- Setiarso, B. (2003-2006). *IlmuKomputer.com*. Diambil kembali dari Komunitas eLearning IlmuKomuter.com.
- Setiarso, B. (2005). Strategi Pengelolaan Pengetahuan (Knowledge Management) untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Seminar Nasional PESAT*. Jakarta.
- Seville, E., Brunson, D., Dantas, A., Masurier, J. L., Wilkinson, S., & Vargo, J. (2008). Organisational Resilience: Researching the Reality of New Zealand Organisation. *ResearchGate*, 1-9.
- Sintaasih, D. K., Nimran, U., Sudarma, M., & Surachman. (2011). Knowledge Management dan Peran Strategic Partner SDM: Pengaruhnya Terhadap Perencanaan Strategik dan kinerja Organisasi (Studi pada Rumah Sakit di Bali). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 13, No. 1*, 18-32.
- Siswanto, I. (2014). Peran Manajemen Pengetahuan dan Pembelajaran Organisasi Terhadap Inovasi Produk Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Olahan Pangan di Bogor . *Tesis*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, I. (2011). Produktivitas dan Ketahanan Bisnis Industri Kecil (Studi Empiris Industri Batik Tulis Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon). *Dinamika Keuangan dan Perbankan, ISSN: 1979-4878*, 102-112.
- Tobing, P. L. (2007). *Knowledge Management: Konsep, Arsitektur dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Vogus, T. J., & Sutcliffe, K. M. (2007). Organisational resilience: Towards a theory and research agenda. *ResearchGate*, 3418-3422.
- Voronov, V., & Lavrinenko, O. (2014). Knowledge Management and The Increase Of SME Competitiveness: Case Study. *Baltic Region*, 22-32.
- Wibowo, M. P. (2014, June). Knowledge Management Awareness And Maturity Levels of Small and Medium Enterprises (SMES) In Technoparks Of Turkey. *Thesis*. Middle East Technical University.
- Widianingsih, L. P. (2013). Knowledge Management dalam Mendorong Inovasi dan Daya Saing pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal GEMA AKTUALITA Vol. 2 No.1*, 44.
- Wijayanti, K., & Widodo. (2014). Pengembangan Inovasi Organisasi Berbasis Human Capital, Sharing Knowledge dan Pembelajaran Organisasional. *EKOBIS Vol. 16, No. 1*, 86-101.