

Analisis Modal Sosial Sebagai Prediktor Berbagi Pengetahuan Tacit Pada Wirausaha Di Kabupaten Gresik

Khoirur Rozaq

Universitas Negeri Surabaya

Korespondensi penulis: khoirurrozaq@unesa.ac.id

Alamat: Jl. Ketintang Gayungan Surabaya

Abstract. *Social capital is a strong network in the form of relationships between individuals that develop over time, trust and collective action within an organization arise. The level of social capital owned by company employees or business people can affect the transfer of knowledge, especially in establishing relationships and collaborating with business partners to develop their own business which will ultimately affect innovative work behavior. The purpose of this study was to determine the effect of social capital on the sharing of tacit knowledge and its effect on the ability to innovate. The population in this study are 2 company employees and 2 business actors. Methods of data collection using observation and interviews. The analytical method used is descriptive analysis. The results showed that social capital had a significant positive effect on knowledge transfer and innovative work behavior.*

Keywords: *Social capital, innovative, sharing knowledge*

Abstrak. Modal sosial merupakan jaringan yang kuat berupa hubungan antar individu yang berkembang dari waktu ke waktu, timbul kepercayaan dan tindakan kolektif dalam suatu organisasi. Tingkat modal sosial yang dimiliki oleh karyawan perusahaan atau pelaku bisnis dapat mempengaruhi transfer of knowledge terutama dalam menjalin relasi dan kerjasama dengan mitra bisnis untuk mengembangkan usahanya sendiri yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku kerja yang inovatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal sosial terhadap pembagian pengetahuan tacit dan pengaruhnya terhadap kemampuan berinovasi. Populasi dalam penelitian ini adalah 2 karyawan perusahaan dan 2 pelaku usaha. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh positif signifikan terhadap transfer pengetahuan dan perilaku kerja inovatif.

Kata kunci: berbagi pengetahuan, inovasi, modal sosial.

LATAR BELAKANG

Peran modal sosial dalam pengembangan wirausaha telah menjadi bahasan dalam berbagai literatur. Pendekatan modal sosial yang digunakan menggunakan konsep kepercayaan dan hubungan timbal-balik yang inheren dalam jaringan sosial termasuk

Received November 30, 2022; Revised Desember 12, 2022; Acepted Desember 30, 2022

* Khoirur Rozaq, khoirurrozaq@unesa.ac.id

jaringan solidaritas yang terbentuk dalam kelompok/ organisasi. Pendekatan modal sosial dengan menggunakan konsep kepercayaan dan hubungan timbal-balik sebagai barang publik (public good) diklasifikasikan sebagai teori positivis modal sosial (positivis social capital theory) menyatakan sebagai pendekatan yang konvensional (Asbary et al: 2020, hal 7).

Pendekatan positivis memaparkan bahwa modal sosial merupakan jejaring sosial yang terkandung hubungan timbal balik sebagai komponen pembangun kepercayaan dalam kelompok. Individu membangun hubungan sosial tersebut sebagai sumber daya untuk mencapai tujuan kolektif maupun secara kolektif saling menjaga kohesi hubungan dalam kelompok atau dengan kata lain modal sosial sebagai aset kelompok (Aziz: 2020, hal 11).

Pengetahuan memegang peranan yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Semakin unggul pengetahuan dan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan maka akan semakin tinggi pula daya saing yang dimiliki pada perusahaan tersebut. Upaya yang perlu dilakukan ke depan adalah pengembangan SDM dan pengembangan berbagi pengetahuan (Knowledge sharing) dikalangan karyawan untuk meningkatkan kemampuan manusia dan kinerja karyawannya guna menghasilkan sebuah inovasi yang berguna bagi perusahaannya (Basit et al: 2019, hal 12).

Misalnya elemen terpenting dalam mengukur performa dari sebuah perusahaan membutuhkan kinerja karyawan yang efisien dan efektif. Kinerja sangat diperlukan karena dari hal itu bisa diketahui seberapa jauh kemampuan karyawan mampu mengerjakan tugas yang diberikan. Sehubungan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dalam segala bidang di masa sekarang pertumbuhannya semakin cepat, ilmu pengetahuan menjadi lebih menonjol. Dengan pengetahuan dapat merubah dan menyikapi perkembangan teknologi saat ini. Sumber daya yang berkualitas dengan diimbangi pengetahuan yang luas akan menjadi sebuah pilihan penting (Wujarso, et al: 2022, hal 21).

Sebagai contoh terkait dengan Knowledge sharing akibat adanya tacit, PT Telkom Regional III telah memberikan suatu sarana khusus untuk karyawannya yaitu portal digital “Board of Innovation” yang bisa diakses secara internal. Dalam organisasi atau perusahaan dengan dilakukannya berbagi pengetahuan (Knowledge sharing) memungkinkan suatu organisasi menghasilkan sebuah inovasi. Hal tersebut pula berguna untuk pengembangan

organisasi guna menciptakan hal baru yang dihasilkan dari pengetahuan serta kemampuan yang ada untuk membuat inovasi. Salah satu indikator terjadinya sikap inovatif ialah akibat terjadinya proses berbagi pengetahuan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh knowledge sharing terhadap kinerja karyawan melalui inovasi pada karyawan PT Telkom Regional III.

Potensi pengoperasian modal sosial dalam organisasi/ jaringan terbuka bagi tiap anggota, namun dalam beberapa kasus memiliki efek yang berbeda pada tiap orang. Sifat yang tidak general ini akan dikaji dalam analisis tatanan struktur sosial dan posisi seseorang dalam organisasi/ jaringan tersebut, yang nantinya akan terproyeksikan pada tindakan perilaku individu. Posisi seseorang dalam tatanan struktur ini akan dipengaruhi kepemilikan disposisi yang teroperasikan dalam relasi sosial. Disposisi orang ini yang menjadi kerangka kerja dari inovasi. Potensi inovasi melekat pada berbagai sumber informasi yang terkandung dalam jaringan yang dimilikinya. Pendekatan tersebut menjadi poin utama dalam teori neo-modal sosial (sumekar: 2021, hal 10).

Hal penting lainnya di dalam meningkatkan ekonomi lokal suatu wilayah adalah adanya daya saing wilayah dimana salah satu faktor penentu daya saing tersebut adalah tumbuhnya inovasi dalam proses pembangunan ekonominya. Tumbuhnya inovasi diasumsikan akan lebih banyak tumbuh di dalam komunitas yang memiliki keberadaan modal sosial. Untuk itu dibutuhkan adanya knowledge transfer berupa difusi inovasi melalui keberadaan modal sosial dalam meningkatkan kapasitas SDM. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi modal sosial dalam menumbuhkan inovasi yang bermasalah dari pengetahuan tacit.

KAJIAN TEORITIS

1. Tacit Knowledge

Manajemen pengetahuan atau knowledge management di organisasi dapat berupa tacit maupun explicit knowledge dan bisa bersifat individual maupun organisasi. Berdasarkan sifatnya, sebenarnya tacit knowledge lebih bersifat personal, dikembangkan melalui pengalaman yang sulit untuk diformulasikan dan dikomunikasikan. Karena

dikategorikan sebagai personal knowledge maka tacit knowledge berisikan pengetahuan yang diperoleh dari individu (perorangan). Pengalaman dari beberapa orang tentunya berbeda-beda berdasarkan situasi dan kondisi yang tidak dapat diprediksi. Definisi experience yang diambil dari kamus bahasa Inggris adalah the process of gaining knowledge or skill over a period of time through seeing and doing things rather than through studying. Yang artinya proses memperoleh pengetahuan atau kemampuan selama periode tertentu dengan melihat dan melakukan hal-hal dari pada dengan belajar (Novitasari et al: 2021, hal 7). Tacit knowledge merupakan pengetahuan yang sangat bersifat pribadi juga sangat sulit untuk dibentuk. Selain itu, pengetahuan tacit ini juga sulit dikomunikasikan atau dibagi kepada orang lain. Jadi, tacit knowledge ini dapat diukur dari dua dimensi yaitu: (Rohmiyati: 2019, hal 17)

a. Dimensi Teknis

Dimensi ini mencakup berbagai macam keterampilan atau keahlian yang sulit diformalkan. Dimensi ini sangat subjektif dan pemahaman yang dimiliki oleh seseorang tersebut sangat pribadi, intuitif, dugaan, dan inspirasi yang muncul dari pengalaman.

b. Dimensi Kognitif

Dimensi ini terdiri dari kepercayaan, persepsi, idealisme, nilai-nilai, emosi, serta mental sehingga dimensi ini tidak mudah diartikulasikan. Dimensi ini juga lebih memberikan kesan atau gambaran seseorang terhadap realitas dan visinya ke depan untuk mengatakan apakah ini, dan apa yang harus dilakukan.

Secara umum, knowledge dibagi menjadi dua tipe: tacit knowledge dan explicit knowledge yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Tacit knowledge adalah pengetahuan yang tersimpan dalam kepala seseorang. Tacit knowledge merupakan pengetahuan yang secara tidak sadar dimengerti dan diaplikasikan dalam tindakan. Tanpa sadar kita tahu lebih banyak daripada yang bisa kita katakan. tacit Knowledge adalah sebuah knowledge yang sangat personal dan susah diformalisasi serta tertanam di dalam tindakan-tindakan, prosedur-prosedur, rutinitas, komitmen, ide, nilai-nilai dan emosi.
- 2) Explicit Knowledge merupakan knowledge yang sudah tertulis atau dikodekan (codified). Explicit knowledge bisa ditemukan misalnya di database, panduan

penggunaan, laporan-laporan. Explicit knowledge bisa diekspresikan di dalam bahasa yang sudah terbentuk dan spesifik serta dibagikan dalam bentuk data, formula-formula, spesifikasi, serta bisa diproses dan dibagikan dan disimpan dengan lebih mudah. Untuk mengaplikasikan explicit knowledge, knowledge tersebut harus dijadikan tacit. Misalnya kita harus membaca dan mengerti seluruh panduan pengguna (Explicit knowledge) untuk memasarkan produk dan jasa agar kita bisa mempresentasikan dan menjelaskan cara penggunaan dan manfaat dari produk-produk kepada konsumen-konsumen kita (tacit knowledge).

Sedangkan perbedaan antara tacit knowledge dan explicit knowledge itu sendiri dapat dipahami dalam beberapa hal antara lain, knowledge yang bersifat subjektif (tacit) cenderung bersifat implisit, fisik dan subjektif, sementara knowledge yang bersifat objektif (explicit) cenderung eksplisit, metafisik dan objektif. Tacit Knowledge diciptakan “di sini (here) dan sekarang (now)” di dalam suatu konteks yang lebih spesifik dan praktis. Berbagi tacit knowledge antara individu melalui komunikasi merupakan suatu bentuk proses analog yang memerlukan sejenis proses yang simultan dan kompleksitas isu-isu yang dibagi oleh individu. Dengan kata lain, explicit knowledge adalah mengenai peristiwa atau objek “di sana (there) dan kemudian (then)” dan lebih berorientasi pada teori yang bebas dari konteks. Inilah yang oleh Bateson disebutnya dengan istilah aktivitas “digital” (Prasetiyawan et al: 2022, hal 18).

2. Modal Sosial

Modal sosial adalah suatu serangkaian nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok masyarakat yang saling terkait, yang didasarkan pada nilai kepercayaan, norma, dan jaringan sosial. Modal sosial merupakan suatu kapabilitas yang muncul dari kepercayaan di dalam sebuah masyarakat secara umum (Pangabean et al: 2021, hal 10).

Istilah modal sosial pertama kali muncul dalam konteks peningkatan kondisi hidup masyarakat melalui keterlibatan masyarakat, niat baiknya, serta atribut-atribut sosial lain dalam bertetangga. Dalam karya tersebut muncul ciri utama dari modal sosial yaitu

membawa manfaat internal dan eksternal. Sejak konsepnya dicetuskan, istilah "modal sosial" telah digambarkan sebagai "sesuatu yang sangat manjur" bagi semua masalah yang menimpa komunitas dan masyarakat pada masa kini (Nurisman et al: 2021, hal 15).

Modal sosial atau social capital adalah sebuah sumber daya sosial yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru. Seperti diketahui bahwa sesuatu yang disebut sumber daya (resources) adalah sesuatu yang dapat dipergunakan untuk dikonsumsi, disimpan dan diinvestasikan. Sumber daya yang digunakan untuk investasi disebut sebagai modal. Dimensi modal sosial cukup luas dan kompleks. Pada modal sosial, lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok dan antar kelompok dengan ruang perhatian pada jaringan sosial, norma, nilai dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok. Oleh karena itu modal sosial dapat menjadi salah satu komponen utama dalam menggerakkan kebersamaan, mobilitas ide, kepercayaan dan saling menguntungkan untuk mencapai kemajuan bersama. Dalam masyarakat, kelompok-kelompok, organisasi atau lembaga agar dapat bersosialisasi antara satu sama lain dibutuhkan adanya hubungan yang dapat menjadi sebuah kekuatan ketika menjalin relasi dengan pihak bersangkutan yang merupakan modal sosial (Nurhidayati:2020, hal 18).

Modal sosial yang ada dalam masyarakat menggambarkan proses interaksi sosial dalam hal akses terhadap jejaring sosial dan partisipasi di dalam kelompok. Tipologi Modal Sosial adalah pengklasifikasian type type modal sosial dalam bentuk proses interaksi sosial dalam mengakses sumber daya yang tersedia, dibedakan menjadi bonding type, bridging type, dan linking type (Nurchayati et al: 2020, hal 17).

3. Inovasi

Istilah inovasi sangat identik dengan sumber daya manusia dan era industri. Bahkan menurut Kementerian Riset dan Teknologi RI, sumber daya manusia harus dapat menguasai IPTEK dan menciptakan inovasi untuk bisa menuju era industri teknologi tinggi (Kusumawati: 2019, hal 18).

Maka dari itu, banyak yang percaya bahwa kunci menuju industri teknologi tinggi adalah inovasi. Melihat pentingnya inovasi dalam berbagai bidang terutama ekonomi dan

industri, berikut pengertian inovasi yang disampaikan oleh berbagai ahli dan tokoh-tokoh dunia. Menyadur dari buku Kewirausahaan karangan Brillyanes Sanawiri, dkk, salah satu hal yang diperlukan dalam memulai suatu usaha adalah semangat untuk berinovasi. Oleh karena itu, untuk bisa menciptakan inovasi-inovasi baru dalam berbagai bidang, terutama bisnis, ada beberapa ciri-ciri inovasi yang perlu diketahui.

a. Khas

Ciri utama dari sebuah inovasi adalah khas. Sebuah inovasi harus memiliki ciri khas sendiri yang tidak dimiliki ataupun ada pada ide atau gagasan yang sudah ada sebelumnya.

b. Baru

Setiap inovasi merupakan ide atau gagasan baru yang belum pernah dikemukakan ataupun belum pernah dipublikasikan.

c. Terencana

Setiap inovasi dibuat dengan perencanaan yang matang, dengan kata lain setiap inovasi merupakan kegiatan yang sudah direncanakan sejak awal.

d. Memiliki tujuan

Inovasi merupakan kegiatan terencana untuk mengembangkan objek-objek tertentu sesuai dengan tujuan masing-masing organisasi. Dengan memiliki tujuan, inovasi yang diberikan bisa jelas dan matang.

Inovasi memiliki peran penting dalam dunia bisnis karena dianggap mampu meningkatkan nilai pasar dari barang dan memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Tidak hanya bagi perusahaan, inovasi juga bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat sekitar dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Berikut ulasannya. Meningkatnya investasi usaha seperti penambahan peralatan, penggunaan mesin produksi, dan sebagainya

- a. Adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia seperti peningkatan pengetahuan dan kemampuan kerja
- b. Mendorong adanya infrastruktur yang menunjang kegiatan usaha
- c. Penggunaan sumber daya yang lebih efektif dan efisien

- d. Meningkatnya pengelolaan finansial
 - e. Mendorong terciptanya inovasi-inovasi lainnya baik berupa teknik, teknologi, dan pengetahuan baru
4. Knowledge Sharing

Agar proses Knowledge Sharing dapat berlangsung sesuai target yang diinginkan maka diperlukan sebuah perencanaan dan rancangan yang baik. Jika dipandang sebagai sebuah hierarki maka Knowledge menempati level tertinggi, level menengah adalah Information dan Data pada level terendah. Dalam hal ini, data sebagai fakta murni dapat memberikan informasi yang pada akhirnya memberikan pengetahuan yang dapat digunakan untuk mengambil sebuah tindakan dan keputusan. Knowledge management adalah proses menyebarkan dan membuat pengetahuan dapat diakses dan digunakan di dalam atau antara organisasi/ perusahaan (Pangabeian et al: 2021, hal 15).

Knowledge sharing menjadi sebuah cara yang mendasar bagi sebuah organisasi untuk mencapai keunggulan. Knowledge(pengetahuan) adalah sumber daya terpenting dan sumber utama sebuah organisasi. Knowledge menjadi faktor penting dalam sebuah organisasi untuk dapat bersaing di lingkungan yang semakin kompetitif. Setiap individu dalam organisasi harus tahu bagaimana cara memanfaatkan knowledge untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Organisasi harus mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang serta memahami kelemahan dan ancaman agar mampu bertahan dalam persaingan. Untuk melakukan pemanfaatan dan pengembangan pengetahuan, diperlukan pengelolaan dengan aktivitas knowledge sharing (Prasetyawan et al: 2022, hal 10).

Proses ini dapat terjadi diantara individu dalam tim, antar tim, antar unit dalam organisasi, atau bahkan antar organisasi agar produktifitas kerja semakin tinggi. Dalam knowledge sharing berdasarkan pengalaman yang diperoleh oleh setiap individu, secara bersama-sama dapat digunakan untuk memperbaiki sebuah pemikiran, atau gagasan. Dalam knowledge sharing memotivasi seseorang untuk mau membagi pengetahuannya. Melalui knowledge sharing para individu saling berproses mempertukarkan pengetahuan mereka baik tacit knowledge dan explicit knowledge, untuk menciptakan pengetahuan baru. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi proses berbagi pengetahuan diantaranya;

kesempatan berbagi, komunikasi, teknologi, budaya kerja, sikap karyawan dan motivasi berbagi. Penelitian tersebut menemukan dua faktor yang berpengaruh dominan untuk membangun berbagi pengetahuan (Elistia et al: 2022, hal 17).

METODE PENELITIAN

Unit analisis penulisan berfokus pada karyawan perusahaan dan pelaku usaha. Data tersebut diperoleh dari runtutan informasi mengenai narasumber yang melakukan wirausaha dan sekaligus menjadi karyawan perusahaan maupun organisasi profesi lain. Dalam melakukan pengumpulan data, penulis akan melakukan wawancara mendalam dan turut memperhatikan jaringan pengetahuan yang dimiliki narasumber tersebut agar nantinya dapat tergambarkan narasi secara holistik atau dengan kata lain menggunakan teknik snowball sampling.

Kemudian guna memfokuskan kajian dalam tulisan ini dan untuk memetakan kelompok narasumber yang mengoperasikan jaringan sosial sebagai medium pengembangan wirausaha, maka akan digugurkan beberapa narasumber dengan teknik purposive sampling.

Pengumpulan data dengan wawancara akan dimulai hingga nantinya menjalar pada berbagai jaringan yang dimiliki narasumber dengan tujuan mengembangkan pertanyaan. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai konteks sosial dari wirausaha dan karyawan perusahaan yang dijalankan, relasi/ jaringan yang terbentuk melalui partisipasi narasumber dalam organisasi; kedua, guna menggali informasi mengenai latar belakang pendidikan, profesi terdahulu, riwayat rehabilitasi maupun pengalaman dalam berorganisasi sebagai komponen pembangun disposisi aktor dalam proses aktor mengadaposi perilaku inovasi dalam kegiatan pengembangan wirausaha.

Temuan lapangan tersebut akan diolah dengan melakukan kategori data sesuai tema data yang diperlukan guna menggambarkan partisipasi dalam organisasi yang membentuk pola jejaring yang dimiliki aktor, dalam artian bahwa aktor berjejaring dengan pihak mana saja dalam kegiatan wirausaha yang dijalankan. Kemudian akan ditarik penjelasan dalam proses aktor mengadaposi perilaku inovasi dalam kegiatan wirausaha yang memiliki

hubungan kausal dengan besaran omzet yang diperoleh. Triangulasi dilakukan dengan mengkonfirmasi beberapa informasi serupa pada beberapa narasumber yang kemudian dijadikan data dalam temuan lapangan. Hal tersebut akan dilakukan dengan cara, menguraikan jawaban wawancara narasumber yang akan diselidik konsistensi jawaban dari tiap pertanyaan dan diperbandingkan pula dengan jawaban narasumber lain mengenai poin pertanyaan yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Modal Sosial Pada Perilaku Berbagi Pengetahuan Tacit (Knowledge Sharing)

Melalui knowledge sharing behavior akan terjadi eksploitasi maksimal dari satu pengetahuan. Selain mengeksploitasi pengetahuan secara maksimal, knowledge sharing behavior juga dapat membukakan kesempatan untuk mengeksploitasi pengetahuan untuk mendapatkan atau menciptakan knowledge baru. Pendekatan knowledge sharing behavior dari prespektif inovasi atau knowledge sharing behavior yang bersifat eksploratif diperkirakan akan menjadi trend knowledge sharing behavior di masa yang akan datang.

Dengan model knowledge sharing behavior seperti ini, maka yang akan terjadi adalah pertukaran pengetahuan (knowledge exchange) antar individu melalui pembentukan knowledge network yang berfungsi untuk memastikan mengalirnya knowledge. Berbagi pengetahuan (Knowledge sharing behavior) adalah proses di mana terjadinya pertukaran pengetahuan antar individu, mentransfer modal pengetahuan yang dimiliki seseorang kepada yang lainnya, saling berkomunikasi perihal pengetahuan yang dimiliki antar individu, sehingga menciptakan modal pengetahuan yang baru.

Untuk menghasilkan produktivitas yang baik maka perusahaan membutuhkan sistem yang baik pula. Sistem ini bukan hanya peraturan atau standar yang ada melainkan juga melibatkan pihak-pihak yang terkait langsung yaitu sumber daya manusia. Sikap berbagi pengetahuan antar individu di dalam perusahaan adalah nilai lebih karena apabila pengetahuan dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik dapat menjadikan sumber daya manusia yang baik. Dalam wawancara bersama Wawan selalu karyawan perusahaan mengatakan bahwa:

"Sharing knowledge terutama dalam pekerjaan itu penting menurut saya pribadi. Karena ya kita di perusahaan dituntut untuk bekerjasama menuntaskan target perusahaan. Jadi tidak perlu egois gamau berbagi ilmu karena sosial dalam perusahaan itu ada kaitannya dengan tujuan perusahaan. Yang mana pengalaman kita yang didapat bisa dibagikan dengan yang lain juga" Peneliti beranggapan bahwa knowledge sharing behavior dengan berbagi pengetahuan tacit memiliki pengaruh terhadap modal sosial karyawan perusahaan. Selain itu Modal sosial terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap knowledge sharing, dapat diartikan bahwa semakin tinggi modal sosial, maka akan semakin terbentuknya rasa kebersamaan, kesetiakawanan, dan sekaligus tanggungjawab akan kemajuan bersama sehingga akan semakin menambah tingginya karyawan untuk saling berbagi pengetahuan. Learning organization mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap knowledge sharing, artinya semakin tinggi kesadaran perusahaan dalam meningkatkan kapasitas pembelajaran bagi karyawan, maka akan semakin menambah tingginya karyawan untuk saling berbagi pengetahuan.

Knowledge sharing mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja agency, artinya semakin tinggi pemilik dan karyawan memiliki kesempatan yang luas dalam menyampaikan pendapat, ide, kritikan, dan komentarnya kepada anggota lainnya, maka akan semakin meningkatkan kinerja agency. Knowledge sharing tidak mampu menjadi variabel intervening antara modal sosial dengan kinerja agency. Dengan demikian modal sosial hanya berpengaruh terhadap kinerja agency saja tetapi tidak melalui knowledge sharing.. Knowledge sharing mampu menjadi variabel intervening antara learning organization dengan kinerja agency, artinya semakin tinggi kesadaran perusahaan dalam meningkatkan kapasitas pembelajaran bagi karyawan, maka akan semakin menambah tingginya karyawan untuk saling berbagi pengetahuan dan hal itu tentu akan berdampak pada tingginya kinerja agency.

Untuk meningkatkan kinerja yang optimal bagi perusahaan, maka pihak manajemen perusahaan perlu melakukan komunikasi yang lebih secara intensif, yaitu dengan menjaga hubungan baik dalam suatu team kerja dengan didukung pentingnya learning organization dalam meningkatkan kinerja agency. Dengan terjalinnya hubungan yang baik (modal

sosial) dan didukung learning organization, maka karyawan tentu akan saling berbagi pengetahuan dalam meningkatkan kinerja agency.

2. Peran Modal Sosial Terhadap Kemampuan Inovasi

Modal sosial adalah serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjadinya kerjasama di antara para anggota. Seseorang yang memiliki modal sosial akan membentuk perilaku pro sosial yang mempengaruhi kepercayaan diri sehingga dapat mempengaruhi inovasi seseorang. Inovasi seseorang tersebut akan membuat orang tersebut meningkatkan perilaku kerja inovatif di dalam organisasi. Hal ini dikarenakan seseorang yang memiliki modal sosial akan mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar sehingga dapat berfikir inovatif dalam menyelesaikan masalah. Artinya, semakin tinggi modal sosial seseorang maka semakin tinggi perilaku kerja inovatif seseorang. Sebaliknya, semakin rendah modal sosial seseorang maka semakin rendah perilaku kerja inovatif (Elistia et al: 2022, hal 19).

Transfer pengetahuan (knowledge transfer) dalam organisasi adalah suatu proses unit kerja yang memindahkan pengetahuan yang dimiliki kelompok, departemen atau divisi satu sama dengan pengalaman orang lain sebagai faktor yang menjamin keberhasilan. Sedangkan mendefinisikan strategi pengetahuan ambidextrous atau bisa disebut strategi dengan kecakapan luar biasa adalah suatu strategi dengan mengadopsi pemahaman pengetahuan peka terhadap lingkungan sekitar yang berfokus pada penciptaan pengetahuan (eksplorasi) dan aplikasi pengetahuan (eksploitasi) sebagai strategi manajerial berkaitan dengan lingkungan sekitar. Proses transfer pengetahuan dan strategi pengetahuan ambidextrous merupakan proses pertukaran pengetahuan antara individu dengan individu maupun organisasi dan lingkungan sekitar. Pengelolaan transfer pengetahuan dan strategi pengetahuan ambidextrous diharapkan mampu meningkatkan perilaku kerja inovatif (Sumekar: 2021, hal 20).

Pengaruh transfer pengetahuan pada perilaku kerja inovatif yang menyebutkan bahwa transfer pengetahuan berpengaruh positif pada perilaku kerja inovatif. Sedangkan menguji strategi pengetahuan ambidextrous pada perilaku kerja inovatif yang menyebutkan bahwa strategi pengetahuan ambidextrous berpengaruh positif pada perilaku kerja inovatif.

Artinya, semakin tinggi transfer pengetahuan dan strategi pengetahuan ambidextrous maka semakin tinggi perilaku kerja inovatif (Rohimayati: 2019, hal 19).

Adanya hubungan antara modal sosial dengan perilaku inovatif karyawan turut didukung oleh pendapat yang menyatakan bahwa modal sosial dapat memberikan sumbangsih secara positif pada kinerja organisasi khususnya inovasi. karyawan KIBS Malaysia juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara modal sosial dengan perilaku inovatif. Hasil penelitian turut membuktikan bahwa modal sosial mempunyai pengaruh yang positif pada inovasi (Wujarso et al: 2022, hal 16).

Modal sosial sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk bekerjasama demi mencapai tujuan bersama di dalam kelompok dan organisasi. Sedangkan modal sosial adalah kondisi kehidupan antarmanusia yang didasari oleh saling percaya, saling peduli, dan adanya kemauan untuk hidup sesuai dengan aturan dan norma kelompok (Nurisman et al: 2020, hal 10).

Modal sosial memiliki dua komponen yaitu trust dan association. Trust atau kepercayaan adalah harapan dan keyakinan yang dimiliki individu terhadap satu sama lain yang mengatur pemahaman mendasar dalam kehidupan. Untuk dapat menempatkan kepercayaan melibatkan keputusan sadar dan tidak sadar atas penilaian terhadap individu. Sedangkan association adalah kumpulan individu (kelompok) yang terbentuk atas dasar hubungan ikatan yang dimiliki atau keanggotaan (Kusumawati: 2019, hal 10).

Adanya kepercayaan yang terbentuk sesama rekan kerja dapat membantu munculnya perilaku inovatif karyawan. Perilaku inovatif terbukti dipengaruhi oleh komponen modal sosial yang berupa kepercayaan dan ikatan individu. Dengan adanya kepercayaan dan hubungan sosial yang terdapat dalam modal sosial seseorang, akan berperan penting dalam meningkatkan inovasi. Seseorang yang memiliki modal sosial akan membentuk perilaku pro sosial yang mempengaruhi kepercayaan diri sehingga dapat mempengaruhi inovasi seseorang. Inovasi seseorang tersebut akan membuat orang tersebut meningkatkan perilaku kerja inovatif di dalam organisasi (Basit et al: 2019, hal 5).

Kepercayaan yang positif pada rekan kerja sejalan dengan kemampuan subjek dalam mencari dukungan dan meyakinkan ide yang dimiliki dengan rekan kerja. Pernyataan ini dibuktikan dari respon subjek yang menyatakan bahwa subjek percaya pada keputusan rekan kerja subjek. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek mengajukan rencana ide inovatif pada rekan kerja subjek. Selain itu, dengan adanya persepsi kepercayaan yang positif pada organisasi turut berkorelasi dengan kemampuan subjek dalam menemukan dan membuat ide baru. Pernyataan ini dibuktikan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek yakin organisasi tempat subjek bekerja merupakan tempat bekerja terbaik. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek mampu memodifikasi pekerjaan subjek menjadi lebih efektif (Hanifah: 2020, hal 14)

Asosiasi adalah kumpulan individu (kelompok) yang terbentuk atas dasar hubungan ikatan yang dimiliki atau keanggotaan. Individu yang memiliki hubungan dengan individu lain menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki jaringan sosial. Jaringan sosial berfungsi sebagai sumber informasi penting yang bisa menjadi sesuatu yang kritis dalam mengidentifikasi dan menggali peluang bisnis dalam melakukan inovasi. Karyawan yang memiliki hubungan baik dengan rekan kerja lebih mungkin memudahkan mereka mengimplementasikan ide baru mereka juga meningkatkan idea generation di dalam sebuah grup rekan kerja mereka. Dan hal ini memudahkan perilaku inovatif karyawan untuk berkembang (Johan et al: 2021, hal 20).

Adanya association yang positif dalam kelompok kerja sejalan dengan kemampuan subjek dalam berdiskusi dan bekerjasama terkait ide baru yang subjek miliki. Pernyataan ini dibuktikan dengan respon subjek yang mempersepsikan bahwa subjek melakukan pekerjaan bersama – sama dengan rekan kerja satu tim. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek berdiskusi dengan rekan kerja terkait ide baru yang subjek miliki. Selain itu, dengan adanya persepsi yang positif pada asosiasi turut sejalan dengan kemampuan subjek mencari dukungan terkait ide yang dimiliki. Pernyataan ini dibuktikan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek merasa beruntung memiliki relasi kerja yang banyak. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek dapat membuat rekan kerja subjek tertarik dengan ide yang disampaikan oleh subjek (Elistia et al: 2022, hal 11).

Berdasarkan pembahasan teoritik dan hasil empirik, disimpulkan bahwa modal sosial memiliki korelasi dengan perilaku inovatif karyawan. Persepsi yang positif terhadap modal sosial dapat membantu meningkatkan perilaku inovatif yang dimiliki karyawan. Dalam hal ini, adanya kepercayaan dan ikatan hubungan yang positif antar rekan kerja, mampu memunculkan dan meningkatkan perilaku inovatif pada karyawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diperoleh simpulan bahwa Modal sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada transfer pengetahuan, artinya semakin tinggi modal sosial maka transfer pengetahuan yang dilakukan semakin tinggi. Dari hal tersebut, mengindikasikan bahwa orang yang mempunyai modal sosial yang berdampak pada peningkatan transfer pengetahuan antar rekan. Modal sosial juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada strategi pengetahuan ambidextrous, artinya semakin tinggi modal sosial yang dimiliki. Modal sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada perilaku kerja inovatif, artinya semakin tinggi modal sosial yang dimiliki seseorang maka perilaku kerja inovatif yang dilakukan seseorang semakin tinggi. Modal sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada perilaku kerja inovatif melalui transfer pengetahuan dan strategi pengetahuan sebagai mediasi.

DAFTAR REFERENSI

- Asbari, et al. (2020). Pengaruh Hard Skills, Soft Skills dan Mediasi Budaya Sekolah Terhadap Kapabilitas Inovasi Guru di Jawa Barat. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran* Maret 2020. Vol.6, No.1 e-ISSN: 2442-7667 pp. 67-87
- Aziz. (2020). Tinjauan Literature tentang Knowledge Management: Definisi Konseptual, Dasar Teoritik dan Praktik Knowledge Management, serta Perkembangan Penelitiannya dalam Bidang Ilmu Manajemen dan Pendidikan. *INTIZAM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Volume 3, Nomor 2, April 2020 ISSN: 2622-6161 (Online) 2598-8514 (Print)
- Basit, et al. (2019). Knowledge Sharing Behavior, Disiplin Kerja dan Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Astria Mandiri Kadungora. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi*, Vol. 18; No. 03; Tahun 2019 Halaman 158-170
- Elistia, et al. (2022). Dampak Sosial Capital dan Entrepreneurial Orientation. *Journal of*

Innovation Research and Knowledge. Vol.1 No.10 Maret 2022

- Hanifah. (2020). Peluang dan Tantangan Penggunaan Media Sosial sebagai Media Berbagai Pengetahuan bagi Petani. Jurnal Institut Pertanian Bandung. Vol 6, No. 1 (2022)
- Johan et al. (2021). Kepemimpinan Karismatik dalam Perspektif Karyawan UMKM: dari Motivasi Intrinsik hingga Tacit Knowledge Sharing. Jurnal Edumaspul, 5 (1), Year 2021- 599
- Kusumawati. (2019). Hubungan antara Modal Sosial dengan Difusi Inovasi Sebagai Basis Pengembangan Ekonomi Lokal. Geoplanart, Vol 2 No 1
- Nurchayati. (2020). Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Peningkatan Perilaku Inovatif dan Motivasi Berbagai Pengetahuan (Studi Pada IKM Kraf Kabupaten Semarang). Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 2, Juni 2020 E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259 DOI : <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.208>
- Nurhidayati. (2020). Knowledge Sharing Sebagai Mediasi Penentu Perilaku Inovasi Melalui Agreeableness dan Openness to Experience. Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 4 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 28 Oktober 2020 ISSN. 2720-9687
- Nurisman et al. (2021). Kinerja Individu Di Perguruan Tinggi Dalam Perspektif Berbagai Pengetahuan. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial e-ISSN:2550-0813| p-ISSN:2541-657X| Vol 8 No8Tahun2021 Hal. : 2794-2805
- Novitasari, et al. (2021). Tacit Knowledge Sharing di Sekolah Islam: Analisis Kepemimpinan dan Iklim Keamanan Psikologis. Jayapangus Press ISSN 2615-0891 (E) Vol. 4 No. 2 (2021)
- Pangabean, et al. (2021). Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Kompetensi Melalui Budaya Organisasi Sebagai Mediator. JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 11 No.2 Tahun 2021
- Prasetiawan, et al. (2021). Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Kinerjanya Karyawan Melalui Inovasi (Studi Kasus pada Karyawan PT Telkom Regional III Bandung Jawa Barat). ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.8, No.2 April 2021
- Rohmiyati. (2019). Faktor-Faktor Pembentuk Tacit Knowledge pada Individu. ANUVA Volume 3 (2): 185-189, 2019 Copyright ©2019, ISSN: 2598-3040 online
- Sumekar. (2021). Berbagai Pengetahuan: Kinerja Bisnis dan Inovasi UKM Bordir dan Konveksi di Kabupaten Kudus. Jurnal Bingkai Ekonomi. JBE Vol. 7 , No. 1. , Januari 2022, pp: 56 - 70
- Wujarso, et al. (2022). Implementasi Berbagai Pengetahuan Sebagai Keunggulan Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research. e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-800 (Printed), Vol. 6 No. 3, Agustus 2022