

PERAN AKTIVITAS MANAJEMEN PENGETAHUAN DALAM MEMBANGUN KAPABILITAS INOVASI BISNIS MAHASISWA

Kemal Budi Mulyono, Universitas Negeri Semarang

sonmuly@mail.unnes.ac.id

Ahmad Jaenudin, Universitas Negeri Semarang

ahmadjaenudin@mail.unnes.ac.id

Joko Widodo, Universitas Negeri Semarang

jokowidodo@mail.unnes.ac.id

ABSTRAK

Banyaknya penelitian tentang pendidikan kewirausahaan sering kali hanya berfokus terhadap proses pembelajaran di kelas, hal ini seolah-olah mengesampingkan peran penting dari pengalaman bisnis atau kewirausahaan mahasiswa yang dibangun berbasis aktivitas manajemen pengetahuan pada asosiasi bisnis mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis *Knowledge Based Theory* pada unit analisis pengusaha mahasiswa dalam mengimplementasikan upaya manajemen pengetahuan untuk membangun kapabilitas inovasi bisnis mereka. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap 162 responden yang tersebar pada anggota HIPMI PT di kota Semarang. Data yang didapatkan dianalisis deskriptif dan statistik inferensial dengan metode *Warp Structural Equation Modelling- Partial Least Square* menunjukkan bahwa penciptaan pengetahuan tidak signifikan mempengaruhi kapabilitas inovasi bisnis para pengusaha mahasiswa, sementara aktivitas pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan, dan penerapan pengetahuan berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovasi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kurang matangnya penciptaan pengetahuan dari pengusaha mahasiswa, membutuhkan dukungan dari pihak universitas yang menaungi HIPMI PT untuk dapat mengadakan proses seminar/workshop/lokakarya yang intensif sehingga berdampak terhadap peningkatan kemampuan inovasi pengusaha mahasiswa di universitas masing-masing.

Kata Kunci: Manajemen Pengetahuan, Kapabilitas Inovasi Bisnis.

ABSTRACT

A large amount of research on entrepreneurship education often only focuses on the learning process in the classroom. This seems to rule out the important role of student business or entrepreneurial experience built based on knowledge management activities in student business associations. Therefore, this study aims to test and analyze Knowledge-Based Theory on student entrepreneur analysis units in implementing knowledge management efforts to building their business innovation capabilities. Data collection was carried out by distributing

questionnaires to 162 respondents who were scattered among HIPMI members in the city of Semarang. The data obtained were analyzed descriptively and inferential statistics with the Warp Structural Equation Modeling-Partial Least Square method. It shows that knowledge creation does not significantly affect the business innovation capabilities of student entrepreneurs, while knowledge seeking, knowledge sharing, and knowledge application activities have a positive effect on business innovation capabilities. This shows that the lack of maturity of knowledge creation from student entrepreneurs requires support from the university which oversees HIPMI PT to be able to hold an intensive seminar/workshop process so that it has an impact on increasing the innovation ability of student entrepreneurs at their respective universities.

Keywords: *Knowledge Management, Business Innovation Capabilities.*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi di dunia dituntut untuk dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penyelenggaraan kewirausahaan di perguruan tinggi baik dalam bentuk pendidikan kewirausahaan ataupun program inkubasi (Rasmussen & Sørheim, 2006; Rothaermel et al, 2007; Politis et al, 2011). Di fase revolusi industri 4 dan Society 5 mendorong akan ketidakpastian tentang stabilitas ekonomi dan pekerjaan. Akibatnya, mahasiswa saat ini dihadapkan pada pilihan pekerjaan yang mungkin tidak sesuai dengan program studi sarjana mereka, serta tingkat persaingan yang tinggi, hal inilah yang membuat kewirausahaan pilihan yang lebih menarik bagi para lulusan (Henry et al, 2005).

Kaum muda atau mahasiswa cenderung dihadapkan pada karir yang terdiri dari periode pekerjaan berbayar, non-kerja, dan wirausaha yang mana jika tidak memiliki keterampilan memulai sendiri mungkin akan dirugikan secara permanen (Henderson dan Robertson, 1999; Kauffman Foundation, 2013). Oleh karena itu, banyak juga pengusaha sukses dunia berbisnis yang dimulai dari bisnis mereka saat di kuliah seperti Larry Page, Sergey Brin, Bill Gates, Steve Jobs, Michael Dell, Mark Zuckerberg, Matt Mullenweg, Shawn Fanning, Napster dan Steve Huffman dan Alexis Ohanian. Keputusan untuk memulai bisnis secara dini sangat berimbang terhadap kesuksesan bisnis setelah lulus atau tidak kuliah lagi.

Secara konsep wirausahawan mahasiswa sulit untuk ditemukan terminologinya secara pakem, menurut Mars et al (2008) Mereka adalah mahasiswa yang menggunakan ruang kelas dan laboratorium sebagai platform, sumber daya, ataupun fasilitas untuk membangun produk, proses, atau layanan sehingga dapat dipasarkan. Mereka juga sering didefinisikan sebagai "wirausahawan akademik" namun sebagian besar penelitian tentang kewirausahaan akademik berfokus pada dosen ataupun tenaga kependidikan yang memiliki kegiatan kewirausahaan, dan bukan pada mahasiswa (Bercovitz & Feldman, 2008). Penelitian yang berkaitan tentang kewirausahaan mahasiswa hanya didominasi terhadap intensi menjadi wirausaha (Marchand & Hermens, 2015). Namun, secara empiris pembinaan, dukungan universitas, ataupun penciptaan lingkungan akademik yang mendukung wirausaha

mahasiswa dapat mengembangkan perusahaan baru mereka setelah lulus adalah hal yang urgen (Politis et al., 2011). Hal ini mendorong pengelolaan informasi pengetahuan menjadi hal yang sangat penting untuk diterapkan untuk menciptakan inovasi bisnis.

Penelitian hubungan manajemen pengetahuan dan kemampuan inovasi telah banyak diteliti (Call, 2005; Saulais dan Ermine, 2012; Mills & Smith, 2011; Cader et al, 2013; Taherparvar et al, 2014). Namun, dari sekian penelitian yang ada sebagian besar lebih berfokus terhadap organisasi akademik, ataupun organisasi bisnis formal. Sehingga literatur penelitian tentang bagaimana wirausahawan mahasiswa/ *studentpreneur* beradaptasi melalui manajemen pengetahuan untuk menciptakan inovasi bisnis masih kurang (Marchand & Hermens, 2015; Politis et al., 2011). Sejalan dengan hal tersebut, temuan dari Kristiansen dan Indarti (2004); Astuti & Martdianty (2012); Patricia & Silangen (2016) menunjukkan tingginya niat berwirausaha di kalangan mahasiswa Indonesia yang disebabkan oleh tantangan serta kondisi ekonomi di Indonesia. Hal ini menjadi urgen untuk diteliti lebih lanjut, berkenaan dengan bagaimana proses belajar bisnis/kewirausahaan yang dilakukan oleh para wirausahawan mahasiswa bukan diruang kelas, tetapi pada asosiasi bisnis mereka. Di era saat ini pola ekonomi berubah menjadi *Knowledge Based Economy* yang mensyaratkan bahwa pengetahuan dan ide merupakan faktor yang paling penting bagi keberhasilan perusahaan dan juga sebagai faktor kunci untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang perusahaan (Lin, 2007; Lin et al, 2013). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengelaborasi lebih lanjut bagaimana proses manajemen pengetahuan bisnis yang dilakukan oleh para wirausahawan mahasiswa sehingga berdampak terhadap kapabilitas inovasi bisnis yang mereka jalankan.

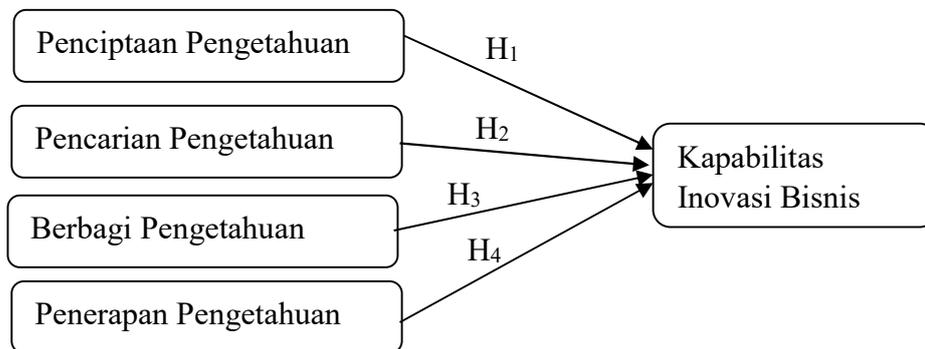
Berdasarkan teori *Knowledge Based View* yang diutarakan oleh Szulanski (2002); Conner & Prahalad (2002) menunjukkan bahwa melalui manajemen pengetahuan yang baik maka dapat membantu organisasi bisnis mereka untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan aset pengetahuan mereka. Dalam dunia bisnis, manajemen pengetahuan memiliki tugas mengelola kegiatan pekerja pengetahuan untuk layanan produk yang lebih baik untuk mereka pelanggan (Gao & Clarke, 2008). Bahkan, implikasi manajemen pengetahuan dianggap salah satu komponen dasar dari setiap perusahaan. Alrawi (2008) meyakini bahwa manajemen pengetahuan melibatkan tiga perspektif yang muncul, yaitu perspektif berbasis informasi, perspektif berbasis teknologi, dan perspektif berbasis budaya. Oleh karena itu, Ho (2009) mendukung pandangan tersebut dengan mengatakan bahwa manajemen pengetahuan berorientasi pada hasil, berorientasi pada proses, berorientasi pada teknologi, berorientasi pada budaya dan berorientasi pada SDM dan didukung oleh empat *enabler* utama yaitu, kepemimpinan, budaya, teknologi, dan pengukuran.

Nonaka & Takeuchi (1995) menunjukkan bagaimana pengetahuan diproduksi, digunakan, dan disebarkan di dalam organisasi dan bagaimana pengetahuan tersebut berkontribusi pada peningkatan inovasi. Manajemen pengetahuan dibagi menjadi empat bagian yaitu, penciptaan pengetahuan, pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan dan penerapan pengetahuan. Selain itu, Plessis (2007) mendefinisikan manajemen pengetahuan sebagai

pendekatan struktur terencana untuk mengelola kreasi, berbagi, memanen dan memanfaatkan pengetahuan sebagai aset organisasi untuk meningkatkan kemampuan, kecepatan dan efektivitas perusahaan dalam memberikan berinovasi untuk menciptakan produk atau layanan untuk kepentingan klien sejalan dengan strategi bisnis). Melalui proses menangkap, memperoleh, mengelola, dan menyebarkan pengetahuan dengan tujuan untuk menciptakan pengetahuan baru yang akan mendukung untuk menghasilkan inovasi dalam menciptakan jenis produk dan layanan yang khas dan istimewa (Gloet & Terziovski, 2004). Sedangkan Gloet & Terziovski (2004) menggambarkan manajemen pengetahuan sebagai formalisasi dan akses ke pengalaman, pengetahuan, dan keahlian yang menciptakan kapabilitas baru, memungkinkan kinerja yang unggul, mendorong inovasi, dan meningkatkan nilai pelanggan. Dari uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis seperti berikut.

- H₁: ada pengaruh penciptaan pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis
- H₂: ada pengaruh pencarian pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis
- H₃: ada pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis
- H₄: ada pengaruh penerapan pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis

Berdasarkan dari hubungan kausalitas antara penciptaan pengetahuan, pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan dan penerapan pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis dapat digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Model Empiris Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan desain penelitian asosiatif korelasional. Pengukuran dalam penelitian ini dirancang melalui operasionalisasi variabel, kemudian menentukan jenis dan sumber data penelitian, menentukan metode pengumpulan data yang kemudian dilakukan pengujian hipotesis dan statistik. Objek dalam penelitian ini adalah Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) di Kota Semarang, baik perguruan tinggi negeri ataupun perguruan tinggi swasta. Data penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui angket penelitian dengan menggunakan skala likert beropsi *aggre disagree*, yang mana setiap item pernyataan berikan rentangan skala 1-5 dengan sudut ekstrem SS : sangat setuju dan STS : sangat tidak setuju kepada para responden yaitu para pengusaha yang tergabung dalam Himpunan

Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) di Kota Semarang, hal ini dikarenakan mahasiswa yang tergabung dalam asosiasi tersebut sudah memiliki bisnis *startup* yang dapat menjadi representasi dari masalah penelitian yang dianalisis. Besaran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus sampel dimana populasi dengan menggunakan metode *inverse root square* Kock & Hudaya (2018) yang menunjukkan sampel terbaik untuk analisis SEM-Partial Least Square sebesar 160 responden, dengan teknik pengambilan sampel adalah *proportionated cluster random sampling*, yang disebarakan berbasis perguruan tinggi yang memiliki HIPMI PT. Pengukuran terhadap masing-masing variabel berbasis adalah sebagai berikut: 1) Kapabilitas inovasi bisnis diukur dari kemampuan pengusaha mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan kolektif, keterampilan, dan sumber daya untuk kegiatan inovasi yang berkaitan dengan produk baru, proses, layanan, atau manajemen, pemasaran atau sistem organisasi kerja, untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan atau pemangku kepentingannya, diukur dengan skala yang diadaptasi dari Calik & Cetinguc (2017) dimana diukur dengan 5 dimensi kapabilitas yaitu: inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi organisasi, inovasi strategi; 2) Penciptaan pengetahuan didefinisi operasional sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan oleh pengusaha mahasiswa yang terkait dengan transformasi pengetahuan dari satu bentuk ke bentuk lain terkait dengan bisnis mereka. Variabel ini diukur dengan skala yang diadaptasi dari Lee et al (2004); 3) Pencarian pengetahuan (*Knowledge Acquisition*) didefinisi operasional sebagai proses pengusaha mahasiswa dalam penggalian dan pengorganisasian pengetahuan dari dokumen dan database untuk mengatasi masalah yang lebih kompleks dan meningkatkan pengambilan keputusan usaha mereka, diukur dengan skala yang diadaptasi oleh Gold et al (2001); Van Beveren (2002); Chi et al (2006); 4) Berbagi pengetahuan didefinisi operasional sebagai upaya dalam mendorong para pengusaha mahasiswa yang tergabung dalam HIPMI PT untuk menyebarkan pengetahuan yang paling penting atau paling produktif yang terkait dengan bisnis perusahaan. Variabel ini diukur dengan skala yang diadaptasi oleh Von Krogh et al (2001); 5) Penerapan pengetahuan didefinisi operasional sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dengan menggunakan pengetahuan yang ada dari basis data, dokumen dan proses. Variabel ini diukur dengan skala yang diadaptasi oleh Gold et al (2001).

Untuk mendapatkan konstruk dari skala pengukuran yang berkualitas, maka pertama dilakukan pilot tes, hasil dari ini, kemudian diajukan dalam uji lapangan. Setelah data lapangan terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis model pengukuran dan model struktural dengan menggunakan software WARP PLS 7.0. Detail metode statistik inferensial dengan menggunakan WARP PLS - SEM yakni sebagai berikut: 1) konseptualisasi model; 2) menentukan metode analisis *algorith*m; (3) menentukan metode *resampling*, (4) menggambarkan diagram jalur; (5) mengevaluasi dan mengestimasi inner model, ataupun outer model, dengan algoritma Warp PLS *mode A basic*, untuk diketahui nilai t statistik dan (6) melaporkan hasil analisis sementara (Latan & Ghazali, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil pengumpulan data yang terkumpul berbasis penyebaran kuesioner selama 4 bulan dari bulan April sampai dengan bulan Agustus 2020. Maka disebar secara elektronik melalui *google form* ke 200 responden namun dari 200 responden yang disebar, ternyata yang melakukan konfirmasi sebesar 164 responden. Meskipun demikian jumlah responden yang dianalisis masih memenuhi syarat kecukupan sampel yang disyaratkan dalam analisis *Structural Equation Modelling* berbasis *Partial Least Square*, menggunakan metode *inverse root square* (Kock & Hudaya, 2018). Adapun deskripsi dari bisnis/usaha mahasiswa adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Deskripsi Responden

Kriteria	Jumlah
Kelamin	
a Pria	69 pengusaha mahasiswa
b Wanita	93 pengusaha mahasiswa
Rumpun ilmu mahasiswa	
a Ilmu alam dan serumpunnya	15 pengusaha mahasiswa
b Ilmu sosial dan Humaniora	118 pengusaha mahasiswa
c Teknik	19 pengusaha mahasiswa
Omset per bulan	
a Rata-rata	Rp. 8.067.307
b Minimal	Rp. 200.000
c Maksimal	Rp. 60.000.000
Aset usaha	
a Rata-rata	Rp. 64.576.923
b Minimal	Rp. 1.000.000
c Maksimal	Rp. 500.000.000
Lama usaha	
a Rata-rata	1 tahun 7 bulan
b Minimal	1 bulan
c Maksimal	14 tahun

Tabel 1 menunjukkan bahwa gambaran responden yang ditelaah dari penelitian ini berdasarkan metode pengambilan sampel acak menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan cenderung lebih banyak dari laki – laki, sementara untuk omset usaha per bulan rata-rata dari seluruh responden adalah Rp. 8.067.307, dengan omset tertinggi sebesar Rp. 60.000.000 per bulan dan terendah sebesar Rp. 200.000 per bulan. Sedangkan untuk aset usaha rata-rata adalah Rp. 64.576.923, yang mana aset terendah sebesar Rp. 1.000.000, dan aset tertinggi sebesar Rp. 500.000.000. Pada aspek lamanya berusaha, rata-rata mereka adalah 1 tahun 7 bulan, dengan yang paling singkat usaha adalah 1 bulan, dan yang paling lama 14 tahun.

Analisis Model Pengukuran

Dalam analisis ini, dilakukan pengukuran pada setiap item yang diujikan. Analisis model pengukuran dilakukan dengan dua tahap. Tahap yang pertama

adalah tahap uji pilot atau uji coba instrumen. Dalam uji pilot dilakukan pengujian terhadap 30 responden terpilih, untuk diuji validitas instrumen dengan menggunakan korelasi *product moment* berbasis *corrected item-total correlation* dan pengujian realibilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan analisis metode *cronchbach alpha*. Dari hasil uji tersebut kemudian dilakukan perbaikan terhadap beberapa item yang tidak memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas berdasarkan uji pilot. Setelah semua item diperbaiki, kemudian dilakukan pengujian lapangan/*field test*.

Pengujian lapangan ini dilakukan untuk menguji bagaimana indikator/item dari variabel menggambarkan lapangan, uji ini dilakukan untuk memenuhi validitas dan reliabilitas konstruk. Pada uji validitas konstruk menggunakan analisis validitas konvergen dengan menggunakan analisis *Average Variance Extracted* dan validitas diskriminan analisis *Correlations among latent variables and errors* dan analisis. Sedangkan untuk reliabilitas konstruk menggunakan nilai *composite reliability*. Adapun hasil analisis pada variabel penciptaan pengetahuan, pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan dan penerapan pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Analisis Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Indikator	<i>Loading Factor</i>	<i>AVE</i> Sebelum Eliminasi	<i>AVE</i> Setelah Eliminasi	<i>Composite Reliability</i> Sebelum Eliminasi	<i>Composite Reliability</i> Setelah Eliminasi
Penciptaan Pengetahuan (4 item)	0.294 sd 0.771	0.397	0.52 (1 item dieliminasi)	0.706	0.762
Pencarian Pengetahuan (5 Item)	0.54 sd 0.892	0.57	0.57	0.864	0.864
Berbagi Pengetahuan (5 item)	0.487 sd. 0.877	0.573	0.573	0.837	0.837
Penerapan Pengetahuan (4 item)	0.365 sd. 0.826	0.425	0.551 (1 item dieliminasi)	0.727	0.782
Kapabilitas Inovasi Bisnis (14 item)	0.61 sd. 0.948	0.765	0.765	0.978	0.978

Keterangan: warna merah menunjukkan nilai AVE di bawah *cut off value* 0,5, atau tidak memenuhi kriteria validitas konvergen

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari keempat variabel yang diteliti variabel penciptaan pengetahuan dan variabel penerapan pengetahuan tidak memiliki nilai AVE di bawah *cut off value* 0,5. Oleh karena itu dilakukan eliminasi terhadap item pada kedua variabel tersebut. Setelah dilakukan eliminasi nilai AVE menjadi di atas 0,5, sehingga kedua variabel tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen. Sementara untuk variabel pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan dan kapabilitas inovasi bisnis sudah memenuhi kriteria validitas konvergen karena nilai AVE di ketiga variabel tersebut di atas 0,5. Sementara

untuk nilai *composite reliability* sudah diatas *cut of value* yaitu di atas 0,7 untuk kelima variabel, oleh karena itu kelima variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas konstruk. Sementara untuk memenuhi validitas konstruk harus melihat analisis pada validitas diskriminan, yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. *Correlations among Latent vs. with Square Roots of AVEs*

	Penciptaan Pengetahuan	Pencarian Pengetahuan	Berbagi Pengetahuan	Penerapan Pengetahuan	Kapabilitas Inovasi Bisnis
Penciptaan Pengetahuan	0.721	0.562	0.436	0.755	0.149
Pencarian Pengetahuan	0.562	0.755	0.29	0.326	0.213
Berbagi Pengetahuan	0.436	0.39	0.757	0.571	0.682
Penerapan Pengetahuan	0.355	0.226	0.571	0.742	0.199
Kapabilitas Inovasi Bisnis	0.149	0.313	0.382	0.199	0.875

Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi antara variabel laten, dengan akar kuadrat dari varian rata-rata yang diekstraksi pada diagonal, untuk menunjukkan bahwa instrumen memenuhi kriteria validitas diskriminan. Oleh karena itu, nilai pada diagonal tabel yang berisi korelasi antar variabel laten, yang merupakan akar kuadrat dari varians rata-rata yang diekstraksi untuk setiap variabel laten, harus lebih tinggi daripada nilai di atas atau di bawahnya, dalam kolom yang sama. Atau, nilainya di diagonal harus lebih tinggi dari nilai mana pun di kiri atau kanannya, di baris yang sama. Setelah dilakukan eliminasi maka seluruh variabel memenuhi kriteria tersebut.

Analisis Model Struktural

Analisis ini kelanjutan dari analisis model pengukuran. Setelah analisis model pengukuran/*outer model*, maka dilakukan analisis model struktural atau model internal. Dalam analisis model struktural dalam penelitian tidak menggunakan asumsi klasik, karena penelitian ini berbasis pada metode *Warp Partial Least Square Regression*, yang mana untuk menguji model struktural dilakukan metode *resampling* dengan teknik *stable*. Untuk melakukan analisis ini terdiri dari dua tahap, tahap pertama adalah tahap uji kecocokan model atau *goodness of fit / model fit*, yang kedua adalah uji signifikansi sekaligus uji hipotesis, berikut hasil uji model fit.

Hasil dari uji model fit pada tabel 4 menunjukkan bahwa dari seluruh 15 kriteria uji kecocokan menunjukkan bahwa model regresi PLS antara pengaruh penciptaan pengetahuan, pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan dan penerapan pengetahuan terhadap kapabilitas inovasi bisnis, secara simultan signifikan atau fit. Hal ini berarti model empiris yang diajukan dalam penelitian ini layak untuk diinterpretasikan hasil estimasi dari pengujian signifikansi parsial atau pengujian hipotesis. Adapun hasil uji hipotesis dapat diuji sebagai berikut.

Tabel 4. Model Fit and Quality Indices

Kriteria	Cut off Value	Hasil	Keterangan
Average path coefficient (APC)	P>0.05	0.359; P<0.001	Fit
Average R-squared (ARS)	P>0.05	0.552; P<0.001	Fit
Average adjusted R-squared (AARS)	P>0.05	0.541; P<0.001	Fit
Average block VIF (AVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	3.572	Acceptable
Average full collinearity VIF (AFVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	3.403	Acceptable
Tenenhaus GoF (GoF)	small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36	0.574	Large
Sympson's paradox ratio (SPR)	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	0.900	Acceptable
R-squared contribution ratio (RSCR)	acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1	0.979	Acceptable
Statistical suppression ratio (SSR)	acceptable if ≥ 0.7	0.950	Acceptable
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	acceptable if ≥ 0.7	0.925	Acceptable
Standardized root mean squared residual (SRMR)	acceptable if ≤ 0.1	0.053	Acceptable
Standardized mean absolute residual (SMAR)	acceptable if ≤ 0.1	0.05	Acceptable
Standardized chi-squared with 405 degrees of freedom (SChS)	P>0.05	24.394; P<0.001	Fit
Standardized threshold difference count ratio (STDCR)	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	0.912	Acceptable
Standardized threshold difference sum ratio (STDSR)	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	0.901	Acceptable

Hasil uji hipotesis di tabel 5 menunjukkan bahwa dari ke empat hipotesis hanya hipotesis 1 tidak signifikan, karena nilai p-valuenya di atas cut off value 0,05, yaitu sebesar 0,38. Sehingga secara empiris aktivitas penciptaan pengetahuan tidak memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kapabilitas inovasi bisnis. Hal ini sangat menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis dan Jalur Regresi	Path Koefisien	Cut off Value	P-Value	Keterangan
H ₁ penciptaan pengetahuan → kapabilitas inovasi bisnis	-0.024	P>0.05	0.38	Ditolak
H ₂ pencarian pengetahuan → kapabilitas inovasi bisnis	0.493	P>0.05	<0.001	Diterima
H ₃ berbagi pengetahuan → kapabilitas inovasi bisnis	0.496	P>0.05	<0.001	Diterima
H ₄ penerapan pengetahuan → kapabilitas inovasi bisnis	0.424	P>0.05	<0.001	Diterima

Fenomena yang terjadi dalam dunia bisnis mahasiswa ini ternyata secara empiris bertolak belakang dengan beberapa penelitian terdahulu seperti dari beberapa temuan penelitian terdahulu seperti dari Saulais & Ermine (2012); Cader *et al* (2013); Taherparvar *et al* (2014) yang mendukung bahwa aktivitas penciptaan pengetahuan berpengaruh positif terhadap terciptanya inovasi bisnis. Meskipun demikian hal ini menarik sekali untuk ditelaah lebih lanjut, karena berdasarkan penelusuran jawaban responden pada variabel penciptaan pengetahuan mengindikasikan bahwa indikator pengetahuan yang diciptakan dalam asosiasi bisnis terlihat belum matang, yang dilihat dari indikator tersebut memiliki nilai rata-rata yang rendah, serta 1 item menunjukkan tidak valid, hal ini menunjukkan bahwa aktivitas penciptaan pengetahuan yang dilakukan oleh pengusaha mahasiswa lebih sekedar dilakukan dengan cara berbagi pengetahuan saja. Hal inilah yang diduga penjelas mengapa proses penciptaan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap terciptanya inovasi bisnis.

Temuan tersebut juga dapat dipahami bahwa aktivitas penciptaan pengetahuan yang dilakukan oleh para pengusaha mahasiswa wajar jika belum mapan, hal ini juga dikarenakan para mahasiswa masih dalam proses belajar. Seperti yang diutarakan oleh Astuti & Martdianty (2012) dalam penelitiannya menunjukkan refleksi mahasiswa akan aplikasi ilmu dan pengetahuan kewirausahaan ataupun bisnis dalam proses belajar, oleh karena itu, butuh dukungan dari pihak perguruan tinggi untuk dapat mendorong terciptanya aktivitas penciptaan pengetahuan yang efektif dari para wirausahawan mahasiswa. Sejalan dengan hal tersebut temuan dari Patricia & Silangen (2016) menunjukkan bahwa perguruan tinggi sebagai pilar pendidikan dan penelitian yang kokoh hendaknya dapat memberikan manfaat riil terhadap proses pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya berbasis dalam kelas pembelajaran semata, tetapi melalui implementasi bisnis yang dilakukan oleh para mahasiswa wirausaha.

Pada pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa secara empiris pencarian pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi bisnis, karena berdasarkan uji statistik nilai p-valuenya di bawah *cut off value* 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin aktif dari aktivitas pencarian pengetahuan maka dapat meningkatkan kapabilitas inovasi bisnis dari para pengusaha yang berada dalam asosiasi HIPMI PT yang ada di Kota Semarang. Dalam konteks ini, seluruh indikator dari aktivitas dari pencarian pengetahuan ini para pengusaha mahasiswa sukses dalam mengekstraksi dan mengatur pengetahuan untuk mengatasi masalah yang lebih kompleks sehingga dapat meningkatkan kapabilitas inovasi bisnis terutama pada indikator wirausahawan mahasiswa dapat mengeksplorasi pengetahuan baru dengan menggunakan pengetahuan yang sudah ada. Sejalan dengan temuan dari Gold *et al* (2001) juga mendukung, dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengusaha cenderung melakukan aktivitas pencarian pengetahuan jika mereka mengalami kurang pengalaman dalam mengidentifikasi kebutuhan untuk memperoleh pengetahuan baru. Oleh karena itu keberhasilan dalam pemrosesan informasi, pengetahuan baru dapat diperoleh atau dibuat untuk digunakan untuk meningkatkan kapabilitas inovasi bisnis mereka (Van Beveren, 2002; Chi *et al.*, 2006).

Pengujian atas hipotesis 3 menunjukkan bahwa secara empiris berbagi pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi bisnis, ini dibuktikan dari karena nilai p-valuenya di atas *cut off value* 0,05. Hal ini menunjukkan semakin sering aktivitas berbagi pengetahuan yang dilakukan oleh mereka, maka akan berdampak terhadap peningkatan kapabilitas inovasi bisnis mereka. Ini menandakan bahwa indikator dari variabel berbagi pengetahuan terutama pada indikator upaya sadar dalam penyebaran dalam berbagi wawasan atau pengetahuan yang dilakukan oleh wirausahawan mahasiswa, karena memiliki nilai *loading factor* terbesar pada variabel ini. Hal ini mendukung dari temuan Lee et al., (2004) yang menyatakan bahwa penyebaran pengetahuan secara efektif berdampak terhadap transformasi pengetahuan yang tentunya dapat memicu terciptanya inovasi. Indikator tersebut ini menjadi penting, karena dalam era *knowledge-based economy*, sumber utama dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan profitabilitas yang unggul dalam suatu industri adalah bagaimana perusahaan menciptakan dan membagikan pengetahuannya (Von Krogh et al., 2001,). Oleh karena itu melalui berbagi pengetahuan yang aktif, hal ini akan meningkatkan organisasi dalam memberikan semangat kepada para anggota yang ada diasosiasi untuk menyebarkan pengetahuan. Sehingga organisasi harus merancang struktur yang fleksibel, budaya organisasi yang baik, dan kepercayaan antar pribadi yang kuat untuk mendorong dan mempromosikan penyebaran pengetahuan. Vij & Farooq (2014) mengungkapkan bahwa melalui berbagi pengetahuan yang efektif, hal ini akan menjadi sarana penting dan dapat berkontribusi pada penerapan pengetahuan, inovasi, dan pada akhirnya keunggulan kompetitif.

Hasil uji terhadap hipotesis 4 menunjukkan bahwa secara empiris penerapan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi bisnis, karena berdasarkan uji statistik berdasarkan uji statistik nilai p-valuenya sebesar <0.001 , atau berada di bawah *cut off value* 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi aktivitas penerapan pengetahuan, maka hal tersebut dapat berdampak terhadap peningkatan kapabilitas inovasi bisnis dari para pengusaha mahasiswa yang tergabung dalam HIPMI PT yang ada di Kota Semarang. Hal ini, cukup menarik untuk ditelaah lebih lanjut, karena penerapan secara praktis yang efektif dari pengetahuan, tampaknya terutama diasumsikan atau tersirat sebagai lawan untuk diperlakukan secara eksplisit (Gold et al., 2001).

Penerapan pengetahuan secara empiris dapat mengurangi kompleksitas dan meningkatkan efisiensi organisasi. Adapun indikator-indikator dari variabel penerapan pengetahuan seperti pengambilan keputusan dengan menggunakan pengetahuan yang ada dari *database*, dokumen dan proses yang ada dalam proses bisnis berdampak untuk mempermudah kegiatan replikasi dan adaptasi yang digunakan untuk memecahkan masalah umum. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Khedhaouria & Jamal (2015) dalam temuannya yang menjelaskan dalam penerapan pengetahuan ini, tentu saja tidak terjadi dalam sekali tempo, namun bisa juga dilakukan penggunaan kembali pengetahuan yang digerakkan oleh pengetahuan mengacu pada penggunaan kembali pengetahuan yang terjadi dalam semangat peningkatan berkelanjutan. Penggunaan kembali pengetahuan yang ada dapat membantu

menghasilkan pengetahuan baru, dimana pengetahuan yang ada atau baru dapat dibuat, disebar, diterapkan, dan disimpan dimana pengusaha dapat terus mencari cara untuk meningkatkan kapabilitas inovasi bisnis sehingga berdampak kinerja bisnis (Liu *et al.*, 2013).

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa dari seluruh aktivitas pengelolaan pengetahuan yang dilakukan oleh para pengusaha mahasiswa, penciptaan pengetahuan yang dilakukan oleh para pengusaha mahasiswa tampaknya memang kurang efektif dalam meningkatkan kapabilitas inovasi bisnis mereka. Berdasarkan hasil penelitian hal ini dikarenakan pengalaman dan pengetahuan mereka tentang bisnis, belum cukup signifikan kematangan pengetahuannya. Berbeda dengan aktivitas pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan ataupun penerapan pengetahuan. Ketiga aktivitas tersebut secara empiris mampu mendorong terciptanya kapabilitas inovasi bisnis dari pengusaha mahasiswa yang ada di dalam asosiasi bisnis HIPMI PT se Kota Semarang. Terbuktinya ketiga aktivitas tersebut secara empiris, dikarenakan upaya mereka untuk mencari, berbagi dan penerapan tersebut, mereka dapatkan dari aktivitas yang ada dalam kampus mereka masing-masing ataupun dari kegiatan seminar/lokakarya/workshop yang mereka ikuti. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap teori *knowledge-based view*, bahwa untuk kasus aktivitas pengelolaan pengetahuan, proses penciptaan pengetahuan masih bermasalah, sehingga perlu penelitian ke depan melakukan evaluasi lebih lanjut dari variabel atau dimensi tersebut dalam unit analisis pengusaha mahasiswa. Sedangkan kontribusi secara empiris dari penelitian ini adalah, bagi pihak universitas tentunya dapat melakukan dukungan terhadap terciptanya inovasi bisnis mahasiswa ini melalui lokakarya/seminar/workshop, sehingga hal tersebut dapat menguatkan aktivitas pencarian pengetahuan, berbagi pengetahuan ataupun penerapan pengetahuan dari wirausahawan mahasiswa. Sedangkan untuk asosiasi HIPMI PT disarankan untuk dapat mengkonsolidasikan ketiga aktivitas pengelolaan pengetahuan secara berkelanjutan agar tercipta kapabilitas inovasi bisnis yang unggul.

DAFTAR RUJUKAN

- Alrawi, K. W. (2008). Knowledge management and organization's perception in the United Arab Emirates: Case study. *International Journal of Commerce and Management*, 18(4), 382-394. <https://doi.org/10.1108/10569210810921988>
- Astuti, R. D., & Martdianty, F. (2012). Students' Entrepreneurial Intentions by Using Theory of Planned Behavior: The Case in Indonesia. *The South East Asian Journal of Management*, 6(2). <https://doi.org/10.21002/seam.v6i2.1317>
- Bercovitz, J., & Feldman, M. (2008). Academic Entrepreneurs: Organizational Change at the Individual Level. *Organization Science*, 19(1), 69-89. <https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0295>

- Cader, Y., Kathleen O'Neill, K., Blooshi, A. A., Bakheet Al Shouq, A. A., Hussain Mohamed Fadaaq, B., & Galal Ali, F. (2013). Knowledge Management in Islamic and Conventional Banks in the United Arab Emirates. *Management Research Review*, 36(4), 388-399. <https://doi.org/10.1108/01409171311314996>
- Call, D. (2005). Knowledge Management – Not Rocket Science. *Journal of Knowledge Management*, 9(2), 19-30. <https://doi.org/10.1108/13673270510590191>
- Calik, E., Calisir, F., & Cetinguc, B. (2017). A Scale Development for Innovation Capability Measurement. *Journal of Advanced Management Science*, 5(2), 69-76. <https://doi.org/10.18178/joams.5.2.69-76>
- Chi, Y., Hsu, T., & Yang, W. (2006). Ontological Techniques for Reuse and Sharing Knowledge in Digital Museums. *The Electronic Library*, 24(2), 147-159. <https://doi.org/10.1108/02640470610660341>
- Conner, K. & Prahalad, C. (2002). A Resource-Based Theory of the Firm. In Choo and Bontis (Eds.) *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*, New York: Oxford University Press, 103-131
- Gao, F., Li, M., & Clarke, S. (2008). Knowledge, Management, and Knowledge Management in Business Operations. *Journal of Knowledge Management*, 12(2), 3-17. <https://doi.org/10.1108/13673270810859479>
- Gloet, M., & Terziovski, M. (2004). Exploring the relationship between knowledge management practices and innovation performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(5), 402-409. <https://doi.org/10.1108/17410380410540390>
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge Management: an Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214. <https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>
- Henderson, R., & Robertson, M. (1999). Who Wants to be an Entrepreneur? Young Adult Attitudes to Entrepreneurship as a Career. *Education + Training*, 41(5), 236-245. <https://doi.org/10.1108/00400919910279973>
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship Education and Training: Can entrepreneurship be Taught? Part I. *Education + Training*, 47(2), 98-111. <https://doi.org/10.1108/00400910510586524>
- Ho, C. (2009). The Relationship Between Knowledge Management Enablers and Performance. *Industrial Management & Data Systems*, 109(1), 98-117. <https://doi.org/10.1108/02635570910926618>
- Kauffman Foundation. (2013). Entrepreneurship Education Comes of Age on Campus, *Kauffman Foundation*
- Khedhaouria, A., & Jamal, A. (2015). Sourcing Knowledge for Innovation: Knowledge Reuse and Creation in Project Teams. *Journal of Knowledge Management*, 19(5), 932-948. <https://doi.org/10.1108/jkm-01-2015-0039>

- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum Sample Size Estimation in PLS-SEM: The Inverse Square Root and Gamma-Exponential Methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention Among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(01), 55-78. <https://doi.org/10.1142/s021849580400004x>
- Latan, H., & Ghozali I. (2017). *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS.5.0*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lee, H., Chae, Y., & Suh, Y. (2004). Knowledge Conversion and Practical Use with Information Technology in Korean Companies. *Total Quality Management & Business Excellence*, 15(3), 279-294. <https://doi.org/10.1080/1478336042000183433>
- Lin, H. (2007). Knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: An Empirical Study. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 315-332. <https://doi.org/10.1108/01437720710755272>
- Liu, H., Chai, K., & F. Nebus, J. (2013). Balancing Codification and Personalization for Knowledge Reuse: A Markov Decision Process Approach. *Journal of Knowledge Management*, 17(5), 755-772. <https://doi.org/10.1108/jkm-04-2013-0127>
- Marchand, J., & Hermens, A. (2015). Student Entrepreneurship: A Research Agenda. *The International Journal of Organizational Innovation*, 8(2), 226 - 282.
- Mars, M.M., Slaughter, S. & Rhoades, G. (2008). The State-Sponsored Student Entrepreneur. *The Journal of Higher Education*, 79(6), 638-670. <https://doi.org/10.1353/jhe.0.0024>
- Mills, A. M., & Smith, T. A. (2011). Knowledge Management and Organizational Performance: A Decomposed View. *Journal of Knowledge Management*, 15(1), 156-171. <https://doi.org/10.1108/13673271111108756>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company – How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, New York: Oxford University Press.
- Patricia, P., & Silangen, C. (2016). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention in Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(1), 67. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i1.184>
- Plessis, M. (2007). The Role of Knowledge Management in Innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29. <https://doi.org/10.1108/13673270710762684>
- Politis, D., Winborg, J., & Dahlstrand, Å. L. (2011). Exploring the Resource Logic of Student Entrepreneurs. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 30(6), 659-683. <https://doi.org/10.1177/0266242610383445>
- Rasmussen, E. A., & Sørheim, R. (2006). Action-Based Entrepreneurship Education. *Technovation*, 26(2), 185-194. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2005.06.012>

- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University Entrepreneurship: A Taxonomy of the Literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691-791. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm023>
- Saulais, P., & Ermine, J. (2012). Creativity and Knowledge Management. *VINE: The Journal of Information & Knowledge Management Systems*, 42 (3/4), 416-438. <https://doi.org/10.1108/03055721211267521>
- Szulanski, G. (2002). *Sticky Knowledge: Barriers to Knowing in the firm*. SAGE.
- Taherparvar, N., Esmaeilpour, R., & Dostar, M. (2014). Customer Knowledge Management, Innovation Capability and Business Performance: A Case Study of the Banking Industry. *Journal of Knowledge Management*, 18(3), 591-610. <https://doi.org/10.1108/jkm-11-2013-0446>
- Van Beveren, J. (2002). A Model of Knowledge Acquisition that Refocuses Knowledge Management. *Journal of Knowledge Management*, 6(1), 18-22. <https://doi.org/10.1108/13673270210417655>
- Vij, S. and Farooq, R. (2014). Knowledge Sharing Orientation and its Relationship with Business Performance: a Structural Equation Modeling Approach, *IUP Journal of Knowledge Management*, 12 (3), 17-41.
- Von Krogh, G., Nonaka, I., & Aben, M. (2001). Making the Most of Your Company's Knowledge: A Strategic Framework. *Long Range Planning*, 34(4), 421-439. [https://doi.org/10.1016/s0024-6301\(01\)00059-0](https://doi.org/10.1016/s0024-6301(01)00059-0)

