

Penciptaan pengetahuan perusahaan dan inovasi pada perusahaan-perusahaan batik skala menengah dan besar di empat daerah industri batik di Jawa

Puji Wahono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20425831&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penciptaan pengetahuan (knowledge creation) memiliki arti yang sangat strategis dan sekaligus penting bagi perkembangan dunia bisnis belakangan ini. Sebab pengetahuan dapat menghasilkan inovasi dan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Para manajer perusahaan, karenanya harus dapat mengidentifikasi dan membantu perusahaan dalam mengakses berbagai pengetahuan yang dibutuhkan dalam rangka penciptaan nilai secara berkesinambungan.

Semakin pentingnya pengetahuan bagi perusahaan dapat dilihat dari perkembangan produk yang dihasilkan. Semakin canggihnya produk baik dari segi isi maupun produksi, telah mengakibatkan landasan bersaing perusahaan pun ikut bergeser pula, yakni semakin mendasarkan pada pengetahuan. Intinya adalah pada pengembangan pengetahuan yang sangat berharga dan sulit ditiru, serta yang dapat menghasilkan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

Meskipun arti pentingnya pengetahuan mendapatkan pengakuan secara luas, tetapi tidak banyak penelitian yang dilakukan terkait dengan bagaimana pengetahuan tersebut diciptakan dan diimplementasikan, terutama pengetahuan tacit (tacit knowledge) yakni pengetahuan yang berakar pada keahlian dan pengalaman yang tertanam di dalam diri setiap individu. Karena itu meski diakui pentingnya pengetahuan tersebut bagi keunggulan bersaing perusahaan, tetapi tidak banyak perusahaan yang memperoleh manfaat dari pengetahuan tersebut.

Bertolak dari hal itu maka penelitian dilakukan terhadap industri batik. Industri yang banyak mengandalkan pada saat tidak berwujud atau pengetahuan tacit tersebut. Industri batik dipilih juga karena selain memiliki basis akar budaya yang luas di seluruh wilayah nasional dan banyak digeluti oleh masyarakat, terutama lapisan bawah, serta banyak menyerap tenaga kerja. Industri batik juga merupakan produk yang inovatif disamping masih menyimpan potensi yang belum dikembangkan secara optimal.

Penelitian ini dilakukan di empat daerah pusat perkembangan industri batik yakni Solo, Yogyakarta, Pekalongan, dan Cirebon. Empat daerah ini sekaligus mewakili karakteristik batik yang ada yakni Solo dan Yogyakarta mewakili batik keraton, sedangkan Pekalongan dan Cirebon mewakili batik pesisir. Tujuan penelitian ini adalah untuk merekonstruksi model penciptaan pengetahuan para perusahaan batik di empat daerah industri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan positivistic dan melibatkan 171 responden yang mewakili masing-masing perusahaan (sample) yang berasal dari sebanyak 220 populasi perusahaan batik skala menengah dan

besar di empat daerah. Data diperoleh dengan menggunakan metode survey dengan menggunakan daftar pertanyaan. Sedangkan untuk pendalamannya dilakukan wawancara dengan para informan yang dipilih dan mewakili perusahaan mereka masing-masing. Data diolah dan dianalisis dengan menggunakan statistik model persamaan struktural (Struktural Equation Modelling-SEM). Adapun software yang digunakan dalam mengolah data ini adalah Program LISREL (Linear Structural Retations) versi 8.50. Penelitian dilakukan pada Agustus 2004 sampai dengan Juni 2005.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi konversi pengetahuan dari sosialisasi, ekstemalisasi, kombinasi, dan internalisasi dalam perusahaan batik di empat daerah. Konversi pengetahuan inilah yang kemudian menghasilkan pengetahuan baru serta kemudian menjadi pendorong bagi inovasi. Penciptaan pengetahuan di empat daerah industri batik dapat berlangsung karena didukung oleh lingkungan perusahaan. Terdapat satu variable yang tidak signitikan, yakni variabel pengulangan yang termasuk di dalam kondisi pendukung.

Ditemukan pula bahwa proses penciptaan pengetahuan perusahaan berlangsung dengan baik di Pekalongan, kemudian Cirebon, menyusul Yogyakarta dan terakhir Solo. Demikian pula daerah pesisir Pekalongan dan Cirebon Iebih baik dibandingkan daerah keraton Solo dan Yogyakarta dalam hal penciptaan pengetahuan. Sementara itu antara Yogyakarta dengan Cirebon, meskipun keduanya mewakili daerah dengan karakteristik batik yang berbeda, tetapi keduanya tidak berbeda dalam hal penciptaan pengetahuan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan batik yang berada di empat daerah industri batik memiliki berpotensi untuk dapat dikembangkan menjadi perusahaan-perusahaan yang mampu menciptakan inovasi secara terus menerus. Mengingat penelitian ini unit analisisnya perusahaan, maka potensi yang dimiliki perusahaan-perusahaan batik berupa adanya penciptaan pengetahuan, tidak akan mampu memberikan berarti banyak apabila tidak didukung oleh kondisi lingkungan (makro ekonomi) yang kondusif.

<hr>

ABSTRACT

Knowledge creation plays an important role in the development of business nowadays because knowledge could generate innovation that could lead into competitive advantages. Therefore the management should be able to identify and access various knowledge needed for a continuous process of value creating.

Even though the importance of knowledge has been widely acknowledged, there is not much study has been done in the correlation to how knowledge is created and implemented especially the one concerning tacit knowledge, a knowledge uniquely owned by one individual that originated from his or her skills and experiences. Therefore, even though the importance of it for company's competitive advantage is already been acknowledge, not many company get benefit from it.

This study is focusing in batik industry, because the base of this industry is more into intangible assets or tacit knowledge. It also has a wide cultural basis in Indonesia and takes up a lot of man power. Batik is an innovative product that still hasn't reach its full potential. Therefore with this study we can reveal the importance of tacit knowledge in terms of helping the innovation process in batik industry.

The study take place in four batik industry region which is Solo, Yogyakarta, Pekalongan and Cirebon. This four regions are also representing the characteristic of batik. Solo and Yogyakarta are representing "Batik Keraton" and Pekalongan and Cirebon are representing "Batik Pesisir". The objective of this study is to reconstruct a model of company's knowledge creation process in all four industry region.

The approach used in this study is "positivistic". There are 171 respondents who representing each company (sample) originated from middle and large scale batik companies in the four study areas. The data is acquired using questionnaires and in depth interviews with selected companies' representatives. Strukturai Equation Modelling-SEM is used for the data processing and analysis while the software used is LISREL (Linear Structural Relations) 8.50 version. The study took place from August 2004 to June 2005.

This study shows that the conversion of knowledge from socialization, externalization, combination and internalization is exist in the batik's companies in all four area. Later on this conversion will lead into new knowledge and becoming the drive for innovation. Knowledge creating processes in all four batik industrial area could take place because it is supported by companies' environment but there is one insignificant variable which is redundancy.

It also discovered that company's knowledge creating process is signitcantly found in Pekalongan and then Cirebon, Yogyakarta and Solo. The study also conclude that "Pesisir" areas, Pekalongan and Cirebon is better than Yogyakarta and Solo in terms of knowledge creating process and found out that even though Yogyakarta and Cirebon is representing different batik characteristic, they both share the same approach in the knowledge creating process.

This study is concluding that batik's companies in four industrial areas have the potential to create a continuous innovation process. Considering the unit analysis in this study is company, this potential will not have a significant effect without a conducive macro economy condition.