

Pengaruh Jaringan Sosial dan Berbagi Pengetahuan Terhadap Perilaku Inovatif Karyawan

Vinsensius Widdy Tri Prasetyo^{1*}, Didik Joko Pitoyo², Petrus Setya Murdapa³

^{1,3}Program Studi Rekayasa Industri PSDKU, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

²Program Studi Manajemen PSDKU, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Jalan Manggis 15-17 Madiun

Email: vinsensiuswiddy@ukwms.ac.id^{1*}

Abstrak

Persaingan bisnis menuntut Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk melakukan inovasi. Inovasi dapat diciptakan oleh pegawai yang mempunyai perilaku inovatif. Perilaku inovatif mengacu pada tindakan atau sikap individu yang melibatkan kemampuan berpikir kreatif, berani mengambil risiko, mencoba pendekatan baru, dan beradaptasi dengan perubahan pasar, mampu bersaing, dan menciptakan produk atau jasa yang unggul. Perilaku inovatif pegawai tidak lepas dari jaringan sosial yang dimiliki pegawai. Jejaring sosial merupakan hubungan sosial yang dimiliki oleh individu karyawan dimana pola hubungan tersebut mempunyai keteraturan dalam bagaimana karyawan berperilaku dalam lingkungan kerja. Berdasarkan jejaring sosial yang dimiliki, karyawan akan memiliki rasa berbagi ilmu dengan rekan kerja. Berbagi pengetahuan adalah suatu keadaan dimana setiap individu yang berbagi saling bertukar pengetahuan dengan maksud untuk menciptakan pemahaman baru bersama-sama berdasarkan kemauan untuk berbagi dengan orang lain. Dalam makalah ini, kami membuat kerangka usulan mengenai pengaruh jejaring sosial dan berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan di UKM. Berdasarkan studi dan literatur yang ada, makalah ini menjelaskan dampak jaringan sosial dan transmisi informasi melalui berbagi pengetahuan antar karyawan dan memungkinkan perubahan perilaku inovatif karyawan.

Keyword: Berbagi pengetahuan, Jejaring sosial, Perilaku inovatif, UKM

PENDAHULUAN

Persaingan usaha menuntut pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk meningkatkan kinerja usahanya. Kinerja usaha UKM dapat dicapai dengan cara yang strategis dan efektif dan membuat produk atau layanan yang diterima pelanggan. Orientasi strategis perusahaan ke arah pasar dapat digambarkan sebagai arah strategis yang dijalankan oleh perusahaan untuk menciptakan perilaku yang tepat dalam peningkatan yang terus menerus kinerja yang unggul (Isada & Isada, 2017; Shih, 2018). Orientasi strategis dalam pengelolaan UKM harus diarahkan pada sumber daya dan pasar

(Muafi, 2020). Di era revolusi industri (IR 4.0), ditambah dengan munculnya pandemi global COVID-19 yang mematikan, organisasi-organisasi terdorong untuk menerapkan strategi baru dalam pengambilan keputusan rutin mereka untuk berinovasi (Jneibi, 2023).

Setiap pelanggan membutuhkan produk dan layanan yang memberikan pengalaman dari produk dan layanan yang telah dikonsumsi. Untuk proses pengambilan keputusan pembelian, pelanggan dihadapkan berbagai alternatif pilihan tentang produk, harga, kualitas, atribut, layanan distribusi dan lain sebagainya. Pelanggan akan selalu

memilih produk yang inovatif. Keunggulan pada berbagai keterampilan dan keahlian melengkapi kinerja inovatif produk baru dari perusahaan (Helmy et.al, 2019).

Produk inovatif UKM dihasilkan oleh karyawan yang memiliki perilaku inovatif. Perilaku merupakan faktor inovasi yang dapat dipengaruhi oleh sumber daya manusia sehingga ada hubungan positif yang kuat antara inovasi dengan perilaku dalam mencapai keunggulan kompetitif (Urbancova, 2013; Ibidunni et al., 2020). Dalam lingkungan yang bergejolak, perilaku proaktif karyawan sangat diperlukan penting untuk inisiatif inovasi di UKM (Huang, 2022). Perilaku inovatif mengacu pada inovasi karyawan itu dapat memberikan inisiatif kepada UKM dalam upayanya untuk tetap kompetitif atau mencapai keunggulan kompetitif di pasar negara berkembang (Hakimian et al., 2016). Perilaku inovatif sebagai proses dua tahap yang mencakup keduanya menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru (Skerlavj et al., 2014). Perilaku inovatif harus ditingkatkan kemampuan karyawan yang berhubungan dengan penyelesaian yang berhubungan dengan pekerjaan tantangan untuk meningkatkan daya cipta karyawan (Yusof et al., 2018).

Perilaku inovatif dipengaruhi oleh jaringan sosial. Jaringan sosial merupakan faktor penting dalam sebuah usaha terutama pada sektor UKM. Pemilik UKM dituntut memiliki modal sosial jaringan yang kuat (Muafi, 2020). Jaringan sosial merupakan salah satu pendekatan yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan UKM.

Interaksi sosial antar individu dan institusi dalam masyarakat. Kepadatan jaringan, institusi sosial, dan sifat interaksi interpersonal yang mendasarinya, akan berdampak signifikan terhadap efisiensi dan keberlanjutan (Leopold, 2017; Aujirpongan & Hareebin, 2020).

Konsep jaringan sosial merupakan salah satu dimensi sosial di samping kepercayaan dan norma. Ini mencakup hubungan sosial ke dalam kerjasama. Pada prinsipnya jejaring sosial dapat dibentuk karena motivasi sekelompok individu, misalnya seperti saling ingin tahu, bersilangan dalam memberikan informasi, mengingatkan, dan membantu dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan (Leopold, 2017). Inovasi membutuhkan dukungan jaringan sosial, sehingga dapat memilikinya berdampak pada pertumbuhan ekonomi (Muafi, 2020). Leopold (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukkan signifikansi jaringan sosial dalam struktur non-formal terhadap difusi inovasi.

Leenders dan Dolfmsa (2016) juga menemukan hasil bahwa jaringan sosial yang terkelompokkan menjadi empat 'level' yaitu jaringan di dalam perusahaan, jaringan yang saling bersilangan batas-batas perusahaan, jaringan antar perusahaan, dan jaringan yang berada di luar perusahaan sangat bermanfaat bagi tumbuhnya inovasi dan pembangunan produk baru. UKM harus menyadari dalam menjalankan usahanya tidak bisa berjalan sendiri namun membutuhkan jejaring agar bisa mengembangkan produk dan layanan

melalui perilaku kinerja inovatif. Pertumbuhan inovasi sebagai pengaruh dari jaringan sosial terhadap kinerja inovasi dan berdampak pada penetrasi pasar. Jaringan sosial karyawan merupakan kegiatan individu dalam bidang ekonomi yang kemanfaatannya dapat mewujudkan kerjasama antar individu dalam organisasi.

Dalam kegiatan jaringan sosial harus disertai semangat dan kerelaan untuk berbagi pengetahuan setiap individu. Berbagi pengetahuan merupakan situasi dimana setiap individu yang saling berbagi bertukar pengetahuan dengan maksud untuk menciptakan pemahaman baru secara bersama (Chatterjee et al., 2022). Hal ini juga senada seperti yang disampaikan oleh Al-Emran et al. (2021) berbagi pengalaman dan pengetahuan sebagai penyebaran pengetahuan dan informasi kepada rekan kerja dalam organisasi. Berbagi pengetahuan sebagai berbagi informasi, nasihat dan keahlian yang relevan, dilakukan oleh individu dalam suatu organisasi dengan yang lain individu (Helmy et.al, 2019). Berbagi pengetahuan adalah budaya interaksi sosial, melibatkan pertukaran pengalaman, pengetahuan, dan ketrampilan pegawai kepada seluruh bagian sumber daya manusia proses manajemen (Mohan, 2018). Berbagai literature menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan merupakan kegiatan pertukaran pengetahuan dengandasar saling menguntungkan yang dilakukan antar individu dalam organisasi untuk maksud membangun pengetahuan baru. Aktivitas berbagi pengetahuan dilakukan dengan cara

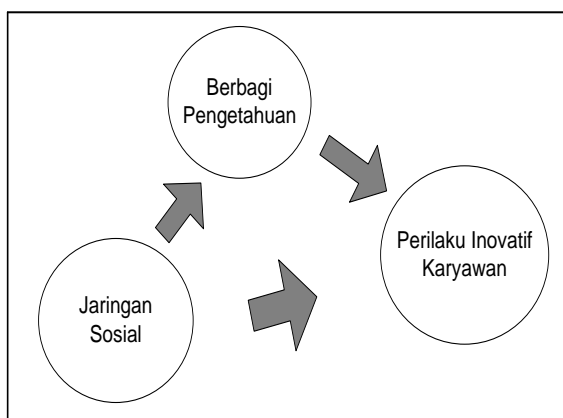
saling berkonsultasi dengan rekan kerja agar saling mendapatkan ilmu dari masing-masing rekan. Bagi UKM, budaya berbagi pengetahuan diperlukan di lingkungan kerja. Berbagi pengetahuan yang informal memungkinkan karyawan berbagi ide antar karyawan dengan lebih bebas dan menjadi pemicu perilaku inovasi dalam pekerjaan (Helmy et.al, 2019). Teori yang menguatkan penelitian ini adalah teori jaringan sosial. Peneliti menggunakan teori jaringan dianggap relevan dengan kajian penelitian.

METODE

Kerangka penelitian ini menggunakan teori jaringan sosial yang berfokus pada peran hubungan sosial dalam mentransfer informasi melalui berbagi pengetahuan dan memungkinkan adanya perubahan perilaku inovatif (Gao et al., 2017). Beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh jaringan sosial dan berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan dalam konteks UKM adalah oleh Helmy et al. (2019); Muafi (2020); Laily & Ernawati (2020); Yasir et al. (2021); Setyanti et al. (2023); dan Lustono dan Wening (2023) yang memberikan hasil penelitian bahwa jaringan sosial dan berbagi pengetahuan mempengaruhi perilaku inovatif karyawan. Berbagi pengetahuan memiliki peran penting sebagai mediator terhadap perilaku inovasi karyawan. Hal ini seperti yang dibuktikan dari hasil penelitian Yang et al. (2018) menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan memainkan peran mediasi antara budaya kolaboratif dan dua jenis

budaya tertentu inovasi, yaitu inovasi produk dan inovasi proses. Afriyie et al. (2018) juga menemukan peran mediator berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan adalah. Kajian lain Setyanti et al. (2023) juga menemukan hasil bahwa berbagi pengetahuan diperlakukan sebagai variabel mediator dalam memediasi pengaruh persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovasi.

Penelitian sebelumnya belum banyak yang meneliti pengaruh jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan dan peran berbagi pengetahuan sebagai mediator terhadap perilaku inovatif karyawan pada UKM. Pada umumnya penelitian sebelumnya banyak menyoroiti networking dan perilaku inovatif dari sudut pandang organisasi, seperti Zohoori et al. (2013); Laily & Ernawati (2020); Leick & Gretzinger (2020); Setyanti (2023). Akhirnya, penelitian ini memberikan kerangka yang diusulkan menambah kajian tentang pengaruh jaringan sosial dan berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan dalam konteks UKM. Kerangka konseptual penelitian ini seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan literatur dan penelitian terdahulu diperoleh kajian mengenai pengaruh antara jaringan sosial dan berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan.

Pengaruh jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan

Dalam analisis pengujian pada literatur menunjukkan bahwa terdapat pengaruh jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan. Dengan demikian, hasil **penelitian** ini diekspektasikan ada pengaruh yang signifikan antara jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan. Jaringan sosial bagi UKM merupakan faktor penting. Jaringan sosial karyawan memberikan peran penting terhadap hasil kerja melalui perilaku inovatif karyawan. Hal ini senada seperti yang disampaikan Muafi (2020) pada hasil penelitiannya bahwa dengan jaringan sosial dimiliki, karyawan mampu membuat ide yang lebih inovatif. Inovasi membutuhkan dukungan jaringan sosial, sehingga dapat memilikinya berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Leopold (2017) dari penelitiannya juga menunjukkan signifikansi jaringan sosial dalam struktur non-formal terhadap difusi inovasi. Selain itu, Susilowati & Taufan (2013) juga menyampaikan bahwa jaringan sosial yang efektif dapat dicapai jika UKM memfasilitasi pembentukan inovasi untuk eksis (Gao et al., 2017) dan (Herman & Nohong, 2022).

Pengaruh jaringan sosial terhadap knowledge sharing

Penelitian ini mengekspektasikan terdapat pengaruh antara jaringan terhadap

berbagi pengetahuan. Bagi UKM jaringan sosial akan mendapatkan keuntungan dari minimalisasi biaya perolehan pengetahuan dengan cara yang efisien. Jaringan sosial di UKM harus disertai dengan semangat berbagi pengetahuan. Berbagi pengetahuan merupakan situasi dimana setiap individu saling berbagi pengetahuan untuk menciptakan pemahaman baru secara bersama akan sesuatu ide proses, teknologi, produk dan layanan. Hal ini seperti yang disampaikan Muafi (2020) dalam penelitiannya bahwa UKM bisa berkembang karena interaksi sosial antar individu dan institusi dalam masyarakat. Aujirpongan & Hareebin (2020) dalam penelitiannya juga menyampaikan bahwa jaringan dan institusi sosial, dan sifat interaksi interpersonal yang mendasarinya, berdampak signifikan terhadap efisiensi dan keberlanjutan sebuah program. Jejaring sosial dapat dibentuk karena motivasi sekelompok individu untuk saling ingin tahu, bersilangan dalam memberikan informasi, mengingatkan, dan membantu dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan (Leopold, 2017). Selain itu Sapta et al. (2020) bahwa knowledge sharing sebagai menyebarkan pengetahuan dan informasi kepada rekan kerja dalam organisasi.

Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan

Penelitian ini mengekspektasikan bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap perilaku inovatif karyawan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Sapta et al. (2020) bahwa berbagi pengetahuan adalah

menyebarkan pengetahuan dan informasi kepada rekan kerja dalam sebuah organisasi. Berbagi pengetahuan di UKM dilakukan untuk menciptakan pemahaman baru secara bersama sehingga bisa mengeksplorasi inovasi. Secara empiris pengaruh berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan telah dibuktikan oleh Wang (2010); Helmy et al. (2019); Van Esch et al. (2018); Yasir et al. (2021); Phung et al. (2019) bahwa berbagi pengetahuan sangat penting karena memungkinkan orang untuk mengerjakan pengetahuan yang ada di dalam dan di luar organisasi, sehingga meningkatkan kapasitas mereka untuk tampil kreatif solutif, dan memungkinkan organisasi mereka untuk mengembangkan platform baru untuk pengembangan produk dan layanan baru. Karyawan yang suka bertukar pikiran dengan rekan kerja untuk menghindari risiko dalam proses pengambilan keputusan. Karyawan yang berbagi ilmu dan aktif dalam proses pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan akan membangun perilaku kerja yang inovatif.

Pengaruh jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan melalui mediasi berbagi pengetahuan

Penelitian mengekspektasikan bahwa berbagi pengetahuan memiliki peran pada pengaruh jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan. UKM yang memiliki jaringan sosial yang kuat memiliki kemampuan dalam mengakses ide-ide baru dan menangkap peluang baru dengan cepat. Jaringan sosial berfungsi sebagai kemampuan dinamis UKM untuk memudahkan akses

permintaan pelanggan, teknologi baru dan pengetahuan. Berbagi pengetahuan secara empiris telah terbukti berperan sebagai mediasi hubungan antar makna dan perilaku kerja yang inovatif (Khassawneh et al., 2022; Yang et al., 2018; Udin et al., 2022; Helmy et al., 2019; Setyani et al., 2023; Akram et al., 2020; dan Afriyie et al., 2018).

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kerangka kerja yang diusulkan tentang pengaruh jaringan sosial, dan berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan pada UKM. Berdasarkan kajian literatur yang ada, makalah ini menguraikan dampak jaringan sosial dan mentransmisikan informasi melalui berbagi pengetahuan antar karyawan dan memungkinkan perubahan terhadap perilaku inovatif karyawan. Berdasarkan bukti-bukti empiris yang disampaikan di atas, maka disimpulkan ada pengaruh jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan, ada pengaruh jaringan sosial terhadap berbagi pengetahuan, dan ada pengaruh berbagai pengetahuan terhadap perilaku inovatif karyawan. Berbagi pengetahuan memiliki peran mediator pengaruh antara jaringan sosial terhadap perilaku inovatif karyawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memfasilitasi, mendanai dan sebagai afiliasi artikel ini. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan

kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyie, S., Duo, J., & Musah, A.-A. I. (2018). The Nexus between Innovation Types and Marketing Performance of SMEs in an Emerging Economy: The Mediating Role of Knowledge Sharing. *Journal of Economics, Management and Trade*, 21(10), 1–22. <https://doi.org/10.9734/jemt/2018/44223>
- Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., & Hussain, S. T. (2020). The impact of organizational justice on employee innovative work behavior: Mediating role of knowledge sharing. *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(2), 117–129. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.10.001>
- Al-Emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2021). Is M-learning acceptance influenced by knowledge acquisition and knowledge sharing in developing countries? *Education and Information Technologies*, 26(3), 2585–2606. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10378-y>
- Aujirpongpan, S., & Hareebin, Y. (2020). The Effect of Strategic Intuition, Business Analytic, Networking Capabilities and Dynamic Strategy on Innovation Performance: The Empirical Study Thai Processed Food Exporters. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(1), 259–268. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no1.259>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., & Vrontis, D. (2022). Knowledge sharing in international markets for product and process innovation: moderating role of firm's absorptive capacity. *International Marketing Review*, 39(3), 706–733. <https://doi.org/10.1108/IMR-11-2020-0261>
- Choi, S. (2014). Learning Orientation and

- Market Orientation as Catalysts for Innovation in Nonprofit Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(2), 393–413. <https://doi.org/10.1177/0899764012465491>
- Gao, Y., Shu, C., Jiang, X., Gao, S., & Page, A. L. (2017). Managerial ties and product innovation: The moderating roles of macro- and micro-institutional environments. *Long Range Planning*, 50(2), 168–183. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2016.11.005>
- Hakimian, F., Farid, H., Ismail, M. N., & Nair, P. K. (2016). Importance of commitment in encouraging employees' innovative behaviour. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 70–83. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2015-0054>
- Helmy, I., Adawiyah, W. R., & Banani, A. (2019). Linking Psychological Empowerment, Knowledge Sharing, and Employees' Innovative Behavior in SMEs. *The Journal of Behavioral Science*, 14(2), 66–79. Retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/IJBS/article/view/172180>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Huang, Yi-Fen. Lin b. H.C. Lee c.HM. (2022). Innovation in manufacturing SMEs during the COVID-19 pandemic: How does environmental dynamism reinforce employee proactive behavior ?. *Technological Forecasting & Social Change*, 187. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122247>
- Ibidunni, A. S., Kolawole, A. I., Olokundun, M. A., & Ogbari, M. E. (2020). Knowledge transfer and innovation performance of small and medium enterprises (SMEs): An informal economy analysis. *Heliyon*, 6(8), e04740. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04740>
- Isada, F., & Isada, Y. (2017). An Empirical Study Regarding Radical Innovation, Research and Development Management, and Leadership. *Našegospodarstvo/Our Economy*, 63(2), 22–31. DOI: 10.1515/ngoe-2017-0009
- Jneibi, F.A., Kudus, Norliah, Rahman, Ab.Z. (2023). Influence of Organizational Learning, Organizational Innovation and Self Compassion on Organizational Performance: A Proposed Framework for SMEs. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 14(2). [DOI:10.47750/pnr.2023.14.02.307](https://doi.org/10.47750/pnr.2023.14.02.307)
- Khassawneh, O., Mohammad, T., & Ben-Abdallah, R. (2022). The Impact of Leadership on Boosting Employee Creativity: The Role of Knowledge Sharing as a Mediator. *Administrative Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/admsci12040175>
- Laily, N. & Ernawati, D.P. (2020). The Effect of Knowledge Sharing and Innovation Behavior on The Performance of Batik Entrepreneurs. *Jurnal Manajemen*, 24(2), 194. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i2.643>
- Leenders, R., & Dolfsma, W. (2016). Social Network for Innovations and New Product Development. *The Journal of Product Innovation Management*, 33(2), pp. 123-131. <https://doi.org/10.1111/jpim.12292>
- Leick, B., & Gretzinger, S. (2020). Business networking in organisationally thin regions: a case study on network brokers, SMEs and knowledge-sharing. *Journal of Small Business and*

- Enterprise Development, 27(5), 839–861. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2019-0393>
- Leopold, H. (2017). Social Collaboration for Corporate Innovation Management, Dissertation, Lancaster University School of Computing and Communications Lancaster, United Kingdom. <https://www.proquest.com/openview/b3670c0741927dd61e034f19ef214cf2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Lustono & Wening, Nur. (2023). Increasing Innovation Capability Through Knowledge Sharing Behavior, Absorptive Capacity, And Capacity Building at Small and Medium Enterprises, General Management, 24(194), 226-231. DOI: [10.47750/QAS/24.194.26](https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.26)
- Mohan, K. P. (2018). Behavioral Sciences in Thailand: An Organizational Case Study for Knowledge Management. NIDA Case Research Journal, 9(2), 55–68. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NCRJ/article/view/111025>
- Muafi, Muafi. (2020). A Nexus among Strategic Orientation, Social Network, Knowledge Sharing, Organizational Innovation, and MSMEs Performance. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(6), 327 – 338. Doi: [10.13106/jafeb.2020](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020)
- Phung, V. D., Hawryszkiewicz, I., & Chandran, D. (2019). How knowledge sharing leads to innovative work behaviour: A moderating role of transformational leadership. Journal of Systems and Information Technology, 21(3), 277–303. <https://doi.org/10.1108/JSIT-11-2018-0148>
- Sapta, K. Setia. Landra, N., Wayan Gede Supartha, I., Asih, D., & Setini, M. (2020). Public Health welfare in Digital-based Resources Transformation from Social Capital and Information Sharing: Creative Industries from Village. Systematic Reviews in Pharmacy, 11(6), 688–696. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.6.102>
- Setyanti, S. W. L. H., Nilasari, F. S., Prajitiasari, E. D., & Sudarsih, S. (2023). Berbagi Pengetahuan Sebagai Mediator Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi terhadap Perilaku Inovasi UMKM Batik Jember. JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 8(1), 15-26. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i1.17482>
- Shih, T.Y. (2018). Determinants of Enterprises Radical Innovation and Performance: Insights into Strategic Orientation of Cultural and Creative Enterprises. Sustainability, 10, (1871), 1-22. DOI: [10.3390/su10061871](https://doi.org/10.3390/su10061871)
- Susilowati, E., & Taufan, G. (2013). Pengembangan Jejaring Wirausaha dan Pembelajaran Eksploratif Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Perekonomian Unit Usaha Kecil Menengah di Semarang. Jurnal Emba, 2(3), 1–15.
- Tang, Y., Shao, Y. F., & Chen, Y. J. (2019). Assessing the mediation mechanism of job satisfaction and organizational commitment on innovative behavior: The perspective of psychological capital. Frontiers in Psychology, 10, Article 2699. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02699>
- Udin, U., Dananjoyo, R., & Isalman, I. (2022). Transactional Leadership and Innovative Work Behavior: Testing the Mediation Role of Knowledge Sharing in Distribution Market. Journal of Distribution Science, 20(1), 41–53. <https://doi.org/10.15722/jds.20.01.2022.01.41>
- Urbancova, H. (2013). Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge. Journal of Competitiveness, 5(1), 82–96.

- <https://doi.org/10.7441/joc.2013.01.06>
- Van Esch, E., Wei, L.Q. and Chiang, F.F. (2018), "High-performance human resource practices and firm performance: the mediating role of employees' competencies and the moderating role of climate for creativity", *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 29 No. 10, pp. 1683-1708.
- Wang, Z., Sharma, P. N., & Cao, J. (2016). From knowledge sharing to firm performance: A predictive model comparison. *Journal of Business Research*, 69(10), 4650–4658. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.055>
- Yang, Z., Nguyen, V. T., & Le, P. B. (2018). Knowledge sharing serves as a mediator between collaborative culture and innovation capability: an empirical research. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(7), 958–969. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2017-0245>
- Yasir, M., Majid, A., Yousaf, Z., Nassani, A.A. and Haffar, M. (2021), "An integrative framework of innovative work behavior for employees in SMEs linking knowledge sharing, functional flexibility and psychological empowerment", *European Journal of Innovation Management*, 26(2), 289-308. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2021-0091>
- Yusof, R., Imm, N. S., Ann, H. J., & Rahman, A. A. (2018). The influence of SMEs employees' intention towards innovative behaviour. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 26(3), 1905–1923. <http://www.pertanika.upm.edu.my/>
- Zohoori, M., Dba, S. M., & Samadi, B. (2013). The Relationship between Knowledge Sharing and Innovation in Electronic Industry of Iran. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 1(1), 26–33.

<http://www.ieicorp.ir/>.