PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA USAHA UKM KOPI DI NAGARI KOTO TUO, KECAMATAN SUNGAI TARAB, KABUPATEN TANAH DATAR

SKRIPSI

Oleh :

ARIF RAHMAN HAKIM
NIM 1810272012

Dosen Pembimbing 1: Dr. Ir. Nofialdi, M.Si
Dosen Pembimbing 2: Mahdi, SP. M.Si. Ph.D.

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022

PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA USAHA UKM KOPI DI NAGARI KOTO TUO, KECAMATAN SUNGAI TARAB, KABUPATEN TANAH DATAR

SKRIPSI

Oleh :

ARIF RAHMAN HAKIM
NIM 1810272012

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022

PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA USAHA UKM KOPI DI NAGARI KOTO TUO, KECAMATAN SUNGAI TARAB, KABUPATEN TANAH DATAR

Oleh :

ARIF RAHMAN HAKIM
NIM 1810272012

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul "Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha UKM Kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Padang, 31 Agustus 2022

Arif Rahman Hakim
NIM 1810272012

PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA USAHA UKM KOPI DI NAGARI KOTO TUO, KECAMATAN SUNGAI TARAB, KABUPATEN TANAH DATAR

Oleh:

ARIF RAHMAN HAKIM
1810272012

MENYETUJUI:

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Dr. Ir. Nofialdi, M.Si	Mahdi, SP. M.Si. Ph.D.
NIP.196811021997031001	NIP. 197104102000030100 2
Dekan Fakultas Pertanian Universitas Andalas	Kepala Departemen Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Andalas
Dr. Ir. Indra Dwipa, MS	Hasnah, S.P.Dip.AgEc, M.ec Ph.D
NIP.196502201989031003	NIP. 196808181994032003

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Andalas , pada tanggal 5 September 2022.

No.	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1.	Nuraini Budi Astuti, SP. M.Si		Ketua
2.	Dr. Ir. Nofialdi, M.Si.		Sekretaris
3.	Dr. Ir. Ifdal, M.Sc		Anggota
4.	Rian Hidayat, SP. M.M.		Anggota

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai dengan suatu pekerjaan, segeralah engkau kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya engkau berharap."
(Q.S Al Insyirah : 6-8)

Alhamdulillahirabbil'alamin……..

Puji syukur ananda ucapkan kehadirat Allah SWT atas karunia, rahmat, nikmat yang tiada taranya, dan berbagai kemudahan yang telah Engkau berikan. Shalawat beriringkan salam untuk Nabi Muhammad SAW *Allahumma Sholli'ala Muhammad, wa'ala ali Muhammad* sang pemimpin umat sedunia dan sebagai suri tauladan dalam menjalankan kehidupan ini.

Karya kecil ini ananda persembahkan untuk seseorang yang paling istimewa dalam hidup ananda yaitu Ayah dan Ibu, pahlawan yang sangat berjasa dalam hidup ananda. Untuk Ayah dan Ibu terima kasih atas semua doa yang selalu dilantunkan untuk kebaikan ananda, selalu mencurahkan kasih sayang, serta menjadi pendengar yang baik dalam setiap keluh kesah ananda. Untuk saudara-saudara ananda, terima kasih atas dukungan dan perhatian yang telah diberikan selama ini kepada ananda. Atas kepercayaan dan harapan kalian lah yang membuat ananda berani menuntaskan tanggung jawab ini hingga karya sederhana ini dapat terwujud dengan gelar di belakang nama ananda.

Ucapan terima kasih ananda sampaikan kepada dosen pembimbing ananda yang sudah mau bersabar dan membimbing ananda untuk menghasilkan karya tulis kecil ini, banyak hal dan cerita yang terjadi tetapi semua itu adalah pembelajaran yang sangat berharga untuk ananda kedepannya. Terima kasih juga kepada teman teman yang selalu mendukung ananda dan juga mengingatkan ananda ketika lalai dalam penyelesaian tahap akhir ini, semoga silaturahmi kita tetap terjaga dan juga kita sukses untuk masa yang akan datang.

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian karya kecil ananda ini semoga dapat memberikan manfaat untuk masa yang akan datang.

BIODATA

Penulis dilahirkan di Jembatan Belimbing, Kenagarian Panti, Kecamatan Panti, Kabupaten Pasaman pada tanggal 17 Maret 2000. Penulis merupakan anak kedua dari lima bersaudara dari pasangan Ibu Berlian dan Bapak Ada Tua Siregar. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 01 Panti, Kecamatan Panti (2007-2012). Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh di MTs Negeri 1 Panti (2012-2015). Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Negeri 1 Panti (2015-2018). Pada tahun 2018 penulis melanjutkan kuliah S1 Program Studi Penyuluhan Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang.

Padang, 31 Agustus 2022

ARH

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis Ucapkan Kehadirat Allah SWT, Karena Atas Izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha UKM Kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar". Shalawat beriringkan salam tidak lupa disampaikan pada Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam kehidupan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada Bapak Dr. Ir. Nofialdi, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Mahdi, SP. M.Si.Ph.D selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberi pengarahan, saran, bimbingan dan waktu selama proses penulisan skripsi ini, serta kepada jajaran dosen Ibu Nuraini Budi Astuti, SP. M.Si, Ibu Dr. Devi Analia, SP.M.Si , dan Bapak Rian Hidayat, SP. M.M, Dr. Ir. Ifdal, M.Sc yang turut serta mengarahkan dan meluruskan kesalahan didalam skripsi ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Kepala Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Ketua Program studi Penyuluhan Pertanian, serta seluruh dosen dan tenaga kependidikan yang ada di Fakultas Pertanian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Nagari Koto Tuo dan seluruh masyarakatnya karena telah menerima penulis dengan baik untuk melaksanakan penelitian.

Ucapan terimakasih yang paling istimewa penulis ucapkan kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat serta doanya sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada teman-teman dan sahabat penulis yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu penulis dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan masukan yan membangun untuk skripsi ini. Selain itu, penulis juga berharap skripsi ini dapat menjadi manfaat untuk seluruh pihak yang membacanya.

Padang, Agustus 2022

A.R.H

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
A. Agroindustri 7
B. Kopi 9
C. Manajemen Pengetahuan 13
D. Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) 18
E. Kinerja Usaha 20
F. Hubungan Antar Variabel yang Diamati 24
G. Penelitian Terdahulu 24
BAB III METODE PENELITIAN 27
A. Tempat dan Waktu Penelitian 27
B. Metode Penelitian 27
C. Metode Pengambilan Sampel 28
D. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 28
E. Variabel Penelitian 30
F. Uji Instrumen 32
G. Analisis Data 33
H. Pengujian Hipotesis 34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 37

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian 37
B. Karakeristik Responden 39
C. Gambaran Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Usaha UKM Kopi 41
D. Analisis Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha UKM 48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 52
A. Kesimpulan 52
B. Saran 52
DAFTAR PUSTAKA 53
LAMPIRAN 57

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Variable bebas penelitian……...	31
2	Hasil uji validitas pernyataan manajemen pengetahuan …….	35
3	Hasil uji validitas pernyataan kinerja usaha UKM……	36
4	Hasil uji reliabilitas……	36
5	Karakteristik pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo…...	39
6	Deskripsi variabel penciptaan pengetahuan…..……..	42
7	Deskripsi variabel berbagi pengetahuan…….....	43
8	Deskripsi variabel penggunaan pengetahuan.....……	45
9	Gabungan rata rata manajemen pengetahuan.....……..	46
10	Deskripsi variabel kinerja usaha UKM.....……..	47
11	Hasil uji Regresi Linear Sederhana……	48
12	Hasil Analisis Uji t…….	49
13	Hasil Koefisien Determinasi……...	51

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1	Peta wilayah Kecamatan Sungai Tarab……	37

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Merek dagang kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar……...	57
2	Kuesioner penelitian……...	61
3	Foto kemasan Produk olahan bubuk kopi di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar…….	63
4	Tabulasi data validitas dan reliabilitas manajemen pengetahuan (X).....	64
5	Tabulasi data validitas dan reliabilitas kinerja Usaha UKM (Y)…….....	65
6	Tabulasi kuisioner variabel manajemen pengetahuan (X)……..	66
7	Tabulasi kuisioner variabel kinerja usaha UKM (Y)……	67
8	Hasil uji validitas variabel manajemen pengetahuan (X)……	68
9	Hasil uji validitas variabel kinerja usaha UKM (Y)……	70
10	Hasil uji reliabilitas variabel manajemen pengetahuan (X)……	71
11	Hasil uji reliabilitas variabel kinerja usaha UKM (Y)……	72
12	Hasil uji regresi linier sederhana…….	73
13	Hasil uji secara parsial (Uji-t)…….	74
14	Hasil uji koefisien determinasi (R^2)……	75

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA USAHA UKM KOPI DI NAGARI KOTO TUO, KECAMATAN SUNGAI TARAB, KABUPATEN TANAH DATAR

ABSTRAK

Manajemen pengetahuan adalah meningkatkan proses operasional suatu usaha atau kegiatan untuk menciptakan keunggulan dalam sebuah persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan manajemen pengetahuan dan kinerja usaha UKM kopi dan analisis pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM kopi yang ada di Nagari Koto Tuo,Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar. penelitian ini menggunakan metode survei, responden pada penelitian ini adalah pengusaha bubuk kopi yang ada di Nagari Koto Tuo sebanyak 36 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur pengusaha bubuk kopi berada diantara 15-55 tahun, pendidikan berada antara SD-Sarjana, memiliki tenaga kerja 5-10. Dari segi usaha, kebanyakan pengusaha sudah menggunakan mesin pengolah kopi untuk mempermudah dalam memproduksi kopi. Usaha yang dimiliki oleh pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo kebanyakan yang diwariskan secara turun temurun, sehingga pelestarian untuk pengolahan bubuk kopi masih terjaga hingga saat ini. Manajemen pengetahuan memiliki fungsi untuk lebih memudahkan pengusaha dalam mengelola usahanya dan juga menambah efisiensi serta efektifitas kinerja usaha UKM. Sehingga di sarankan kepada pengusaha untuk menerapkan manajemen pengetahuan dalam mengelola usaha bubuk kopinya. Dapat disimpulkan bahwa pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah melakukan manajemen pengetahuan karena meraka telah melakukan penciptaan pengetahuan, berbagi pengetahuan, dan penggunaan pengetahuan serta pengusaha bubuk kopi juga memiliki kinerja usaha UKM yang baik. Selanjutnya, variabel manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM. Saran untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel penelitian yang lebih banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih kompleks

Kata kunci : *manajemen pengetahuan, kinerja usaha , bubuk kopi*

THE EFFECT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT ON THE PERFORMANCE OF COFFEE ENTERPRISES IN NAGARI KOTO TUO, SUNGAI TARAB DISTRICT, TANAH DATAR REGENCY

ABSTRACT

Knowledge management can improve the operational processes of a business or activity to create a competitive advantage. This study aims to describe the knowledge management in the coffee business and its business performance and analyze the effect of knowledge management on the performance of the coffee business. This study uses a survey method involving 36 coffee powder entrepreneurs in Nagari Koto Tuo. Descriptive and regression analysis was employed in data analysis. The results showed that the age of coffee powder entrepreneurs was between 15-55 years, education was between Elementary and Bachelor's, and had workers between 5 to 10 people. In terms of business, most entrepreneurs already use coffee processing machines to make it easier to produce coffee. Most of the companies owned by coffee powder entrepreneurs in Nagari Koto Tuo are passed down from generation to generation, so the preservation of coffee powder processing is still maintained now. Knowledge management can make it easier for entrepreneurs to manage their businesses and increase the efficiency and effectiveness of small and medium business performance. It is recommended that entrepreneurs apply knowledge management in their coffee powder business. The study found that coffee powder entrepreneurs in Nagari Koto Tuo have involved knowledge management in their companies by creating, sharing, and using knowledge. This business also has a good performance. The knowledge management variable has a positive and significant impact on the performance of coffee enterprises. Suggestions for further research using more reserch variable so as get more complex result.

Keywords: knowledge management, business performance, coffee

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan jumlah produksi buah kopi pada tahun 2017 sebesar 717.962 ton dan meningkat hingga 753.941 ton pada tahun 2020 (Direktorat Jendral Perkebunan,2021). Menurut (ICO,2020) negara Indonesia juga sebagai negara eksportir ke empat terbesar didunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata rata 5,78% terhadap ekspor dunia. Brazil mendapatkan posisi pertama dengan peran jumlah ekspor di dunia sebesar 215.940.000 Ton, dengan peringkat kedua Negara Vietnam sebesar 165.000.000 ton, dan Honduras peringkat ketiga sebesar 39.420.000 ton.

Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi dan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Ada beberapa peran yang dimilikinya antara lain sebagai sumber perolehan devisa, tersedianya lapangan pekerjaan, dan sebagai sumber pendapatan bagi petani kebun kopi dan pelaku produsen kopi lainnya yang terlibat dalam pengolahan kopi, maupun mata rantai pemasarannya (Widyotomo,2013).

Agroindustri kopi adalah industri atau usaha yang mengolah biji kopi sebagai bahan baku dasar menjadi berbagai produk olahannya (derived product). Industri kopi pada umumnya menggunakan bahan baku biji kopi arabika dan robusta dengan komposisi perbandingan tertentu. Kopi arabika yang memiliki ciri khas yang berbeda dari kopi robusta yaitu kadar asam dalam biji kopi rendam , aroma dan cita rasa yang kuat, sedangkan kopi robusta memiliki rasa asam yang tinggi tetapi memiliki daya tahan yang tinggi dari kopi arabika. Selain biji kopi, agroindustri juga membutuhkan bahan tambahan seperti gula dan bahan pembantu yaitu kemasan (packing), pallet, krat dan lain lain (Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian Jakarta,2009).

Menurut (Hariyati et al,2013) agroindustri kopi mempunyai peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia, karena memiliki prospek besar dipasar domestik dan internasional, namun permasalahan yang dialami cukup kompleks, antara kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya persediaan sarana dan prasarana

agroindustri, jaringan pemasaran yang belum terkelola dengan baik dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang kurang memadai. Maka di butuhkan manajer yang mampu meminimalisir permasalahan yang ada dan juga meningkatkan sumber daya manusia dengan pengetahuan tentang agroindustri. Pengetahuan merupakan sumber informasi atau data yang diperoleh dan bisa dimanfaatkan untuk melakukan sebuah kegiatan.

Manajemen dan pengetahuan adalah suatu hal yang penting untuk meningkatkan kinerja karyawan atau pekerja dalam mengelola industri atau perusahaan. Menurut Yusup (2012,190) manajemen adalah seni mengelola sumber daya yang tersedia, misalnya orang, barang, uang, pikiran, ide, data, informasi infrastruktur, dan sumber daya lain yang ada di dalam kekuasaannya untuk di manfaatkan secara maksimal guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Manajemen adalah suatu sikap seseorang dalam mengelola atau mengendalikan sesuatu yang bisa di manfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Pengetahuan merupakan kemampuan menangkap atau menerima informasi yang dapat diinterpretasikan maupun diintegrasikan dan berasal dari informasi yang diserap dalam akal dan pikiran seseorang. Menurut Lumbantobing (2007,21) terdapat dua jenis pengetahuan yaitu pengetahua tacit dan pengetahuan explicit. Pengetahuan tacit merupakan pengetahuan yang diam atau terdapat dalam diri manusia dalam bentuk intuisi yang sangat sulit diformalisasikan dan dibagikan dengan orang lain. Sedangkan pengetahuan explicit adalah pengetahuan yang dapat atau sudah dikodifikasi dalam bentuk dokumen atau bentuk berwujud lainnya sehingga dapat dengan mudah di transfer dan didistribusikan dengan berbagai media, pengetahuan yang sudah dapat disebarluaskan agar orang lain juga dapat mempelajarinya.

Pengetahuan yang disajikan kepada seseorang dalam bentuk yang dapat dipahami atau data yang telah diproses serta ditata dijadikan untuk menyajikan sebuah fakta yang mengadung arti adalah informasi. Sedangkan pengetahuan berasal dari informasi yang relevan yang diserap dan dipadukan dalam pikiran seseorang, pengetahuan selalu berkaitan dengan pikiran seseorang dengan yang diketahui dan dipahami dari sebuah informasi yang cenderung nyata. Pengetahuan dapat diinterpretasikan dan di integrasikan. Menurut Yusup (2012,24) manajemen

pengetahuan adalah merencanakan, mengumpulkan dan mengorganisasi serta memimpin dan mengendalikan data dan informasi yang telah digabung dengan berbagai bentuk pemikiran dan analisis dari macam-macam sumber yang kompeten atau dari penelitian yang sudah teruji kebenarannya.

Knowledge management merupakan suatu fungsi yang membentuk, mengidentifikasi dan mengelola pengetahuan organisasi untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang (Darroch,2003). Untuk mendapatkan knowledge yang maksimal tidak cukup hanya mengelola pengetahuan sebuah perusahaan atau organisasi saja, melainkan selalu mengembangkan kemampuan individu yang berada dalam organisasi atau perusahaan tersebut, Chidambranathan dan Swarooprani (2015) mengungkapkan manajemen pengetahuan adalah cara atau bentuk mengeksplor knowledge yang ada pada tiap tiap individu yang pada dasarnya nilainya berbeda beda. Menurut Kosasih dan Budiani (2007), penerapan knowledge management dapat memberikan manfaat bagi kinerja perusahaan, diperkuat dengan penelitian dan mendapatkan hasil bahwa manajemen pengetahuan melalui prosedur kerja dan personal knowledge yang bersinergi memberi pengaruh yang baik bagi kinerja karyawan. Maka dari itu peran manajemen pengetahuan sangatlah penting bagi kemajuan dan kinerja organisasi maupun perusahaan.

Kinerja adalah ukuran yang mengenai produktifitas kerja karyawan dalam mencapai tugas tugas dan pekerjaannya, bagaimana karyawannya telah berkontribusi bagi kemajuan perusahaannya. Mangkunegara (2005) mengungkapkan bahwa, kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan dalam melakukan atau melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur atau tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya. Memformulasikan tugas kerja yang kan diberikan kepada karyawan , karena kinerja karyawan adalah faktor krusial dalam mencapai keberhasilan atau peningkatan sebuah perusahaan (Hamid,2014 : 30). Perusahaan memiliki berbagai cara dalam pencapaian tujuan perusahaan, kinerja perusahaan merupakan salah satu factor penting dalam pencapaian tujuan perusahaan (Zarkasyi,2008 :48) kinerja perusahaan adalah adalah suatu yang dihasilkan oleh organisasi dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang di tetapkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survey pendahuluan Terdapat banyak jenis usaha yang dilakukan oleh penduduk di Kabupaten Tanah Datar, salah satunya adalah UKM kopi bubuk atau usaha pengolahan kopi bubuk. Usaha pengolahan kopi bubuk merupakan sektor usaha terbesar kedua setelah usaha kerupuk keripik peyek dan sejenisnya, serta usaha lain yang ada di Kabupaten Tanah Datar berupa usaha ; tenunan pandai sikek, kerupuk ubi, kerupuk kulit, anyaman lidi, gula aren, gula tebu, dan lainnya. Pada tahun 2020 khususnya daerah Provinsi Sumatera Barat usaha pengolahan kopi bubuk terbanyak atau UKM kopi terdapat di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dapat diketahui dari data Dinas Koperindag Sumatera Barat yaitu sebanyak 177 UKM kopi (Lampiran 1).

Salah satu daerah di kabupaten Tanah Datar, Kecamatan Sungai Tarab, tepatnya di Nagari Koto Tuo bisa disebut juga dengan kampung kopi oleh orang orang daerah tersebut, karena setiap rumah yang ada di daerah tersebut rata rata mengusahakan kopi bubuk. Pengolahan kopi bubuk disana dilakukan oleh masyarakat setempat disebut juga dengan pengusaha kopi. Pengusaha merupakan Orang , persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu perusahaan milik sendiri (Eti dan Ratih,2005). Usaha kopi bubuk disana rata rata memiliki tenaga kerja, Berdasarkan hasil survey pendahuluan, setiap usaha kopi setidaknya memiliki 2-3 tenaga kerja untuk mengembangkan usahanya serta memiliki pembagian kerja masing-masing. Pengusaha kopi bubuk juga pernah melakukan pelatihan usaha sehingga bisa menciptakan usahanya yang maksimal di bidang tersebut. Untuk proses produksi kopi bubuk biasanya dilaksanakan dua kali satu bulan dimana ini dapat mencukupi kebutuhan pelanggan, konsumen dan pihak yang diajak kerja sama untuk pemasarannya.

Kondisi industri kopi di nagari Koto Tuo berdasarkan hasil survey pendahuluan, kopi yang di olah di nagari Koto Tuo berasal dari kopi Bengkulu yang dibawa ke daerah tersebut, harga yang di tawarkan oleh penjual tersebut berkisar 20.000 sampai 23.000/kg. Industri kopi yang ada disana sebagian masih menggunakan cara tradisional untuk merendang kopi dan sebagian lagi sudah memakai dinamo dengan sistem upah kepada pemilik perendangan kopi yang memiliki dinamo. Setelah kopi direndang, maka dilanjutkan dengan proses

penggiligan kopi, menggunakan sistem upah juga kepada pemilik penggilingan kopi. Selanjutnya ptoses pengemasan, kemasan biasanya di pesan sesuai permintaan dari usaha bubuk kopi. Pengemasan bubuk kopi biasanya dilakukan oleh keluarga sendiri dan juga menggunakan tenaga kerja jika pesanan kopi meningkat. Pengemasan masih menggunakan cara yang manual dengan tangan. Selanjutnya pemasaran bubuk kopi biasanya menggunakan motor, mobil dan juga pergi ke pasar pasar tradisional. Daerah pemasaran kopi yang ada di nagari Koto Tuo sudah mencakup sebagian besar Sumatera Barat dan Riau, ada juga yang sudah sampai ke Jawa dan Kalimantan.

Usaha kopi bubuk ini sudah diterapkan sejak dulu dan diwariskan secara turun temurun dalam mempelajari pengolahannya. Pada penerapannya pengolahan kopi juga harus mengandalkan sebuah pengetahuan untuk mengetahui komposisi dan ketepatan rasa dari sebuah kopi. Pengusaha kopi di Nagari Koto Tuo sudah bisa menciptakan resep olahannya sendiri. Untuk melestarikan pengetahuan tentang pengolahan kopi, diperlukan manajemen pengetahuan yang bisa dipelajari oleh generasi yang mendatang. Jika dilihat dari proses pengolahan sampai produksi bubuk kopi, salah satu hal yang dapat mempengaruhi kinerja usaha UKM bubuk kopi adalah manajemen pengetahuan. Manajemen pengetahuan adalah sebuah gagasan menciptakan, membagi serta mengaplikasikan sebuah informasi untuk melaksanakan suatu usaha atau kegiatan. Manajemen pengetahuan akan mempengaruhi kinerja usaha UKM dalam pengembangannya usaha penduduk tersebut Dalam aspek manajemen pengetahuan ada beberapa indikator manajemen pengetahuan yang belum diterapkan dengan baik oleh pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo.

. Oleh karena itu berdasarkan survey pendahuluan dan penjelasan di atas, penulis ingin melaksanakan penelitian yang berjudul "**Pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar**" dengan merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seperti apakah manajemen pengetahuan itu pada kinerja usaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar ?
2. Bagaimana pengaruh manajemen pengetahuan terhadap tingkat kinerja usaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat di tentukan adalah:

1. Menggambarkan manajemen pengetahuan dan kinerja usaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar
2. Menganalisis pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta informasi untuk memasuki dunia kerja dan mengembangkan usaha kopi.
2. Bagi pengusaha, dengan penelitian dapat menambah pengetahuan serta peningkatan usahanya serta dapat mengembangkan keterampilan dalam pengolahannya.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah banyak pengetahuan dan wawasan peneliti serta menjadi pembelajaran untuk mengembangkan usaha sendiri.
4. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat membuka pikiran untuk tetap melestarikan usaha yang dikelola oleh masyarakat dan dapat membantu dalam hal teknisnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Agroindustri

Menurut Aji et.al, (2012) agroindustri berasal dari dua kata agricultural dan industry yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utama atau industri yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijelaskan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Agroindustri sebagai pengolah komoditas pertanian menjadi produk olahan baik produk akhir (finish product) maupun product antara (intermediate product).

Menurut Soekartawi (2000) agroindustri adalah struktur yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, menggambarkan dan menyiapkan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Secara harfiah, agroindustri adalah usaha atau perusahaan yang memproses bahan nabati (yang berasal dari tanaman) atau hewani (yang berasal dari hewan). Proses yang difungsikan mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi.

Ada 4 macam teknik proses pengolahan agroindustri menurut Prianto (2011) yaitu :

a) Proses yang sederhana, yang tidak merubah bentuk seperti pembersihan (cleaning), pemilihan (gradig), pengepakan (packing).
b) Proses yang telah menggunakan peralatan dan mesin untuk merubah bentuk.
c) Proses yang menggunakan peralatan dan mesin untuk merubah bentuk fisik dan kimia bahan baku.
d) Proses yang menggunakan peralatan, mesin, bahan kimia dan enzim untuk merubah bentuk fisik dan kimia bahan baku. Contohnya pembuatan bahan kimia (chemical), pembuatan bahan pengganti (alteration), pembuatan bahan jaringan atau pembentukkan (texturization).

Menurut Turniash et. Al (2013), mengungkapkan bahwa agroindustri sebagai salah satu sektor yang mampu meningkatkan kesejahteraan para pelaku

agribisnis, mampu meningkatkan pendapatan devisa dan mampu merombak atau memunculkan industri baru. Agroindustri menjadi salah satu faktor penting untuk pembangunan nasional. Pengembangan agroindustri merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang dapat membantu perekonomian dan kesejahteraan masyarakat seperti : memunculkan industri baru disektor pertanian, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja, memperbaiki pendapatan masyarakat dan menciptakan sektor pertanian yang lebih maju.

Perusahaan agroindustri yang memiliki keunggulan kompetitif akan dapat berkembang lebih maju dan besar, sebaliknya juga jika perusahaan agroindustri yang tidak memiliki keunggulan kompetitif maka umur perusahaannya tidak akan panjang. Maka dari itu, pembangunan agroindustri perlu diberlakukan konsep kontinuitas. Ada beberapa faktor yang membuat agroindustri berkelanjutan atau kontiniu yaitu ketersediaan bahan baku, perubahan prefensi konsumen, karakter pesaing dan kualitan sumber daya manusia (Astati,2013).

Secara garis besar industri kopi dalam negeri dapat digolongkan dalam 3 kelompok yaitu industri kopi olahan kelas kecil (home industri), industri kopi olahan menengah, dan industri kopi olahan besar. Industri yang tergolong dalam kelas kecil adalah industri yang bersifat rumah tangga dimana tenaga kerjanya berasal dari anggota keluarga dengan melibatkan satu atau beberapa karyawan. Produk yang di hasilkan di pasarkan di warung atau pasar yang ada di sekitarnya dengan brand nama atau tanpa brand nama. Industri kopi yang tergolong dalam kelompok ini pada umumnya tidak terdaftar di Dinas Perindustrian maupun di Dinas POM. Industri yang tergolong dalam kelas menengah yaitu industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk atau produk kopi olahan lainnya seperti minuman kopi yang produknya di pasarkan di wilayah kecamatan atau kabupaten tempat produk tersebut di hasilkan. Produk yang dihasilkan menggunakan kemasan sederhana yang pada umumnya telah memperoleh izin dari Dinas Perindustrian sebagai produk rumah tangga. Kelompok yang tergolong dalam industri kelas besar yaitu industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk, kopi instan atau kopi mix dan kopi olahan lainnya yang produknya di pasarkan di berbagai daerah di dalam negeri atau di ekspor. Pada umumnya

produk ini telah memperoleh nomor merek dagang atau label lainnya (Budiman,2018).

B. Kopi

Menurut Pudji Rahardjo (2012) konsumsi komoditi kopi di dunia sebagaian besar berasal dari kopi arabika sebesar 70% dan kopi robusta sebesar 26%. Kopi arabika (coffea arabica) berasal dari Afrika, yaitu dari pengunungan Etiopia. Namun demikian kopi arabika baru dikenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembang diluar daerah asalnya yaitu Yaman dibagian selatan jazirah Arab. Tanaman kopi arabika tumbuh rimbun dan membentuk pohon perdu kecil. Tanaman kopi juga memiliki ekselsa pertumbuhan pohon yang besar dan kuat.

Tanaman kopi memiliki dua tipe cabang pertumbuhan cabang yaitu cabang ortotrop tumbuh kearah yang vertikal dan cabang plogiotrop kea arah horizontal (mendatar). Tanaman kopi arabika mempunyai percabangan yang lentur serta memiliki daun yang tipis, tanaman kopi spesies lain juga memiliki percabangan yang lebih kaku serta berdaun lebih tebal dan lebar. Daun kopi berwarna hijau mengilap yang tumbuh berpasangan dengan berlawanan arah dan bentuk daun tanaman kopi lonjong dengan tulang daun yang tegas. Biasanya tanaman kopi membutuhkan waktu 3 tahun untuk mengalami perkecambahan sampai menjadi tanaman yang berbunga dan menghasilkan buah kopi, Bunga akan muncul pada ketiak daun kopi. Selanjutnya akan membentuk buah dan yang matang sekitar 7-12 bulan, setiap buah kopi memiliki 2 biji kopi didalamnya. System perakaran tanaman kopi adalah perakaran pada tanaman kopi arabika lebih dalam daripada kopi robusta itu menyebabkan kopi arabika lebih tahan kering daripada tanaman kopi robusta (Pudji Rahardjo,2012).

1. Jenis Jenis Kopi

Menurut Pudji Rahardjo (2012) ada beberapa macam jenis kopi yang diketahui yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika dan kopi ekselsa. Jenis kopi arabika dan robusta memasok sebagian besar pemasaran perdagangan kopi di dunia. Jenis kopi ini memiliki cita rasa tinggi dan kadar kafein lebih rendah

dibandingkan dengan robusta sehingga harganya lebih mahal. Kualitas cita rasa kopi robusta di bawah kopi arabika, tetapi kopi robusta tahan terhadap penyakit karat daun. Kopi liberika dan ekcelsa kurang terkenal dan minim pemarannya karena memiliki banyak variasi bentuk dan ukuran biji serta kualitas cita rasanya. Kegiatan seleksi terhadap jenis kopi liberika masih mungkin dilakukan untuk membuktikan nilai ekenomis dan pemasarannya agar dikenal masyarakat luas.

Adapun jenis jenis kopi yaitu sebagai berikut :

a. Kopi Arabika

Kopi Arabika biasanya disebut kopi tradisional yang di anggap paling enak rasanya. Kopi ini berasal dari Ethiopia dan Brazil yang sekarang sudah di budidayakan di Indonesia. Kopi arabika dapat tumbuh dengan baik didaerah ketinggian antara 700-1700 meter di atas permukaan laut. Kopi ini telah menguasai 70% pasar kopi dunia. kopi arabika memiliki banyak varietas , tergantung Negara, iklim dan tanah tenpat kopi ditanam. Jenis kopi yang tergolong arabika yaitu Abesinia, pasumah, margo type, cogenesis (Budiman,2018).

b. Kopi Robusta

Kopi robusta pertama kali ditemukan di Kongo dan saat ini sudah banyak di kembangkan di Asia tenggara, Afrika Barat, Afrika Tengan dan Amerika Selatan. Kopi robusta lebih murah daripada kopi arabika. Rasa kopi robusta pun kurang enak dan lebih banyak caffeine daripada arabika. Pengolahan kopi robusta lebih mudah dibandingkan kopi arabika. Kopi robusta dapat tumbuh pada ketinggian 400-700 dpl, tapi masih dapat ditanam pada ketinggian kurang dari 400 meter dpl. Produksi kopi robusta lebih tinggi daropada kopi arabika dan liberika. Kopi robusta menguasai 30% pasar dunia, yang mana tersebar di luar Koluombia, seperti di Indonesia dan Filipina. Jenis kopi yang tergolong robusta yaitu quillou, Uganda, Cannephora (Budiman,2018).

c. Kopi Liberika

Kopi liberika memiliki ukuran daun, cabang, Bunga, buah dan pohon lebih besar di bandingkan kopi arabika dan robusta. Kualitas buah yang dimiliki relative rendah dimana buah terjadi sepanjang tahun, ukuran buah tidak seragam dan dapat tumbuh baik di dataran rendah (Budiman,2018).

d. Kopi Golongan Ekselsa

Kopi ini banyak di budidayakan di dataran rendah yang basah, yaitu daerah yang tidak sesuai untuk kopi robusta. Ciri khas kopi ini yaitu memiliki cabang primer yang bisa bertahan lama dan berbungan pada batang tua, batangnya kekar dan memerlukan jarak tanam yang relatif kecil dan tidak beragam. Kopi golongan ekselsa mempunyai adaptasi iklim yang lebih luas seperti kopi liberika dan tidak terlalu peka terhadap penyakit HV (Budiman,2018).

e. Kopi Hibrida

Kopi hibdrida adalah kopi dari hasil perkawinan antara dua varietas kopi sehingga mewarisi sifat siaft unggul kedua induknya, namun keturunan dari golongan hibrida tidak mempunyai sifat yang sama dengan induk hibridanya. Pembiakan dilakukan hanya dengan cara vegetatif seperti stek, sambungan, dan lain lain. Terdapat dua sifat hibrida yaitu arabika-liberika dan arabika-robusta. Arabika-liberika memiliki produktivitas tinggi namun rendemen rendah. Sedangkan arabika – robusta sensitive terhadap penyakit HV dan bubuk buah, dapat berbuah sepnjang tahun, bersifat self fertile. Di dataran tinggi yang lembab bisa berproduksi tinggi namun mudah terserang jamur upas (Budiman,2018).

2. Proses Pengolahan Kopi Bubuk

Asiah et, 2017 mengatakan bahwa cita rasa merupakan gabungan dari aroma dan rasa, flavor pada kopi dipengaruhi kandungan senyawa volatile yang dimiliki dan dikeluarkan oleh kopi pada saat diseduh. Hal hal yang mempengaruhi cita rasa kopi adalah orde reaksi, agitasi dan turbulensi , kualitas kopi, teknik penyeduhan kopi, tingkat kehalusan bubuk kopi, waktu, dan air (Winarno dan Darsono,2019).

Tahap pengolahan kopi secara kering sebagai berikut menurut (Winarno dan Darsono,2019)

a. Sortasi gelondong

Sortasi gelondong sudah mulai dilakukan sejak pemetikan , tetapi harus diulangi lagi pada waktu pengolahan. Sortasi awal pengolahan dilakukan setelah kopi dating dari kebun.

b. Pengeringan

Kopi yang sudah dipetik dan disiortasi harus segera dikeringkan agar tidak mengalami proses kimia yang dapat menurunkan mutu. Pengeringan dapat dilakukan secara alami dan buatan.

c. Hulling (pengupasan kulit)

Hulling pada pengolahan kering bertujuan untuk memisahkan biji kopi dari kuliat buah, kulit tanduk, dan kuliat ari. Hulling menggunakan mesin pengupas (huller).

d. Sortasi biji

Sortasi biji dimaksudkan untuk membersihkan kopi beras dari kotoran sehingga memenuhi syarat mutu dan mengklasifikasikan kopi tersebut menurut standar mutu yang di tetapkan. Terdapat tiga tahap dalam sortasi yaitu sortasi penggolongan asal, sortasi untuk membersihkan kotoran, dan sortasi hingga diperoleh syarat mutu.

e. Pengepakan dan penyimpanan biji kopi

Kemas biji kopi dengan karung yang bersih dan dijauhkan dari bau bauan. Untuk penyimpanan yang lama, tumpuk karung tersebut diatas sebuah palet kayu setebal 10 cm. berikan jarak antara tumpukan karung dengan dinding gudang. Penggudangan bertujuan untuk menyimpan biji kopi disimpan harus terhindar dari serangan hama dan penyakit.

f. Penyangraian kopi

Puji Lestari BPP Jambi menyampaikan bahwa penyangraian biji kopi merupakan suatu proses yang penting dalam industri perkopian yang amat menentukan mutu minuman kopi yang diperolehnya. Proses ini mengubah biji biji kopi mentah yang tidak enak menjadi minuman dengan aroma dan citarasa lezat. Penyangraian biasanya dilakukan pada tekanan atmosfer sebagai media pemanas biasanya di gunakan udara pemanas atau gas gas hasil pembakaran. Suhu penyangraian yang umum digunakan seperti light roast (sangria cukupan, suhu 190℃-195℃), medium roast (sangria sedang, suhu 200℃-205℃), dan dark roast (sangria hitam, suhu diatas 205℃). Proses sangria diakhiri jika warna biji kopi sudah memenuhi standar warna yang ada. Derajat penyangraian kopi berbeda, yang dapat dilihat dari hasil secara visual dan organoleptik.

g. Penggilingan (penumbukan)

Penggilingan adalah proses pemecahan butir butir kopi yang telah direndang untuk mendapatkan kopi berukuran maksimum 75 mesh. Secara umum semakin kecil ukuran kopi maka rasa dan aromanya semakin baik.

h. Penyimpanan

Kopi yang sudah direndang dan digiling mudah sekali mengalami perubahan, misalnya perubahan aroma, kadar air, dan ketengikan. Kopi bubuk disimpan ditempat ternuka akan kehilangan aroma dan berbau tengik setelah 2-3 minggu. Untuk menghindari penurunan mutu kopi yang telah direndang selama penyimpanan, sebaiknya kopi disimpan sebelum digiling.

C. Manajemen Pengetahuan

1. Pengertian Manajemen Pengetahuan

Menurut Muhammad Rosyihan (2019) manajemen sering dikatakan sebagai sebuah ilmu atau seni, namun dalam praktiknya merupakan gabungan komponen antara seni atau ilmu. Jika dikaitkan dengan sebuah organisasi maka tugas manajerial organisasi adalah koordinasi sumber daya manusia, informasi, teknik atau strategi serta keuangan untuk mencapai sasaran dan tujuan bersama. Manajemen pengetahuan tentunya bergantung dari cara organisasi memanfaatkan atau menggunakan asset yang cenderung tidak terlihat yang dimiliki oleh setiap komponen organisasi yaitu pengetahuan (knowledge).

Manajemen pengetahuan merupakan suatu rangkaian kegiatan yang digunakan oleh organisasi untuk mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan dan mendistribusikan pengetahuan untuk digunakan kembali, diketahui dan dipelajari kembali didalam sebuah organisasi. Manajemen pengetahuan biasanya dilakukan untuk mencapai sasaran tertentu seperti berpengetahuan bersama, peningkatan kinerja, keunggulan kompetitif atau menciptakan inovasi yang kontiniutas. Manajemen pengetahuan memiliki konsep meliputi pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan teknologi informasi (TI) dalam tujuannya untuk mencapai organisasi yang semakin baik sehingga mampu memenangkan kompetisi, perkembangan teknologi informasi mempunyai peran penting dalam konsep manajemen pengetahuan. (Muhammad Rosyihan,2019)

Landasan penting dalam manajemen pengetahuan untuk diimplementasikan pada suatu kumpulan atau organiasi menurut Muhammad Rosyihan (2019) kriteria sebagai berikut adalah :

a. Menciptakan budaya organisasi yang didorong oleh pengetahuan.
b. Mengembangkan pekerjaan pengetahuan (knowledge workers) melalui kepemimpinan memanajemen.
c. Menyajikan produk/jasa/solusi berbasis pengetahuan.
d. Memaksimalkan model intelektual organisasi.
e. Menciptakan lingkungan untuk berbagi pengetahuan secara kolaboratif.
f. Menciptakan suatu organisasi pembelajaran.
g. Memberikan nilai berdasarkan pengetahuan tentang pelanggan.
h. Mentransformasikan pengetahuan organisasi menjadi nilai bagi pengguna untuk mengaplikasikan

2. Konsep Manajemen Pengetahuan

Menurut sangkala (2007) tujuan dari sebuah manajemen pengetahuan merupakan untuk memperbaiki dan meningkatkan proses operasional perusahaan guna menciptakan keunggulan bersaing dengan perusahaan lain. Manajemen pengetahuan pada awalnya muncul untuk menjelaskan cara mengelola pengetahuan tersebut. Keharusan untuk mengaplikasikan pendekatan manjemen pengetahuan kedalam sebuah strategi bisnis diperlukan karena terbukti perusahaan yang menjadikan sumber daya pengetahuan sebagai asset utamanya selalu mendorong perusahaan lebih inovatif yang terarah untuk menciptakan daya saing dengan pesaingnya.

Penerapan knowledge management dapat memberikan manfaat bagi kinerja perusahaan diperkuat dengan hasil penelitian mereka bahwa manajemen pengetahuan melalui prosedur kerja dan pengetahuan karyawan yang bersinergi dengan baik dapat berpengaruh terhadap kinerja karayawan (Kosasih Budiani,2007). Malhotra et (2001) memberikan pendapatnya bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup jangka panjang, perusahaan harus terus beradaptasi dengan lingkungan bisnis melalui komunitas perbaikan kinerja berbasis pengetahuan. menurut Honeycutt (2000) mengatakan bahwa proses utama dalam

manajemen pengetahuan yaitu penciptaan pengetahuan (knowledge creation), pengunaan pengetahuan (utililzation), dan berbagi pengetahuan (sharing knowledge). Penciptaan pengetahuan adalah aktifitas untuk menciptakan pengetahuan, pengetahuan bisa didapat dari berbagai hal seperti pengalaman dan keahlian individu. Penggunaan pengetahuan adalah kegiatan yang berhubungan dengan aplikasi pengetahuan berupa perangkat teknis. Berbagi pengetahuan proses pemindahan pengetahuan dari satu pihak ke pihak lainnya.

3. Proses Manajemen Pengetahuan

Menurut Gold , Malhotra dan Segars (2002) mengatakan bahwa ada empat proses dalam manajemen pengetahuan yaitu aquisisi pengetahuan, konversi pengetahuan, aplikasi pengetahuan, dan perlindungan pengetahuan.

1. Akuisisi pengetahuan

menurut Zaied (2012) mengungkapkan bahwa akuisisi pengetahuan adalah proses yang meliputi kegiatan pengumpulan aksebilitas dan praktek dari pengetahuan yang diperoleh serta hal ini mengacu pada cara pengetahuan di peroleh dari berbagai sumber internal maupun eksternal.

2. Koversi pengetahuan

Menurut mills dan smith (2011) mengatakan pengetahuan yang ditangkap dari berbagai sumber baik itu internal maupun eksternal untuk sesuatu perlu diubah menjadi pengetahuan untuk pemanfaatan yang efektif dalam melakukan sesuatu.

3. Aplikasi pengetahuan

Melalui pemanfatan pengetahuan yang diperoleh dapat menjadi berubah dari kemampuan potensial menjadi kemampuan yang realistis dan dapat mempengaruhi kinerja organisasi (Zahra dan George,2002)

4. Perlindungan pengetahuan

Menurut Zaied (2012) perlindungan pengetahuan adalah proses pengamanan asset pengetahuan dan menyimpannya dengan aman serta diakses hanya oleh petugas yang berwenang. Melindungi pengetahuan dari penggunaan ilegal dan yang tidak tepat sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

4. Indikator Manajemen Pengetahuan

a. Penciptaan (creation) pengetahuan

Knowledge creation adalah proses penciptaan pengetahuan baru dapat dilakukann dengan cara proses pengembangan (development), penemuan (discovery), ataupun penangkapan (capture) pengetahuan (Kresdiana, 2013). Hal hal yang harus dilakukan untuk menciptakan pengetahuan yaitu melakukan aktivitas dinamis yang dapat meningkatkan keberhasilan organisasi dan kesejahteraan ekonomi, sebagai penyetir inovasi, melibatkan akuisisi pengetahuan, seleksi, generasi dan berbagi serta pematangan menerjemahkan pengalaman menjadi pengetahuan. Kunci untuk menciptakan pengetahuan adalah dimobilisasi dan dikonversi melalui teknologi (Ninik dan Yuni,2017).

b. Berbagi pengetahuan

Berbagi pengetahuan merupakan proses pemindahan keterampilan dan kemampuan antar karyawan dalam rangka meningkatkan kinerja karyawan, meningkatkan manfaat dan kinerja organisasi yang berdampak pada kesuksesan, keberlanjutan, dan daya saing organisasi. Menurut Park dan Kim (2018) berbagi pengetahuan dapat dilihat sebagai penyediaan atau penerimaan informasi tugas, umpan balik, dan pengetahuan untuk membantu dan berkolaborasi dengan orang lain dalam pemecahan masalah, mengembangkan ide, produk, atau prosedur baru. Hal ini mengandung makna bahwa membagi pengetahuan merupakan sumber daya terbesar bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja dan mendapatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Lewaherilla,2020).

Berbagi pengetahuan merupakan proses untuk memindahkan pengetahuan dari individu yang disebut sebagai sumber pengetahuan (kontributor pengetahuan) ke penerima pengetahuan, yang nantinya pengetahuan tersebut akan digunakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penerima pengetahuan. Berbagi pengetahuan memiliki fokus pada moral struktural dan transformasi pengetahuan individu kepada suatu organisasi, yang dibangun kedalam proses, produk dan jasa. Faktor yang mempengaruhi berbagi pengetahuan yaitu 1. Sumber pengetahuan, seperti basis pengetahuan, apa ahli dan lain lain, 2. Media yang digunakan, seperti

LAN, transmisi nirkabel, dan lain lain, 3. Konsumen, seperti manajer, pelanggan, dan aplikasi komputer lain (Ninik dan Yuni,2017).

c. Penggunaan pengetahuaan

Proses penggunaan pengetahuan meliputi pencaharian kembali dan penggunaan dalam mendukung keputusan, tindakan, pemecahan masalah, pengembangan peta kompetensi untuk penempatan orang atau staff pada tim dan jabatan terbaik untuk meningkatkan produktifitas, pembangunan komunitas minat, rutinitas otomatis, penyediaan perangkat kerja dan pelatihan mendidik orang orang dengan cepat. Manajemen pengetahuan komprehensif harus memastikan bahwa pengetahuan yang digunakan secara efektif dan efisien sebagai faktor produksi dalam mencapai tujuan organisasi serta bermanfaat untuk meningkatkan kapasitas pembelajaran organisasi dan potensi lebih besar untuk bertindak (Sitaasih, 2021).

5. Manfaat Manajemen Pengetahuan

Menurut Darudiato (2013) mengungkapkan bahwa Penerapan suatu Manajemen pengetahuan di suatu organisasi atau , dapat mengorganisir terciptanya sebuah proses bisnis yang lebih baik dalam berjalannya dalam suatu sistem. Berikut beberapa manfaat yang dapat diterima dengan adanya penerapan manajemen pengetahuan menurut yaitu :

a. Penghematan waktu dan biaya Knowledge management yang diterapkan, dapat membuat organisasi atau perusahaan mengeluarkan waktu atau biaya untuk mencari pengetahuan yang sama, setiap terjadinya suatu perubahan SDM di dalamnya.
b. Peningkatan aset pengetahuan Knowledge management yang telah diterapkan, dapat membantu tiap individu di dalam organisasi atau perusahaan tidak perlu mempelajari ulang dari awal lagi, tetapi dengan knowledge management ini mereka dapat mempelajari nya dengan cepat, sehingga mampu meningkatkan kompetensi dari tiap– tiap individu.
c. Meningkatkan pengambilan keputusan. Dengan adanya knowledge management, individu di dalamnya dapat mendapatkan informasi– informasi

atau laporan sebelumnya pada organisasi atau perusahaan, sehingga tidak terjadi suatu keputusan yang salah pada kondisi yang sama.

d. Meningkatkan efisiensi proses dan cara kerja. Knowledge management dapat membantu organisasi atau perusahaan dalam mengevaluasi kinerja nya dari periode–periode sebelumnya, sehingga ke depannya dapat diperbaiki dan dikembangkan.

e. Meningkatkan kemampuan dalam berinovasi terhadap produk dan jasa, melalui knowledge management, organisasi atau perusahaan dapat melakukan analisa dari pengetahuan yang telah dikumpulkan, sehingga dapat mengembangkan tiap produk dan jasa didalamnya.

D. Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Menurut UU No 20 Tahun 2008 batasan pengertian dari tiga jenis usaha tersebut : Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak 50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300.000.000. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan/bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000 sampai paling banyak 500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ataumemiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000 sampai dengan paling banyak 2,5 milyar (Setyawati,2017).

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000 sampai dengan paling banyak 10milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2,5 milyar sampai dengan paling

banyak 50 milyar. Usaha mikro kecil menengah pada dasarnya juga merupakan salah satu penggerak perekonomian daerah. UMKM mampu memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama yang berbasis pada pedayagunaan sumber daya alam, bakat, dan karya seni tradisional dari daerah setempat (Setyawati,2017).

2. Klasifikasi dan kriteria UMKM

Dalam perspektif perkembngannya , UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 kelompok yaitu (Hasanah, Muhtar, dan Indah, 2020) :

a. Livelihood activities, merupakan UKM yang digunakam sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum di kenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
b. Micro enterprise , merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memilki sifat kewirausahaan.
c. Samall dynamic enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
d. Fast moving enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan tranformasi menjadi usaha besar.

Kriteria UMKM menurut Asset dan omzet sebagai berikut :

1. Usaha mikro dengan aset maks. 50 juta dan omzet maks. 300 juta.

2. Usaha kecil dengan aset >50 juta-500 juta dan omzet >300 juta- 2,5 milyar.

3.Usaha menengah >500 juta – 10 milyar dan omzet >2,5 milyar – 50 milyar.

Kriteria UMKM berdasarkan jumlah karyawan

1. Usaha mikro memiliki jumlah tenaga kerja >4 orang.

2. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang.

3. Usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja 20-99 orang.

4. Usaha besar memiliki tenaga kerja >100 orang.

Beberapa kelebihan UMKM :

a. Fleksibilitas operasional

   Usaha mikro kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan.

b. Kecepatan inovasi

   Dengan tidak adanya hirarki pengorganisasian dan kontrol dalam UMKM, produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang, digarap dan diluncurkan dengan segera.

c. Struktur biaya rendah

   Kebanyakan usaha kecil menengah tidak punya ruang kerja khusus di kompleks-kompleks perkantoran. Sebagian dijalankan dirumah dengan aggota keluarga sebagai pekerjanya. Hal ini mengurangi biaya ekstra dalam operasinya.

d. Kemampuan fokus di sektor spesifik

   UKM tidak wajib untuk memperoleh kuantitas penjualan dalam jumlah besar untuk mencapai titik valik modal mereka. Faktor ini memampukan usaha kecil menengah untuk fokus di sektor produk atau pasar yang spesifik.

E. Kinerja Usaha

1. Pengertian Kinerja usaha

a. Pengertian Kinerja

Kinerja (performance) merupakan hasil kerja yang konkrit, dapat diamati, dan dapat di ukur. Sehingga kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam pelaksanaan tugas yang berdasarkan ukuran dan waktu yang telah ditentukan (Irawan, 2000).

Kinerja adalah sepadan dengan prestasi kerja actual performance, yang merupakan hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2007).

Penilaian kinerja didasarkan pada pengetahuan, pemahaman, keahlian, kepiawaian dan sikap atau prilaku yang diperlukan untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan dan analisis atribut prilaku seseorang dengan kriteria yang ditentukan masing masing pekerjaan (Dharma, 2005)

b. Pengertian Kinerja Usaha

Soemohadiwidjojo (2018) mendefinisikan manajemen kinerja sebagai sistem yang diterapkan untuk memastikan tujuan bisnis dapat tercapai secara efektif dan efisien, serta menyelaraskan tujuan bisnis dengan hasil kinerja karyawan. Menurut Hasibuan (2002) mengungkapkan bahwa kinerja adalah merupakan suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugasnya atas kecakapan, usaha dan kesempatan. Berdasarkan paparan diatas kinerja adalah suatu hasil yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu menurut standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Robbins (2001) mengungkapkan bahwa kinerja merupakan fungsi dari kemampuan, motivasi, dan kesempatan. Secara fisiologis, kemampuan (ability), pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (job knowledge dan skill), artinya pegawai yang memiliki IQ diatas rata-rata dengan pendidikan yang memadai untuk jabatan dan keterampilan dalam pekerjaannya sehari-hari maka ia akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan. Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi (Ranto, 2007). Srimindarti (2006) kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Romansyah (2012) mengungkapkan bahwa kinerja usaha adalah hasil kerja yang di capai perusahaan baik itu dalam hal kualitas maupun kuantitas dalam waktu tertentu. Sedangkan menurut Moeharjono (2009) mengatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program

kegiatan, kebijakan dalam melaksanakan sasaran,tujuan, visi dan misi dalam sebuah kegiatan. Kinerja merupakan kemampuan, motivasi dan kesempatan.

c. Indikator Kinerja Usaha

Menurut Minuzu (2010) mengungkapkan bahwa kinerja adalah merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu. Adapun faktor yang digunakan untuk mengukur sebuah kinerja usaha sebagai berikut :

a) Pertumbuhan penjualan

Menurut Kesuma (2009) mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang penting dalam penetapan struktur modal perusahaan karena dengan meningkatnya tingkat penjualan perusahaan maka laba dan pendapatan yang akan didapat oleh perusahaan juga akan meningkat. Selain itu dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan juga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang positif terhadap struktur modal dan sebagai strategi bagi perusahaan karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aset. Jika penjualan ditingkatkan, maka aset pun harus ditambah. Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Suatu perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah tidak membutuhkan biaya eksternal, tetapi suatu perusahaan yang tumbuh dengan pesat memerlukan modal dari sumber eksternal. Semakin cepat tingkat pertumbuhan, semakin besar kebutuhan modal akan lebih aman memperoleh pinjaman dari pada perusahaan yang pertumbuhannya tidak stabil.

Cara pengukuran untuk mengetahui tingkat pertumbuhan penjualan dengan membandingkan penjualan pada tahun t setelah dikurangi penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan periode sebelumnya Kesuma (2009).

Pertumbuhan penjualan atau selling growth = Penjualan (t) – Penjualan (t-1)/Penjualan (t-1)

b) Pertumbuhan modal atau aset

Menurut Martono (2004) menyatakan bahwa Struktur Modal adalah perbandingan atau imbangan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkkan oleh perbandingan hutang jangkapanjang terhadap modal sendiri. Pertumbuhan modal merupakan pertumbuhan asset dalam jangka waktu tertentu yang dapat di pengaruhi beberapa factor tertentu.

c) Penambahan tenaga kerja

Tenaga kerja adalah suatu alat kekuatan fisik dan otak manusia yang tidak dapat dipisahkan dari manusia dan ditujukan pada usaha produksi. Tenaga kerja juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengelola sumber daya alam tersebut dengan menggunakan tenaga dari manusia atau biasa disebut dengan sumber daya manusia. Dalam faktor ini ada pengelompokan tersendiri bagi tenaga kerja yaitu berdasarkan sifatnya dan kemampuan atau kualitasnya (Daniel, 2002).

d) Pertumbuhan pasar dan pemasaran

Pertumbuhan pemasaran adalah peningkatan fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan unntuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Philip dan gray, 2008). Sedangkan menurut Sifjan Assauri (2007) mengatakan bahwa pertumbuhan pemasaran adalah pertumbuhan aktivitas atau kegiatan yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran.

e) Pertumbuhan keuangan atau laba usaha

pertumbuhan laba merupakan kenaikan jumlah laba yang diperoleh perusahaan dari satu periode ke periode selanjutnya. Pertumbuhan laba yang semakin meningkat diperlukan oleh setiap perusahaan dalam setiap tahunnya untuk peningkatan kinerja perusahaan juga , karena besarya laba yang diperoleh sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Rasio keuangan dapat mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan, karena itu penting dilakukan analisis terhadap rasio-rasio keuangan tersebut. Hasil dari analisis rasio keuangan tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak manajemen untuk dapat mengambil keputusan yang tepat dalam meningkatkan pertumbuhan laba perusahaan pada periode yang akan datang. Pertumbuhan laba dihitung dengan

cara mengurangkan laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba pada periode sebelumnya (Sofyan , 2010).

F. Hubungan Antar Variabel yang Diamati

a) Hubungan pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM.

G. Penelitian Terdahulu

Ahmad Sahas Nur Falah pada tahun 2017 melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Knowledge Management* terhadap kinerja karyawan dan kinerja perusahaan (studi pada karyawan PT. Semen Indonesia , Persero Tbk). Pada penelitian ini dilakukan analisis untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara variabel yang telah ditetapkan. varibel bebas dalam penelitian ini yaitu *Knowledge Management* (X1) sedangkan variabel terikat yaitu kinerja karyawan (Y1) dan kinerja perusahaan (Y2). Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik proportionate random sampling. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif yang dapat memberikan gambaran mengenai varibel yang telah ditetapkan. Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat dilihat rata-rata terendah pada variabel *Knowledge Management* yaitu item penciptaan pengetahuan dari ahli/ konsultan, dengan begitu sebaiknya PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk harus memperhatikan penciptaan pengetahuan dengancara mendatangkan para ahli/konsultan agar program knowledge management dapat berjalan dengan baik. Pada variabel kinerja karyawan, rata-rata terendah terdapat pada item menyelesaikan pekerjaan lebih banyak dari rekan kerja, maka PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk harus memperhatikan karyawannya agar dapat menyelesaikan tugas sesuai dengan standart. Selanjutnya, rata-rata terendah dari variabel kinerja perusahaan adalah item ketersediaan fasilitas telah membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas. Berdasarkan hal tersebut sebaiknya PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk memperbaiki ktersediaan fasilitas yang dapat menunjang kinerja karyawan (Falah, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Endah Prihartini dan Anwar Sanusi tahun 2019 berjudul tentang Pengaruh manajemen pengetahuan dan inovasi organisasi

terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat manajemen pengetahuan dan inovasi organisasi serta kinerja UMKM pada sektor industri sandang di Kabupaten Majalengka. Tujuan kedua yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh manajemen pengetahuan dan inovasi organisasi terhadap kinerja UMKM pada sektor industri sandang di Kabupaten Majalengka. Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikasi dengan metode penelitian yaitu survey, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Sebelum data dianalisis maka perlu dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas-nya, kemudian skala pengukuran dirubah menjadi sakala pengukuran interval melalui metode successive interval (MSI). Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah manajemen pengetahuan (X1) dan manajemen inovasi (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah kinerja UMKM (Y). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi UMKM, artinya manajemen pengetahuan sebagai faktor pendorong bagi peningkatan kinerja organisasi. Sama juga halnya dengan inovasi organisasi yang juga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja organisasi, artinya inovasi bukan merupakan faktor pendorong bagi peningkatan kinerja organisasi. Tinggi rendahnya kinerja organisasi lebih ditentukan oleh variabel lain (Prihartini, 2019).

Dicky Aditya Pratama melakukan penelitian yang berjudul " Analisis pengaruh *Knowledge Management* terhadap kinerja karyawan dalam perspektif ekonomi islam (studi pada BMT Assyafi'iyah KC karang Anyar, Tanjung Bintang, Simpang Sribawono)" pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan Mengetahui seberapa besar pengaruh *Knowledge Management* dalam membentuk sumber daya manusia (karyawan) yang berkualitas dan pandangan Ekonomi Islam terhadap *Knowledge Management.* Penelitan ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel mengunakan sampel *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 15 orang pegawai di BMT Assyafi'iyah KC Karang Anyar, Tanjung Bintang dan Simpang Sribawono. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Untuk proses analisis data dalam penelitian ini

menggunakan analisis regresi linier berganda dengan personal knowledge, job procedure, dan technology sebagai variabel independen dan kinerja karyawan sebagai variabel devenden. Berdasarkan hasil dari uji validitas, uji reliabilitas, teknik analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan hasil uji F. Bahwa variabel independen *Personal Knowledge* (X1), *Job Procedure* (X2) dan *Technology* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Kinerja Karyawan (Y). secara persial dari *Personal Knowledge* tidak berpengaruh karena (0,422 < 2,201), *Job Procedure* tidak berpengaruh karena (-0,626 < 2,201) dan *Technology* berpengaruh karena (4,296 > 2,201) . Islam mengajarkan kita untuk selalu terus mencari pengetahuan dari buaian sampai keliang lahat. Pengetahuan yang berkelanjutan dapat membantu kita untuk melakukan pekerjaan yang baik sehingga menghasilkan suatu kinerja yang baik pula.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Tanah Datar, Kecamatan Sungai Tarab, Nagari koto Tuo. Peneliti memilih tempat ini karena terdapat banyaknya UKM kopi yang berproses disana dan menjadi sentra pengolahan bubuk kopi di Sumatera Barat. Pengambilan daerah penelitian ini di lakukan secara sengaja atau purposive dengan mempertimbangkan pengambilan sampel yang akan mempermudah peneliti nantinya, banyaknya masyarakat yang mengelola UKM kopi atau pengolahan kopi bubuk di daerah Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 5 sampai 15 agustus 2022.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2010) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif menuntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasil. Pada penelitian ini dilakukan analisa variabel-variabel yang telah dirumuskan, untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan ketentuan menggunakan skala likert. Menurut Ghodang (2020) mengatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, pendapat seorang responden tentang sesuatu objek, fenomena atau suatu keadaan tertentu. Skala likert digunakan peneliti untuk mengetahui variable dengan cara mengelompokkan variabel kedalam dimensi dan dilanjutkan dengan indicator.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Penelitian survey adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan lain sebagainya (Sugiyono,2019).

C. Metode Pengambilan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk nantinya diteliti dan ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Syaban,2021). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, yang berjumlah 177 pengusaha. Pengambilan sampel akan dilakukan secara purposive (sengaja) dan banyaknya akan ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan ketentuan apabila populasi lebih dari 100 maka presisi pengambilan sampel sebesar 10-15%, jika populasi berjumlah 51-100 maka presisi yang digunakan adalah 10%, sedangkan jika populasi di bawah 50 , maka populasi di ambil semua (Husein, 2011 dalam Heryanto 2018). Berikut rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan :
N = Ukuran populasi
n = Ukuran sampel
α = Taraf signifikansi
Jadi, berdasarkan rumus diatas diperoleh sampel sebanyak 36 responden dengan presisi atau taraf signifikansi sebesar 15%.

D. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Pengumpulan Data

Data merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol simbol lainnya yang bisa digunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, objek, kejadian ataupun suatu konsep. Berdasarkan sumbernya data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung

dari sumber datanya. teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran kuesioner. Adapun data primer yang akan dikumpulkan sebagai berikut :

a. Berdasarkan variabel pertama yaitu penciptaan pengetahuan data yang perlu didapatkan seperti gagasan/ide pembuatan bubuk kopi, pengusaha menciptakan desain kemasan baru , cara pengolahan bubuk kopi dan inovasi pemasaran serta membuat beberapa varian rasa kopi untuk menambah minat konsumen.
b. Berdasarkan variabel kedua yaitu berbagi pengetahuan data yang perlu didapatkan seperti pengusaha mengajarkan pengemasan bubuk kopi secara berkala, pengusaha kopi melakukan diskusi sambil bekerja, pengusaha membagikan informasi kepada konsumen tentang keunggulan produk kopi bubuknya.
c. Berdasarkan variabel ketiga yaitu penggunaan pengetahuan data yang perlu didapatkan seperti pembuatan brand kemasaran baru, memodifikasi proses pengolahan bubuk kopi yang mudah, menerapkan teknologi untuk menambah jangkuan pemasaran dan membangun hubungan dengan para pelanggan atau konsumen.

Data ini dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner dengan ketentuan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1 = Tidak setuju
2 = Setuju
3 = Sangat setuju

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau yang dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti BPS, buku, laporan, lembaga atau instansi, jurnal dan lain lain (Siyoto,2015) . Pada penelitian ini data tentang merk dagang kopi bubuk diperoleh dari kantor wali nagari Koto Tuo, BPS Kabupaten Tanah Datar, dan Jurnal ilmiah tentang Manajemen Pengetahuan serta skripsi terdahulu sebagai acuan untuk pembuatan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data,apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti dan juga ingin mengetahui hal hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

b. Kuisioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono,2018).

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu pengujian atau variasi yang dapat membedakan pada suatu nilai tertentu, terdapat dua macam variabel penelitian yaitu variabel penelitian dependent dan variabel independen. Variabel independen menurut Umar (2003) mengungkapkan bahwa variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat (dependen). Variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang akan diamati oleh peneliti sebagai berikut:

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Tabel 1. Variable bebas dan terikat pada penelitian ini

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Hasil Ukur
Penciptaan pengetahuan (*creation knowledge*) (X1)	Penciptaan pengetahuan baru oleh pengusaha bubuk kopi	a. Penciptaan pengetahuan yang diwariskan secara turun temurun b. Penciptaan pengetahuan dari ahli atau konsultan pengusaha kopi c. Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengumpulan informasi pelanggan atau konsumen d. Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengamatan pengusaha kopi	Jika nilai X1> 2 maka terjadinya penciptaan pengetahuan
Berbagi pengetahuan (*transfer knowledge*) (X2)	Proses transfer pengetahuan kepada sesama pengusaha bubuk kopi atau orang lain	a. Berbagi pengetahuan antar pengusaha dan karyawan b. Mempelajari pengetahuan dari bidang yang dengan usaha kopi c. Berbagi pengetahuan dengan konsultan manajemen d. Berbagi pengetahuan dilakukan secara online melalui internet	Jika nilai X2> 2 maka, artinya terjadinya proses berbagi pengetahuan antar pengusaha
Penggunaan pengetahuan (*utilization knowledge*) (X3)	Implementasi atau penerapan terhadap pengetahuan tersebut	a. Penggunaan pengetahuan dari pembelajaran dan pengalaman masa lalu b. Penggunaan pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang baru dari usaha bubuk kopi c. Penggunaan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi sumber daya manusia dan proses kerja d. Penggunaan pengetahuan untuk diubah menjadi sebuah inovasi produk	Jika nilai X3> 2 maka, artinya terjadinya pemanfaatan pengetahuan
Kinerja usaha UKM (Y)	Peningkatan usaha yang dilakukan oleh pengusaha intuk mencapai sebuah tujuan	a. Pertumbuhan penjulan b. Pertumbuhan modal atau aset c. Penambahan tenaga kerja d. Pertumbuhan pasar dan pemasaran e. Pertumbuhan keuntungan atau laba usaha	Jika nilai Y> 2 maka, artinya adanya kinerja usaha yang baik.

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengmpulkan data empiris untuk mendukung kesimpulan yang di hasilkan oleh instrumen. Uji validitas merupakan digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat itu benar benar mengukur apa yang perlu di ukur (Budi,2021).

Hasil :

a. Jika $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ maka instrumen dapat dikatakan Valid, dimana r_{Tabel} diperoleh dari α/2, N-2.
b. Jika $r_{Hitung} < r_{Tabel}$ maka instrument dapat dikatakan tidak Valid, dimana r_{tabel} diperoleh dari α/2, N-2.

Adapun pengukuran uji Validitas ini akan dibantu menggunakan program *StatisticalPackageforSocialScience* (SPSS) versi 20.

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui tingkat valid atau tidaknya suatu kuisioner tersebut. Instrumen yang valid dikatakan apabila dapat mengukur dan mengungkapkan apa yang diinginkan dari data suatu variabel yang di teliti. Tinggi atau rendahnya validitas instrumen menentukan sejauh mana data yang terkumpul menyimpang dari validitas yang dimaksud.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pegukuran (*measurement error).* Uji reliabilias digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan kuisioner (Budi,2021).

Apabila nilai *Cronbach Alpha* mendekati 1 atau > 0,6 maka pengukuran yang digunakan dapat dikatakan reliable artinya jawaban responden akan cenderung sama walaupun ditanyakan pada responden yang berbeda (Siregar, 2015: 90). Adapun pengukuran uji reliabilitas ini akan dibantu menggunakan program *StatisticalPackageforSocialScience* (SPSS) versi 20. Kriteria pengujan reliabilitas sebagai berikut :

a. Jika nilai *cronbach's alpha*> tingkat signifikan,dimana tingkat signifikan sebesar 0,6 maka instrumen di katakan reliabel.
b. Jikan nilai *cronbach's alpha* < tingkat signifikan, dimana tingkat signifikan sebesar 0,6 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

G. Analisis Data

1. Menggambarkan manajemen pengetahuan dan kinerja usaha UKM kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar

Untuk menggambarkan tujuan penelitian yang pertama maka peneliti menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2019). Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama yaitu mendeskripsikan manajemen pengetahuan dan kinerja usaha UKM kopi. Peneliti akan mengedarkan kuisioner untuk mendapatkan data primer dari responden serta pengolahan data untuk bisa menggambarkan manajemen pengetahuan dan kinerja usaha UKM di Nagari Koto Tuo. Peneliti akan menggambarkan manajemen pengetahuan yang ada di UKM tersebut seperti cara pengolahan bubuk kopi, pembuatan merk dan brand, penerapan teknologi yang digunakan dan proses pemasaran hingga ke tangan konsumen. Selanjutnya peneliti akan menggambarkan kinerja usaha UKM kopi seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal dan asset, penambahan tenaga kerja, pertumbuhan pemsaran dan pertumbuhan keuntungan.

2. Menganalisis pengaruh manajemen pengetahuan dan kinerja usaha UKM Kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar

Untuk menganalisis tujuan penelitian yang kedua maka peneliti menggunakan regresi linear sederhana karna penelitian ini didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel

dependen (Sugiyono,2018). Peneliti menggunakan analisis data regresi untuk menganalisis pengaruh antara manajemen pengetahuan dengan kinerja usaha UKM di Nagari Koto Tuo. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = Subyek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = nilai konstanta

b = Angka atau arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Adapun dalam penelitian ini analisis data regresi linear sederhana akan dibantu menggunakan program *StatisticalPackageforSocialScience* (SPSS) versi 20.

H. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji signifikan parsial (uji-t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas Manajemen Pengetahuan (X_1), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kinerja usaha UKM (Y). Penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05, dengan bentuk pengujian sebagai berikut :

- $H_0 : \beta_1 < 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM.
- $H_1 : \beta_1 > 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UKM.

Untuk menguji hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan sig t dengan α dengan ketentuan sebagai berikut :

- H_0 diterima, jika nilai sig t > α (0,05)
- H_1 diterima, jika nilai sig t< α (0,05)

I. Hasil Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas dapat dilihat dari *Pearson correlation* dengan cara melakukan perbandingan antara r hitung dengan nilai r tabel. Apabila nilai r hitung> r tabel maka indikator pernyataan kuisioner dapat dikatakan valid. Pada nilai r tabel dapat dilihat pada tabel statistik, dengan df = N – 2. Untuk mengukur validnya suatu indikator peneliti menggunakan 10 responden dengan tingkat signifikannya 5% atau 0,05 maka r tabelnya adalah 0,6319. Berikut hasil uji validitas masing masing variabell dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil uji validitas pernyataan manajemen pengetahuan

No.	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1.	Penciptaan pengetahuan yang diwariskan secara turun temurun	0,906	0,6319	Valid
2.	Penciptaan pengetahuan dari ahli atau konsultan pengusaha kopi	0,875	0,6319	Valid
3.	Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengumpulan informasi pelanggan atau konsumen	0,804	0,6319	Valid
4.	Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengamatan pengusaha kopi	0, 804	0,6319	Valid
5.	Berbagi pengetahuan antar pengusaha dan karyawan	0,714	0,6319	Valid
6.	Mempelajari pengetahuan dari bidang yang dengan usaha kopi	0,957	0,6319	Valid
7.	Berbagi pengetahuan dengan konsultan manajemen	0,681	0,6319	Valid
8.	Berbagi pengetahuan dilakukan secara online melalui internet	0,775	0,6319	Valid
9.	Penggunaan pengetahuan dari pembelajaran dan pengalaman masa lalu	0,759	0,6319	Valid
10.	Penggunaan pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang baru dari usaha bubuk kopi	0,957	0,6319	Valid
11.	Penggunaan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi sumber daya manusia dan proses kerja	0,804	0,6319	Valid
12.	Penggunaan pengetahuan untuk diubah menjadi sebuah inovasi produk	0,844	0,6319	Valid

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai r hitung> r tabel. Sehingga, disimpulkan semua item pernyataan dari variabel manajemen pengetahuan adalah valid.

Tabel 3. Hasil uji validitas pernyataan kinerja usaha UKM

No.	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1.	Pertumbuhan penjualan	0, 975	0,6319	Valid
2.	Pertumbuhan modal atau asset	0,807	0,6319	Valid
3.	Penambahan tenaga kerja	0,773	0,6319	Valid
4.	Pertumbuhan pasar dan pemasaran	0,982	0,6319	Valid
5.	Pertumbuhan laba atau keuntungan	0,975	0,6319	Valid

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa r hitung> r tabel. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel kinerja usaha UKM adalah valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketetapan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala gejala tertentu dari sekelompok individu. Jika nilai Cronbach's Alpha> 0,6 maka dapat dikatakan item pernyataan tersebut adalah reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini :

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas

Variabel	N=10		
	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Manajemen Pengetahuan	12	0,778	Reliabel
Kinerja usaha UKM	5	0,824	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel > 0,6. Variabel manajemen pengetahuan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,778 dan variabel kinerja usaha UKM memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,824. Sehingga, disimpulkan bahwa masing masing variabel pada pernyataan adalah reliable.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Kabupaten Tanah Datar mempunyai beberapa kecamatan, salah satu diantaranya adalah Kecamatan Sungai Tarab. Secara astronomis, Kecamatan Sungai Tarab teletak antara 00° 22’ 08” dan 00° 27’ 18” Lintang Selatan dan antara 100° 28’ 26” - 100° 36’ 03” Bujur Timur. Sedangkan secara geografis, Kecamatan Sungai Tarab memiliki batasan-batasan dengan kecamatan lain. Adapun, batasan-batasan Kecamatan Sungai Tarab yaitu:

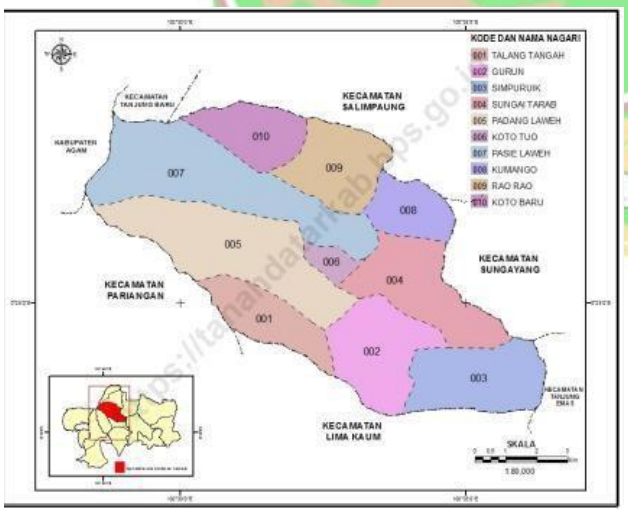
Sebelah utara: Kecamatan Salimpaung.

Sebelah selatan: Kecamatan Lima Kaum.

Sebelah Barat: Kecamatan Pariangan.

Sebelah Timur: Kecamatan Sungayang.

Kecamatan Sungai Tarab memiliki luas wilayah 71,85 km^2 dan terdiri dari atas 10 nagari yaitu Nagari Sungai Tarab, Nagari Rao Rao, Nagari Kumango, Nagari Koto Baru, Nagari Koto Tuo, Nagari Simpuruik, Nagari Gurun, Nagari Pasie Laweh, Nagari Talang Tangah dan Nagari Padang Laweh (Kecamatan Sungai Tarab dalam Angka, 2020). Berikut peta wilayah Kecamatan Sungai Tarab.



Gambar 1. Peta wilayah Kecamatan Sungai Tarab

Pada wilayah ini terdapat sebuah nagari yang dijuluki kampung kopi yaitu Nagari Koto Tuo. Nagari Koto Tuo adalah salah satu nagari penghasil produk bubuk kopi terbanyak di Kabupaten Tanah Datar, hampir setiap rumah di Nagari

Koto Tuo memiliki usaha bubuk kopinya masing-masing. Nagari Koto Tuo terdiri dari tiga jorong, yaitu Jorong Babussalam, Jorong Koto Tuo, dan Jorong Pematang Tinggi. Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan saat penelitian, setiap pemilik usaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo selalu memberikan kinerja yang baik dan produk yang bermutu kepada para konsumen. Masyarakat Nagari Koto Tuo 75% memiliki usaha bubuk kopi untuk memenuhi kebutuhannya sehari hari. Berdasarkan surat dari Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Tanah Datar No. 560/288/Sosnaker-2015 tanggal 6 April 2015 bahwasanya telah terdaftar 177 merek dagang bubuk kopi hasil olahan masyarakat Nagari Koto Tuo. Sejarah industri bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah cukup lama, karena sudah berkembang secara turun temurun dan diwariskan ke beberapa generasi yang memiliki usaha bubuk kopi yang sudah cukup lama. Namun, pengolahan bubuk kopi Nagari Koto Tuo masih di kategorikan skala rumah tangga. Industri rumah tangga termasuk industri kecil yang mempekerjakan 5 sampai 19 orang. Tetapi industri kecil memiliki peranan penting untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran.

Industri bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah mulai berkembang baik itu dari segi pengolahan, produk dan kemasan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwasanya sebagian besar pengusaha industri bubuk kopi di Nagari Koto Tuo telah melakukan proses pengolahan bubuk kopi hal pertama yang dilakukan adalah menggunakan biji kopi yang sudah dikeringkan, selanjutnya pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi menggunakan mesin dinamo baik itu perendangan maupun penggilingan, tetapi masih ada juga yang melakukan pengolahan secara manual seperti perendangan yang diputar dengan tangan. Dari segi produk, pengusaha yang ada di Nagari Koto Tuo sudah mengembangkan beberapa produk olahan seperti produk olahan murni kopi yang menciptakan rasa kopi yang nikmat dan juga produk olahan kopi campuran untuk penikmat kopi tertentu serta sesuai dengan permintaan pelanggan atau konsumen. Dari segi kemasan, pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah mengembangkan brand kopinya sendiri melalui kemasan, berdasarkan hasil turun lapangan sudah ada yang menerapkan kemasan kopi yang baik.

Industri bubuk kopi di Nagari Koto Tuo memiliki pemasaran yang cukup luas dan juga sudah ada yang mencapai luar pulau Sumatera yaitu ke pulau Jawa dan Kalimantan. Akan tetapi masih sedikit pengusaha yang mampu memasarkan produknya sampai ke luar pulau Sumatera. Kebanyakan pemasaran bubuk kopi para pengusaha masih di wilayah Sumatera Barat. Pemasaran wilayah Sumatera Barat meliputi Kabupaten Tanah Datar, Padang Pariaman, Agam, Pasaman Barat, Pasaman dan Kota Padang, Padang Panjang, Pariaman, Bukittinggi, serta Payakumbuh.

B. Karakeristik Responden

Karakteristik responden merupakan data identitas responden yang terdiri dari umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, umur usaha dan jumlah tenaga kerja (lampiran 2). Sampel pada penelitian ini adalah pengusaha bubuk kopi yang ada di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar yang berjumlah 36 responden. Berikut Tabel 5 mengenai karakteristik pengusaha bubuk kopi :

Tabel 5. Karakteristik pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo

No.	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. <15	-	0,00
	b. 15-55	27	75,00
	c. >55	9	25,00
2	Jenis Kelamin		
	a. Laki-Laki	10	27,78
	b. Perempuan	26	72,22
3	Pendidikan Terakhir		
	a. SD	4	11,11
	b. SMP	9	25,00
	c. SMA	15	41,67
	d. S1	8	22,22
4	Umur Usaha (Tahun)		
	a. 0-15	11	30,56
	b. 16-30	9	25,00
	c. >30	16	44,44
5	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)		
	a. <5	21	58,33
	b. 5-10	14	38,89
	c. >10	1	2,78

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 5, karakteristik responden dapat digambarkan dengan data identitas responden berikut ini:

a. Karakteristik pengusaha bubuk kopi berdasarkan umur

Berdasarkan hasil wawancara ternyata umur responden paling banyak berkisar antara 15-55 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau 75% dari total responden. Sedangkan sisanya berkisar pada umur diatas 55 tahun sebanyak 9 orang atau 25% dari total responden. Sehingga, disimpulkan bahwa sebagian besar pengusaha bubuk kopi berada pada kategori usia produktif.

b. Karakteristik pengusaha bubuk kopi berdasarkan jenis kelamin

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 10 orang atau 27,78% dari total responden dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 26 orang atau 72,22% dari total responden yang diamati. Sehingga, dapat disimpulkan bahwasanya kebanyakan pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berjenis kelamin perempuan.

c. Karakteristik pengusaha bubuk kopi berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan data pada Tabel 5, ternyata responden memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda mulai dari SD, SMP, SMA dan bahkan S1. Kebanyakan pelaku usaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berada pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 15 atau 41,67% dari total responden. Sedangkan, pada tingkat SMP sebanyak 9 orang atau 25,00% dari total responden, pada tingkat S1 sebanyak 8 orang atau 22,22% dari total responden dan sebagian kecil pada tingkat SD sebanyak 4 orang atau 11,11% dari total responden. Pendidikan merupakan salah satu hal penting bagi pengusaha untuk mengembangkan usaha bubuk kopinya dimasa yang akan datang.

d. Karakteristik pengusaha bubuk kopi berdasarkan umur usaha

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperolehlah informasi bahwasanya sebagian besar umur usaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berumur lebih dari 30 tahun yaitu sebanyak 16 pengusaha atau senilai 44,44% dari total responden. Pada urutan kedua umur usaha bubuk kopi berada pada umur 0-15 tahun sebanyak 11 pengusaha atau senilai 30,56% dari total responden serta urutan terakhir pada umur 16-30 tahun sebanyak 9 pengusaha atau senilai 25,00%

dari total responden. Hal ini menunjukkan sebagian besar usaha bubuk kopi sudah berjalan dengan cukup lama hingga saat ini.

e. Karakteristik pengusaha bubuk kopi berdasarkan jumlah tenaga kerja

Sebagian besar pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo yaitu sebanyak 21 pengusaha atau senilai 58,33% dari total responden memiliki tenaga kerja <5 orang. Disisi lain, sebanyak 14 pengusaha bubuk kopi memiliki tenaga kerja antara 5-10. Bahkan terdapat satu pengusaha bubuk kopi yang memiliki tenaga kerja >10 orang. Jumlah tenaga kerja ini tentunya akan berpengaruh terhadap usaha nantinya.

C. Gambaran Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Usaha UKM Kopi

1. Manajemen pengetahuan

Gambaran mengenai manajemen pengetahuan yang akan digambarkan melalui beberapa variabel sebagai berikut :

a. Penciptaan pengetahuan (*creation knowledge*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci sebagian besar penciptaan pengetahuan tentang pembuatan bubuk kopi sudah di wariskan dari generasi ke generasi. Mulai dari pengolahan kopi, pembungkusan sampai dengan pemasarannya sudah diajarkan kepada anggota keluarga yang sudah memiliki usaha bubuk kopi. Pengetahuan tentang produksi kopi sudah di kenal sejak lama dan berkembang sampai pada saat ini. Hal ini dapat dilihat produksi kopi yang mengalami peningkatan di Nagari Koto Tuo, akan tetapi usaha bubuk kopi di Nagari tersebut masih berskala kecil.

Pengolahan kopi itu dimulai dari pemilihan biji kopi, dilanjutkan dengan perendangan dulu masih menggunakan tenaga manual tetapi sekarang sebagian besar sudah menggunakan mesin perendangan, kemudian dilanjutkan dengan penggilingan dulu masih menggunakan manual sekarang sebagian pengusaha sudah menggunakan mesin penggilingan. Kemudian dilanjutkan dengan pengemasan, biasanya hanya menggunakan plastik bening tanpa merk sekarang sebagian besar pengusaha sudah menggunakan plastik yang bermerk dan juga kemasan yang terbaru.

Penciptaan pengetahuan melalui para ahli atau konsultan kopi dimaksudkan dengan pelatihan yang dilakukan oleh pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo dengan mendatangkan orang dinas dari kabupaten yang memiliki skill dan wawasan dibidang usaha bubuk kopi. Selain dari ahli kopi, pengusaha bubuk kopi juga menciptakan produk olahan varian rasa baru dari permintaan pelanggan atau konsumen, bisa dikatakan produk bubuk kopi dibuat sesuai kebutuhan dari pelanggan tersebut.

Bisa dilihat pada Tabel 6 ada empat item indikator untuk variabel penciptaan pengetahuan sebagai berikut :

Tabel 6. Deskripsi variabel penciptaan pengetahuan

Rata-Rata Jawaban Responden					
Variabel	Indikator	Jawaban			Rata-Rata
		1	2	3	
Penciptaan Pengetahuan (X1)	Penciptaan pengetahuan yang diwariskan secara turun temurun	0	15	21	2,58
	Penciptaan pengetahuan dari ahli atau konsultan pengusaha kopi	3	16	17	2,39
	Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengumpulan informasi pelanggan atau konsumen	1	9	26	2,69
	Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengamatan pengusaha kopi	2	11	23	2,58
	Rata-Rata				2,56

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 6 nilai rata rata untuk indikator yang pertama adalah penciptaan pengetahuan yang diwariskan secara turun temurun sebesar 2,58. Untuk indikator yang kedua adalah pencipataan pengetahuan dari ahli atau konsultan pengusaha kopi yang memiliki rata rata sebesar 2,39. Artinya pengusaha bubuk kopi sebagian besar menciptakan pengetahuan tentang usaha kopi melalui para ahli atau konsultan kopi.

Untuk indikator yang ketiga adalah penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengumpulan informasi dari pelanggan atau konsumen dengan rata rata 2,69. Artinya pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sebagaian besar mencipatakan pengetahuan kopi melalu informasi dari pelanggan ataupun konsumen.

b. Berbagi Pengetahuan (*transfer knowledge*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci sebagian besar pengusaha bubuk kopi berbagi pengetahuan kopi melalui pelatihan yang diselenggarakan oleh Nagari maupun Kabupaten. Berbagi pengetahuan tersebut dalam segi produk, kemasan dan juga pemasaran. Pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo ada sebagian melakukan diskusi tentang perkembangan usaha bubuk kopinya dengan karyawan atau tenaga kerja, tetapi ada juga yang tidak, hanya mendiskusikan dengan anggota keluarganya, hal ini di karenakan pengusaha tersebut takut produknya bisa ditiru dan strategi yang dilakukan dapat di kamuflase oleh orang lain. Melihat dari situasi dari Nagari Koto Tuo sebagian besar masyarakat memiliki usaha kopi bubuknya masing-masing.

Pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sebagian besar berdiskusi terkait dengan pemasaran dan keuangan usaha bubuk kopinya bersama anggota keluarga untuk melihat bagaimana perkembangan usaha bubuk kopinya. Pengusaha juga berdiskusi terkait dengan kualitas biji kopi yang dibeli dari toke atau grosir yang menyediakan biji kopi, karna biasanya pengusaha kopi membeli biji kopi pada satu tempat. Pengusaha bubuk kopi juga melakukan diskusi dengan konsultan mengenai perkembangan usahanya, hal ini dilakukan untuk melihat perkembangan dari usaha bubuk kopinya. Selain itu pengusaha bubuk kopi juga memanfaatkan media internet seperti *WahtsApp* grup.

Tabel 7. Deskripsi variabel berbagi pengetahuan

Rata-Rata Jawaban Responden					
Variabel	Indikator	Jawaban			Rata-Rata
		1	2	3	
Berbagi Pengetahuan (X2)	Berbagi pengetahuan antar pengusaha dan karyawan	5	11	17	2,17
	Mempelajari dan berbagi pengetahuan dari bidang sama yang dengan pengusaha bubuk kopi	0	13	23	2,64
	Berbagi pengetahuan dengan konsultan manajemen pengusaha bubuk kopi	1	12	23	2,61
	Berbagi pengetahuan dilakukan secara online dengan media internet atau sosial media	3	10	23	2,56
Rata-Rata					2,50

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat variabel tranfer knowledge dengan indikator yang pertama adalah berbagi pengetahuan antar pengusaha dan karyawan yang memiliki rata rata 2,17. Artinya sebagian besar pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berbagi pengetahuan dengan karyawannya.Indikator yang kedua adalah mempelajari pengetahuan dari bidang yang sama dengan usaha bubuk kopi yang memiliki rata rata 2,64. Artinya hampir secara keseluruhan pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berbagi pengetahuan dan mempelajarinya dengan bidang sama dengan pengusaha bubuk kopi.

Indikator yang ketiga adalah berbagi pengetahuan dengan konsultan manajemen pengusaha bubuk kopi yang memiliki rata rata 2,61. Artinya hampir secara keseluruhan pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berbagi pengetahuan dengan konsultan manajemen pengusaha bubuk kopi. Indikator yang keempat adalah berbagai pengetahuan dilakuakn secara online dengan media internet atau sosial media yang memiliki rata rata 2,56. Aritnya sebagian besar pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo berbagi pengetahuan secara online dengan media internet atau sosial media.

Berbagi pengetahuan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membagikan pengetahuan kepada orang lain. Dengan melakukan *Transfer Knowledge* maka seseorang bisa mendapatkan pengetahuan yang belum didapatkan nya sama sekali, membagi pengetahuan juga dilakukan untuk melestarikan pengetahuan tersebut tetap ada dan bisa dimanfaatkan oleh orang lain dengan baik. Pada penelitian ini ada sebanyak 4 item untuk indikator *Transfer Knowledge* menunjukkan hasil sebesar 2,50. Berdasarkan hasil ini diketahui bahwa pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo adalah benar mampu dan melakukan membagikan pengetahuan sesama pengusaha bubuk kopi.

c. Penggunaan pengetahuan (*utilization knowledge*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci sebagian besar pengusaha sudah menerapkan pengetahuannya dengan baik, seperti sudah menggunakan mesin untuk pengolahan kopi, baik itu untuk merendang maupun menggiling dan segi kemasan sudah menggunakan juga tetapi hanya beberapa pengusaha yang menggunakannya. Pengusaha juga sudah mulai memanfaatkan internet untuk memasarkan produk bubuk kopi sebagian besar pengusaha bubuk

kopi sudah menggunakanya. Bisa dilihat pada Tabel 8 ada empat item indikator untuk variabel Penggunaan pengetahuan sebagai berikut :

Tabel 8. Deskripsi variabel penggunaan pengetahuan

Rata-Rata Jawaban Responden					
Variabel	Indikator	Jawaban			Rata-Rata
		1	2	3	
Penggunaan Pengetahuan (X3)	Penggunaan pengetahuan dari pengalaman untuk pengembangan usaha bubuk kopi yang lebih baik	0	8	28	2,78
	Penggunaan pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang baru dari usaha bubuk kopi	6	7	23	2,47
	Penggunaan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi sumber daya manusia dan proses produksi bubu kopi	2	14	20	2,50
	Penggunaan pengetahuan untuk diubah menjadi sebuah inovasi produk	1	8	27	2,72
	Rata-Rata				2,62

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Dari Tabel 8 dapat dilihat pada variabel utilization knowledge dengan indikator pertama adalah penggunaan pengetahuan dari pengalaman untuk pengembangan usaha bubuk kopi yang lebih baik memiliki rata rata 2,78. Yang artinya pengusaha bubuk kopi tersebut secara keseluruhan menggunakan pengetahuan dari pembelajaran dan pengalaman dari masa lalu. Indikator yang kedua adalah penggunaan pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang baru dari usaha bubuk kopi yang memiliki rata rata 2,47. Artinya pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sebagian besar menggunakan pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang baru dari usaha bubuk kopi tersebut.

Indikator yang ketiga adalah penggunaan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi sumber daya manusia dan proses produksi bubuk kopi yang memiliki rata rata 2,50. Artinya sebagian besar pengusaha bubuk kopi sudah menggunakan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi sumber daya manusia dan proses produksi bubuk kopi. Indikator yang keempat adalah Penggunaan pengetahuan untuk diubah menjadi sebuah inovasi produk yang memiliki rata

2,72. Artinya secara keseluruhan pengusaha bubuk kopi menggunakan pengetahuan untuk mendapatkan inovasi produk.

Penggunaan Pengetahuan merupakan kegiatan yang menggunakan atau memanfaatkan pengetahuan yang sudah ia peroleh sehingga dapat meningkatkan usahanya. Pada penelitian ini terdapat 4 item pertanyaan untuk *Utilization knowledge* menunjukkan hasil sebesar 2,62 . berdasarkan hasil ini dapat diartikan bahwa pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo adalah benar sudah mampu menggunakan pengetahuan untuk meningkatkan usaha bubuk kopinya, hal ini sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Shofa,2013).

d. Rata rata manajemen pengetahuan

Tabel 9. Gabungan rata-rata variabel

No	Variabel	Nilai Rata-Rata
1	Penciptaan pengetahuan	2,56
2	Berbagi pengetahuan	2,50
3	Penggunaan pengetahuan	2,62
	Manajemen Pengetahuan	2,56

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 9 disimpulkan bahwa jika X_{total} mendapatkan nilai sebesar 2,56> 2, maka dapat diartikan bahwa memang betul adanya manajemen pengetahuan di Nagari Koto Tuo.

2. Kinerja usaha UKM

Berdasarkan hasal wawancara sebagian besar pengusaha bubuk kopi mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya karena melakukan perluasan pemasaran, selain menjualkan produk di grosir grosir tertentu pengusaha juga biasanya menjualkan produknya di pasaran. Segi pertumbuhan modal dan asset, sebagian besar pengusaha sudah memiliki mobil sendiri untuk melakukan pemasaran, hal ini memudahkan pengusaha untuk melakukan pemasaran dan juga mengurangi keuangan dari segi pengiriman produk karna sudah bisa dilakukan sendiri. Segi tenaga kerja yang dimiliki oleh pengusaha bubuk kopi berkisar antara 3-10 orang dan tidak mengalami penamabahan tenaga kerja, karena biasanya pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo lebih memanfaatkan anggota keluarganya untuk memproduksi bubuk kopi untuk memenuhi pelanggan, tetapi beda halnya dengan merendang dan menggiling biasanya diolah ke heller kopi.

Dari segi pemasaran, sebagian besar pengusaha mengalami pertumbuhan pemasaran terlihat perluasan pemasaran ke berbagai daerah Sumatera Barat dan juga sudah memiliki asset pribadi untuk mengantarkan produk kepada konsumen, selain itu hal ini di permudah juga untuk pengusaha jika sewaktu waktu konsumen kehabisan produk maka tinggal di telfon saja produk langsung bisa di antarkan kepada konsumen. Memberikan rasa puas kepada konsumen jika tanggapan dari pengusaha relevan baik. Segi keuntungan, pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo mengalami pertumbuhan keuntungan dan laba yang baik, karena pengusaha bubuk kopi selalu mengantarkan produk kepada pelanggan dan juga bisa menambah produknya kepada pelanggan tersebut jika penjualan dari pelnggan berjalan dengan baik, hal ini menimbulkan meningkatnya keuntungan bagi para pengusaha. Bisa dilihat pada Tabel 10 ada lima item indikator untuk variabel Kinerja usaha UKM sebagai berikut :

Tabel 10. Deskripsi kinerja UKM

Rata-Rata Jawaban Responden					
Variabel	Indikator	Jawaban			Rata-Rata
		1	2	3	
Kinerja usaha UKM (Y)	Pertumbuhan penjualan	6	7	23	2,47
	Pertumbuhan modal atau asset	7	6	23	2,44
	Penambahan tenaga kerja	4	5	27	2,64
	Pertumbuhan pasar dan pemasaran	5	6	25	2,56
	Pertumbuhan laba atau keuntungan	1	7	28	2,75
Rata-Rata					2,57

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa pada variabel kinerja usaha UKM dengan indikator pertama yaitu pertumbuhan penjualan yang memiliki rata rata 2,47. Artinya sebagian besar pengusaha bubuk kopi mengalami pertumbuhan penjualan. Indikator yang kedua adalah pertumbuhan modal atau aset yang memiliki rata rata 2,44. Yang berarti sebagian besar pengusaha mengalami pertumbuhan modal atau aset dalam mengembangkan usaha bubuk kopi tersebut.

Indikator yang ketiga adalah penambahan tenaga kerja yang memiliki rata rata 2,64. Artinya hampir secara keseluruhan pengusaha bubuk kopi mendapatkan penambahan tenaga kerja untuk produksi bubuk kopi.

Indikator yang keempat adalah pertumbuhan pasar dan pemasaran yang memiliki rata rata 2,56. Artinya adalah sebagaian besar usaha bubuk kopi di

Nagari Koto Tuo mengalami pertumbuhan pasar dan pemasaran. Indikator yang kelima adalah pertumbuhan laba atau keuntungan yang memiliki rata rata 2,75. Artinya hampir secara keseluruhan usaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo mengalami pertumbuhan laba dan keuntunan.

Kesimpulan yang didapatkan secara keseluruhan dari variabel kinerja usaha UKM melalui kelima indikator yang memiliki rata rata 2,57. Artinya kinerja usaha UKM bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah baik.

D. Analisis Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha UKM

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) pada penelitian ini adalah manajemen pengetahuan, sedangkan variabel terikat (dependen) pada penelitian ini adalah kinerja usaha UKM. Berikut tabel hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian :

Tabel 11. Hasil uji regresi linear sederhana

Coefficienta[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-6.382	1.255		-5.085	.000
	Manajemen pengetahuan	.622	.040	.936	15.493	.000

a. Dependent variable : Kinerja UKM

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 11 maka didapatkan model persamaan regresi yaitu :

$Y = a + bX$

$Y = -6{,}382 + 0{,}622X$

Dengan keterangan :

Y = Kinerja UKM

a = Konstanta

b = Koefeisien regresi variable

X = Manajemen Pengetahuan

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 11 maka hasil koefisien regresi dapat diintrepretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -6,382 artinya apabila nilai *variable creation knowledge, transfer knowledge,* dan *utilization knowledge* bernilai 0 maka pengaruhnya terhadap keputusan kinerja usaha sebesar -6,382
2. Nilai koefisien regresi variabel manajemen pengetahuan bernilai positif sebesar 0,622 maka dapat dikatakan apabila ada kenaikan 1 variabel manajemen pengetahuan akan menyebabkan kenaikan pada kinerja usaha UKM sebesar 0,622.

2. Uji Hipotesis

a. Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Pengujian secara parsial (uji-t) bertujuan untuk menunjukkan pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Analisa pada uji t yaitu apabila nilai signifikansi >0,05 maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), maka hipotesis ditolak. Sedangkan, apabila nilai signifikansi <0,05 maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), maka hipotesis diterima. Berikut hasil analisis uji t pada penelitian ini.

Tabel 12. Hasil Analisis Uji t

Model	T	Sign.
(Constant)	-5.085	.000
Manajemen Pengetahuan	15.493	.000

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 13 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 <0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen pengetahuan berpengaruh terhadap variabel kinerja usaha UKM. Berdasarkan uji t pada tabel diatas dapat disimpulkan yaitu: H_1 diterima, berdasarkan analisis uji t di atas menunjukkan

bahwa variabel manajemen pengetahuan mempunyai nilai signifikansi <0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka dapat diartikan bahwa variabel manajemen pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja usaha UKM.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmat Kurniawan Sakti (2021) yang berjudul pengaruh proses *knowledge management* terhadap kinerja organisasi UMKM di Yogyakarta. Pada penelitian tersebut diperoleh hasil bahwasanya manajemen pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu penelitian sejenis juga dilakukan oleh Wahid Wachyu Adi Winarto (2020) dengan judul pengaruh *knowledge management* terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan kompetensi sebagai variabel moderasi. Pada penelitian ini variabel X terdiri dari *knowledge implementing, knowledge creating,*dan *knowledge sharing.* Hasil analisis parsial (uji t) menyatakan bahwa *knowledge implementing* berpengaruh signfikan positif terhadap peningkatan kinerja UMKM di Kabupaten Pemalang. Secara parsial *knowledge creating* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Secara parsial *knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya manajemen pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

b. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square. Berikut hasil koefesien determinasi :

Tabel 13. Hasil koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936[a]	.876	.872	1.08451
a. Predictor : (Constant) Manajemen Pengetahuan				

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,876 atau 87.6% hal ini menunjukkan bahwa variabel manajemen pengetahuan memberikan pengaruh sebesar 87,6% terhadap variabel kinerja usaha UKM dan

sisa yang lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang diluar penelitian ini. Penelitian relevan yang dilakukan oleh Wahid Wachyu Adi Winarto (2020) diperloeh R square sebesar 0,767 atau 76,7%. Hal ini berarti kemampuan seluruh variabel bebas yakni *knowledge management* terhadap kinerja UMKM sebesar 76,7% sisanya sebesar 23,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telat dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah melakukan manajemen pengetahuan karena mereka telah melakukan penciptaan pengetahuan, berbagi pengetahuan dan penggunaan pengetahuan serta pengusaha bubuk kopi juga memiliki kinerja usaha UKM yang baik.
2. Variabel manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel peneltian yang lebih banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih kompleks.
2. Disarankan untuk pengusaha bubuk kopi di Nagari Koto Tuo agar meningkatkan kinerja usaha UKMnya salah satu cara yang dilakukan adalah peningkatan manajemen pengetahuan.
3. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai sumber literatur atau daftar pustaka.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Bayu Purnomo, dkk.2012. *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*. Agrista1, No.2

Aminoto, Toto dan Dwi Agustina. 2020. Mahir Statistika & SPSS. Jawa Barat : Edo Publisher.

Astati. 2013. *Pembangunan Agribisnis Peternakan*. Makasar : Aluddin University Press.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *Kecamatan Sungai Tarab dalam Angka 2020.* Batusangkar: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar.

Budiman, Hariyanto. 2018. *Prospek Tinggi Bertanam Kopi Pedoman Meningkatkan Kualitas Perkebunan Kopi.*Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

Chidambranathan,Kumaresan dan Swaroopani B.S.2015. *Knowledge Management as a predictor of Organizational Effectivenes : The role Demographic and employement Factors.* Journal of Academic Librarienship. Page : 6: 4c.

Darma,Budi.2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2).* Penerbit : GUEPEDIA.

Direktorat Jenderal Perkebunan. 2021. *Statistik Perkebunan Indonesia 2017-2021*. Direktorat Jenderal Perkebunan. Jakarta

Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian.,.2009. *Roadnya Industri Pengolahan Kopi*. Jakarta

Ghodang, Hyronimus. 2020. *Path Analisys (Analisis Jalur) Konsep dan Praktek dalam Penelitian.* Medan : PT. Penerbit Mitra Grup , hal. 11.

Hamid, Sanusi.2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Lanjutan*. Edisi 1. Yogyakarta. Deepublish.

Harahap, Sofyan Syafri. 2010. *Analisis Kitis atas Laporan Keuangan,* Edisi Pertama .Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Hasanah Nuramalia, Saparuddin Muhtar, dan Indah Muliasari.2020. *Mudah Memahami Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Uwais Inspirasi Indonesia : Sidoarjo.

(ICO) International Coffe Organization.2020. *Coffe Market repport*. http://www.ico.org/ [16 Oktober 2020].

Kesuma, A. (2009). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go Public di Bursa Efek Indonesia.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11, No. 1 , pp. 38-45.

Kosasih,Natalia dan Sri Budiani. 2007. *Pengaruh Lnowledge Manajement Trehadap Kinerja Karyawan : Studi Pada Kasus Department Front Office Surabaya Plaza Hotel*. Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 3, No. 2. Page 80-88.

Krediana, Henti. 2013. *Tranfer Pengetahuan, Kemampuan Berinovasi dan Kinerja Organisasi.* Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Lewaherilla, Novalien C, dkk. 2020. *Knowledge Management*. Yogyakarta : Zahir Publishing.

Mangkunegara, AA. Anwar Prabu.2005. *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Bandung, PT. Remaja Rosda Karya.

Martono. (2004). *Manajemen Keuangan*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Penerbit Ekonisia.

Mills, A., & Smith T. (2011). *Knowledge management and organizational performance: a decomposed view*. Journal of Knowledge Management, 2011, vol. 15(1): 156-171.

Philip Kotler dan Amstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1997, Edisi 2, Jilid 1.

Prianto, Fajar Wahyu.2011. *Pola Pengembangan Agroindustri Yang berdaya Saing (studi kasus Kabupaten Malang)*. JEAM 10, No.1.

Probosari Ninik, Yuni Siswanti.2017. *Manajemen Pengetahuan : Pendekatan Konsep dan Aplikasi Riset.* ISBN : Yogyakarta.

Rahardjo,Pudji. 2012. *+Teknik Memproduksi Benih dan Bibit Kopi Bersertifikat + Menghasilkan Kopi Luwak*. Penebar Swadaya : Jakarta

Robin, P. Stephen. 2001. Organizational Behaviour Concept Conversies and Aplcations Six Edition. New York. Prentice Hal. Inc.

Siyoto, Sandu & M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

Sintaasih, Desak Ketut. 2021. *Knowledge management dan peran strategis partner sumber daya manusia dalam organisasi*. Bandung : Media Sains Indonesia.

Sofjan Assauri.2007. *manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita.2020.*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.* DEEPUBLISH : (Grup Penerbit CV. Budi Utama).

Rochaety, Eti dan RatihTresnati.2005.*Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara,.

Sakti Rachmat Kurniawan. 2021. Pengaruh proses knowledge managment terhadap kinerja organisasi UMKM di Yogyakarta. [skripsi]. Yogyakarta. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Setyawati, Amelia. 2017. *Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM Tinjauan Empirik Terhadap Pengembangan Usaha.* Penerbit : Media Nusa Creative.

Soekartawi.2000. *Agroindustri dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta : Rajawali Pers.

Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Soemohadiwidjojo, Arini T. 2018. SOP dan KPI Untuk UMKM dan Startup. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup)

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung :Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. 2006. *Manajemen Penelitian*, edisi revisi. Penerbit Rineka Cipta : Jakarta.

Syaban, Mumun dan Elly Ratnaningrum. 2021. *Statistika Penelitian*. Bandung : Informatika

Turmiash, lis dan Nia Kania Dewi. 2013. *Peranan sektor Agroindustri dalam Pembangunan Nasional*. Republika 8 Maret

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Edisi Pertama, Penerbit Gramedia : Jakarta.

Winarmo, Sri Tjindro, Darsono. 2019. *Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di Jawa Timur.* Jawa Timur : Uwais Inspirasi Indonesia.

Winarto, Wahid Wachyu Adi.2020.*pengaruh knowledge management terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan kompentensi sebagai variabel moderasi.* Busines Management Analisys Journal (BMAJ), Vol.3 (2), 141-157

Yusup,Pawit M. 2012. *Perspektif Manajemen pengetahuan,informasi, komunikasi,pendidikan , dan pendidikan dan perpustakaan :* Rajawali Pers.

Zahra, S.A., & George, G.. (2002). *Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension*. Academy of Management Review, Vol. 27 (2), pp. 185-203

Zaied, A.N.H., Hussein, G.S., & Hassan, M.M.. (2012). *The Role of Knowledge Management in Enhancing Organizational Performance*. International Journal Information Engineering and Electronic Business, 2012, vol. 5, 27-35

Zarksyi,Wahyu.2008. *Good Corporate Govermance* : Pada badan Usaha Manufactur, Perbankan dan Jasa Keuangan Lainnya**.** Bandung, Alfabeta.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Merek dagang kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar

No	Nama Pemilik	Merek Dagang	Tahun Berdiri
1.	Asma	Asma	1958
2.	Rafia	Rangkiang Minang	1960
3.	Asmarni	Salam	1970
4.	Suardi	Rangkiang Minang	1972
5.	Yarni	Bunga Mawar	1974
6.	Risdianto	Minang nen	1975
7.	Syamsu Animar	Minang Super	1975
8.		Sari Tulen	1975
9.		Bintang Mas	1975
10.	Herawati	Pusako	1975
11.	Helda Juwita	Empat Saudara	1975
12.	Amrizal	Rangking Minang	1975
13.	Yulius	Roda Terbang	1975
14.		Minang	1975
15.	Halimah	Carano	1975
16.	Ismuyardi	Rangkiang	1977
17.	Syafri Wandi	Minang	1980
18.	Rosmi	Minang	1980
19.	Amril	Rangkiang Minang	1980
20.	Asniwarti	Koto Tuo	1980
21.	Misril	UD Misril	1980
22.	Ranulis	Sendok Mas	1980
23.	Rosmaili	Rangkiang kaum	1980
24.	Adithyawarman	Rantau	1980
25.	Rustam	Sendok	1980
26.		Minang	1980
27.	Ratius	Rangkiang Super	1980
28.	Raminas	Family Saiyo	1981
29.	Yeni	Ranah Minang	1984
30.	Efrida	Rangkiang pgryg	1984
31.	Asmaliner	Bintang	1985
32.	Hj. Nurdiana	Mak Aji	1985
33.		Mak Cik	1985
34.	Elimasni	Minang	1985
35.	Zulfatni	Takana Juo	1985
36.	Aminuddin	Rasa Nikmat	1985
37.		Tango	1985
38.	Ramayani	Aladin	1985
39.	Anas	Anak Mas (AM)	1985
40.	Datuak Paduko Magek	Minang	1985
41.		Sendok	1985
42.	Yusmir	Rumah Minang	1986
43.	Zulhaimi	Lereng Merapi	1986

Lampiran 1 (Lanjutan)

No.	Nama Pemilik	Merek Dagang	Tahun Berdiri
44.	Suarni	Bunda	1987
45.	Hafnizar	Ranah Minang	1988
46.	Rustam	G. Kopi Rustam	1988
47.	Muhayat	Putra Minang	1990
48.	Asril Uska	Mak Cik	1990
49.		Minang	1990
50.	Khairunas	Minang	1990
51.	Asril/ ida	Lereng Minang	1990
52.	Maizal	CA2	1990
53.	Yustini	Bunda	1990
54.	Asmaniar	Dua putra	1990
55.	Rosmailis	Putri Minang	1990
56.	Yulfi Herman	Teko	1990
57.		Nikmat Sari	1990
58.		Istano Minang	1990
59.	Enti Suarni	Gemilang	1990
60.	Asben	Raja Wali	1991
61.	Rosmaini	Lima Saudara	1991
62.	Asmaipal	Minang Maimbau	1992
63.	Zulhaimi	Minang super	1993
64.	Asmar	Koto Tuo	1994
65.	Isnaini	Harum sari	1995
66.	Raminis	Ni Nen	1995
67.	Syafneli	Putri Minang	1995
68.	Alfi Doris	Sahabat Baru	1995
69.	Jamaldi	Putri Minang	1995
70.		Mak Aciek	1995
71.		Dua Sejoli	1995
72.	Yangsri	Mak Aciek	1996
73.		Harum sari	1996
74.		Bintang Super	1996
75.	Yelpi	Putra Minang	1996
76.		GMS	1996
77.	Ratna Yenti	Putri Minang	1997
78.	Masrizal	Dt.barobanso	1997
79.	Masril Efendi	Tiga Berlian	1997
80.		Mak Aciek	1997
81.	Jusmawati	Minang	1997
82.	Revizon	Putra Minang	1998
83.	Dt. Tan Basa	Takana Juo	1998
84.	Adrizal	Yona	1999
85.	Erni	Arif	1999
86.	Kasman	Serbuk Sari	1999
87.	Samsawir	Koto Tuo	2000
88.	Syafrizal	Koto tuo	2000
89.	Yusrita	Nike	2000
90.	Yunilda	Takana Juo	2000
91.	Yelmi	GMS	2000
92.	Erna Yeti	Selera Baru	2000

Lampiran 1 (Lanjutan)

No.	Nama Pemilik	Merek Dagang	Tahun Berdiri
93.	Riska Wati	Anak Rantau	2000
94.	Syafi'i	Kuda Laut	2000
95.	Hendri	Sendok Mas	2000
96.	Desmaniar	Lumbung Minang	2000
97.	Delfitra Yarnis	Lereng Merapi	2000
98.	Dt Malano Putiah	Minang Jaya	2000
99.	Syamlimar	G. Kopi Syamlimar	2000
100.	Doni Putra	Lereng Merapi	2000
101.	Betri	Cangkir	2001
102.	Deded Yusnaidi	Lumbung Minang	2001
103.	Syafnidar	Dt. Barobanso	2001
104.	Syahril	Rangkiang	2001
105.	Andra Debi	Dt. Barobanso	2001
106.	Deni desrita	Nike	2002
107.	Andis Asitas	Teko	2002
108.	Emon	Bundo kanduang	2004
109.	Riska Hayati	Rangkiang Minang	2004
110.	Elmi Yardi	Cangkir Mas	2005
111.	Devi Susanti	Rangking Denai	2005
112.	Novi Arman	Tango	2005
113.	Hery Helmes	Rangkiang Minang	2006
114.	Yedi Mesra	Rangkiang Family	2006
115.		Minang Saiyo	2006
116.	Anto	Timbangan	2006
117.	Nelyarti	Kuda Laut	2007
118.	Erni Gusnita	Teko	2007
119.	Rizki Almadi	Rangkiang	2008
120.	Alfit	Gemilang	2008
121.	Mega Andriani	Harum Sari	2008
122.	Engki Chandra	Lima Saudara	2008
123.	Dion Fernando	Minang sakato	2008
124.	Serbaini	Timbangan Pas	2008
125.		Ayam	2008
126.	Eka Patria	Rangkiang Minang	2008
127.	Candra Kirana	Minang saiyo	2009
128.	Syafrida	Koto Tuo	2009
129.	Budi Indra	Aladin	2009
130.	Afrianto	Koto Tuo	2009
131.	Dani	Koto tuo	2009
132.	Sesri Nefi	Bunda	2010
133.	Zul Efendi	Cangkir Mas	2010
134.	Syahrial	Aladin	2010
135.	Yarmis	Rangkiang Minang	2010
136.	Suryanti	Family Saiyo	2010
137.	Reci	Mak Angah	2010
138.		Family Saiyo	2010
139.	Gusti	Rangkiang Minang	2010
140.	Imel deswita	Salam	2010
141.	Ricki feriadi	Tig Berlian	2010

Lampiran 1 (Lanjutan)

No.	Nama Pemilik	Merek Dagang	Tahun Berdiri
142.	Beni hidayat	Rangking Dade	2010
143.	Jasdi	Luak	2010
144.		Mak Antan	2010
145.	Hamdi	Minang super	2010
146.		Sari tulen	2010
147.		Bintang mas	2010
148.	Ernita	Koto tuo	2010
149.	Amrizal	Rangkiang family	2010
150.	Susni	Tiga putra	2011
151.	Yogi Sudarna	Minang jaya	2011
152.	Andris	Rangkiang	2011
153.	Alfiyandri	Sahabat baru	2011
154.		LSB	2011
155.	Tasman	Bubuk Kopi sari	2012
156.	Elvi Erizon	Rangkiang	2012
157.	Safri	Koto Tuo	2012
158.	H. Basri	Rangkiang Tuo	2012
159.	Feri Antoni	Rngkiang Bundo	2012
160.		Super Nikmat	2012
161.	Emon	Bundo Kanduang	2012
162.	Yumi Eldo	Rangkiang Minang	2013
163.	Rahma Fitri	Selera Baru	2013
164.	Syafri Wendi	Rangkiang duo	2013
165.	Zulbaili Zubir	Sari Lamak	2013
166.	Resnita	Bundo Kanduang	2013
167.	Rona Suryanti	Rangkiang Minang	2014
168.	Fandi Rahmat	Tiga putra	2014
169.	Rice Yulius	Roda Terbang	2014
170.		Minang	2014
171.	Syahrul ramadhan	Aladin	2014
172.	Muh Fadli	Bintang Mas	2014
173.	Faizul Husni	Mentari	2014
174.	Syahrial	G. Kopi Aisyah	2014
175.	Aswarni	G. Kopi Aswarni	2014
176.	Yuherman	Cangkir Mas	2014
177.	Kazi rengga	Bunga	2014

Sumber: Kantor Wali Nagari Koto Tuo 2015

Lampiran 2. Kuesioner penelitian

KUISONER PENELITIAN

Karakteristik Responden

Nama Responden :

Jenis kelamin : L/P

Alamat :

1. Berapa Usia Anda:
   a. 15-25 th. c. 36-45 th
   b. 26-35 th. d. 46 th keatas
2. Apakah pekerjaan anda:
   a. PNS/ABRI c. Pelajar/Mahasiswa.
   b. Wiraswasta d. Peg Swasta
3. Pendidikan Terakhir pengusaha kopi :
   a. Perguruan Tinggi. c. SLTP.
   b. SMU. d. SD.
4. Pendapatan Perbulan:
   a. <Rp. 1.000.000 c. Rp1.500.000<Rp.2.000.000
   b. Rp.1.000.000<Rp.1.500.000 d. >Rp.2.000.000

c. Nama usaha bubuk kopi :

d. Tahun berdiri usaha kopi :

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Lampiran 2 (Lanjutan)

"Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha Ukm Kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar"

A. Indikator Manajemen Pengetahuan

Pertanyaan		TS	S	SS
Penciptaan pengetahuan yang diwariskan secara turun temurun	Menciptakan Pengetahuan (Creation knowledge)			
Penciptaan pengetahuan dari ahli atau konsultan pengusaha kopi				
Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengumpulan informasi pelanggan atau konsumen				
Penciptaan pengetahuan yang berasal dari pengamatan pengusaha kopi				
Berbagi pengetahuan antar pengusaha dan karyawan	Membagi Pengetahuan (Tranfer Knowledge)			
Mempelajari dan berbagi pengetahuan dari bidang sama yang dengan pengusaha bubuk kopi				
Berbagi pengetahuan dengan konsultan manajemen				
Berbagi pengetahuan dilakukan secara online melalui internet				
Penggunaan pengetahuan dari pengalaman untuk pengembangan usaha bubuk kopi yang lebih baik	Penggunaan Pengetahuan (Utilization Knowledge)			
Penggunaan pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang baru dari usaha bubuk kopi				
Penggunaan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi sumber daya manusia dan proses kerja				
Penggunaan pengetahuan untuk diubah menjadi sebuah inovasi produk				
Penggunaan pengetahuan untuk membangun hubungan bisnis dengan para konsumen				

B. Indikator Kinerja Usaha UKM

Pertanyaan	TS	S	SS
Pertumbuhan penjualan			
Pertumbuhan modal atau asset			
Penambahan tenaga kerja			
Pertumbuhan pasar dan pemasaran			
Pertumbuhan laba atau keuntungan			

Keterangan:
TS : Tidak Setuju
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

Lampiran 3. Foto kemasan Produk olahan bubuk kopi di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Lampiran 4. Tabulasi data validitas dan reliabilitas variabel X

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Total
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	34
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	33
4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
5	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	25
6	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	33
7	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	34
8	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	21
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Lampiran 5. Tabulasi data validitas dan reliabilitas variabel Y

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
1	3	2	3	3	3	14
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	3	15
5	2	1	3	1	2	9
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	1	2	2	1	1	7
9	3	3	3	3	3	15
10	3	3	3	3	3	15

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Lampiran 6. Tabulasi kuesioner variabel manajemen pengetahuan (X)

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Total
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	34
2	3	1	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	31
3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	31
4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
5	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
6	3	2	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	31
7	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	32
8	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	23
9	3	2	3	2	3	3	2	1	2	1	2	3	27
10	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	30
11	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	34
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	34
13	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	33
14	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	25
16	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	34
17	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	34
18	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	21
19	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
20	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	34
21	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	34
22	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34
23	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	30
24	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	22
25	2	2	2	1	1	2	2	1	3	1	1	1	19
26	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34
27	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
28	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
29	2	3	3	3	1	2	2	2	3	1	3	3	28
30	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	30
31	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	33
32	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	30
33	3	3	3	3	1	3	3	2	3	1	3	2	30
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Lampiran 7. Tabulasi kuesioner variabel kinerja usaha UKM (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
1	3	3	3	3	3	15
2	3	2	3	3	3	14
3	2	2	3	3	2	12
4	3	3	3	3	3	15
5	1	1	1	1	1	5
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	2	3	3	14
8	1	1	2	1	2	7
9	2	2	3	2	2	11
10	3	3	3	2	2	13
11	2	3	3	3	3	14
12	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	3	15
15	1	1	2	2	3	9
16	3	3	3	3	3	15
17	3	3	3	3	3	15
18	2	1	1	1	2	7
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	3	3	15
22	3	3	3	3	3	15
23	3	3	2	2	3	13
24	1	1	1	1	3	7
25	1	1	1	1	2	6
26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	3	3	15
29	1	1	3	3	3	11
30	2	2	3	3	3	13
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	2	2	3	13
33	2	2	3	2	3	12
34	2	2	3	3	2	12
35	3	3	3	3	3	15
36	3	3	3	3	3	15

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Lampiran 8. Hasil uji validitas variabel manajemen pengetahuan (X)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.773**	.592	.592	.592	.431	.804**	.592	.829	.921	.899**	.906	.906
	Sig. (2-tailed)		.009	.071	.071	.071	.214	.005	.071	.003	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X2	Pearson Correlation	.773**	1	.592	.592	.592	.431**	.804	.592	.829	.592	.899**	.875**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.009		.071	.071	.071	.214	.005	.071	.003	.071	.000	.001	.001
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3	Pearson Correlation	.592	.592	1	1.000**	.524	.802	.509	.524	.764**	.524	.488*	.804	.804
	Sig. (2-tailed)	.071	.071		.000	.120	.005	.133	.120	.010	.120	.153	.005	.005
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X4	Pearson Correlation	.592	.592	1.000**	1	.524	.802	.509	.524**	.764	.524	.488*	.804	.804
	Sig. (2-tailed)	.071	.071	.000		.120	.005	.133	.120	.010	.120	.153	.005	.005
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X5	Pearson Correlation	.592	.592	.524	.524	1	.356	.509	.524	.764	.524	.488*	.714	.714
	Sig. (2-tailed)	.071	.071	.120	.120		.312	.133	.120	.010	.120	.153	.020	.020
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X6	Pearson Correlation	.829**	.829**	.764*	.764*	.764*	.612**	.667**	.764*	1.000*	.764*	.745	.957**	.957**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.010	.010	.010	.060	.035	.010	.000	.010	.013	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X7	Pearson Correlation	.431	.431	.802**	.802**	.356	1	.408	.802**	.612**	.356	.304	.681	.681
	Sig. (2-tailed)	.214	.214	.005	.005	.312		.242	.005	.060	.312	.393	.030	.030

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X8	Pearson Correlation	.804**	.804**	.509	.509	.509	.408**	1**	.509	.667	.509	.745*	.775**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.005	.005	.133	.133	.133	.242		.133	.035	.133	.013	.008	.008
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X9	Pearson Correlation	.592	.592	.524	.524	.524	.802	.509	1	.764	.524	.488*	.759	.759
	Sig. (2-tailed)	.071	.071	.120	.120	.120	.005	.133		.010	.120	.153	.011	.011
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X10	Pearson Correlation	.829**	.829**	.764*	.764*	.764*	.612**	.667**	.764*	1*	.764*	.745**	.957**	.957**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.010	.010	.010	.060	.035	.010		.010	.013	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X11	Pearson Correlation	.921**	.592	.524	.524	.524	.356**	.509	.524	.764	1	.813*	.804**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.071	.120	.120	.120	.312	.133	.120	.010		.004	.005	.005
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X12	Pearson Correlation	.899	.899**	.488	.488	.488	.745**	.304	.745**	.488	.745	.813	1**	.844
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.153	.153	.153	.013	.393	.013	.153	.013	.004		.002
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
TOTAL	Pearson Correlation	.906**	.875	.804	.804	.714	.957**	.681**	.775	.759	.957	.804	.844**	1**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.005	.005	.020	.000	.030	.008	.011	.000	.005	.002	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Lampiran 9. Hasil uji validitas variabel kinerja usaha UKM (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.659*	.885**	.937**	1.000**	.975**
	Sig. (2-tailed)		.038	.001	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10
Y2	Pearson Correlation	.659*	1	.302	.829**	.659*	.807**
	Sig. (2-tailed)	.038		.397	.003	.038	.005
	N	10	10	10	10	10	10
Y3	Pearson Correlation	.885**	.302	1	.667*	.885**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.397		.035	.001	.009
	N	10	10	10	10	10	10
Y4	Pearson Correlation	.937**	.829**	.667*	1	.937**	.982**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.035		.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10
Y5	Pearson Correlation	1.000**	.659*	.885**	.937**	1	.975**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.001	.000		.000
	N	10	10	10	10	10	10
TOTAL	Pearson Correlation	.975**	.807**	.773**	.982**	.975**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.009	.000	.000	
	N	10	10	10	10	10	10

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Lampiran 10. Hasil uji reliabilitas variabel manajemen pengetahuan (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	13

UNIVERSITAS ANDALAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	62.00	92.444	.892	.747
X2	62.00	92.889	.857	.749
X3	61.90	97.211	.786	.761
X4	61.90	97.211	.786	.761
X5	61.90	98.100	.690	.764
X6	61.80	96.844	.953	.759
X7	62.00	98.000	.652	.764
X8	61.70	100.011	.762	.769
X9	61.90	97.656	.738	.763
X10	61.80	96.844	.953	.759
X11	61.90	97.211	.786	.761
X12	62.10	93.211	.822	.750
TOTAL	32.30	26.233	1.000	.951

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Lampiran 11. Hasil uji reliabilitas variabel kinerja usaha UKM (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	24.30	27.567	.969	.775
Y2	24.40	28.711	.759	.795
Y3	24.10	32.100	.750	.828
Y4	24.40	25.822	.975	.755
Y5	24.30	27.567	.969	.775
TOTAL	13.50	8.722	1.000	.933

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Lampiran 12. Hasil uji regresi linier sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.382	1.255		-5.085	.000
	Manajemen_Pengetahuan_(X1)	.622	.040	.936	15.493	.000

a. Dependent Variable: Kinerja_usaha_UKM_(Y)

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Lampiran 13. Hasil uji secara parsial (Uji-t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.382	1.255		-5.085	.000
	Manajemen_Pengetahuan_(X1)	.622	.040	.936	15.493	.000

a. Dependent Variable: Kinerja_usaha_UKM_(Y)

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Lampiran 14. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936[a]	.876	.872	1.08451

a. Predictors: (Constant), Manajemen_Pengetahuan_(X1)

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

DOKUMENTASI