

PROSIDING SEMMAU 2015

SEMINAR NASIONAL & KONFERENSI SISTEM INFORMASI,
INFORMATIKA & KOMUNIKASI

TEMA: Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi dalam
menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Kupang, 28 November 2015

BUKU 1

ISBN: 978-602-73628-0-2

SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU
SEMMAUSEMMAU



STIKOM UYELINDO KUPANG

PROSIDING SEMMAU 2015

Penulis,
Pemakalah SEMMAU 2015

Penerbit,
STIKOM UYELINDO KUPANG

PROSIDING SEMMAU 2015

KOMITE

Penulis :

Pemakalah Seminar Nasional & Konferensi Sistem Informasi, Informatika & Komunikasi (SEMMAU 2015)

ISBN : 978-602-73628-0-2

Komite Program :

Dr. Armin Lawe, S.Si,M.Eng. (UNHAS)
Dr. Ir. Rila Mandala, M.Eng. (ITB)
Dr. Achmad Nizar, S.Kom., M.Kom. (UI)
Ir. Dana Indra Sensuse, M.Lis. ,Ph.D. (UI)
Prof.Daniel Herman Fredy Manongga,M.Sc., Ph.D. (UKSW)
Prof. Dr. Ir. Eko Sedyono. (UKSW)
Prof.Dr.Ir. Kuswara Setiawan,M.T. (UPH)

Penyunting :

Max ABR. Soleman Lenggu. S.Kom., M.T.
Marinus I.J. Lamabelawa, S.Kom., M.Cs
Robert Kiuk
Bonifasius W. Wae
Antonius Tampani
Ahmad Musawwir
Lukas H.J.E. Babu

Desain Sampul :

Max Lenggu

Redaksi :

Dapur Semmau

Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengembangan pada Masyarakat
Jl. Perintis Kemerdekaan 1, Kayu Putih, Kupang, NTT, Indonesia.
Telp.(0380)8554501, Fax (0380)
Email : semmau@uyelindo.ac.id
<http://www.semmau.uyelindo.ac.id>.

Penerbit :

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer (STIKOM) Uyelindo Kupang.
Jl. Perintis Kemerdekaan 1, Kayu Putih, Kupang, NTT, Indonesia.
Telp.(0380)8554501, Fax (0380)
Email : stikom@uyelindo.ac.id
<http://www.uyelindo.ac.id>.

Cetakan Pertama November 2015

Hak Cipta di Lindungi Undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

PROSIDING SEMMAU 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur selayaknya tercurah kehadirat Allah Yang Maha Kuasa yang tanpa henti mengucurkan rahmat dan karuniaNya, baik kurunia sehat, rejeki, kecerdasan, kemauan, dan bahkan juga karunia dalam bentuk kesadaran dan kemampuan bersyukur kepadaNya, dan dengan ijinnya Prosiding Seminar Nasional dan Konferensi Sistem Informasi, Teknik Informatika, dan Komunikasi (SEMMAU) tahun 2015 dengan Tema “Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)” dapat kami terbitkan.

Buku Prosiding ini berisi sekumpulan *Paper* dari hasil penelitian ilmiah yang telah diseleksi, untuk dipresentasikan dalam kegiatan Seminar Nasional dan Konferensi Sistem Informasi, Teknik Informatika, dan Komunikasi (SEMMAU) tahun 2015 dan bertempat di *Ballroom* Hotel Amaris Kupang pada tanggal 28 November 2015, kegiatan ini diikuti oleh peserta pemakalah yang berasal dari berbagai perguruan tinggi yang tersebar di kawasan Nusa Tenggara Timur (NTT), maupun di luar NTT, yang terdiri dari 31 makalah dari para peserta pemakalah.

Seminar Nasional yang bertemakan “Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)” ini menghadirkan pembicara utama berkelas nasional yakni Dr.Ir.Rila Mandala, M.Eng (Direktur Badan Khusus Pengembangan Jurnal APTIKOM), dan General Manager PT Telkom NTT.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Reviewer Paper dan pihak-pihak yang telah membantu penyelenggaraan Seminar Nasional dan Konferensi Sistem Informasi, Teknik Informatika, dan Komunikasi (SEMMAU) tahun 2015 ini. Semoga prosiding ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Akhir kata, jika ada yang kurang berkenan selama penyelenggaraan kegiatan seminar maupun dalam penerbitan buku prosiding ini mohon dimaafkan. Semoga apa yang telah kita lakukan ini bermanfaat bagi kemajuan kita dimasa depan. Amin.

Kupang, November 2015
Panitia,

Remerta Noni Naatonis

PROSIDING SEMMAU 2015

DAFTAR ISI

	Halaman
RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN INVENTORY PADA INSTALASI LABORATORIUM KLINIK (ILK) <i>Yulius Harjoseputro.</i>	01 – 07
RANCANG BANGUN SISTEM BASIS DATA DESA WISATA UNTUK DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA <i>Yonathan Dri Handarkha, F. Anita Herawati.</i>	08 – 15
IMPLEMENTASI ALGORITMA K-NEAREST NEIGHBOR SEBAGAI PENDUKUNG KEPUTUSAN KLASIFIKASI PENERIMA BEASISWA <i>Sumarlin.</i>	16 – 23
ANALISIS SENTIMEN TERHADAP KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) PADA MEDIA ONLINE <i>Bobby Christian Sandy, Danny Manongga, Ade Iriani.</i>	24 – 30
EKSTRAKSI FITUR BERBASIS HISTOGRAM UNTUK IDENTIFIKASI CITRA TENUN IKAT NTT <i>Marinus I.J. Lamabelawa, Petrus Katemba.</i>	31 – 36
PEMETAAN JARINGAN PENCINTA DRAMA KOREA DI KALANGAN MAHASISWA MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS <i>Hanna Prillysca Chernovita, Danny Manongga.</i>	37 – 46
FAKTOR-FAKTOR BERBAGI PENGETAHUAN DALAM UKM BATIK SRAGEN <i>Ade Iriani.</i>	47 – 61
EKSTRAKSI TEKSTUR BENIH JAGUNG LOKAL PULAU TIMOR DENGAN GRAY LEVEL CO-OCCURRENCE MATRIX(GLCM) <i>Marlinda Vasty Oveerbeek, Yampi R. Kaesmetan.</i>	62 – 68
PENERAPAN METODE BAYES UNTUK DIAGNOSA AWAL PENYAKIT PADA TERNAK BABI <i>Assbert A.D. Raga, Sebastianus A.S. Mola. Yelly Y. Nabuasa.</i>	69 - 74
PERANCANGAN PENJADWALAN KULIAH DENGAN ALGORITMA GENETIK PADA FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI, UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS <i>Sri Andayani</i>	75 - 80
PERBANDINGAN ALGORITMA DIJKSTRA DAN BEST FIRST SEARCH UNTUK PENENTUAN JALUR APOTEK TERDEKAT <i>Febi Elvira Messe, Semlinda Juszandri Bulan</i>	81 - 86

PROSIDING SEMMAU 2015

PERBANDINGAN WEB SERVICE BERBASIS SOAP DAN RESTFUL <i>Penidas Fiodinggo Tanaem, Ade Iriani</i>	87 - 91
SHORT MESSAGE SERVICE (SMS) TRANSLATED <i>Edwin Umbu Malahina, Daniel Kase</i>	92 - 97
PENERAPAN METODE FUZZY- ANALITICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA SISTEM INFORMASI PENDUKUNG KEPUTUSAN UNTUK MENENTUKAN PENJURUSAN DI SMA <i>Riza Agustiansyah, Wulan Damayanti.</i>	98 - 103
MEDIA PEMBELAJARAN DOA SEHARI-HARI ANAK MUSLIM <i>Fitriasih, Donna Setiawati.</i>	104 - 109
ENSIKLOPEDIA PERSEBARAN KEANEKARAGAMAN HAYATI BERBASIS ANDROID <i>Disrina Amami Tonael, Benyamin Jago Belalawe.</i>	110 - 113
EFEKTIFITAS MEDIA PEMBELAJARAN SMK ANTAR PULAU MENGGUNAKAN CLOUD COMPUTING (STUDY KASUS : PROVINSI KEPULAUAN RIAU). <i>Sulfikar Sallu, Yales Veva Jaya.</i>	114 - 118
KONSEP PERANCANGAN SISTEM INFORMASI AKREDITASI PERGURUAN TINGGI BERBASIS CLOUD COMPUTING . <i>Darlison, Sulfikar Sallu.</i>	119 - 123
DIAGNOSIS DAN TREATMENT PENYAKIT GINEKOLOGI MENGGUNAKAN METODE FORWARD CHAINING PADA RSUD KUPANG. <i>Dominggus M. Ximenes, Mardhalia Saitekela.</i>	124 -128
RANCANGAN TEKNOLOGI PENGUKUR BERAT BADAN TERNAK SAPI TIMOR BERBASIS CITRA SEBAGAI PENGGANTI TIMBANGAN MEKANIS DALAM MENDUKUNG INOVASI PETERNAKAN SAPI DI PULAU TIMOR PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR. <i>Deddy B. Lasfeto, Markus D. Letik.</i>	129 -134
LOGIKA FUZZY SEBAGAI SUATU METODE ANALISIS DATA KUANTITATIF (STUDI KASUS: ANALISIS VARIABEL KEMISKINAN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA DI KECAMATAN FATUMNASI KABUPATEN TTS) <i>Tuti Setyorini, Deddy B. Lasfeto.</i>	135 -140
PEMANFAATAN TEXT TO SPECH SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PENGINGAT AKTIVITAS SEKOLAH <i>Emanuel Safirman Bata, Daniel A. Bani.</i>	141 - 147
SISTEM PENGAMANAN BRANKAS DENGAN MENGGUNAKAN HP BERBASIS MIKROKONTROLLER AT 89551 <i>Awad F. A. Djawas, Petrus Katemba.</i>	148 -154

PROSIDING SEMMAU 2015

SISTEM INFORMASI PENJUALAN TANAH DI KOTA KUPANG BERBASIS WEB <i>Serafianus Sumonot, Dewi Anggraini</i>	155 - 160
PENERAPAN METODE BAYES UNTUK DIAGNOSA PENYAKIT SEPTICAEMIA EPIZOOTICA PADA HEWAN RUMINANSIA BESAR. <i>Andry Iscandar Salmon, Yohanes Suban Belutowe.</i>	161 -164
PENERAPAN METODE FUZZY- ANALITICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DALAM PENYELESAIAN PEMBERIAN KREDIT DAN PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI SIMPAN PINJAM PADA KOPDIT REMAJA HOKANG <i>Skolastika Siba Igon, Remerta Noni Naatonis</i>	165 - 174
APLIKASI TRACKING SYSTEM EKSPEDISI BARANG (Studi Kasus: PT. Indo Logistic Cabang Kupang) <i>Philia Magdalena Effendie, Max ABR. Soleman Lenggu</i>	175 - 179
IMPLEMENTASI METODE FUZZY MULTI ATTRIBUTE DECISION MAKING (FMADM) DALAM PENETAPAN PESERTA SERTIFIKASI GURU PADA LEMBAGA PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR <i>Paskalis Mario Bora, Yohanis Malelak</i>	180 - 189
IMPLEMENTASI METODE BACKWARD CHAINING UNTUK MENENTUKAN LINTASAN TERPENDEK MENUJU TEMPAT WISATA BAHARI DI KABUPATEN ROTE NDAO BERBASIS WEB. <i>Inyong T.P.Y. Lulu, Max ABR. Soleman Lenggu.</i>	190 - 195
APLIKASI TES TOEFL PADA SMP NEGERI 10 KUPANG <i>Irfansyah, Heni</i>	196 - 200
INOVASI BUBU DASAR MENJADI JEBAKAN GANDA GUNA GUNA MENINGKATKAN KEMAMPUAN TANGKAPAN IKAN DASAR PADA PERAIRAN BOLOK. <i>Antonius Pangalanan, Amiruddin Abdullah, Yohanes B. Yokasing</i>	201 -205

FAKTOR-FAKTOR BERBAGI PENGETAHUAN DALAM UKM BATIK SRAGEN

Ade Iriani

Universitas Kristen Satya, Wacana, Salatiga
adeiriani@gmail.com

Abstract

As a creative industry, batik SMEs are demanded to be creative-innovative in order to competing with other garment industries. Innovation and entrepreneurship are often seen as the key success in the face of any competition. Entrepreneurial companies are always marked by their commitment to innovation. Innovation cannot be separated from knowledge sharing. The willingness and ability of employees to gather knowledge increase the company's superior innovation. This article aims to explain the factors that influence knowledge sharing within batik SMEs in Sragen. This study used qualitative strategies in order to reveal and explain the situation on the field. The results indicate that although the structure and management of batik SMEs are not commensurable with the well-known companies, but there are also factors that encourage the sharing of knowledge in batik SMEs, include culture and organizational climate, individual characteristics and management support. Incentive mechanisms, such as wages, as well as the Javanese culture have an important role in knowledge sharing.

Keywords: Knowledge sharing, batik SMEs, factors, qualitative research.

1. Pendahuluan

Industri batik adalah industri kreatif. Batik adalah industri kerajinan tangan. Untuk menghasilkan satu potong kain batik dibutuhkan waktu pengerjaan dari seminggu sampai lebih dari sebulan, tergantung dari tingkat kerumitan pola yang dihasilkan. Batik merupakan karya seni budaya bangsa Indonesia yang telah mendapat pengakuan UNESCO. Pengakuan nasional maupun internasional menunjukkan adanya suatu rekonstruksi budaya yang dilakukan secara kreatif sebagai bagian dari daya cipta manusia, dan bukan sekedar warisan tradisi.

Batik adalah industri strategis. Batik telah diproduksi bukan saja di Jawa, tetapi di berbagai daerah di tanah air dengan kekhasan budaya masing-masing. Selain itu, batik menyerap jumlah tenaga kerja yang besar. Mengutip Kementerian Perindustrian dan Perdagangan, terdapat sekitar 39.600 unit bisnis pada tahun 2011 dengan jumlah serapan tenaga kerja sebesar 165.000 orang. Sementara total omzet ekspor batik pada tahun ini mencapai Rp 4 triliun dengan pasokan bahan baku batik bernilai Rp1,8 triliun (Solopos, 19 Oktober 2012).

Namun posisi strategis batik itu dianggap tidak sebanding dengan struktur industri dan kemampuan manajemen internalnya. Masalah utama karena struktur industri batik berbasis industri rumah tangga yang dikerjakan oleh

UKM secara tradisional. Sebagai industri kreatif, UKM batik dituntut terus inovatif kreatif agar dapat bersaing dengan industri garment lainnya. Namun struktur yang menunjang hal seperti itu tidak ditemukan dalam struktur UKM batik. Selain kendala keterbatasan SDM, terdapat juga beberapa masalah lain seperti modal, bahan baku, pemasaran, kemitraan, dan teknologi (Setyorini, 2013; Sinaga, 2012).

Proses produksi batik yang lama kurang diminati oleh investor yang membutuhkan perputaran uang yang cepat atau secara ekonomi dianggap kurang menguntungkan (Hayati, 2007). Hal yang sama juga dikemukakan oleh (Aribawa, 2009) yang merujuk kepada perkembangan batik tulis Lasem di Kecamatan Pancur Kabupaten Rembang yang terkesan lambat.

Tantangan industri batik bukan saja datang dari sesama perusahaan batik yang jumlahnya besar, tetapi juga dari industri tekstil dan pakaian jadi, bahkan kemungkinan dari masuknya batik impor akibat penerapan AFTA 2015. Industri pakaian jadi memiliki keunggulan dalam kecepatan produksi karena menggunakan mesin dan selalu mengikuti tren global. Sementara industri batik berbasis pada budaya dan motif lokal tradisional serta membutuhkan waktu lama untuk memproduksinya. Penerapan AFTA-China pada tahun 2015 akan menyebabkan serbuan batik impor dari negara-negara ASEAN maupun China yang akan meningkatkan intensitas

persaingan (Darmansyah dan Soebagyo, 2010). Tantangan saat ini saja sudah menyebabkan bangkrutnya sebagian UKM batik. Sebagai contoh, mengutip data dari Bappeda Sragen, terjadi penurunan jumlah unit usaha batik di Kabupaten Sragen, dari 4.795 unit usaha batik pada tahun 2009, menjadi 4.702 pada tahun 2011. (Bappeda Sragen 2011 dan 2009). Hal ini menunjukkan bahwa industri batik adalah bisnis yang penuh dengan tantangan.

Namun, di luar anggapan banyak orang, industri batik, mampu membuat terobosan-terobosan baik dari desain motif, maupun dari segi penggunaan warna dan bahan-bahan perwarnaan. UKM batik, terutama di Sragen, mampu melepaskan diri dari motif-motif tradisional, dan mengadopsi motif dan warna batik yang lebih bervariasi. Perubahan seperti itu menunjukkan adanya inovasi dalam desain batik.

Inovasi dan kewirausahaan sering dilihat sebagai kunci utama sukses dalam menghadapi setiap perubahan. Perusahaan kewirausahaan selalu ditandai dengan komitmen mereka terhadap inovasi (Krauss, Pohjola & Koponen, 2011). Inovasi harus dilakukan tidak hanya dengan tindakan sengaja untuk menghasilkan ide-ide baru, tetapi juga dengan pengenalan dan penerapan ide-ide baru, semua ditujukan untuk meningkatkan kinerja organisasi. Dalam industri batik, inovasi termasuk apa yang mereka lakukan untuk membuat teknik baru, motif dan pewarnaan pada kain batik (Susminingsih, 2013).

Beberapa peneliti telah menunjukkan adanya hubungan antara inovasi dengan faktor-faktor berbagi pengetahuan dalam suatu organisasi. Sebagai contoh, Lin (2007) menunjukkan faktor individual dan faktor organisasi dalam berbagi pengetahuan yang memiliki dampak pada inovasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kesediaan karyawan membagi dan mengumpulkan pengetahuan memungkinkan meningkatkan kemampuan inovasi perusahaan yang superior. Mathuramaytha (2012) meneliti hubungan antara kemampuan berbagi pengetahuan dan kemampuan inovasi dalam organisasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam berbagi pengetahuan menyebabkan efek positif terhadap kemampuan inovasi.

Wang & Noe (2010) menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan adalah cara fundamental di mana karyawan dapat berkontribusi pada penerapan pengetahuan, inovasi, dan akhirnya keunggulan kompetitif organisasi. Berbagi pengetahuan antar karyawan dan dalam tim memungkinkan organisasi mengeksploitasi dan memanfaatkan sumber daya yang berbasis pengetahuan. Berbagi pengetahuan dan kombinasinya secara positif berhubungan dengan penurunan biaya produksi, penyelesaian dan pengembangan cepat produk baru, kinerja tim, kemampuan inovasi perusahaan, dan kinerja perusahaan termasuk pertumbuhan penjualan dan pendapatan dari produk dan layanan baru.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi berbagi pengetahuan dalam tiga UKM batik di Kabupaten Sragen.

2. Kajian Literatur

Berbagi pengetahuan terjadi pada tingkat individu maupun organisasi. Bagi individu, berbagi pengetahuan berarti berbicara kepada rekan-rekan untuk membantu mereka mengerjakan sesuatu dengan lebih baik, lebih cepat, atau lebih efisien. Bagi organisasi, berbagi pengetahuan adalah menangkap, mengelola, menggunakan kembali, dan mentransfer pengetahuan berbasis pengalaman yang berada dalam organisasi dan membuat pengetahuan tersebut tersedia bagi orang lain dalam bisnis tersebut.

Mengikuti kerangka kerja dari Rajagopalan et al. (1993), Lin (2007) melakukan penelitian faktor-faktor berbagi pengetahuan yang mempengaruhi kemampuan inovasi perusahaan. Kerangka kerja itu terdiri dari tiga aspek yaitu *enabler*, proses dan *outcome*. "*Enabler*" adalah mekanisme untuk mendorong pembelajaran individu dan organisasi dan juga memfasilitasi karyawan berbagi pengetahuan di dalam atau di seluruh tim atau unit kerja. *Enabler* mencakup dampak yang disebabkan oleh motivator karyawan, konteks organisasi, dan aplikasi teknologi informasi dan komunikasi. Aspek "berbagi pengetahuan" mengacu pada bagaimana karyawan membagi pengalaman mereka yang berhubungan dengan pekerjaan, keahlian, pengetahuan, dan informasi kontekstual dengan rekan-rekannya. Proses berbagi pengetahuan

meliputi baik kesediaan karyawan untuk berkomunikasi (memberi) secara aktif dengan rekan-rekannya atau secara aktif berkonsultasi dengan rekan-rekan untuk belajar dari mereka (mengumpulkan). Dalam hal berbagi pengetahuan, Lin (2007) menunjukkan dua faktor pada tingkat individu (yaitu kenikmatan dalam membantu orang lain dan pengetahuan *self-efficacy*), dan dua faktor pada tingkat organisasi (dukungan manajemen puncak dan penghargaan organisasi) yang berpengaruh pada proses-proses berbagi pengetahuan. Pengetahuan *self-efficacy* ditunjukkan oleh keyakinan seseorang bahwa pengetahuannya dapat membantu memecahkan masalah yang berhubungan dengan pekerjaan dan meningkatkan efektivitas kerja (Luthans, 2003).

Mathuramaytha (2012) memberikan tiga dimensi kemampuan berbagi pengetahuan yang berdampak pada kemampuan inovasi, yaitu kesediaan untuk berbagi pengetahuan, kemampuan untuk belajar, dan kemampuan untuk mentransfer pengetahuan. Wang dan Noe (2010) melakukan penelitian terhadap berbagai publikasi dalam bidang manajemen pengetahuan yang diterbitkan selama tahun 1959-2009. Dari hasil penelitian itu mereka merumuskan suatu kerangka kerja. Kerangka kerja mereka meliputi faktor-faktor antara lain konteks organisasi, karakteristik tim dan interpersonal, karakteristik budaya, karakteristik individu, dan motivasi.

Aslani et al (2012) berupaya menelaah kerangka kerja Wang & Noe (2010) berdasarkan data publikasi dari tahun 2009 sampai dengan bulan April 2012. Dari hasil penelitian itu mereka memberikan kerangka kerja baru yang berisi faktor-faktor berbagi pengetahuan antara lain: sikap, persepsi, motivasi, karakteristik biografi, belajar dan personalitas.

Cabrera dan Cabrera (2005) mempelajari berbagi pengetahuan sukarela sebagai mekanisme kunci dimana transfer pengetahuan dapat berlangsung dalam organisasi. Mereka pertama-tama menganalisis sifat sosio-psikologis dari perilaku. Pada aras mikro, mereka menggunakan teori tindakan beralasan (*Reasoned Action Theory, TRA*) untuk menjelaskan motivasi individu berbagi pengetahuan. Mereka juga menambah dengan beberapa teori lain, seperti teori modal sosial, teori dilema sosial dan teori

pertukaran sosial, untuk lebih memahami dinamika sosial berbagi pengetahuan.

TRA dikembangkan oleh Ajzen & Fishbein. Teori ini mengasumsikan bahwa individu rasional dan akan mempertimbangkan implikasi dari tindakan mereka sebelum memutuskan apakah akan melakukan perilaku tertentu (Ajzen & Fishbein, 1980). Teori ini memberikan model untuk memprediksi niat perilaku, yang mencakup prediksi dari sikap dan prediksi perilaku. Pemisahan selanjutnya dari niat perilaku dari perilaku memungkinkan penjelasan faktor-faktor yang membatasi pada pengaruh sikap (Ajzen & Fishbein, 1980). Menurut teori ini, niat untuk terlibat dalam perilaku tertentu ditentukan oleh sikap terhadap perilaku yang juga oleh persepsi norma-norma sosial (Fishbein dan Ajzen, 1975). Sikap ditentukan oleh keyakinan mengenai hasil dari perilaku dan evaluasi dari hasil ini. Norma subjektif mengacu pada keyakinan mengenai adanya harapan sosial mengenai perilaku.

TRA berkaitan dengan perilaku sukarela, namun perilaku tidak selalu sukarela dan terkendali, hal ini mengakibatkan Ajzen (1988) menambahkan satu variabel lagi, yaitu pengendalian persepsi perilaku (*perceived behavioural control*) pada TRA. Dengan tambahan ini, teori ini disebut dengan nama teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behaviour, TPB*).

Perilaku berbagi pengetahuan juga dapat ditinjau berdasarkan teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory, SET*). Teori ini memandang perilaku sosial sebagai hasil dari suatu proses pertukaran. Tujuan pertukaran adalah untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya. Menurut teori ini (Blau, 1964), individu mengatur interaksi mereka dengan orang lain berdasarkan pada analisis kepentingan biaya dan manfaat. Manfaat ini tidak perlu harus nyata, karena harapan timbal balik di masa depan (Gouldner, 1960). Harapan diatur oleh kepercayaan. Berdasarkan teori ini, orang mempertimbangkan manfaat potensial dan risiko hubungan sosial (Molm, 2001). Ketika risiko lebih besar daripada manfaat, orang akan menghentikan atau meninggalkan hubungan itu. Biaya melibatkan hal-hal yang dipandang sebagai negatif untuk individu, seperti harus menaruh uang, waktu dan usaha dalam suatu hubungan.

Manfaat adalah hal-hal yang individu dapatkan dari hubungan itu, seperti kesenangan, persahabatan dan dukungan sosial. SET menunjukkan bahwa orang pada dasarnya menghitung manfaat dan dikurangi biaya untuk menentukan seberapa besar suatu hubungan bernilai. Hubungan yang positif adalah yang manfaatnya lebih besar daripada biaya, sedangkan hubungan negatif ketika biaya lebih besar dari manfaatnya.

Davenport dan Prusak (1998) menganalisis berbagi pengetahuan dari perspektif ini, mereka menguraikan beberapa persepsi harapan keuntungan yang dapat mengatur perilaku, seperti repositas masa depan (*future reciprocity*), status, keamanan kerja atau prospek promosi. Dari perspektif ini, berbagi pengetahuan akan terkena dampak positif ketika seorang individu percaya (*trust*) bahwa perilaku ini akan dibalas dengan manfaat di masa depan (Cabrera et al., 2005).

Studi yang berhubungan dengan SET dianggap berhasil menjelaskan perilaku berbagi pengetahuan di antara individu-individu berdasarkan antara lain kognisi pribadi, interaksi interpersonal, dan konteks organisasi. Sebagai contoh, Kankanhalli et al. (2005) percaya bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu faktor utama yang mendorong karyawan untuk menyumbangkan pengetahuan. Ma and Agarwal (2007) menunjukkan juga bahwa jumlah pengetahuan seseorang berkontribusi ke komuitas maya tergantung pada tingkat kepuasan yang mereka rasakan dari menjadi anggota komunitas tersebut.

3. Metode Penelitian

Perancangan riset

Penelitian ini menggunakan strategi kualitatif dalam rangka mengungkap dan menjelaskan situasi yang terjadi di lapangan. Desain kualitatif diterapkan untuk menjangkau makna dan pengalaman pribadi individu - bagaimana mereka memahami, menjelaskan, merasa, dan berbicara tentang hubungan mereka dengan orang lain. Seperti dikatakan oleh Krauss "Penelitian kualitatif memiliki tujuan yang unik untuk memfasilitasi proses pembuatan makna. Kompleksitas makna dalam kehidupan orang memiliki banyak kaitannya dengan bagaimana

makna dikaitkan dengan objek yang berbeda, orang dan peristiwa kehidupan "(Krauss, 2005). Metode kualitatif juga menyediakan sarana untuk menghasilkan data yang kaya dalam subjektivitas budaya, simbol, ritual, interaksi, tindakan, emosi, dan makna pribadi.

Menggunakan kerangka kerja Sarantakas (1998), penelitian ini mengadopsi metodologi *grounded theory*. *Grounded theory* merupakan metodologi yang inovatif, dan memfasilitasi penemuan teori dari data (Glaser & Strauss, 1967, p. 1). Dalam *grounded theory*, peneliti tidak terfokus pada pengujian hipotesis yang diambil dari kerangka teoritis yang ada, melainkan mengembangkan teori substantif berdasarkan data empiris yang dikumpulkan di lapangan.

Glaser dan Strauss (1967) membedakan teori substantif dari teori formal. Menurut mereka, perbedaan kedua teori ini terletak dalam aras "*generalisability*". Teori-teori substantif dikembangkan untuk menjelaskan satu wilayah tertentu dari data empiris, sedangkan teori-teori formal berlaku untuk wilayah data yang lebih luas. Proses pengembangan teori formal biasanya mencakup kontribusi dari banyak teori substantif.

Pemilihan responden

Pemilihan responden dimulai dengan pemilihan lokasi penelitian. Pemilihan Sragen berdasarkan kemudahan mengakses lokasi tersebut dibandingkan Pekalongan.

Terdapat baik UKM besar maupun kecil di Kabupaten Sragen yang pada umumnya tersentralisasi di tiga kecamatan antara lain Kecamatan Masaran, Plupuh dan Kalijambe. Untuk mendapat informasi yang tepat, peneliti berkonsultasi dengan Deperinkop Kabupaten Sragen. Dari konsultasi ini peneliti memutuskan memilih tiga UKM yang dianggap representatif menjadi lokasi penelitian ini.

Untuk pemilihan responden individu, pemilik UKM memberikan keleluasan kepada peneliti. Pemilik UKM juga ikut memberikan informasi penting tentang latar belakang responden yang dipilih. Melalui kerjasama pemilik UKM, peneliti dapat melakukan wawancara dengan hampir semua karyawan yang bekerja di dalam UKM, dan bahkan beberapa karyawan yang bekerja di luar UKM.

Pengumpulan data

Data penelitian ini dikumpulkan dari periode Juni 2012 sampai dengan Desember 2013. Peneliti melakukan wawancara baik dengan individu atau kelompok yang terlibat dalam setiap kegiatan batik. Agar pertanyaan lebih sistematis, peneliti menggunakan pedoman wawancara. Peneliti juga berkesempatan mengamati semua kegiatan dalam proses pembatikan, bahkan tinggal di salah satu UKM batik. Dengan tinggal di lokasi UKM batik, peneliti mampu membina rasa saling percaya dan hubungan dengan hampir semua karyawan yang ada di ketiga UKM batik. Hal ini terbukti memberikan kontribusi yang sangat besar bagi informasi yang diberikan oleh para responden. Semua wawancara direkam di kaset.

Analisis Data

Proses analisis dalam metodologi *grounded theory* dimulai dengan proses penyandian (*coding*) data hasil wawancara yang telah ditranskripsi menjadi teks. Strauss (1987) mendefinisikan penyandian (*coding*) sebagai istilah umum untuk konseptualisasi data. Terdapat beberapa jenis penyandian antara lain penyandian terbuka (*open coding*), penyandian aksial (*axial coding*), dan penyandian selektif (*selective coding*). Penyandian terbuka adalah proses dimana konsep diidentifikasi dan fitur dan dimensi ditemukan dalam data. (Strauss & Corbin 1990:101). Dalam penyandian terbuka, data dipecah menjadi bagian-bagian diskrit, diteliti dengan seksama dan dibandingkan untuk kesamaan atau perbedaan. Penyandian aksial adalah proses yang merelasikan kategori-kategori kepada sub-kategori. Penyandian selektif adalah proses integrasi dan menyempurnakan teori yang dihasilkan. (Strauss & Corbin 1990:143). Kategori-kategori yang dihasilkan dalam penyandian terbuka dan aksial diintegrasikan secara sistematis untuk membentuk skema yang lebih besar, yang merupakan bentuk teori.

Untuk membantu mempercepat proses analisis data, peneliti menggunakan aplikasi ATLAS.ti.

4. Hasil dan Pembahasan

Struktur dan Manajemen UKM Batik Sragen

UKM batik Sragen tidak memiliki struktur dan manajemen organisasi yang jelas atau bahkan tidak memiliki struktur sama sekali. UKM batik Sragen merupakan perusahaan keluarga, dengan pemilik sebagai pimpinan organisasi tertinggi. Dari tiga UKM batik yang diteliti, ketiga UKM batik tidak memiliki struktur formal, tetapi lebih bersifat fungsional dimana pemilik UKM batik dibantu oleh Carik batik dan Kepala Bagian Produksi. Carik batik menjalankan fungsi untuk mengawasi para pembatik, seperti memberikan tugas, memeriksa kualitas, dan menilai upah yang harus dibayar. Kepala bagian produksi bertugas dalam bagian pencampuran dan pencelupan warna. Orang yang terakhir ini sering merangkap sebagai bagian umum.

Budaya dan Iklim Organisasi

Untuk konteks organisasi seperti UKM batik, budaya dan iklim organisasi sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai dari pemilik UKM. Budaya organisasi dalam perusahaan keluarga dibangun oleh nilai-nilai keluarga. Seperti disampaikan oleh Barney (1986), dalam perusahaan keluarga, nilai keluarga menjadi nilai budaya perusahaan. Dalam konteks organisasi seperti ini, interaksi nilai keluarga dengan manajemen perusahaan memberikan sumberdaya unik yang membangun budaya tersebut. Karakter keluarga seperti saling ketergantungan, stabilitas, loyalitas, pengaruh tradisi pada orientasi kewirausahaan seperti otonomi, penghindaran risiko dan inovasi, konserfatif, orientasi jangka panjang, lambat berkembang, kurang reaktif terhadap perubahan pasar dan pengambilan keputusan, memiliki kontribusi terhadap konstruksi perusahaan dan mempengaruhi kinerja perusahaan (Susminingsih, 2013).

UKM batik Sragen dijalankan oleh pemilik UKM. Kebanyakan pemilik, suami atau isteri, mendominasi seluruh aspek manajerial organisasi. Gaya kepemimpinan mereka lebih condong kearah kepemimpinan paternalistik dimana kekuasaan organisasi yang mereka miliki digunakan untuk mengontrol dan melindungi staf bawahan yang diharapkan untuk setia dan patuh. Seperti dikatakan oleh Otken dan Cenci (2011, hal.1), kepemimpinan paternalistik merepresentasi hubungan hirarkis dimana seorang pemimpin memandu kehidupan

profesional dan pribadi dari bawahan dengan cara yang menyerupai orang tua. Pendiri biasanya tidak suka mendelegasikan otoritasnya, dan perusahaan mereka biasanya terpusat dan dikendalikan oleh keyakinan pendirinya. Hal ini menunjukkan bahwa pendiri sebagai pemimpin dan pendekatan-pendekatannya terkait dengan nilai-nilai mereka (Burnes & Todnem, 2011, hal.1)

Budaya Saling Percaya dalam UKM Batik

Dari hasil penelitian di tiga UKM batik Sragen, tidak ditemukan hambatan bagi karyawan untuk berbagi pengetahuan, baik antara pemilik dengan karyawan, maupun antara karyawan dengan karyawan lain. Orang dengan sukarela bersedia menjawab pertanyaan yang ditanyakan atau bersedia membantu memberikan saran bila diperlukan. Budaya dan iklim organisasi tidak menghalangi orang untuk berbagi pengetahuan mereka baik di tempat kerja maupun dalam pekerjaan yang dibawa pulang (sanggan).

Pemilik UKM memiliki keyakinan penuh terhadap karyawan mereka untuk mengerjakan pekerjaan mereka, dan tidak ada ketakutan dalam berbagi pengetahuan atau berdiskusi dengan karyawan mereka. Bahkan sampai pada tingkat tertentu, hampir tidak ada rahasia yang disembunyikan baik oleh pemilik maupun oleh karyawan. Segala aspek berkenaan dengan proses produksi bahkan pemasaran batik hampir sepenuhnya bersifat transparan sehingga bisa diketahui dengan mudah. Berikut ini adalah petikan wawancara dengan bapak SR, Penanggung Jawab Pabrik di UKM batik SW. Petikan wawancara ini menunjukkan bagaimana sikapnya terhadap berbagi pengetahuan. Bapak SR bersedia membimbing karyawannya agar bila ia tidak ada, ada yang bisa menggantikannya membuat warna yang diminta.

Peneliti: “ Disini bapak ditunjuk sebagai penanggung jawab warna ya pak, apakah ada orang lain selain bapak?”

Pak SRt:” Saya membimbing karyawan saya, sehingga seandainya saya sibuk bisa ada yang mengganti.”

Selain UKM batik SW, peneliti juga mewawancarai Ibu K pemilik UKM batik BD. Iklim organisasi di UKM batik BD memungkinkan karyawan mencoba-coba menemukan warna

kimia yang diminta. Campuran untuk zat pewarna kimia memiliki komposisi yang agak sulit dari pada warna alam. Kesalahan komposisi akan menghasilkan warna yang berbeda. Iklim organisasi memungkinkan karyawan belajar untuk kompeten dalam mencampur warna.

Selain mencampur warna, peneliti juga bertanya tentang bagaimana UKM BD belajar mencabut warna. Proses cabut warna memiliki tingkat kesulitan yang tinggi. Dari hasil wawancara dengan Ibu K diketahui bahwa UKM batik BD mampu melakukan hal itu dengan mengundang pakar. Namun pakar hanya memberikan resep saja, mereka harus mencoba-coba sendiri. Selain itu, resep yang diberikan oleh pakar seringkali tidak begitu akurat. Sesudah beberapa kali mencoba baru mereka menemukan komposisi yang tepat.

Dari keterangan ini dapat disimpulkan bahwa ketrampilan dalam UKM batik tidak bisa hanya bersandar pada pakar yang memberikan atau mentransfer pengetahuan, tetapi juga sangat tergantung pada karyawan mencoba-coba sendiri. Untuk karyawan dapat leluasa mencoba, sangat diperlukan iklim organisasi yang ikut menunjang dan mendorong situasi itu terjadi. Pemilik UKM harus bersedia menyediakan fasilitas, seperti pakar, fasilitas dan biaya untuk melakukan eksperimen.

Berbagai instansi luar sering menyediakan pelatihan bagi UKM batik, seperti membatik, warna atau manajemen. Namun tergantung pada bagaimana tanggapan UKM batik terhadap tawaran pelatihan tersebut. Persepsi UKM batik terhadap suatu pelatihan sangat mempengaruhi tanggapan UKM batik untuk mengirimkan karyawannya dalam pelatihan. Persepsi UKM batik biasanya dipengaruhi oleh biaya pelatihan dan manfaat dari pelatihan tersebut bagi kinerja perusahaannya. Persepsi mereka seringkali dipengaruhi juga oleh pengalaman mereka sebelumnya dalam mengikuti pelatihan yang sama.

Kesediaan karyawan UKM batik secara sukarela berbagi pengetahuan mereka dengan orang lain tidak terlepas dari nilai-nilai budaya yang mereka yakini. Budaya Jawa yang dianut baik oleh pemilik dan karyawan tercermin dari sikap toleransi di antara pemilik terhadap karyawan dan diantara karyawan sendiri. Salah

satu falsafah Jawa yang melekat dalam alam pikiran karyawan adalah menjaga keharmonisan dengan sesama dan lingkungan kerja. Wawancara dengan Pak W, kepala produksi di UKM batik AD, memberikan contoh bagaimana budaya mempengaruhi orang berbagi pengetahuan. Pak W membandingkan budaya di Sulawesi Selatan dengan di Sragen. Menurut pengalaman Pak W meskipun ada banyak pabrik batik di Sragen, namun mudah mendapatkan informasi karena orang tidak merasa ada masalah dalam berbagi informasi atau pengetahuan. Orang bersedia berbagi pengetahuan berdasarkan nilai-nilai individu bahwa *rejeki itu ada yang mengatur*.

Budaya organisasi juga tergantung pada pemilik UKM. Pemilik menentukan apa yang boleh dan tidak boleh terutama untuk motif yang dibuat. Namun ada kebebasan bagi pembatik untuk berkreasi sendiri mengisi bagian-bagian kosong dari motif utama. Contoh petikan wawancara dengan Pak M, pemilik UKM batik AD:

“Seperti sudah saya sampaikan, seluruh desain motif itu saya yang menentukan. Antara ini dan ini sudah dipadukan, tapi saya lihat kok jadinya kurang bagus, ooo, ini dihilangkan saja, atau mungkin ditambah, atau diganti saja. “Tetapi kalau saya sendiri yang harus mengerjakan menggambar dengan pensil, saya tidak mampu, tidak bisa. Masalahnya itu, kerjaan tidak mungkin dipegang hanya oleh satu orang. Kita semua memiliki keahlian sendiri-sendiri. Ada yang ahlinya menggambar, membuat obat, atau meracik obat. Selain itu, batik itu tidak semua diisi oleh desainer atau tukang gambar. Ada yang diisi oleh pembatik. Jadi tidak harus saya tentukan. Misalkan daun itu isinya harus apa, para pembatik memiliki kebebasan mengisinya.” “Jadi mereka harus kreatif juga. Kalau bentuknya daun, isiannya bisa berbeda-beda. Misalkan ekor burung itu bisa ada yang jelek dan ada yg baik. Itu semua hanya menyerupai saja, tidak harus nyata. Kalau ada yang protes, daun ini kok warnanya merah, ya terserah, itu kreatifitas kita, tapi malah banyak juga yang suka seperti itu.”

Persepsi pemilik tentang sesuatu tren batik sangat menentukan apakah UKM itu akan ikut

memproduksi batik dengan motif seperti itu atau tidak. Sebagai contoh, pernyataan dari salah satu pemilik UKM batik menyangkut tren baru di pasaran, seperti jarik atau batik sepakbola:

“...kadang ikut, kadang tidak. Kalau tidak ikut karena biasanya kreasi baru itu cepat sekali menyebar, bukan hanya satu pabrik saja yang akan buat, tetapi pada akhirnya semua ikut membuatnya. Sekali motif baru keluar, terus populer. Akhirnya mungkin dari pengrajin lain ingin membuatnya. Akhirnya semua ikut membuatnya, seperti jarik misalnya, hampir sebagian besar UKM batik di Kliwonan dan Pilang membuatnya.”

Bahkan persepsi pemilik ikut menentukan apakah membatik itu membutuhkan pengetahuan khusus atau tidak. Petikan di bawah ini menunjukkan contoh persepsi seorang pemilik UKM batik:

“.... kalau batik ini mungkin tidak harus ada pengetahuan khusus, orang bisa belajar secara otodidak dan trampil dengan sendirinya. Untuk membatik itu orang cukup datang ke dalam lingkungannya, seperti Kliwonan, Pilang, atau Jantran, dan dengan hanya melihat mereka langsung bisa.”

Fasilitas kerja dalam UKM batik disediakan hanya untuk proses membatik. Fasilitas lain yang dianggap kurang relevan tidak tersedia. Sebagai contoh, kebanyakan UKM batik bahkan tidak memiliki website sendiri. Fasilitas Internet biasanya hanya dimiliki oleh pemilik UKM untuk mencari berita. Selain itu, kualitas hubungan komunikasi telepon kurang baik di daerah Masaran, membuat akses terhadap internet sangat terbatas.

Interaksi antar karyawan lebih bersifat tatap muka. Kebanyakan karyawan bahkan tidak memiliki *handphone*. Hanya orang-orang tertentu seperti supervisor (Carik Batik) yang memiliki peralatan ini dan mampu berkomunikasi jarak jauh dengan pemilik UKM.

Tempat kerja karyawan berupa ruang terbuka dimana karyawan dapat berinteraksi satu sama lain dalam suasana yang informal. Tak ada sikap kompetisi diantara karyawan untuk mendapatkan jabatan tertentu, karena memang tidak tersedia posisi seperti itu. Namun untuk karyawan borongan, upah berdasarkan jumlah potongan batik yang dihasilkan memicu mereka untuk

menghasilkan lebih banyak. Namun insentif ini tidak sampai menimbulkan sikap persaingan di antara mereka.

Nilai-nilai budaya Jawa tercermin dari sikap toleransi pemilik terhadap karyawan dan diantara karyawan sendiri. Keharmonisan dengan sesama dan dengan lingkungan kerja merupakan salah satu falsafah yang melekat dalam alam pikiran pemilik dan karyawan. Hal ini menimbulkan sikap toleransi dan tenggang rasa di antar pemilik dan karyawan dan kesediaan menolong.

Karakteristik Individu

Aras pendidikan rata-rata karyawan rendah. Jarang ada karyawan batik dengan tingkat pendidikan lulus SMU. Kondisi keluarga ekonomi orangtua mereka saat mereka kecil tidak mampu membiayai pendidikan mereka. Mereka kemudian terjun menolong orangtua mereka dengan ikut membuat batik, yang kemudian menjadi profesi utama mereka sampai sekarang.

Kebanyakan karyawan batik didominasi oleh mereka yang sudah berumur di atas 40 tahun. Hal ini menjadi keprihatinan banyak pihak, karena menguatkirkan keberlangsungan usaha batik Indonesia. Kebanyakan anak muda saat ini lebih suka bekerja di sektor lain yang lebih memberikan upah lebih besar. Selain itu, bekerja di sektor batik dianggap memiliki keterbatasan sosial yang tidak menunjang anak muda untuk mendapatkan jodoh mereka.

Pengalaman membuat batik sejak kanak-kanak memberikan bukan saja ketrampilan, tetapi juga keyakinan diri atas kemampuan membuat batik mereka. Pengalaman seperti itu, tidak terbatas pada anak-anak perempuan, tetapi juga pada anak laki-laki. Namun anak laki-laki lebih cenderung bekerja dalam bidang warna atau pencelupan dari pada sebagai pembatik. Hal ini karena membuat batik membutuhkan ketelitian dan kesabaran yang tinggi, yang lebih cocok oleh karyawan perempuan daripada karyawan laki-laki.

Meskipun demikian, tidak semua anak perempuan mampu mencapai ketrampilan batik tulis halus. Batik tulis halus membutuhkan bukan hanya ketelitian, kerapihan dan kesabaran tinggi,

tetapi juga ketrampilan kreatif. Kebanyakan pembatik telah cukup puas hanya dengan melakukan pekerjaan menolet motif batik. Pekerjaan seperti itu tidak membutuhkan ketrampilan tinggi, karena hanya mengisi bagian kosong dengan lilin (malam).

Dari hasil wawancara, pengalaman sejak kecil atau melalui bekerja di tempat UKM lain, telah melahirkan Pemilik UKM batik seperti AD dan SW. Mereka memulai belajar membuat batik sejak mereka kecil. Mereka kemudian menimba ketrampilan lebih besar dengan bekerja di UKM lain. Ketrampilan dan pengalaman yang mereka peroleh kemudian menjadi modal awal mereka untuk memulai usaha batik mereka sendiri. Dari pengalaman, mereka lebih menekankan pada magang sebagai cara untuk berbagi pengetahuan. Mereka melatih seseorang dengan harapan pada gilirannya orang tersebut bersedia melatih orang lain untuk membantu meringankan pekerjaan mereka.

Hal seperti itu terjadi bukan saja pada karyawan internal yang bekerja berdasarkan upah harian, tetapi juga bagi karyawan yang bekerja berdasarkan upah borongan yang membawa sanggan ke rumahnya. Dalam rangka untuk meningkatkan pendapatan mereka, para pekerja borongan ini kemudian melatih anggota keluarganya atau tetangganya dengan ketrampilan membuat batik. Makin banyak orang yang mampu dilatihnya akan membuat makin banyak kerja borongan yang dapat dibawa pulang oleh seorang pekerja borongan, dan oleh karena itu akan makin menambah pendapatnya. Selain itu, pekerja borongan ini kemudian berubah dari sekedar seorang pekerja borongan, menjadi majikan bagi karyawannya sendiri. Ketika seorang pekerja borongan kemudian merasa ia sudah mampu memiliki modal serta kemampuan untuk memasarkan, ia kemudian dapat membangun UKM batiknya sendiri.

Dari kenyataan ini dapat disimpulkan bahwa berbagai karakteristik individu, seperti sikap, pengalaman, dan motivasi insentif, ikut secara bersama-sama mempengaruhi individu dalam berbagi pengetahuannya. Pengalaman membuat seseorang memiliki keyakinan untuk berbagi pengetahuan kepada orang lain seperti melalui pemberian latihan atau magang. Pengalaman juga membuat seseorang mampu untuk menilai dan

menentukan kualitas dari suatu pekerjaan yang sangat dihargai orang lain, terutama ketika ia berusaha untuk suatu ketika dapat membangun usaha sendiri.

Motivasi insentif, menjadi salah satu daya tarik untuk berbagi pengetahuan, terutama dengan orang lain di lingkungan keluarganya. Motivasi upah borongan membuat seseorang pembatik borongan berupaya melatih pembatik baru. Karena upah meningkat sejalan dengan kualitas pekerjaan yang makin rapi dan bagus, maka para pekerja borongan berupaya meningkatkan ketrampilan mereka sendiri dan karyawan rumahan mereka untuk menyesuaikan dengan kriteria perusahaan dan insentif yang dijanjikan. Perspektif motivasi bercampur keyakinan normatif untuk menghasilkan norma subyektif. Makin tinggi prospek untuk mendapatkan tambahan pendapatan melalui kerja borongan, makin banyak upaya yang dilakukan oleh karyawan borongan untuk menarik dan melatih pembatik baru.

Karakteristik pendidikan tidak menjadi kendala dalam berbagi pengetahuan. Kebanyakan karyawan atau bahkan pemilik UKM batik tidak memiliki pendidikan yang tinggi. Hal ini dikarenakan industri batik adalah industri kerajinan yang lebih mengandalkan ketrampilan dan bukan kualifikasi akademik formal. Rata-rata tingkat pendidikan karyawan batik sebatas SMP dan hanya sebagian kecil yang memiliki pendidikan SMA. Mereka yang memiliki pendidikan lebih tinggi, seperti SMA, dan terutama anak-anak muda saat ini lebih cenderung untuk bekerja di pabrik dari pada di sektor batik. Bekerja di sektor batik dianggap tidak memberikan cukup sosialisasi terutama dalam mendapatkan jodoh, dibandingkan dengan di pabrik yang memiliki karyawan yang besar dan bervariasi. Sektor batik lebih banyak didominasi oleh karyawan berusia pertengahan umur atau lanjut. Selain itu, dari segi pendapatan, pabrik lebih memberikan pendapatan yang lebih baik dari pada bekerja di sektor batik.

Dari segi usia, rata-rata karyawan batik berumur di atas tiga-puluhan, bahkan kebanyakan di atas 40-an. Mereka kebanyakan wanita dengan tingkat pendidikan yang rendah (SMP). Hal ini terjadi karena kondisi ekonomi keluarga yang tidak mendukung saat mereka masih kecil. Untuk

menambah pendapatan keluarga, mereka ikut membatik, membantu ibu mereka yang membawa sanggan ke rumah. Pada umur belasan tahun mereka kemudian menikah, sehingga ketrampilan membatik menjadi profesi yang ditekuni seumur hidup mereka.

Dari sikap, tidak ada kendala bagi individu untuk berbagi pengetahuan dengan orang lain. Pada umumnya hampir semua karyawan bersedia memberikan keterangan bila diminta. Membatik bagi mereka bukan sesuatu yang perlu disembunyikan. Mereka tidak merasa terancam kehilangan pekerjaan dengan kemungkinan orang lain mengetahui cara membatik. Sikap mereka berakar dalam falsafah Jawa yang mereka yakini bahwa semua rejeki di atur oleh Tuhan. Tidak ada orang yang dapat merampas rejeki orang lain, semua sudah memiliki rejeki masing-masing.

Selain itu, tidak ada unsur membanggakan diri dalam berbagi pengetahuan. Mereka tidak merasa mendapatkan kewibawaan melalui berbagi pengetahuan kepada orang lain, karena dalam falsafah Jawa yang mereka anut kewibawaan seseorang tidak berasal dari “kesaktian” (kemampuan) tetapi lebih kepada keluhuran budi orang tersebut. Falsafah Jawa yang mereka anut adalah “*Sugih Tanpa Bandha, Digdaya Tanpa Aji, Menang Tanpa Ngasorake*” (Kaya tanpa kekayaan, kebal tanpa kekuatan gaib, menang tanpa mengalahkan). Inti dari falsafah ini adalah bahwa seseorang hendaknya senantiasa mempunyai itikad yang baik dan berbudi luhur. Sikap yang seperti ini akan sangat disenangi serta dihormati di berbagai kalangan. Dalam pandangan hidup orang Jawa, tak ada pemisahan antara pengetahuan dan kepentingan. Pengetahuan dalam perspektif orang Jawa hanyalah penalaran dari kehidupan sehari-hari yang menuju ke suatu titik tertentu dalam kehidupan manusia, karena penalaran hanyalah titik awal mencapai kebijaksanaan sejati (Kresna, 2012).

Dukungan Manajemen

Beberapa persepsi manajemen yang mendukung berbagi pengetahuan diberikan oleh pemilik UKM batik SW. Pertama, berbagi pengetahuan itu perlu, karena batik akan punah kalau orang tidak mau berbagi. Kedua, dengan berbagi, ketrampilan orang lain dapat

dimanfaatkan untuk bekerja pada perusahaannya. Persepsi pertama menunjukkan keprihatinan makin menurunnya jumlah angkatan kerja muda yang mau bekerja dalam industri batik, dan rasa tanggungjawab untuk terus melanggengkan batik di tanah air. Persepsi kedua menunjukkan unsur keuntungan bersama, dan bukan sekedar eksploitasi keuntungan bagi diri sendiri. Kedua persepsi itu tercermin dalam petikan wawancara di bawah ini:

Peneliti: "Ibu memiliki pengetahuan banyak tentang batik, menurut ibu perlu dibagikan kepada orang lain?"

Ibu W: "Ya perlu, bagi saya perlu. Orang yang tidak tahu, tetapi kalau mau belajar saya beri tahu. Kalau ingin tahu, tetapi tidak diberi tahu, ilmu diri sendiri, ya lama kelamaan batik menjadi punah. Siapa saja yang mau belajar saya beri tahu, saya jelaskan terus, ayo. Ada satu kampung di Sragen yang mau belajar batik, kalau mau, siapkan tempat. Nanti makan saya yang sediakan. Nanti yang belajar batik itu ada 25 orang. Ya, saya mau. Orang-orang yang nolet di tempatku, benar-benar tidak mengerti batik, terus pelan-pelan saya beri pekerjaan tolet, nanti dbietulkan disini, karena dia belum bisa membatik. Mereka mau belajar batik, karena hanya mengganggu. Ibu rumah tangga kadang ingin memiliki kesibukan. Saya beri toletan, ternyata tolet itu tidak bisa mencakup 25 orang. Disini saya sudah memiliki tenaga, kalau ditambah tenaga disana lagi ya, tidak bisa. Tetapi nanti saya beri ide batik pelan-pelan, ada tahap-tahapnya. Jadi tidak bisa membatik langsung halus, tidak bisa. Pertama itu harus melenturkan tangan dulu."

Peneliti: "Jadi selain tujuannya supaya batik tidak musnah, tenaga itu untuk dimanfaatkan?"

Ibu W: "Ya menghasilkan untuk saya. Dia juga dapat bayaran. Dia sekolah tetapi dapat bayaran. Dimanfaatkan tenaganya supaya bisa membatik."

Dari petikan wawancara di atas terlihat bahwa persepsi berbagi pengetahuan dari pemilik itu kemudian direalisasi secara konkrit dalam aktifitas. Dari persepsi menjadi niat untuk berbagi pengetahuan. Kemudian dari sekedar niat diimplementasi secara real melalui

pemberian pelatihan, ide-ide, praktek bahkan fasilitas seperti biaya makan, pekerjaan dan serta insentif pembayaran.

Persepsi seperti yang ditampilkan oleh pemilik UKM SW itu timbul dari tekanan sosial, pertama tekanan ketersediaan tenaga tidak terampil yang mengganggu, namun memiliki kemauan untuk bekerja dalam batik. Kedua, ada kecenderungan penurunan minat bekerja dalam industri batik oleh generasi muda. Ketiga, ada keinginan untuk terus mempertahankan bisnis dan budaya batik sebagai bagian dari bisnis dan tanggung jawab budaya.

Namun petikan wawancara di atas juga menunjukkan bahwa niat sering harus berhadapan dengan masalah yang harus diatasi. Masalah utama adalah bahwa jumlah tenaga pembatik di tempatnya saat, terutama pembatik pemula, telah tersedia dalam jumlah cukup. Namun ada komitmen tinggi pemilik UKM SW yang terlihat dari keinginannya untuk memberikan ide-ide batik dan secara bertahap meningkatkan ketrampilan pembatik pemula tersebut.

Persepsi lain dari pemilik SW dalam berbagi pengetahuan adalah keinginan untuk melepaskan ketergantungan proses-proses pembatikan kepada pihak luar, seperti dalam bidang warna. Warna alam sering lebih disukai oleh konsumen batik karena dianggap tidak mencemari lingkungan dan memanfaatkan sumberdaya lokal. Harga kain batik dengan warna alam juga jauh lebih mahal dari warna-warna kimia. Penguasaan teknologi warna alam dipersepsi sebagai sesuatu yang wajib bukan saja untuk melepaskan ketergantungan pada pihak luar, tetapi juga untuk menambah keuntungan perusahaan. Di bawah ini adalah petikan wawancara dengan pemilik UKM SW:

Ibu W : „.... begini, kami memiliki pangsa pasar, tapi kalau kami terus mengambil dari orang lain, untungnya akan berkurang. Kalau kami mengambil dari orang lain, kami tidak bisa memastikan apakah minggu ini jadi 100 atau 200. Kami bisa membatik, tetapi hanya pewarnaan saja yang tidak. “

Peneliti: „Bagaimana caranya? “

Ibu W: „Bertanya kepada pakar warna alam. Bagaimana membuat obat warna alam? Dia mengajarkan ini sekian, yang ini sekian,

teges sekian, jambal sekian, tini sekian, direbus sampai air turun satu jengkal, untuk pencelupan berkali-kali, sesudah itu terus dikancing (diperkuat) dengan jeruk, gula pasir, tawas dicampur air kapur. ”

Dari petikan wawancara ini terlihat dukungan manajemen untuk berbagi pengetahuan. Hal itu ditunjukkan melalui pemanggilan pakar luar. Selain itu, pemilik UKM juga bersedia menanggung resiko gagal dengan memberikan kesempatan karyawan melakukan eksperimen menggunakan bahan warna dan kain mori.

Hal yang sama ditunjukkan oleh pemilik UKM Batik BD. Tujuan UKM BD memanggil pakar menyangkut proses cabut warna. Namun pakar yang bersangkutan hanya menjual resep saja. Untuk mencoba proses tersebut mereka harus menanggung kegagalan beberapa kali.

Persepsi lain yang terdapat dalam UKM batik berkenaan dengan rejeki. Tidak ada keberatan untuk berbagi pengetahuan karena ada persepsi bahwa apapun bisa ditiru, tetapi rejeki tidak bisa ditiru. Persepsi ini timbul dari falsafah Jawa bahwa rejeki itu ada yang mengatur atau rejeki itu tidak mungkin tertukar (*Rejeki niku Gusti Allah sing ngatur. Mboten usah ngoyo lan nggersulo*).

Falsafah Jawa yang jauh lebih mendalam berkenaan dengan rejeki tak bisa ditukar adalah sikap *nrima* (*nrimo*). Sikap *nrima* bisa diartikan menerima segala sesuatu dengan ikhlas, yang dibarengi dengan kesadaran sebagai makhluk yang diciptakan Tuhan. Sikap hidup *nrima* ini dapat juga berarti sikap puas dengan nasibnya, tidak memberontak, menerima dengan rasa terima kasih. Sikap *nrima* dijelaskan oleh (Endraswara, 2003) sebagai berikut:

“Nrima tak berarti mandeg, tanpa upaya gigih. Nrima hanya sandaran psikologis. Namun, di balik itu tetap berpedoman ana dina ana upa, obah mamah. Artinya, jika masih ada hari, rejeki tentu ada, dan setiap orang yang mau bekerja tentu akan meraih rejeki. Bahkan orang Jawa selalu berpedoman golek pangan sewu dalane, artinya, banyak jalan untuk mencari rejeki yang halal. Pendek kata, melalui nrima dan usaha (kupiya) maka keberuntungan (kabegjan) akan datang. Apabila nrimo tersebut disertai pasrah sumarah, maka

sangat mungkin kabegjan datang dengan sendirinya” (Endraswara, 2003: 214).

Selain dukungan manajemen dalam berbagi pengetahuan, ada juga norma yang mengatur bagaimana individu berinteraksi. Norma memainkan peranan penting dalam penciptaan, berbagi, dan penggunaan pengetahuan. Norma-norma sangat mendukung perilaku yang diperlukan untuk memulai dan mempertahankan berbagi pengetahuan (De Long dan Fahey, 2000; McDermott dan O'Dell, 2001).

Karyawan sering termotivasi secara ekstrinsik ketika kepuasan tidak terletak pada isi dari kegiatan itu sendiri (Ko, Kirsch & King, 2005). Sebagai contoh, kompensasi memotivasi karyawan untuk bertindak dengan cara tertentu. Insentif moneter ini memberikan kepuasan independen tidak langsung dari kegiatan itu sendiri. Motivasi ekstrinsik berhubungan dengan penghargaan, norma resiprositas dan subyektif. Penghargaan merupakan kompensasi untuk kontribusi kepada organisasi. Untuk mendorong berbagi pengetahuan melalui mekanisme tertentu, organisasi menyediakan berbagai bentuk penghargaan seperti peningkatan gaji, bonus, keamanan kerja, atau promosi (Ba, Stallaert & Whinston, 2001).

Norma resiprositas adalah aturan sosial yang mempertahankan, antara lain, bahwa orang harus mengembalikan kebaikan atau perbuatan baik lainnya (Burger et al, 2009). Resiprositas mengacu pada harapan kontributor pengetahuan bahwa kontribusi mereka saat ini akan menyebabkan permintaan pengetahuan akan datang dipenuhi. Suatu norma resiprositas positif adalah harapan sosial pada umumnya dimana orang yang membantu orang lain dapat mengharapkan umpan balik positif, seperti hadiah, pujian, pinjaman, atau referensi kerja. Resiprositas positif mengharapkan umpan balik positif juga. Sebaliknya, norma resiprositas negatif merupakan respon individu terhadap perlakuan yang buruk. Norma subyektif adalah persepsi seseorang bahwa orang-orang yang penting baginya berpikir bahwa dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang bersangkutan (Ajzen, 1991).

Salah satu insentif yang memberikan dampak dalam kesediaan orang berbagi pengetahuan adalah pemberian upah berdasarkan harian dan

borongan. Upah berdasarkan harian diberikan kepada karyawan yang bekerja di tempat kerja SW. Karyawan dibayar harian adalah karyawan yang bekerja di bagian warna, showroom, dan pembatik. Sedangkan mereka yang dibayar borongan adalah para pembatik yang membawa *sanggan* untuk dikerjakan di rumahnya.

Ketika orangtua membawa bahan batik untuk dibatik di rumahnya, maka ia kemudian mengajak anggota keluarganya untuk ikut membantunya menyelesaikan pekerjaan. Dengan perkataan lain ia membina ketrampilan anggota keluarganya untuk menguasai ketrampilan membatik. Banyak pembatik yang ada saat ini memulai proses belajar seperti itu. Proses ini bukan hanya terjadi dalam lingkungan keluarga saja, tetapi juga ke lingkungan luar, seperti tetangga atau kenalan. Makin besar jumlah *sanggan* yang dibawa seorang pembatik borongan menunjukkan makin banyak jumlah pembatik yang dimiliki di rumahnya.

Selain insentif jumlah borongan, ada juga insentif mutu. Sebagai contoh, upah pembayaran per potong masih tergantung pada tingkat kerumitan motif serta kehalusan hasil batikan. Sudah tentu untuk melakukan hal tersebut, seorang karyawan borongan harus berkonsultasi dengan Carik batik sebelum membawa bahan batik ke rumahnya. Hal yang sama akan terjadi lagi di rumahnya bila ia menyerahkan bahan itu kepada orang lain. Beberapa motif isian dalam kain yang dibatik sering membutuhkan kreatifitas dari pembatik. Pembatik borongan yang mengalami kesulitan sering harus diberi contoh oleh Carik batik.

Selain insentif berdasarkan upah, terdapat juga insentif fasilitas. Insentif seperti ini diberikan terutama bagi karyawan yang bukan pembatik, seperti karyawan di bagian warna, atau pencelupan yang dibayar harian. Selain itu, ada juga insentif nir-material berupa perhatian, komunikasi yang harmonis, atau fasilitas-fasilitas seperti cicilan sepeda motor tanpa bunga yang dijamin oleh pemilik UKM batik. Semua itu membuat karyawan loyal dan betah bekerja dalam UKM tersebut. Insentif kredit sepeda motor merupakan bagian dari norma repositas positif, yaitu harapan sosial pada umumnya di mana orang yang membantu orang lain

mengharapkan umpan balik positif, seperti hadiah, pujian, pinjaman, atau referensi kerja.

Insentif bisa juga berupa pelatihan. Pelatihan bisa dilakukan di dalam UKM atau dilakukan di luar UKM batik. Pemilik UKM batik lebih menyukai magang internal daripada harus mengirimkan karyawan pelatihan keluar. Menurut mereka, dengan magang mereka telah memberikan pelatihan dan karyawan belajar sambil diberi gaji oleh perusahaan.

Dari berbagai wawancara ditemukan bahwa tujuan utama pemilik memberikan dukungan manajemen adalah untuk menghilangkan ketergantungan pada satu orang. Pemilik merasa bahwa makin banyak karyawan yang bisa melaksanakan sesuatu tugas, makin baik. Alasan utamanya adalah agar ada karyawan lain yang bisa mengambil alih tugas-tugasnya. Selain itu, juga mengurangi peluang seorang karyawan membuat ulah, karena merasa hanya dia satu-satunya yang menguasai sesuatu proses. Pemilik UKM sangat menitik beratkan pada adanya kebersamaan di antara semua karyawan, dan tidak terlalu menyukai hanya satu atau dua orang karyawan yang menonjol. Menjaga kebersamaan merupakan motivasi utama pemilik UKM dalam memberi dukungan manajemen.

Selain untuk menjaga kebersamaan, tujuan lain dari dukungan manajemen adalah agar karyawan betah bekerja dan mau terus bekerja di perusahaannya. Hal ini dilakukan dengan berbagai insentif untuk menghilangkan ketidakpuasan baik dari segi ketrampilan, perhatian dan insentif. Pemilik ingin memiliki ikatan batin dengan karyawan dengan cara menjaga dan memperhatikan kepentingan karyawan. Karyawan juga diharapkan bisa mandiri dan kreatif tidak selalu tergantung padanya. Dengan karyawan yang mandiri dan kreatif, maka akan mengurangi beban waktu dan perhatian dari pemilik.

Prioritas utama dukungan manajemen dalam peningkatan kemampuan karyawan bukan pada pelatihan eksternal tetapi pada magang internal. Persepsi yang melekat dalam pikiran pemilik UKM adalah bahwa pengalaman adalah guru yang terbaik. Pengalaman adalah proses belajar yang terbaik bagi karyawan, karena sambil belajar mereka juga digaji. Persepsi ini menilai tinggi proses belajar dari pengalaman. Selain itu,

untuk mengirim karyawan ke pelatihan di luar memerlukan biaya.

Terdapat pelatihan eksternal yang diberikan oleh berbagai instansi luar. Namun semuanya itu tergantung pada pemilik UKM batik. Persepsi yang sering timbul dalam kalangan UKM terhadap pelatihan tersebut adalah kemanfaatan dari pelatihan dengan kebutuhan UKM batik. Persepsi seperti itu timbul dari pengalaman sebelumnya ketika mengikuti pelatihan sejenis yang mungkin kurang efektif atau kurang mendalam.

5. Kesimpulan

UKM batik Sragen tidak memiliki struktur dan manajemen organisasi yang jelas atau bahkan tidak memiliki struktur sama sekali. Meskipun struktur dan manajemen mereka tidak sebanding dengan organisasi yang sudah mapan, namun terdapat juga faktor-faktor yang mendorong berbagi pengetahuan dalam UKM batik. Pertama adalah faktor budaya dan iklim organisasi. Budaya dan iklim organisasi mereka tidak menghalangi orang untuk berbagi pengetahuan mereka baik di tempat kerja maupun untuk sanggan yang dibawa pulang. Pemilik UKM memiliki keyakinan penuh terhadap karyawan mereka untuk mengerjakan pekerjaan mereka, dan tidak ada ketakutan dalam berbagi pengetahuan atau berdiskusi dengan karyawan mereka. Budaya Jawa yang dianut baik oleh pemilik dan karyawan tercermin dari sikap toleransi di antara pemilik terhadap karyawan dan diantara karyawan sendiri.

Kedua adalah karakteristik individu. Kebanyakan karyawan memiliki pengalaman membuat batik sejak masih kecil. Pengalaman membuat dimulai dengan membantu orangtua mereka. Aras pendidikan rata-rata karyawan rendah. Jarang ada karyawan batik dengan tingkat pendidikan lulus Sekolah Menengah Atas. Kondisi keluarga yang miskin pada waktu mereka masih kecil membuat orangtua mereka tidak mampu membiayai pendidikan mereka. Mereka kemudian terjun membantu membuat batik yang kemudian menjadi profesi utama mereka sampai sekarang. Karakteristik individu, seperti sikap, pengalaman, dan motivasi insentif, ikut secara bersama-sama mempengaruhi individu dalam berbagi pengetahuannya. Pengalaman

membuat seseorang memiliki keyakinan untuk berbagi pengetahuan kepada orang lain seperti melalui pemberian latihan atau magang. Pengalaman juga membuat seseorang mampu untuk menilai dan menentukan kualitas dari suatu pekerjaan yang sangat dihargai orang lain, Ketiga adalah dukungan manajemen. Dukungan manajemen sangat penting dalam mendorong berbagi pengetahuan. Dukungan manajemen dapat berupa pelatihan, fasilitas, dan dana untuk memberikan kesempatan karyawan melakukan eksperimen.

6. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Koordinator Perguruan Tinggi Swasta Wilayah VI yang telah mendanai riset ini melalui Hibah Doktor dengan kontrak no 001/K6/KL/SP/2013.

7. Acuan

- 1) Ajzen, I. 1988. *Attitudes, Personality , and Behaviour*. Chicago: The Dorsey Press.
- 2) Ajzen, I. 1991. "The theory of planned behavior," *Organizational Behavior & Human Decision Processes* 50(2): 179-211.
- 3) Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- 4) Aribawa, Y. P. Analisis Tenaga Kerja Industri Batik Tulis Lasem di Kecamatan Pancur Kabupaten Rembang. *Skripsi. UMS*. <http://etd.eprints.ums.ac.id/5008/2/E100040005.PDF> Accessed March 12, 2012
- 5) Aslani, F., Mousakhani, M., and Aslani, A. 2012. Knowledge Sharing: A Survey, Assessment and Directions for Future Research: Individual Behavior Perspective. *World Academy of Science, Engineering and Technology* 68 2012.
- 6) Ba, S., J. Stallaert and A. B. Whinston. 2001. "Research commentary: introducing a third dimension in information systems design-the case for incentive alignment," *Information Systems Research* 12(3).
- 7) Bappeda Sragen, 2011. *Sragen Dalam Angka 2011*.
- 8) Barney, J. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive

-
- advantage? *Academy of Management Review*, 11(3), 656–665.
- 9) Blau, P.M. (1964) *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
 - 10) Burger, J. M., Sanchez, J., Imberi, J.E., and Grande, L.R. The norm of reciprocity as an internalized social norm: Returning favors even when no one finds out. *Social Influence*. 2009, 4 (1), 11–17.
 - 11) Burnes, B. and By, R.T. (2011), “Leadership and Change: The Case for Greater Ethical Clarity, *Journal Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-011-1088-2.
 - 12) Cabrera, E. F., & Cabrera, A. (2005). Fostering knowledge sharing through people management practices. *International Journal of Human Resource Management*, 16,720–735.
 - 13) Darmansyah and Soebagyo, D. 2010. Batik Stimulus Ekspor Terhadap Kinerja Perusahaan-Perusahaan Batik. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 11, Nomor 2, Desember 2010, hlm.254-265.
 - 14) Davenport, T.H. and Prusak, L. (1998) *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
 - 15) De Long, D.W., and Fahey, L. (2000), ‘Diagnosing Cultural Barriers to Knowledge Management,’ *Academy of Management Executive*, 14, 4, 113–127.
 - 16) Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley
 - 17) Gouldner, A. (1960) ‘The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement’, *American Sociological Review*, 25: 161–78.
 - 18) Hayati, A. 2007. Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomu dan Budaya Terhadap Kewirausahaan Batik Garutan. Makalah pada *Regional Asia-Pasific Workshop on Women Entrepreneurship Development* 29-30 November 2007, Bali, Indonesia.
 - 19) Kankanhalli, A., Tan, B.C.Y., and Wei, K.K. 2005. “Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation,” *MIS Quarterly* (29:1) 2005 , pp. 113-143.
 - 20) Ko, D. G., I. J. Kirsch and W. R. King 2005. “Antecedents of knowledge transfer from consultants to clients in enterprise system implementations,” *MIS Quarterly*, 29: 59-85
 - 21) Kresna, A.A. 2012. Perspektif Filosofi Psikologis Pribumi: Sebuah Paradigma Baru Bagi Psikologi Jawa. https://icssis.files.wordpress.com/2012/05/1819072011_07.pdf
 - 22) Krauss, S.E. 2005. Research Paradigms and Meaning Making: A Primer. *The Qualitative Report* Volume 10 Number 4 December 2005 758-770
 - 23) Kraus, S., Pohjola, M. and Koponen, A. (2011), “Innovation in Family Firms: an Empirical Analysis Linking Organizational and Managerial Innovation to Corporate Success”, *Review Management Science*. Rev Manag Sci (2011) 6:265–286.
 - 24) Lin, H.F. 2007. Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower* Vol. 28 No. 3/4, 2007 pp. 315-332.
 - 25) Luthans, F. (2003), “Positive organizational behavior: developing and managing psychological strengths”, *Academy of Management Executive*, Vol. 16 No. 1, pp. 57-75.
 - 26) Ma, M., and Agarwal, R. 2007. "Through a Glass Darkly: In formation Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities," *Information Systems Research* (18:1) 2007, pp. 42 - 67.
 - 27) Mathuramaytha , C. 2012. Developing Knowledge-Sharing Capabilities Influence Innovation Capabilities in Organizations – a Theoretical Model. 2012 *International Conference on Education and Management Innovation IPEDR vol.30* (2012) © (2012) IACSIT Press, Singapore.
 - 28) McDermott, R., and O’Dell, C. 2001. ‘Overcoming Cultural Barriers to Sharing Knowledge,’ *Journal of Knowledge Management*, 5, 1, 76–85.
 - 29) Molm, L.D. *Theories of social exchange and exchange networks* . G. Ritzer and B. Smart, Sage, London, 2001, pp. 260-272.
 - 30) Otken, A.B. and Cencki, T. 2011. “The Impact of Paternalistic Leadership on Ethical
-

- Climate: The Moderating Role of Trust in Leader”, *Journal Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-011-1108-2, pp.1-12.
- 31) Rajagopalan, N., Rasheed, A.M.A. and Datta, D.K. (1993), “Strategic decision processes: critical review and future directions”, *Journal of Management*, Vol. 19 No. 2, pp. 349-84.
- 32) Sarantakas, S. (1998). *Social research* (2nd ed.). Melbourne: Macmillan Educational.
- 33) Setyorini, C.T., Pinasti, M., and Rokhayati, H. 2013. Strengthening the Internal Factors of Batik Cluster SMEs in Indonesia: A Case of Six Districts in South - Central Java. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. Vol. 3 No. 1; January 2013.
- 34) Sinaga, S. 2012.Utilisation of intellectual property rights by Indonesian Small and Medium Enterprises: a case study of challenges facing the Batik and Jamu industries. *PhD Thesis*, Univeristy of Wollongong.
- 35) Solopos. Unit Usaha Batik Tumbuh Pesat. *Solopos.com*, 19 Oktober 2012.
<http://www.solopos.com/2012/10/19/unit-usaha-batik-tumbuh-pesat-340303> Akses 1 Agustus 2013.
- 36) Strauss, A. L. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- 37) Strauss, A. L. & Corbin, J. (Eds.) (1997). *Grounded Theory in Practice*. Thousand Oaks:Sage.
- 38) Susminingsih. 2013. Culture and Family Firm Values: Case of Batik Industry. The 2013 IBEA, *International Conference on Business, Economics, and Accounting* 20 – 23 March 2013, Bangkok – Thailand.
- 39) Wang, S., & A. Noe, R. Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20, PP.115–131, 2010.



STIKOM UYELINDO KUPANG

Jalan Perintis Kemerdekaan I -Kayu Putih Kupang-NTT

Telp; 0380-8554500, 85554499, Fax.0380-8554502

Website: <http://www.uyelindo.ac.id>

Website: <http://www.semmau.uyelindo.ac.id>

Email: stikom@uyelindo.ac.id, semmau@uyelindo.ac.id

PROGRAM STUDI :

SISTEM INFORMASI (S1) TERAKREDITASI

TEKNIK INFORMATIKA (S1) TERAKREDITASI

TEKNIK INFORMATIKA (D3) TERAKREDITASI



ISBN 978-602-73628-0-2

