

2. LANDASAN TEORI

2.1. *Innovation Capability*

2.1.1. Definisi *Innovation Capability*

Kogut dan Zander (1992) mendefinisikan *innovation capability* sebagai kemampuan dari sebuah organisasi untuk menciptakan sebuah produk, proses, maupun sistem baru dengan cara memanfaatkan dan mengaktifasi pengetahuan-pengetahuan baru. Hurley dan Hult (1998) mengatakan bahwa *innovation capability* dalam lingkup organisasi adalah kemampuan sebuah organisasi bereaksi secara cepat terhadap sebuah informasi baru, pemecahan masalah, dan budaya keterbukaan terhadap ide maupun pengetahuan baru. *Innovation capability* merupakan sebuah kemampuan secara berkelanjutan dimana terjadi transformasi ide maupun pengetahuan menjadi sebuah produk, proses, maupun sistem demi keuntungan bagi perusahaan dan para pemangku kepentingan (Lawson & Samson, 2001).

Liao et al. (2007) menyatakan bahwa jika sebuah perusahaan tidak melakukan sebuah inovasi, maka perusahaan tersebut beresiko untuk tereliminasi dari sebuah pasar. Terdapat 3 kategori inovasi dalam *innovation capability*, yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi manajerial (Liao et al., 2007). Inovasi produk merupakan sebuah kemampuan organisasi dalam menciptakan diferensiasi, mengembangkan, maupun menciptakan produk baru yang kemudian mendapatkan kepuasan dari para konsumen. Inovasi proses merupakan sebuah proses dalam sebuah perusahaan dimana sebuah perusahaan tersebut bisa mengembangkan sebuah proses produksi maupun jasa yang lebih baik daripada proses sebelumnya, sehingga diharapkan perusahaan tersebut bisa memiliki kinerja yang lebih baik. Harapan dari adanya inovasi proses adalah organisasi dapat mengurangi biaya produksi, meningkatkan profitabilitas, maupun kemampuan dalam memproduksi produk atau jasa bertambah. Inovasi manajerial merupakan sebuah kemampuan organisasi dalam menerapkan sebuah kebijakan, sistem, maupun metode manajerial yang baru. Para perusahaan individu pada lingkungan bisnis yang ada pada saat ini saling berlomba untuk membuat sebuah pembeda antara perusahaannya dengan perusahaan lain, maka dari itu perlu untuk membangun *innovation capability* agar sulit ditiru oleh perusahaan lain (Nham et al., 2020). Nham et al. (2020) melihat *innovation capability* sebagai kemampuan sebuah perusahaan untuk mencapai kinerja inovasi yang tinggi pada kegiatan sehari-hari. *Innovation capability* dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan usaha

dalam membuat sebuah pembeda dengan yang lain dengan memanfaatkan dan menerapkan pengetahuannya atas produk, proses, dan manajerial dalam usahanya.

2.1.2. Indikator *Innovation Capability*

Indikator *innovation capability* menurut Liao et al. (2007) dalam konteks sebuah organisasi adalah:

- a. Inovasi produk adalah kemampuan menciptakan diferensiasi, mengembangkan, maupun menciptakan produk baru.
- b. Inovasi proses adalah kemampuan mengembangkan sebuah proses produksi maupun jasa yang lebih baik daripada proses sebelumnya.
- c. Inovasi manajerial adalah kemampuan organisasi dalam menerapkan sebuah kebijakan, sistem, maupun metode manajerial yang baru.

2.2. *Knowledge Sharing*

2.2.1. Definisi *Knowledge Sharing*

Van den Hooff dan Hendrix (2004) yang meneliti mengenai keinginan dan kesediaan individu dalam melakukan *knowledge sharing* mengatakan bahwa *knowledge sharing* merupakan sebuah proses dimana terjadi saling bertukar pengetahuan yang terdiri dari pengetahuan *tacit* dan *explicit*, kemudian mereka bisa bersama-sama menciptakan pengetahuan baru. Berdasarkan hubungan timbal balik, dibutuhkan keseimbangan pada *knowledge donating* dengan *knowledge collecting*. Maka dari itu, seseorang yang bersedia untuk memberikan pengetahuannya cenderung menginginkan keseimbangan antara pada *knowledge donating* dengan *knowledge collecting*. De Vries et al. (2006) mengatakan bahwa *knowledge sharing* terdiri dari kegiatan donasi pengetahuan (*knowledge donating*) dan mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*). Kegiatan tersebut merupakan proses aktif untuk saling berkomunikasi satu sama lain atau berkonsultasi mengenai apa yang mereka ketahui. *Knowledge sharing* merupakan sebuah aktivitas dimana terjadi proses berbagi dan mendapatkan pengetahuan baru diantara individu dan mengimplementasikan dalam pekerjaan mereka. *Knowledge sharing* adalah aset yang tidak berwujud dan tidak mengalami depresiasi jika kegiatan tersebut terus dilakukan (Allameh et al., 2014). Nonaka dan Takeuchi (1995) dalam Berraies et al. (2020) mengatakan bahwa terdapat 2 jenis pengetahuan yang terdiri dari pengetahuan *explicit* dan pengetahuan *tacit*. Pengetahuan *explicit* terdiri dari pengetahuan fisik atau dapat dilihat seperti informasi, jurnal, buku, manual, dan sebagainya (Allameh et al., 2014).

Pengetahuan *tacit* merupakan pengetahuan yang unik dan tidak dapat terlihat dimana pengetahuan ini terbentuk dari pengalaman, firasat, keyakinan, dan berbagai pembelajaran (Whisnant & Khasawneh, 2014). *Knowledge sharing* bisa berjalan dengan efektif jika seorang individu memiliki kemauan untuk berbagi pengetahuan, mau untuk belajar, dan memiliki *absorptive capacity*. Jika sebuah perusahaan memiliki lingkungan yang suportif dan menggalakkan *knowledge sharing* diantara karyawan dapat meningkatkan produksi, jasa, dan meningkatkan inovasi. (Olan et al., 2019; Al Ahbabi et al., 2019).

Dalam penelitian Nham et al. (2020) mengenai pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovation capability* pada sebuah perusahaan telekomunikasi di Vietnam menjelaskan *knowledge sharing* mengacu pada aktivitas pertukaran informasi yang terjadi antar individu, dalam keluarga, maupun pada sebuah komunitas. Van Den Hooff dan De Ridder dalam Nham et al. (2020) mengatakan bahwa *knowledge sharing* terdiri dari 2 perilaku, yaitu *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. *Knowledge donating* merupakan sebuah kegiatan untuk berbagi pengetahuan yang dimiliki kepada orang lain, sedangkan *knowledge collecting* merupakan kegiatan untuk mendapatkan pengetahuan dari orang lain. Dengan adanya kegiatan *knowledge donating* dan *knowledge collecting* antar individu dapat memacu para individu tersebut untuk saling bertukar pengetahuan baru, sehingga pengetahuan yang dimiliki antar individu bisa semakin mendalam. *Knowledge sharing* dianggap sebagai sebuah kegiatan sukarela dimana kedua individu mau untuk saling bertukar pikiran. Dalam penelitian ini, *knowledge sharing* dipahami sebagai sebuah kegiatan bertukar pikiran yang terjadi antar individu.

2.2.2. Indikator Knowledge Sharing

Indikator *knowledge sharing* menurut Nham et al. (2020) dalam konteks individu dalam sebuah organisasi telekomunikasi di Vietnam adalah:

- a. *Knowledge donating* memberikan pengetahuan yang dimiliki kepada orang lain.
- b. *Knowledge collecting* mendapatkan pengetahuan yang dimiliki orang lain.

2.3. Absorptive Capacity

2.3.1. Definisi Absorptive Capacity

Kemampuan untuk menangkap pengetahuan eksternal merupakan sebuah komponen yang sangat penting sebagai dasar inovasi. Seseorang yang telah memiliki pengetahuan terdahulu atau dasar yang kemudian terkait dengan pengetahuan baru tersebut cenderung memiliki kemampuan untuk mengevaluasi dan memanfaatkan pengetahuan baru tersebut.

Pengetahuan dasar dapat berupa ketrampilan yang dimiliki dan bahasa yang digunakan bersama, juga mencakup pengetahuan mengenai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru dalam bidang tertentu. Maka dari itu, dengan adanya pengetahuan yang dimiliki sebelumnya dapat membuat seseorang untuk lebih mudah dalam mengenali sebuah pengetahuan baru, mengasimilasi, dan menggunakan pengetahuan tersebut untuk tujuan komersial. Kemampuan-kemampuan tersebut disebut sebagai *absorptive capacity* (Cohen & Levinthal, 1990).

Zahra dan George (2002) mendefinisikan *absorptive capacity* sebagai rutinitas dan proses strategis sebuah organisasi dimana organisasi tersebut perlu mengakuisisi, mengasimilasi, mentransformasi, dan mengeksploitasi pengetahuan yang bertujuan untuk menciptakan sebuah nilai baru. Untuk meningkatkan *absorptive capacity* diperlukan kemampuan yang terdiri dari 4 dimensi mengakuisisi, mengasimilasi, mentransformasi, dan mengeksploitasi sebuah pengetahuan baru untuk sebagai dasar dalam berinovasi untuk memenuhi kapabilitas dinamis dari sebuah organisasi. Akuisisi dan asimilasi adalah *potential absorptive capacity* yang merupakan sebuah kemampuan dari sebuah organisasi untuk mendapatkan pengetahuan baru, namun pengetahuan baru ini belum tentu dieksploitasi. Sedangkan, transformasi dan eksploitasi adalah *realized absorptive capacity* yang merupakan sebuah kemampuan perusahaan memanfaatkan pengetahuan baru tersebut.

Zahra dan George dalam Zhao et al. (2021) menjelaskan akuisisi pengetahuan sebagai kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh pengetahuan eksternal yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan. Kegiatan untuk mengakuisisi pengetahuan merupakan hal yang penting dalam proses *knowledge sharing* dan akuisisi pengetahuan dapat menjamin perilaku *knowledge sharing*. Asimilasi pengetahuan adalah kemampuan perusahaan dalam menganalisa, memproses, dan memahami pengetahuan baru. Dalam proses ini perusahaan perlu untuk mencerna pengetahuan baru dengan pengetahuan yang sudah ada untuk menciptakan sebuah inovasi. Adanya kemampuan ini dapat mengurangi perusahaan dalam melakukan pekerjaan eksperimen untuk mencapai inovasi, namun perusahaan dapat dengan cepat memanfaatkan pengetahuan eksternal untuk memperbarui pengetahuan yang sudah ada. Transformasi pengetahuan merupakan kemampuan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang sudah ada, pengetahuan yang baru didapat, dan pengetahuan yang telah diproses. Sedangkan eksploitasi pengetahuan adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, diproses, dan ditransformasi dalam proses operasi dan produksi.

2.3.2. Indikator *Absorptive Capacity*

Indikator *absorptive capacity* menurut Zahra dan George (2002) dalam konteks perusahaan adalah:

- a. Akuisisi merupakan kemampuan mengidentifikasi dan mendapatkan pengetahuan eksternal yang berguna.
- b. Asimilasi merupakan sebuah proses atau rutinitas untuk menganalisa, memproses, menafsirkan, dan memahami pengetahuan baru tersebut.
- c. Transformasi merupakan kemampuan untuk mengembangkan dan menyempurnakan sebuah rutinitas untuk mengkombinasikan pengetahuan yang ada dengan pengetahuan yang baru dan mengasimilasikan pengetahuan.
- d. Eksploitasi, merupakan pengaplikasian dari pengetahuan baru yang menghasilkan hal baru seperti produk, sistem, proses, pengetahuan, bentuk organisasional.

2.4. *Social Capital*

2.4.1. Definisi *Social Capital*

Putnam (1993) dalam Bhandari dan Yasunobu (2009) mendefinisikan *social capital* sebagai ciri-ciri organisasi sosial yang terdiri dari kepercayaan, norma, dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi dari sebuah masyarakat dengan memfasilitasi aksi yang terkoordinasi. Sebagai sebuah atribut dalam masyarakat, *social capital* merujuk kepada kualitas dari sebuah jaringan dan hubungan sosial yang kemudian dapat mendorong individu untuk saling bekerjasama secara kolektif menghasilkan keuntungan bersama (Putnam, 1993 dalam Bhandari & Yasunobu, 2009). *Social capital* merujuk kepada koneksi antara individu dengan jaringan sosial, norma-norma timbal balik, dan kepercayaan yang timbul dari mereka (Putnam, 2000 dalam Bhandari & Yasunobu, 2009). Menurut pandangan Putnam, jaringan sosial memiliki sebuah nilai kontak sosial memengaruhi produktivitas individu maupun organisasi. *Social capital* memiliki kaitan kebajikan sosial.

Bukti bahwa *social capital* yang kaya dalam sebuah masyarakat adalah dengan banyaknya perkumpulan-perkumpulan dan memiliki tingkat partisipasi yang tinggi. Kemauan masyarakat untuk terlibat, berpartisipasi dalam sebuah organisasi, dan saling terhubung merupakan kaitan dari *social capital*, sehingga dapat menumbuhkan norma-norma mengenai timbal balik dan kepercayaan yang kuat. Jaringan masyarakat yang saling terlibat satu sama lain dapat menyediakan kooperasi, koordinasi, dan komunikasi sosial untuk memperkuat reputasi, sehingga dilema mengenai tindakan kolektif dapat diselesaikan. *Social capital* dapat

memengaruhi produktivitas individu maupun kelompok. Jika *social capital* sering digunakan dapat meningkatkan kepercayaan, norma, dan jaringan sosial (Bhandari dan Yasunobu, 2009).

Menurut Nahapiet dan Ghosal (1998) dalam Harjanti dan Halim (2022) dalam penelitiannya yang berfokus kepada individu dalam sebuah perusahaan *holding* mengatakan bahwa *social capital* merupakan sebuah sumber aktual dan potensial yang dimiliki oleh individu maupun unit sosial. Hubungan yang terbentuk antara individu tidak bisa dipisahkan dengan *social capital*. Nahapiet dan Ghosal (1998) dalam Harjanti dan Halim (2022) melihat bahwa terdapat tiga dimensi *social capital*, yaitu: modal sosial struktural (*structural social capital*), modal sosial relasional (*relational social capital*), dan modal sosial kognitif (*cognitive social capital*). *Structural social capital* merupakan sebuah hubungan atau interaksi individu satu sama lain dalam unit sosial. Kemudian, *relational social capital* merupakan sebuah aset dalam sebuah hubungan seperti kepercayaan, norma, sanksi, ekspektasi, dan identifikasi. Saling percaya satu sama lain, saling peduli, dan kebersamaan merupakan wujud dari kinerja kohesi yang didukung oleh *relational social capital*. Sedangkan *cognitive social capital* merupakan sebuah interpretasi, representasi, dan kesamaan makna yang dipahami bersama-sama. *Social capital* dalam penelitian ini dipahami sebagai hubungan antar individu dalam sebuah unit sosial untuk mengakses sebuah sumber daya yang berguna bagi usaha seseorang, dimana dalam hubungan tersebut terdapat sebuah jaringan antar individu (*structural social capital*), terdapat relasi yang baik antar individu (*relational social capital*), dan pemahaman atas sebuah makna yang sama (*cognitive social capital*). Penelitian ini juga melihat bahwa *social capital* harus dibangun oleh kedua belah pihak antar individu, tidak hanya seorang individu saja.

2.4.2. Indikator *Social Capital*

Indikator *social capital* diturunkan berdasarkan Nahapiet dan Ghosal (1998) dalam Harjanti dan Halim (2022) dalam konteks individu yang bekerja pada perusahaan *holding* adalah:

- a. *Structural social capital* merupakan sebuah hubungan atau interaksi individu satu sama lain dalam unit sosial.
- b. *Relational social capital* merupakan sebuah aset dalam sebuah hubungan seperti kepercayaan, norma, sanksi, ekspektasi, dan identifikasi.
- c. *Cognitive social capital* merupakan sebuah interpretasi, representasi, dan kesamaan makna yang dipahami bersama-sama.

2.5. Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

2.5.1. Pengaruh *Social Capital* terhadap *Knowledge Sharing*

Knowledge sharing dapat didefinisikan sebagai perilaku pribadi dimana pribadi tersebut memiliki rasa kepedulian untuk membagikan pengetahuan atau informasi yang dimilikinya kepada yang lain (Berraies et al., 2020). Sebuah pengetahuan baru terbentuk atau didapat melalui interaksi sosial (Nonaka & Takeuchi, 1995 dalam Berraies et al., 2020). Dengan adanya koneksi antar individu dapat meningkatkan kecepatan untuk mengakses keahlian maupun pengetahuan yang diinginkan secara spesifik (Bhatti et al., 2020). Penelitian terdahulu menemukan bahwa *social capital* memiliki pengaruh yang positif terhadap *knowledge sharing* (Tran Pham, 2022; Garcia-Sanchez et al., 2019; Allameh, 2014; Kim et al., 2013). Kesuksesan sebuah organisasi adalah kontribusi dari hubungan sosial antar individu yang kuat. Seorang individu cenderung lebih terbuka dengan pengalaman maupun pengetahuan yang dimilikinya kepada seseorang yang memiliki hubungan yang mendalam (Tran Pham, 2022). Garcia-Sanchez et al. (2019) yang meneliti hubungan antara *social capital* dan *knowledge sharing* pada akademisi menemukan bahwa relasi yang kuat yang terjadi dalam tim peneliti membuat mereka untuk saling berbagi pengetahuan yang lebih banyak yang dikarenakan oleh adanya kepercayaan yang tinggi. Maka dari itu, perlu untuk memperhatikan *social capital* dalam tim karena dengan itu dapat meningkatkan *knowledge sharing* dalam tim tersebut. Seorang individu yang memiliki hubungan sosial yang mendalam cenderung aktif dalam berinteraksi dan meningkatkan kemampuan untuk saling memahami bersama, dengan demikian pertukaran pengetahuan baru bisa berjalan dengan mudah dan lancar (Allameh, 2014). Van den Hooff dan Hendrix (2004) mengatakan berdasarkan hubungan timbal balik yang terbentuk antara koneksi antar individu, dibutuhkan keseimbangan pada *knowledge donating* dengan *knowledge collecting*. Maka dari itu, seseorang yang bersedia untuk memberikan pengetahuannya cenderung menginginkan keseimbangan antara pada *knowledge donating* dengan *knowledge collecting*. Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh *social capital* terhadap *knowledge sharing* adalah:

H₁: Diduga *social capital* berpengaruh terhadap *knowledge sharing*.

2.5.2. Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap *Innovation Capability*

Dengan adanya *knowledge sharing* dapat mendorong organisasi untuk mampu berinovasi, sehingga dengan adanya *knowledge sharing* yang tinggi sebuah organisasi memiliki *innovation capability* yang tinggi. Namun, jika *knowledge sharing* yang dimiliki rendah akan menimbulkan *innovation capability* dalam sebuah organisasi yang rendah pula (Wibowo et al.,

2021; Nham et al., 2020; Liao et al., 2007). Menurut Wibowo et al. (2021), dengan adanya *knowledge sharing* dengan intensitas tinggi pada sebuah organisasi, maka akan berdampak kepada kapasitas untuk memproduksi sebuah inovasi yang lebih baik lagi. Hal ini dikarenakan dengan adanya lingkungan yang mendukung *knowledge sharing* dapat menciptakan lingkungan yang proaktif dan membentuk sebuah jaringan sosial, yang kemudian dapat menciptakan *innovation capability*. Nham et al. (2020) menjelaskan bahwa dengan adanya *knowledge sharing* mampu untuk membantu sebuah organisasi dalam mencari solusi atas sebuah masalah atau informasi baru mengenai pasar yang lebih cepat. Namun, Kmiecik (2021) mengatakan jika seseorang cenderung melakukan *knowledge collecting* dan kurang melakukan *knowledge donating* dapat memengaruhi kemauan orang lain untuk berbagi pengetahuan, sehingga *knowledge donating* lebih penting dari pada *knowledge collecting*. Ketidakseimbangan antara *knowledge donating* dan *knowledge collecting* dapat menghambat *innovation capability*. Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovation capability* adalah:

H₂: Diduga *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *innovation capability*.

2.5.3. Pengaruh *Social Capital* terhadap *Absorptive Capacity*

Sebuah organisasi perlu untuk memperkuat jaringan dalam sebuah hubungan agar tercipta sebuah kondisi bagi individu untuk memberi dan mendapat pengetahuan baru yang kemudian dapat meningkatkan *absorptive capacity* (Chuang et al., 2016). *Social capital* merupakan sebuah dasar untuk membentuk sebuah hubungan yang dikarenakan dengan adanya kesamaan kepercayaan, norma, dan jaringan (Chuang et al., 2016). Chuang et al. (2016) mengatakan bahwa sebuah organisasi perlu mempertimbangkan dalam menggunakan sumber daya dan waktu untuk membentuk *social capital* yang bertujuan untuk meningkatkan *absorptive capacity* pada karyawan. Menurut Fayad dan El Ebrashi (2022) dalam penelitiannya yang meneliti pengaruh *social capital* yang terjadi antar individu terhadap *corporate entrepreneurship* menemukan bahwa terdapat pengaruh positif secara langsung antara *social capital* terhadap *absorptive capacity*. Dengan adanya *structural social capital* dapat mempermudah mereka untuk mendapatkan pengetahuan baru maupun kemampuan baru. *Relational social capital* yang terbangun dengan baik dalam sebuah jaringan informal dapat mempermudah untuk mendapatkan *tacit knowledge*, hal ini dikarenakan oleh terbangunnya relasi yang baik antar individu yang membuat mereka lebih saling percaya untuk bertukar pikiran. Sedangkan *cognitive social capital* yang membuat individu memiliki visi bersama untuk mencapai sebuah tujuan

bersama dapat menciptakan kooperasi yang kuat. Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh *social capital* terhadap *absorptive capacity* adalah:

H₃: Diduga *social capital* berpengaruh terhadap *absorptive capacity*.

2.5.4. Pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap *Innovation Capability*

Menurut penelitian terdahulu menemukan bahwa *innovation capability* sebuah organisasi secara positif dipengaruhi oleh *absorptive capacity*. Sehingga, dengan adanya *absorptive capacity* mampu menciptakan sebuah organisasi yang memiliki *innovation capability* dan terus berkembang. Maka dari itu, *absorptive capacity* memiliki peran yang amat penting bagi sebuah organisasi (Gao et al., 2022; Ye et al., 2021; Zhao et al., 2021; Medase & Barasa, 2019). Gao et al. (2022) menemukan bahwa pengetahuan eksternal yang didapat perlu untuk diserap untuk dijadikan pengetahuan internal melalui *absorptive capacity*. Hal ini perlu dilakukan agar pengetahuan yang didapat dapat tertanam dalam produk, proses, maupun manajerial. Dengan adanya *absorptive capacity* dapat mempermudah pengaplikasian pengetahuan baru kedalam aktivitas internal. Ye et al. (2021) mengatakan bahwa individu yang memiliki kapasitas daya serap yang baik dapat memengaruhi kinerja yang lebih baik. Dengan adanya pengetahuan baru dapat menambah cadangan pengetahuan dimana pengetahuan tersebut nantinya digunakan sebagai dasar berinovasi. Zhao et al. (2021) menemukan bahwa *absorptive capacity* memainkan peran penting dalam membangun *innovation capability*, hal ini dikarenakan pengetahuan-pengetahuan yang didapat perlu untuk diproses lebih lanjut agar pengetahuan tersebut bisa menjadi pengetahuan yang berguna. Untuk menghasilkan pengetahuan yang bermanfaat, sebuah pengetahuan baru perlu untuk diasimilasi hingga dieksploitasi. Dengan demikian, pengetahuan baru tersebut dapat dikombinasikan dengan pengetahuan yang sudah ada untuk menghasilkan pengetahuan yang sulit ditiru. Sebuah perusahaan dapat memanfaatkannya untuk menciptakan sebuah proses, produk, atau jasa yang inovatif (Medase & Barasa, 2019). Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh *absorptive capacity* terhadap *innovation capability* adalah:

H₅: Diduga *absorptive capacity* berpengaruh terhadap *innovation capability*.

2.5.5. Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap *Absorptive Capacity*

Knowledge sharing berpengaruh terhadap keberlanjutan *absorptive capacity*. Pertukaran pengetahuan antar individu membuat individu mendapatkan sebuah pengetahuan baru, dimana pengetahuan baru tersebut perlu untuk diproses untuk menjadi pengetahuan yang

berguna. Akuisisi pengetahuan merupakan bagian penting dalam proses *knowledge sharing* antar individu dalam sebuah organisasi dan menjamin adanya perilaku *knowledge sharing*, yang kemudian dapat membangun *innovation capability* dalam sebuah organisasi (Zhao et al., 2021). Adanya *knowledge sharing* yang baik memicu kepekaan terhadap peluang dan tantangan yang ada, sehingga menimbulkan keinginan untuk mencari dan mendapatkan pengetahuan baru. Maka dari itu, *knowledge sharing* merupakan pemicu *absorptive capacity* (Ali et al., 2018). Pengetahuan baru yang didapat perlu untuk dicerna agar pengetahuan tersebut dapat dimengerti dan bisa diterapkan. Mencerna pengetahuan merupakan roda penggerak untuk memahami pengetahuan baru yang didapatkan dari *knowledge sharing* individu (Zhao et al., 2021). Mencerna pengetahuan eksternal mampu mengurangi cara kerja yang cenderung berulang-ulang dan mampu memperbarui pengetahuan internal dengan lebih cepat yang kemudian mampu menghasilkan inovasi pada sebuah organisasi (Zhao et al., 2021). Pada saat proses transformasi pengetahuan, peran *knowledge sharing* juga penting. Pada saat mengkombinasikan pengetahuan baru dengan pengetahuan yang sudah ada, proses pertukaran pengetahuan dapat mengurangi ketergantungan terhadap proses yang panjang dalam sebuah organisasi selama proses inovasi dengan menyesuaikan kemampuan yang lebih efektif (Zhao et al., 2021). Pada tahap eksploitasi merupakan kondisi dimana individu mampu menerapkan pengetahuan baru yang sudah dicerna maupun ditransformasi menjadi sebuah inovasi. Penerapan pengetahuan merupakan hasil dari mengakumulasi berbagai pengetahuan baru yang telah diproses melalui *absorptive capacity*, dimana pengetahuan tersebut didapat dari *knowledge sharing* yang kemudian mampu untuk mendorong inovasi (Zhao et al., 2021). Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh *knowledge sharing* terhadap *absorptive capacity* adalah:

H₅: Diduga *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *absorptive capacity*.

2.5.6. Peran *Knowledge Sharing* sebagai Mediator antara *Social Capital* dengan *Innovation Capability*

Sebuah pengetahuan baru terbentuk atau didapat melalui interaksi sosial (Nonaka & Takeuchi, 1995 dalam Berraies et al., 2020). Dengan adanya koneksi antar individu yang disebabkan dengan adanya *social capital* dapat meningkatkan kecepatan untuk mengakses keahlian maupun pengetahuan yang diinginkan secara spesifik (Bhatti et al., 2020). Hal ini dikarenakan oleh seorang individu cenderung lebih terbuka dengan pengalaman maupun pengetahuan yang dimilikinya kepada seseorang yang memiliki hubungan yang mendalam (Tran Pham, 2022). Maka dari itu, jika *social capital* berjalan dengan baik dalam sebuah organisasi bisa

terjadi *knowledge sharing* antar individu. Menurut Wibowo et al. (2021) dengan adanya *knowledge sharing* dengan intensitas tinggi pada sebuah organisasi, maka akan berdampak kepada kapasitas untuk memproduksi sebuah inovasi yang lebih baik lagi. Jika *knowledge sharing* yang dimiliki rendah akan memiliki *innovation capability* yang rendah pula.

H₆: Diduga *knowledge sharing* berperan sebagai mediator antara *social capital* dengan *innovation capability*.

2.5.7. Peran *Absorptive Capacity* sebagai Mediator antara *Social Capital* dengan *Innovation Capability*

Sebuah organisasi disarankan untuk memperhatikan kekuatan hubungan antar individu, dimana kekuatan tersebut dapat meningkatkan *absorptive capacity*. *Social capital* mampu memengaruhi *innovation capability* melalui efek mediasi dari *absorptive capacity*. *Social capital* merupakan sebuah dasar untuk membentuk sebuah hubungan yang dikarenakan dengan adanya kesamaan kepercayaan, norma, dan jaringan (Chuang et al., 2016). Perlu mempertimbangkan untuk melakukan investasi dan meluangkan waktu untuk membentuk *social capital* yang baik agar dapat meningkatkan kemampuan dalam memiliki *absorptive capacity* yang kemudian menciptakan *innovation capability*. Dengan adanya *absorptive capacity* yang baik dimana individu mampu menangkap pengetahuan baru yang didapat dari individu yang lain karena adanya *social capital* baik menyebabkan kemampuan menangkap yang lebih cepat. Ye et al. (2021) mengatakan bahwa individu yang memiliki *absorptive capacity* yang baik dapat memengaruhi kinerja yang lebih baik. Dengan adanya pengetahuan baru dapat menambah cadangan pengetahuan dimana pengetahuan tersebut nantinya digunakan sebagai dasar berinovasi. Dalam penelitian Ali et al. (2023), meneliti mengenai pengaruh hubungan bisnis dan hubungan politik terhadap inovasi hijau menemukan bahwa peran *absorptive capacity* dapat memoderasi secara positif antara hubungan bisnis dan hubungan politik terhadap inovasi hijau. Hal ini dikarenakan oleh *absorptive capacity* bermain peran yang cukup penting untuk membantu perusahaan memahami pentingnya hubungan bisnis dan politik dalam mengadopsi inovasi hijau. Semakin aktif sebuah perusahaan terlibat dalam hubungan sosial, semakin besar peluang perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan baru, sehingga *absorptive capacity* sangat diperlukan untuk memperoleh dan menginternalisasikan pengetahuan eksternal yang kemudian dapat digunakan untuk implementasi inovasi hijau.

H₇: Diduga *absorptive capacity* berperan sebagai mediator antara *social capital* dengan *innovation capability*.

2.5.8. Peran *Knowledge Sharing* sebagai Mediator antara *Social Capital* dengan *Absorptive Capacity*

Knowledge sharing berperan sebagai kegiatan untuk bertukar pengetahuan antar individu dimana kegiatan ini dapat terjadi karena *social capital* yang terbangun dengan baik antar individu, dimana kemudian perlu untuk memiliki kemampuan *absorptive capacity* untuk memproses pengetahuan tersebut agar pengetahuan tersebut bisa menjadi pengetahuan yang berguna. Chuang et al. (2016) mengatakan bahwa sebuah organisasi perlu untuk membangun jaringan yang kuat atas sebuah hubungan agar dapat terjadi *knowledge sharing* yang kemudian dapat memicu *absorptive capacity*. Adanya hubungan antar individu dapat meningkatkan kecepatan untuk mengakses keahlian maupun pengetahuan yang diinginkan secara spesifik (Bhatti et al., 2020). Pengetahuan yang baru didapat dari kegiatan *knowledge sharing* dapat memicu *absorptive capacity*, hal ini dikarenakan oleh pengetahuan baru yang didapat dari kegiatan *knowledge sharing* perlu untuk diproses agar pengetahuan tersebut dapat dipahami dan bisa diterapkan. Mencerna pengetahuan merupakan roda penggerak untuk memahami pengetahuan baru yang didapatkan dari *knowledge sharing* antar individu (Zhao et al., 2021). Dengan demikian, hipotesis mengenai peran *knowledge sharing* sebagai mediator antara *social capital* terhadap *absorptive capacity* adalah:

H₈: Diduga *knowledge sharing* berperan sebagai mediator antara *social capital* dengan *absorptive capacity*.

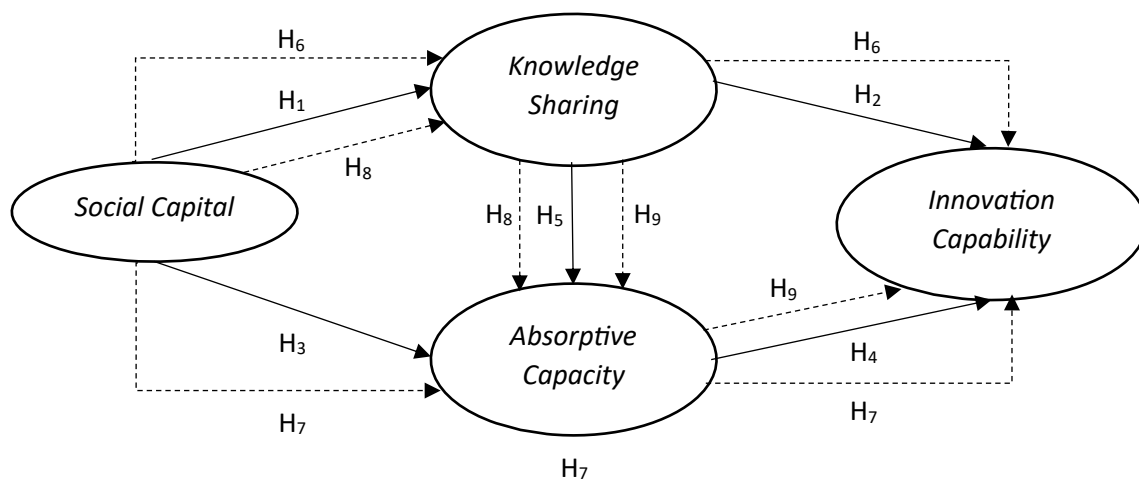
2.5.9. Peran *Absorptive Capacity* sebagai Mediator antara *Knowledge Sharing* dengan *Innovation Capability*

Dengan adanya pengetahuan baru yang didapat melalui *knowledge sharing* dapat menambah cadangan pengetahuan. Pengetahuan baru tersebut perlu untuk diproses agar dapat menghasilkan pengetahuan yang bermanfaat. Pengetahuan baru perlu untuk melalui proses asimilasi hingga eksploitasi. Dengan demikian, pengetahuan baru tersebut dapat dikombinasikan dengan pengetahuan yang sudah ada untuk menghasilkan pengetahuan yang sulit ditiru. Sebuah perusahaan dapat memanfaatkannya untuk menciptakan sebuah proses, produk, atau jasa yang inovatif (Medase & Barasa, 2019). Liao et al. (2007) mengatakan bahwa perlu untuk memproses lebih lanjut pengetahuan yang telah didapat melalui *knowledge sharing*. Hal ini dikarenakan ada banyak berbagai macam pengetahuan yang didapat melalui *knowledge sharing* yang kemudian hanya menjadi sekedar konsep atau pemikiran belaka. Agar pengetahuan tersebut bisa berdampak terhadap *innovation capability*, maka pengetahuan tersebut perlu untuk diproses

terlebih dahulu melalui *absorptive capacity*. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa *absorptive capacity* merupakan jembatan antara *knowledge sharing* dengan *innovation capability*. Pengetahuan-pengetahuan yang tidak spesifik tidak akan berdampak pada *innovation capability*. Oleh sebab itu, Liao et al. (2007) menyarankan bahwa pengetahuan yang ada pada antar karyawan perlu untuk diproses dengan pengetahuan yang relevan agar bermanfaat bagi *innovation capability*. Dengan demikian, hipotesis mengenai peran *absorptive capacity* sebagai mediator antara *knowledge sharing* terhadap *innovation capability* adalah:

H₉: Diduga *absorptive capacity* berperan sebagai mediator antara *knowledge sharing* dengan *innovation capability*.

2.6. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

1. H₁: Diduga *social capital* berpengaruh terhadap *knowledge sharing*.
2. H₂: Diduga *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *innovation capability*.
3. H₃: Diduga *social capital* berpengaruh terhadap *absorptive capacity*.
4. H₄: Diduga *absorptive capacity* berpengaruh terhadap *innovation capability*.
5. H₅: Diduga *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *absorptive capacity*.
6. H₆: Diduga *knowledge sharing* berperan sebagai mediator antara *social capital* dengan *innovation capability*.
7. H₇: Diduga *absorptive capacity* berperan sebagai mediator antara *social capital* dengan *innovation capability*.

8. H₈: Diduga *knowledge sharing* berperan sebagai mediator antara *social capital* dengan *absorptive capacity*.
9. H₉: Diduga *absorptive capacity* berperan sebagai mediator antara *knowledge sharing* dengan *innovation capability*.