



JEMBA: Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting
Journal Homepage: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jemba/index>

PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA BISNIS MELALUI KINERJA INOVASI PADA DISTRIBUTION OUTLET DI KOTA BANDUNG

Hasan Hariri¹, Muhammad Iffan²

¹ Universitas Komputer Indonesia, hasan.21220251@mahasiswa.unikom.ac.id

² Universitas Komputer Indonesia, m.iffan@email.unikom.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel

Received:05-12-2024

Revised:29-12-2024

Accepted:31-12-2024

Keywords :

Knowledge Management

Innovation Performance

Business Performance

MSMEs

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of the influence of knowledge management on business performance through innovation performance at distribution outlets in Bandung City. This study uses a quantitative approach with descriptive and verification methods. The sampling technique used is saturated sampling, which is included in non-probability sampling. Data in this study were collected through questionnaires, interviews, and literature studies. SEM-PLS analysis was used to analyse the relationship between variables in this study. Respondents in this study were distribution outlet business owners in Citarum Area in Bandung City, with a total of 50 business owners. The results of this study are that knowledge management has a significant influence on business performance. In addition, knowledge management also has a significant influence on innovation performance. Then, innovation performance has a significant influence on business performance. Indirectly, knowledge management has a significant influence on business performance through innovation performance at distribution outlets in Bandung City.

ABSTRAK

Kata Kunci :

Manajemen Pengetahuan

Kinerja Inovasi

Kinerja Bisnis

UMKM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Bisnis melalui Kinerja Inovasi pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha *distribution outlet* di Kawasan Citarum di Kota Bandung dengan jumlah 50 pelaku usaha, dan metode sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu tehnik sampling jenuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis deskriptif dan verifikatif. Alat analisis yang digunakan meliputi

analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Bisnis Melalui Kinerja Inovasi pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung secara langsung maupun tidak langsung.

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana manajemen pengetahuan mempengaruhi kinerja inovasi dan kinerja bisnis, dengan fokus pada distribusi outlet. Hasilnya menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan yang efektif dapat meningkatkan kinerja inovasi, yang berdampak pada peningkatan pendapatan, inovasi produk dan daya saing. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami peran manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kinerja bisnis di industri distro Kawasan Citarum.

Beberapa bukti empiris menunjukkan bagaimana manajemen pengetahuan memiliki pengaruh terhadap transformasi digital usaha umkm kota palu, berhasil menciptakan pengetahuan dan mengelola pengetahuan dengan cara mendukung, belajar dan berkolaborasi (Risnawati, R. et al, 2024). Penelitian sebelumnya tentang kinerja inovasi dapat menjadi variabel mediator secara parsial untuk hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran pada UMKM tas terjadi karena tingginya kemampuan pemilik dalam pengelolaan yang baik dalam berkomunikasi, memanfaatkan teknologi untuk membuat barang lebih efektif dan efisien mengatur waktu (Sofyan. 2017). Penelitian sebelumnya tentang knowledge sharing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis melalui inovasi pada ukm batik lasem rembang terjadi karena adanya pertukaran berbagi pengetahuan, tehnik pengalaman dan ide melalui inovasi (Alliyah, S., & Nurhidayati, A, 2019). Penelitian sebelumnya orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja organisasi dimediasi proses manajemen pengetahuan pada bisnis fashion secara online di jakarta, pemilik usaha harus mengadakan forum diskusi untuk memfasilitasi ide dan pengetahuan baru atau sharing pengetahuan (Yeremi, K., & Utama, L, 2024). Penelitian sebelumnya kapasitas absorptif dan peran situs jejaring sosial berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi yang dilakukan UMKM di Indonesia. penerapan strategi berkelanjutan secara online untuk mencapai tujuan strategis global. Strategi dapat dilakukan dengan penciptaan jaringan yang kuat dengan menjalin kemitraan sehingga dapat dilakukan dengan modal atau investasi yang tidak terlalu besar (Kusumawardhany, P. A, 2018).

Salah satu industri yang memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu sebagai sumber daya. Industri ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja serta mendorong kreativitas individu. Ekonomi kreatif tidak dapat dipisahkan dari industri kreatif, dan fashion termasuk dalam kategori industri kreatif (Al Azis, M. R. 2021).

Perkembangan ekonomi kreatif di Jawa Barat, terutama dalam subsektor fashion, menjadi fondasi bagi subsektor fashion di Indonesia. Selain itu, bersama dengan subsektor kuliner, subsektor fashion berkembang pesat di Jawa Barat

(Nuraeni, I. 2024). Fashion sebagai sub sektor ekonomi kreatif sangat penting dikarenakan menjadi kontributor yang berarti untuk perekonomian Indonesia, masyarakat yang semakin menyadari pentingnya fashion membuat transaksi belanja produk fashion terus meningkat setiap tahunnya dikarenakan faktor kebutuhan dan gengsi. (Jholanda dan Anwar A, 2025). Bandung menjadi tempat pertama munculnya *distribution outlet* (Distro) pada tahun 1994. Distro telah mengubah ekonomi dan gaya hidup Kota Bandung. Dikarenakan distro menjadi bagian dari industri fashion, banyak subkultur yang muncul melalui fashion dan hobi yang menciptakan komunitas baru. Dengan adanya subkultur yang terus berkembang, subkultur lain juga dapat muncul (Solihin et al. 2022).

Bisnis di era globalisasi saat ini menjadi semakin kompetitif dan kompleks. UMKM harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Penting bagi perusahaan untuk mengumpulkan pengetahuan dari berbagai sumber informasi untuk kelancaran bisnis. Selain pengetahuan, inovasi juga diperlukan untuk meningkatkan kinerja. Tren global keterkaitan yang erat dengan kondisi UMKM lokal di Bandung. Penggunaan teknologi digital, kolaborasi terbuka dan pengembangan keterampilan kreatif menjadi kunci untuk meningkatkan kinerja inovasi dikarenakan yang lagi trending tentang fashion di dunia akan menjadi inspirasi untuk UMKM Fashion Bandung. UMKM di Bandung dapat memanfaatkan tren ini dengan mengadopsi strategi manajemen pengetahuan yang efektif. Strategi tersebut mencakup pengelolaan pengetahuan tacit dan eksplisit, pengembangan keterampilan SDM, serta penggunaan teknologi informasi. Sehingga, UMKM lokal dapat meningkatkan kinerja inovasi, daya saing dan kontribusi terhadap perekonomian lokal.

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana manajemen pengetahuan mempengaruhi kinerja inovasi dan kinerja bisnis, dengan fokus pada *distribiton outlet*. Hasilnya menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan yang efektif dapat meningkatkan kinerja inovasi, yang berdampak pada kinerja bisnis sehingga distro mengalami peningkatan pendapatan, melakukan inovasi produk dan menambah wawasan. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami peran manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kinerja bisnis di industri distro Kawasan Citarum.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji keterkaitan antara manajemen pengetahuan dengan kinerja bisnis, penelitian ini mencoba mengisi celah dengan fokus pada peran mediasi kinerja inovasi, sebuah variabel yang belum banyak dibahas dalam konteks UMKM fashion di Kota Bandung. Kinerja inovasi memiliki peran yang penting dalam mendukung manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kinerja usaha. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru dan diharapkan dapat berkontribusi terhadap literatur manajemen strategis pada UMKM di Indonesia, khususnya dalam industri fashion.

2. KAJIAN LITERATUR

Manajemen Pengetahuan

Manajemen pengetahuan adalah pendekatan sistematis untuk mengelola

informasi dan hak kekayaan intelektual lainnya guna memberikan keunggulan kompetitif bagi Perusahaan yang melibatkan identifikasi, pengumpulan, dan pemanfaatan pengetahuan yang sudah ada untuk membantu perusahaan bersaing lebih efektif (Puryana, P. P., & Andriana, W., 2020). Manajemen Pengetahuan adalah sebuah fungsi manajemen yang bertujuan untuk merancang, mengimplementasikan, dan menilai strategi agar informasi dapat diakses oleh orang yang tepat pada saat yang tepat (Kianto, et al., 2018).

Manajemen pengetahuan merupakan konsep strategis yang relevan dengan UMKM fashion. Konsep ini melibatkan pengelolaan pengetahuan untuk meningkatkan kreativitas, inovasi dan kinerja bisnis. Dengan menerapkan manajemen pengetahuan, UMKM fashion dapat mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan dan mendistribusikan pengetahuan guna meningkatkan inovasi, kinerja dan keunggulan kompetitif. Implementasi manajemen pengetahuan pada UMKM fashion membawa berbagai manfaat, seperti peningkatan kinerja, inovasi dan keunggulan kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan manajemen pengetahuan memperoleh manfaat yang sama dengan perusahaan besar. Oleh karena itu, implementasi manajemen pengetahuan sangat diperlukan dalam penciptaan inovasi yang meningkatkan kinerja bisnis pada UMKM fashion (Pelamonia, M, 2020).

Kinerja Inovasi

Kinerja inovasi merupakan faktor utama yang mendorong inovasi. Perusahaan secara formal menggabungkan berbagai kemampuan untuk terus menghasilkan ide-ide berkualitas dalam jumlah yang cukup, serta mengimplementasikannya dengan efektif dan efisien. Inovasi mencakup aspek kualitas, biaya, dan waktu, serta memenuhi ekspektasi pelanggan (Mulyani, S., & Wijayani, D. R., 2017). Kinerja inovasi organisasi bergantung pada kemampuan mereka untuk mengubah pengetahuan menjadi tindakan yang dapat menemukan dan memanfaatkan nilai pengetahuan, sehingga meningkatkan kinerja inovasi mereka (Permadi, A., et al., 2018).

Contohnya pelaku usaha yang menerapkan inovasi terbaru yaitu Rachmaniar Fashion Taylor, pelopor industri fashion tanah air, mengintegrasikan teknologi Artificial Intelligence (AI) dan metaverse dalam proses bisnisnya. Penggunaan AI dalam perancangan baju memungkinkan desain yang lebih personal dan akurat, dengan mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan individu pelanggan. Metaverse memungkinkan pelanggan melihat hasil rancangan secara virtual sebelum dibuat, memberikan keuntungan bagi pelanggan dan Rachmaniar Fashion Taylor dalam mengoptimalkan proses produksi (Rachmaniar, A., *et al* 2024).

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan pencapaian yang diraih oleh sebuah perusahaan dan menjadi faktor utama dalam mempertahankan eksistensinya di era modern. Kinerja bisnis mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan cara mengelola bisnis dengan menerapkan sistem manajemen yang dirancang khusus untuk mencapai tujuan tertentu (Sari, N. P., 2020). Kinerja bisnis adalah hasil dari

pencapaian tujuan organisasi melalui strategi dan teknik yang efektif. Kinerja juga menjadi tolak ukur penting yang digunakan oleh entitas ekonomi untuk menilai kesuksesan bisnis (Afiyati A, et al, 2019). Kinerja bisnis pada UMKM yang optimal ditandai oleh pertumbuhan dan profitabilitas tinggi, jika UMKM yang kinerjanya bagus dapat dilihat dari peningkatan penjualan yang dimana hasil akhirnya akan membuat perusahaan untung dan akan berdampak positif pada kesejahteraan karyawan serta kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional dengan menambah perputaran uang dimasyarakat (Alliyah, S., & Nurhidayati, A, 2019). Kinerja Bisnis dapat dinilai dari pertumbuhan laba, pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan (Sugiarto & Hargyatni, T, 2024).

Manajemen pengetahuan memainkan peran kunci dalam meningkatkan kinerja inovasi. Dengan menyediakan pelatihan, pengembangan karyawan, dan lingkungan kerja yang mendukung, organisasi dapat mengatasi hambatan inovasi akibat kurangnya pengetahuan. Manajemen pengetahuan yang efektif menyediakan sumber daya, alat, dan lingkungan kerja yang kondusif, sehingga memfasilitasi pemunculan ide-ide inovatif dan meningkatkan kinerja inovasi (Alfikri, N. F. F., 2023). Kinerja inovasi memiliki dampak signifikan pada kinerja bisnis melalui pengembangan produk ramah terhadap pelanggan, pengurangan polusi, penghematan energi dan daur ulang dll. Hal ini memicu peningkatan efisiensi, pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar. Integrasi antara Kinerja Inovasi dan Kinerja Bisnis yang bertanggung jawab menjadi kunci untuk mencapai kinerja bisnis unggul dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan harus berkomitmen pada strategi proaktif teknologi dan inovasi produk untuk menambah produk yang pelanggan inginkan sehingga meningkatkan kinerja bisnis (Iskandar, A., & Febriyantoro, M. T, 2019).

3. METODE PENELITIAN

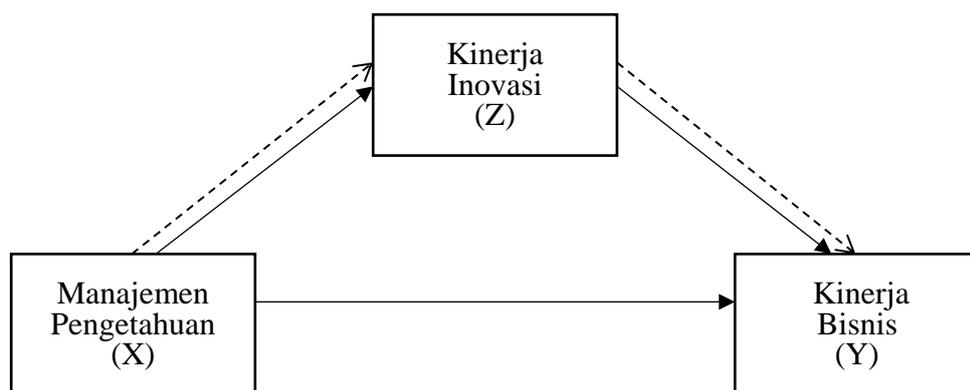
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena mampu mengukur hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara numerik dan memungkinkan verifikasi hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner disusun untuk mengukur variabel-variabel penelitian, diantaranya manajemen pengetahuan, kinerja inovasi, dan kinerja bisnis. Selanjutnya, wawancara dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang konteks dan dinamika yang terjadi pada distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dengan mengkaji penelitian-penelitian sebelumnya, seperti jurnal, artikel ilmiah, dan buku yang relevan dengan topik penelitian ini.

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung dengan berjumlah 50 pelaku usaha. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, dimana seluruh populasi dijadikan sampel

penelitian, dipilih karena populasi yang kurang dari 100 dianggap representatif untuk dianalisis secara keseluruhan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara langsung dengan pelaku usaha di Kawasan Citarum di Kota Bandung.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan tanggapan responden terkait pernyataan dalam kuesioner, sehingga memberikan gambaran umum tentang kondisi distro di Kawasan Citarum Kota Bandung. Selanjutnya, untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dilakukan analisis SEM-PLS dengan bantuan program SmartPLS. Analisis ini digunakan untuk memahami hubungan langsung dan mediasi variabel manajemen pengetahuan, kinerja inovasi, & kinerja bisnis.

Metode SEM-PLS dipilih karena memiliki kelebihan teoretis dan praktis. Secara teoretis, SEM-PLS memungkinkan analisis hubungan kompleks antarvariabel, memodelkan konstruk laten dan mempertimbangkan variabel-variabel yang tidak terukur secara langsung. Secara praktis, SEM-PLS fleksibel dalam menangani data tidak normal, memiliki kemampuan analisis yang cepat dan efisien, serta memudahkan interpretasi hasil. Oleh karena itu, SEM-PLS sangat cocok untuk penelitian yang memerlukan analisis kompleks dan akurat. Sampling jenuh dipilih karena alasan teoretis dan praktis yang kuat. Dengan populasi kurang dari 100, sampling jenuh memungkinkan pengumpulan data yang representatif dan akurat, mengurangi kesalahan sampling, serta meningkatkan validitas hasil penelitian. Secara praktis, metode ini lebih efisien dan efektif karena tidak memerlukan proses seleksi sampel, sehingga menghemat waktu dan biaya. Dengan demikian, sampling jenuh sangat tepat untuk penelitian dengan populasi terbatas. Metode dan data yang digunakan mendukung penelitian ini dikarenakan hasil ini akan sangat membantu distro dalam melihat hal-hal secara teoritis sehingga memberikan wawasan strategis bagi pengembangan bisnis distro di Kota Bandung.



Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Gambar 1. Model Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

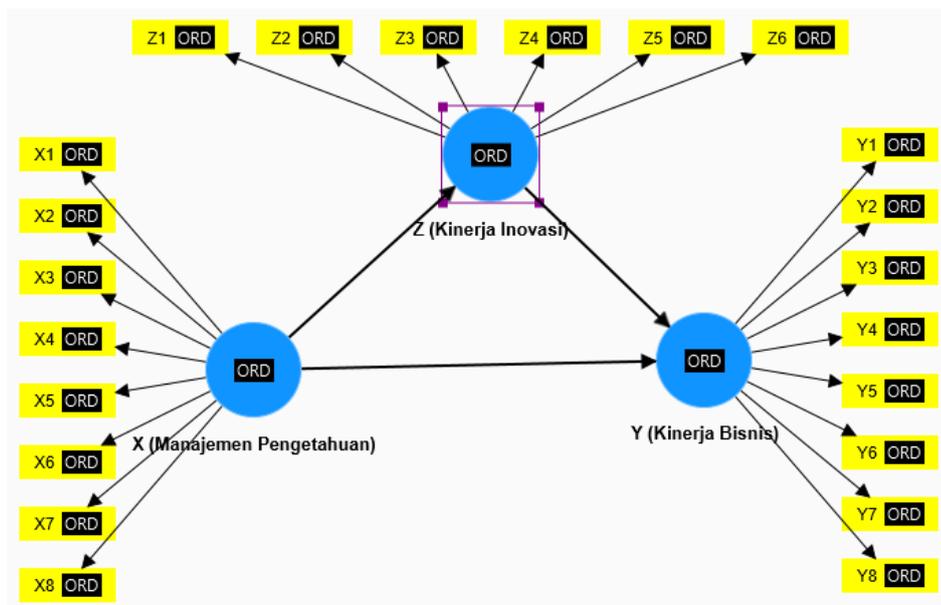
Berdasarkan tanggapan dari para pelaku usaha pada distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung, dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen pengetahuan memperoleh nilai sebesar 82,4%, yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mengidentifikasi pengetahuan dengan benar, karena dengan mengidentifikasi pengetahuan yang valid, perusahaan dapat memperoleh ide-ide terbaru sesuai dengan keinginan pasar.

Variabel kinerja inovasi memperoleh nilai sebesar 73,8%, yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tantangan kinerja inovasi cukup signifikan, para pelaku usaha distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung masih mampu menghasilkan produk-produk inovatif yang memungkinkan perusahaan untuk bertahan.

Terakhir, variabel kinerja bisnis memperoleh nilai sebesar 81,4%, yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tantangan kinerja bisnis cukup signifikan, para pelaku usaha distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung masih mampu mempertahankan pertumbuhan usaha mereka dengan baik.

Analisis Verifikatif

Berdasarkan Gambar 2 dibawah, variabel laten yang ditandai dengan warna biru adalah variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu manajemen pengetahuan, kinerja inovasi, dan kinerja bisnis. Kemudian, variabel manifest yang berwarna kuning merupakan item-item pernyataan kuesioner. Selain itu, panah dalam model penelitian menunjukkan hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini.



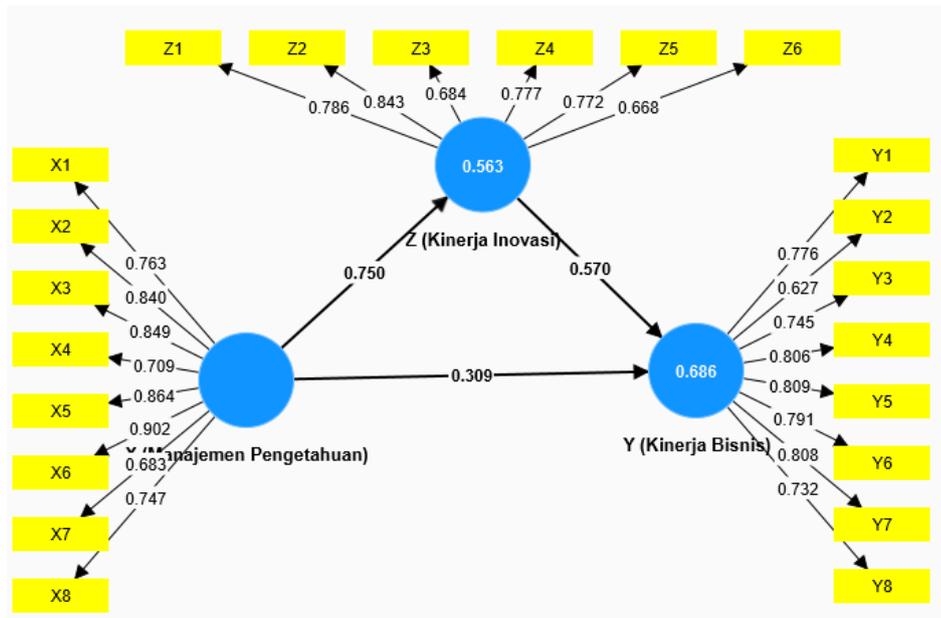
Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Gambar 2. Model SEM-PLS

Outer Model

Uji Validitas Konvergen

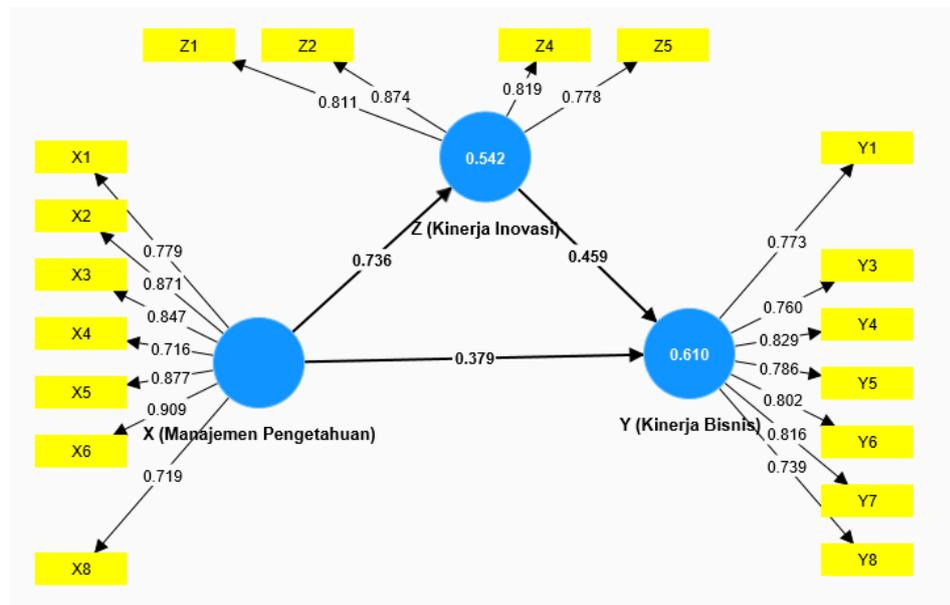
Uji validitas konvergen dapat dilihat melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *loading factor* variabel laten terhadap indikatornya menunjukkan nilai validitas konvergen yang dianggap valid jika >0.7 dan termasuk dalam kategori baik (Duryadi, 2021). Berikut adalah hasil nilai *loading factor* menggunakan SmartPLS 4.0:



Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Gambar 3. Loading Factor #1

Pada Gambar 3 terdapat empat variabel manifest yang memiliki nilai *loading factor* <0.7 , yaitu pada item pernyataan X.7, Z3, Z6, dan Y2. Item-item tersebut tidak termasuk ke dalam kriteria yang ditetapkan, sehingga dikeluarkan dari model penelitian. Selanjutnya, dilakukan pengujian ulang untuk memastikan semua item pernyataan telah memenuhi syarat. Gambar 4 dibawah ini merupakan hasil dari *loading factor* setelah mengeluarkan item pernyataan yang tidak valid.



Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Gambar 4. Loading Factor #2

Berdasarkan Gambar 4, seluruh variabel manifest dari manajemen pengetahuan (X), kinerja inovasi (Z), dan kinerja bisnis (Y) menunjukkan nilai *loading factor* >0.7 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi kriteria dan dapat merepresentasikan variabel laten yang sedang dikaji.

Hal selanjutnya adalah memeriksa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan ketentuan nilai AVE $>0,5$ (Kwong & Kay dalam Santy & Iffan, 2023). Tabel 1 dibawah ini menjelaskan nilai *Average Variance Extracted* (AVE):

Tabel 1. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Manajemen Pengetahuan (X)	0,673
Kinerja Inovasi (Z)	0,674
Kinerja Bisnis(Y)	0,619

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Pada Tabel 1, seluruh variabel penelitian ini memiliki nilai AVE >0.5 , antara lain manajemen pengetahuan (X) sebesar 0.673, kemudian kinerja inovasi (Z) sebesar 0.674, dan kinerja bisnis (Y) sebesar 0.619. Maka, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa seluruh variabel laten menunjukkan validitas konvergen yang baik. Sebagai indikasi bahwa validitas konvergen dalam model penelitian ini telah terpenuhi, setiap item pernyataan dapat menggambarkan variabel yang dianalisis.

Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dalam penelitian ini dilihat dari nilai *cross*

loadings serta nilai akar kuadrat AVE. Pengujian pertama yang dilakukan untuk menguji validitas diskriminan adalah *cross loadings* yang dijelaskan pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Cross Loadings

Indikator	Manajemen Pengetahuan (X)	Kinerja Bisnis (Y)	Kinerja Inovasi (Z)
X.1	0.779	0.606	0.639
X.2	0.871	0.537	0.573
X.3	0.847	0.638	0.596
X.4	0.716	0.525	0.508
X.5	0.877	0.607	0.683
X.6	0.909	0.578	0.646
X.8	0.719	0.605	0.555
Y.1	0.487	0.773	0.587
Y.3	0.634	0.760	0.649
Y.4	0.533	0.829	0.612
Y.5	0.520	0.786	0.547
Y.6	0.582	0.802	0.518
Y.7	0.527	0.816	0.529
Y.8	0.634	0.739	0.595
Z.1	0.566	0.700	0.811
Z.2	0.616	0.597	0.874
Z.4	0.648	0.561	0.819
Z.5	0.588	0.557	0.778

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 2 menjelaskan bahwa semua variabel manifest dalam penelitian ini menunjukkan nilai *cross loadings* yang lebih tinggi untuk variabel yang dibentuk daripada nilai *cross loadings* untuk variabel lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dari variabel penelitian ini memiliki nilai *cross loadings* yang memenuhi standar. Langkah selanjutnya dalam menguji validitas diskriminan yaitu menggunakan pemeriksaan nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) berdasarkan kriteria Fornell-Larcker dengan kriteria apabila nilai akar AVE pada konstruk melebihi korelasi dengan konstruk variabel laten lain, maka konstruk tersebut dapat dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik (Duryadi, 2021). Tabel 3 berikut menjelaskan nilai akar kuadrat AVE:

Tabel 3 Fornell-Larcker Criterion

	Manajemen Pengetahuan (X)	Kinerja Bisnis (Y)	Kinerja Inovasi (Z)
Manajemen Pengetahuan (X)	0,820		
Kinerja Bisnis (Y)	0,717	0,787	

	Manajemen Pengetahuan (X)	Kinerja Bisnis (Y)	Kinerja Inovasi (Z)
Kinerja Inovasi (Z)	0,736	0,738	0,821

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Dalam Tabel 3, nilai akar kuadrat AVE untuk variabel manajemen pengetahuan (X) menunjukkan nilai 0,820, yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi variabel laten lainnya, yaitu 0,717 dan 0,736. Variabel kinerja Inovasi (Z) menunjukkan nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,821, yang lebih besar daripada korelasi dengan variabel laten lainnya yang bernilai 0,736 dan 0,738. Untuk variabel kinerja bisnis (Y), nilai akar kuadrat AVE adalah 0,787, melebihi korelasi dengan variabel laten lain yang masing-masing bernilai 0,717 dan 0,738. Sehingga, indikator dalam penelitian ini menunjukkan validitas diskriminan yang baik, karena nilai akar AVE untuk setiap konstruk lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk variabel laten lainnya, yang menandakan perbedaan konsep setiap variabel.

Uji Reliabilitas

Setelah seluruh variabel memenuhi kriteria dalam uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit. Variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit >0.7 (Duryadi, 2021). Tabel 4 berikut ini menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit dalam penelitian ini.

Tabel 2. *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas Komposit
Manajemen Pengetahuan (X)	0,917	0,935
Kinerja Inovasi (Z)	0,838	0,892
Kinerja Bisnis (Y)	0,897	0,919

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Pada Tabel 4, nilai reliabilitas komposit dan *Cronbach's Alpha* secara berturut-turut sebagai berikut: Variabel manajemen pengetahuan (X) sebesar 0.935 & 0.917, variabel Kinerja Inovasi (Z) sebesar 0.892 & 0.838, dan variabel kinerja bisnis (Y) sebesar 0.919 & 0.897. Maka, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat uji reliabilitas, karena nilai reliabilitas komposit dan *Cronbach's Alpha* >0.7 yang menunjukkan bahwa setiap konstruk memberikan hasil yang dapat diandalkan.

Inner Model

Koefisien Jalur

Koefisien jalur adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, dihitung berdasarkan data yang telah diubah menjadi angka baku atau Z-score. Tabel 5 dibawah ini menampilkan koefisien jalur dalam penelitian ini.

Tabel 3. Koefisien Jalur

Jalur	Original Sampel
Manajemen Pengetahuan (X) -> Kinerja Bisnis (Y)	0,379
Manajemen Pengetahuan (X) -> Kinerja Inovasi (Z)	0,736
Kinerja Inovasi (Z) -> Kinerja Bisnis (Y)	0,459
Manajemen Pengetahuan (X) -> Kinerja Inovasi (Z) -> Kinerja Bisnis (Y)	0,338

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel diatas, manajemen pengetahuan (X) memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis (Y) yang ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.379 yang bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara kedua variabel adalah searah, yang artinya semakin baik manajemen pengetahuan (X), maka semakin baik pula kinerja bisnis (Y) pada Distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung. Selanjutnya, manajemen pengetahuan (X) memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi (Z) yang ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.736 yang bernilai positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara kedua variabel adalah searah, yang artinya semakin baik manajemen pengetahuan (X) maka semakin baik pula kinerja inovasi (Z) pada Distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung. Kemudian, kinerja inovasi (Z) memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis (Y) yang ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.459 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara kedua variabel adalah searah, yang artinya semakin baik kinerja inovasi (Z) maka semakin baik pula kinerja bisnis (Y) pada Distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung. Terakhir, manajemen pengetahuan (X) memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis (Y) melalui kinerja inovasi (Z) yang ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.338 yang bernilai positif. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel kinerja inovasi (Z) memediasi pengaruh manajemen pengetahuan (X) terhadap kinerja bisnis (X) pada Distro di Kawasan Citarum di Kota Bandung.

Koefisien Determinasi

R-Square merupakan nilai koefisien determinasi untuk menjelaskan daya prediksi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Terdapat dua variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam penelitian ini, yaitu kinerja inovasi dan kinerja bisnis. Tabel 6 dibawah ini menunjukkan hasil koefisien determinasi.

Tabel 6. R-Square

Variabel	R-square	Persentase
Kinerja Inovasi (Z)	0,542	54,2%
Kinerja Bisnis (Y)	0,610	61%

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Pada Tabel 6 diatas, terlihat bahwa nilai R-Square untuk variabel kinerja

bisnis adalah 0,610. Nilai ini menunjukkan bahwa 61% dari kinerja bisnis (Y) dapat dijelaskan oleh manajemen pengetahuan (X) dan kinerja inovasi (Z). Nilai R-Square untuk variabel kinerja inovasi adalah 0,542 yang berarti bahwa 54,2% dari kinerja inovasi (Z) dijelaskan oleh manajemen pengetahuan (X). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja bisnis memiliki kriteria moderat.

Effect Size

Nilai F-Square dalam penelitian ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penilaian F-Square penting untuk mengukur kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen, sehingga dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang kekuatan pengaruh antar variabel dalam model penelitian. Tabel 7 berikut ini menjelaskan hasil F-Square.

Tabel 7. F-Square

Jalur	F-Square
Manajemen Pengetahuan (X) > Kinerja Bisnis (Y)	0,168
Manajemen Pengetahuan (X) > Kinerja Inovasi (Z)	1,185
Kinerja Inovasi (Z) > Kinerja Bisnis (Y)	0,247

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pada Tabel 7, nilai F-Square manajemen pengetahuan terhadap kinerja bisnis adalah sebesar 0.168 dan F-Square kinerja inovasi terhadap kinerja bisnis sebesar 0.247. Kedua nilai ini berada dalam rentang $0.15 \leq F\text{-Square} \leq 0.35$, yang menunjukkan bahwa baik manajemen pengetahuan maupun kinerja inovasi memiliki efek sedang terhadap kinerja bisnis. Kemudian, nilai F-Square manajemen pengetahuan terhadap kinerja inovasi adalah sebesar 1,185 yang berarti manajemen pengetahuan memiliki efek besar terhadap kinerja inovasi karena nilai F-Square ≥ 0.35 . Hal ini mengindikasikan kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan kinerja bisnis, meskipun tidak dapat dikategorikan sebagai pengaruh besar.

Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Pengujian Hipotesis

Jalur	T-Stat	T-Tab	P-Values	Keterangan
Manajemen Pengetahuan (X) > Kinerja Bisnis (Y)	2.547	2.011	0.011	Diterima
Manajemen Pengetahuan (X) > Kinerja Inovasi (Z)	7.835		0.000	Diterima
Kinerja Inovasi (Z) > Kinerja Bisnis (Y)	2.806		0.005	Diterima
Manajemen Pengetahuan (X) > Kinerja Inovasi (Z) > Kinerja Bisnis (Y)	2.315		0.021	Diterima

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Pengujian hipotesis dilakukan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima dengan penjelasan sebagai berikut:

- Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung dengan nilai signifikansi sebesar 0.011.
- Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja inovasi pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung dengan nilai signifikansi sebesar 0.000.
- Kinerja inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung dengan nilai signifikansi sebesar 0.005.
- Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis melalui kinerja inovasi pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung dengan nilai signifikansi sebesar 0.021.

Hasil penelitian ini membantu para pelaku usaha dalam memahami pentingnya mengelola pengetahuan secara efektif untuk meningkatkan daya saing. Dengan manajemen pengetahuan yang baik, pelaku usaha dapat menciptakan, menyimpan, dan berbagi informasi strategis yang mendorong inovasi, baik dalam produk, layanan, maupun proses bisnis. Hal tersebut juga dapat meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan adaptabilitas terhadap perubahan pasar, sehingga berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis. Penelitian ini juga memberikan panduan praktis bagi pengambil keputusan dalam mengintegrasikan strategi manajemen pengetahuan dengan inisiatif inovasi untuk mencapai keunggulan kompetitif.

5. KESIMPULAN

Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menyimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai manajemen pengetahuan pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung dinilai sangat baik dengan skor tertinggi pada indikator berbagi pengetahuan. Kemudian, kinerja inovasi dinilai baik dengan skor tertinggi pada indikator kecepatan pengenalan produk baru. Selanjutnya, kinerja bisnis juga dinilai baik dengan skor tertinggi pada indikator pertumbuhan penjualan.

Hasil analisis verifikatif menunjukkan secara langsung manajemen pengetahuan dan kinerja inovasi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis, dan juga manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja inovasi. Secara tidak langsung, kinerja inovasi dapat memediasi hubungan antara manajemen pengetahuan dan kinerja bisnis pada *Distribution Outlet* di Kota Bandung.

REFERENSI

- Afiyati, A. *et al* (2019). Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3), 1-15.
- Al Azis, M. R. (2021). Tantangan Industri Penerbitan Buku Di Indonesia Sebagai Bagian Dari Industri Kreatif Dalam Mengarungi Era Digitalisasi Dan

- Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 6(3), 236-256.
- Alfikri, N. F. F. *et al* (2023). Peran Mediasi Kapabilitas Manajemen Pengetahuan pada Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Inovasi Pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sanggau. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 11(04), 255-265.
- Alliyah, S., & Nurhidayati, A. (2019). Pengaruh Knowledge Sharing terhadap Kinerja Bisnis Melalui Inovasi. *Research Fair Unisri*, 3(1), 150-164.
- Duryadi. (2021). Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. Semarang: *Yayasan Prima Agus Teknik*.
- Iskandar, A., & Febriyantoro, M. T. (2019). Peran kinerja inovasi hijau dalam menghubungkan permintaan pasar, dan kinerja bisnis (Studi pada UMKM di Kota Batam). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 182-191.
- Jholanda, J., & Anwar, A. (2025). Sustainable Fashion: Fenomena Thrifting Dan Peran Subsektor Fashion Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 6(1), 1-7.
- Kianto, A. *et al* (2019). The impact of knowledge management on knowledge worker productivity. *Baltic journal of management*, 14(2), 178-197.
- Kusumawardhany, P. A. (2018). Pengaruh Kapasitas Absorptif Dan Situs Jejaring Sosial Terhadap Kinerja Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 11(1), 71-88.
- Mulyani, S., & Wijayani, D. R. (2017). Penerapan TQM dan Kinerja Inovasi terhadap Kinerja Manajerial Industri Rokok Kabupaten Kudus. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(2), 101-115.
- Nuraeni, I. (2024). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Barat. *Prosiding ISBI Bandung*, 1-10.
- Pelamonia, M. (2020). Pengaruh Knowledge Management dan Inovasi Berbasis Layanan Terhadap Keberhasilan Bisnis UMKM Kreatif di Kota Ambon. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(2), 161-177.
- Permadi, A. *et al*. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Inovasi Dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 61(4), 201-209.
- Puryana, P. P., & Andriana, W. (2020). Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Prilaku Inovasi Karyawan (PT. Insansandang Internusa). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*. (3), 785-799.
- Rachmaniar, A. *et al* (2024). Usaha Pembuatan Fashion Dengan Bantuan Ai Pada Proses Rancangan Baju Secara Virtual. In *Prosiding Seminar SeNTIK*, 8(1), 81-88.
- Risnawati, R. *et al* (2024). Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Transformasi Digital Usaha Umkm Kota Palu. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 2028-2044.
- Santy, R. D., & Iffan, M. (2023). The Effect of Artificial Intelligence and Gamification on Online Purchase Intention Mediated by Customer

- Experience: Study on Indonesian Marketplace Users. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 13(1), 227-243.
- Sari, N. P. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada UMKM Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Penelitian Empiris pada UKM di Bidang Industri). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 8(3), 1-8.
- Sofyan, S. (2017). Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Inovasi Dan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Sentra Industri Tas Desa Kadugenep. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1), 65-79.
- Solihin, et al. (2022). Pembuatan Artbook Guna Meningkatkan Awareness Akan Keberadaan Distro Di Kota Bandung. *Wacadesain*, 3(1), 10-17.
- Sugiarto., & Hargyatni, T. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Umkm Telur Asin Di Kabupaten Brebes). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 195-210.
- Yeremi, K., & Utama, L. (2024). Pentingnya Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Proses Manajemen Pengetahuan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 409-418.