



Apakah Hubungan Kepercayaan Meningkatkan Kinerja Inovasi? Peran Mediasi Berbagi Pengetahuan

Galuh Aprillia¹, Muhammad Ali Fikri^{2*}

¹²Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

*Email: galuhaprillia0@gmail.com¹ muhammad.fikri@mgm.uad.ac.id²

Doi: <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i2.2573>

Diterbitkan oleh Politeknik Piki Ganesha Indonesia

Info Artikel

Diterima :

2025-07-15

Diperbaiki :

2025-07-19

Disetujui :

2025-07-22

Kata Kunci:

Hubungan Kepercayaan;

Berbagi Pengetahuan;

Inovasi Kinerja

ABSTRAK

Sektor ekonomi perusahaan dengan fokus pada penciptaan dan penyaluran produk yang berkaitan dengan kreativitas dan ide memiliki kontribusi dalam menentukan keberhasilan kinerja inovasi. Selain itu, hubungan kepercayaan merupakan landasan terciptanya berbagi pengetahuan antar karyawan sehingga kinerja inovasi meningkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa hubungan kepercayaan dan kinerja inovasi melalui berbagi pengetahuan. Penelitian ini menggunakan metode pengolahan data kuantitatif dengan menggunakan statistik Smart PLS 4.0. Sampel penelitian ini sebanyak 113 responden dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada sektor Batik di Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja inovasi, hubungan kepercayaan secara positif mempengaruhi berbagi pengetahuan, berbagi pengetahuan secara positif mempengaruhi kinerja inovasi, dan berbagi pengetahuan secara positif memediasi pengaruh hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi.

ABSTRACT

The company's economic sector with a focus on the creation and distribution of products related to creativity and ideas contributes to the success of innovation performance. Furthermore, trust is the foundation for knowledge sharing among employees thus improving innovation performance. The purpose of this study is to analyze the relationship between trust and innovation performance through knowledge sharing. This study uses quantitative data processing methods using Smart PLS 4.0 statistics. The sample of this study was 113 respondents from micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the Batik sector in Yogyakarta. The results of the analysis indicate that trust has a positive influence on innovation performance, trust positively influences knowledge sharing, knowledge sharing positively influences innovation performance, and knowledge sharing positively mediates the influence of trust on innovation performance.

Keywords:

Trust Relationship;

Knowledge Sharing;

Innovation Performance

Alamat Korespondensi

: Jl. Letnan Jenderal Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 54311

PENDAHULUAN

Hubungan kepercayaan merupakan keyakinan mitra perusahaan terhadap integritas, kemampuan satu sama lain, serta kemauan untuk mengambil risiko bersama perusahaan demi tujuan bersama (Anderson & Narus, 2018). Hubungan kepercayaan merupakan salah satu elemen utama dalam kemitraan bisnis yang dapat mendorong kinerja inovasi. Dalam hal inovasi, hubungan kepercayaan dapat menciptakan lingkungan yang aman untuk

bereksperimen, mendorong ide-ide baru, dan mengurangi rasa takut akan kegagalan atau penyalahgunaan informasi. Oleh karena itu, hubungan kepercayaan diyakini memiliki pengaruh positif terhadap kinerja inovasi perusahaan (Shan & Zheng, 2023). Hal ini diperkuat oleh penelitian Liu et al. (2022) yang menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan memainkan peran penting dalam menciptakan kolaborasi jangka panjang yang inovatif pada sektor usaha kecil menengah. Dengan demikian, hubungan kepercayaan berperan signifikan terhadap kinerja inovasi.

Selain mendorong inovasi secara langsung, hubungan kepercayaan juga memiliki kontribusi penting dalam mendorong proses berbagi pengetahuan (Rahmatika, 2024). Ketika mitra bisnis perusahaan saling percaya maka proses berbagi informasi, pengalaman, dan pengetahuan strategis cenderung lebih terbuka (Fu & Huo, 2017). Hubungan kepercayaan mengurangi risiko persepsi negatif terhadap potensi penyalahgunaan informasi dan mendorong kolaborasi dalam pertukaran pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah bersama (Brahm, 2016). Penelitian oleh Wahyuni dan Riyanti (2023) menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensi berbagi pengetahuan dalam jaringan mitra perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepercayaan antara mitra maka semakin aktif dan berkualitas proses berbagi pengetahuan dapat terjadi (Shan et al., 2023). Dengan demikian, hubungan kepercayaan berperan signifikan terhadap berbagi pengetahuan.

Berbagi pengetahuan didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi, pengalaman, keterampilan, serta wawasan antara individu atau organisasi yang bertujuan untuk mendukung pencapaian tujuan bersama (Yang et al., 2019; Zaid et al., 2023). Proses ini mencakup pengetahuan eksplisit seperti dokumen, data, dan prosedur maupun pengetahuan tacit seperti intuisi profesional dan pengalaman kerja yang tidak terdokumentasi. Dalam kemitraan rantai pasokan, berbagi pengetahuan memainkan peran fundamental dalam menciptakan kolaborasi yang sinergis dan berorientasi pada peningkatan kapabilitas inovasi perusahaan (Lin & Chen, 2017; Rahmatika, 2024). Prasetyo dan Subagyo (2021) menegaskan bahwa berbagi pengetahuan menjadi faktor kunci dalam mendorong inovasi digital pada perusahaan. Organisasi dengan budaya berbagi pengetahuan yang kuat cenderung lebih fleksibel, adaptif, dan mampu mempertahankan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang (Inkinen, 2016; Delbufalo, 2017).

Namun demikian, temuan riset tidak sepenuhnya konsisten dan beberapa studi menunjukkan hasil yang bertentangan. Kmiecik (2021) menjelaskan berbagi pengetahuan dengan konsep *knowledge donating* berdampak positif terhadap inovasi ide sementara *knowledge collecting* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap realisasi ide. Hal ini diperkuat oleh temuan Pham et al. (2020) yang menjelaskan bahwa tekanan organisasi, kurangnya insentif, serta ketimpangan dalam aliran pengetahuan dapat melemahkan efektivitas berbagi pengetahuan dan justru menciptakan beban kognitif bagi individu. Dengan demikian, terdapat gap riset terkait efektivitas berbagi pengetahuan dalam mendukung inovasi.

Lebih jauh, berbagi pengetahuan juga mendorong sinergi antar pihak yang terlibat baik individu maupun unit organisasi sehingga menghasilkan inovasi yang lebih berkualitas dan relevan dengan dinamika pasar (Yang et al., 2019). Kemampuan untuk menyerap dan

menerapkan pengetahuan eksternal menjadi elemen penting dalam mendukung proses inovasi, baik dalam aspek produk, proses, maupun strategi manajerial (Shan et al., 2023). Sari dan Kurniawati (2022) menunjukkan bahwa proses berbagi pengetahuan berkontribusi signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM sektor tekstil dan batik di Jawa Tengah. Dengan demikian, berbagi pengetahuan bukan hanya sekadar mekanisme transfer informasi tetapi juga menjadi fondasi strategis dalam membangun kapabilitas inovatif terutama dalam menghadapi keterbatasan sumber daya namun memiliki potensi sosial yang tinggi dalam kolaborasi.

Shan et al. (2023) juga menjelaskan bahwa pengaruh hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi tidak hanya bersifat langsung tetapi juga dimediasi secara signifikan oleh berbagi pengetahuan. Artinya, hubungan kepercayaan menjadi efektif dalam mendorong kinerja inovasi jika disertai dengan aktivitas berbagi pengetahuan yang aktif dan berkualitas (Shan et al., 2023). Ketika mitra bisnis yang saling percaya terlibat dalam pertukaran pengetahuan, mendorong perusahaan menciptakan sinergi yang mendorong terciptanya solusi baru, pengembangan produk, dan inovasi dalam proses bisnis (Yang et al., 2019).

Hubungan kepercayaan telah banyak diteliti sebagai faktor penentu dalam memperkuat kolaborasi dan meningkatkan performa inovasi, terutama dalam konteks Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sejumlah penelitian terdahulu mengonfirmasi bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku berbagi pengetahuan dan kinerja inovasi (Liu et al., 2022). Namun, temuan tersebut belum sepenuhnya konsisten di berbagai konteks budaya dan sektor industri. Kmiecik (2021) dalam studinya menunjukkan bahwa bentuk kepercayaan (*trust*) yang berbeda yaitu *vertical trust* (kepercayaan terhadap atasan) dan *horizontal trust* (kepercayaan antar rekan kerja) memiliki dampak yang berbeda terhadap dua jenis perilaku berbagi pengetahuan: *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. Bahkan, penelitian ini menunjukkan bahwa hanya *knowledge donating* yang secara signifikan terkait dengan *idea generation* sementara tidak ada hubungan langsung yang signifikan antara *knowledge sharing* dengan *idea realization*. Lebih jauh lagi, penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara kepercayaan dan inovasi bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh perilaku berbagi pengetahuan.

Perbedaan ini memperlihatkan adanya gap teoritis dan empiris dalam literatur sebelumnya baik dari segi bentuk kepercayaan yang diteliti, konteks budaya dan industri maupun peran mediasi dari berbagi pengetahuan. Dengan demikian, penelitian ini mengisi gap dengan menguji ulang hubungan antara kepercayaan dan kinerja inovasi melalui peran mediasi berbagi pengetahuan dalam konteks yang berbeda yakni UMKM sektor batik di Yogyakarta. Konteks ini unik karena industri batik tidak hanya mengandalkan aspek ekonomi tetapi juga nilai budaya dan kolaborasi sosial yang kental sehingga dinamika kepercayaan dan berbagi pengetahuan dapat berjalan secara khas.

Secara teoretis, fenomena keterkaitan variabel diatas ini dapat dijelaskan melalui pendekatan *resource-based view* (RBV). Teori RBV menyatakan bahwa keunggulan kompetitif jangka panjang organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengelola sumber daya internal yang bernilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan (Barney, 1991). Menurut perspektif RBV, hubungan kepercayaan dan berbagi pengetahuan dipandang sebagai sumber daya tak berwujud yang memenuhi kriteria tersebut. Hubungan kepercayaan

memperkuat hubungan antar organisasi dan mengurangi biaya transaksi (Fu & Huo, 2017) sedangkan pengetahuan yang dibagikan dan diintegrasikan secara efektif mampu meningkatkan kapabilitas inovasi yang sulit ditiru pesaing (Zaid et al., 2023; Utami et al., 2024). Oleh karena itu, kemampuan perusahaan untuk membangun hubungan kepercayaan dan mengelola berbagi pengetahuan menjadi fondasi strategis dalam menciptakan kinerja inovasi yang berkelanjutan (Inkinen, 2016; Liu et al., 2022).

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, termasuk dalam industri kreatif seperti sektor batik. Industri batik di Yogyakarta memiliki peran strategis dalam mendorong perekonomian lokal dan pelestarian budaya nasional. Yogyakarta merupakan salah satu sentra industri batik di Indonesia selain Pekalongan dan Solo sehingga penelitian ini menarik untuk dilakukan. Industri batik di Yogyakarta menyerap sekitar 7.735 tenaga kerja dan menghasilkan nilai produksi tahunan mencapai Rp 162 miliar, menunjukkan kontribusi signifikan terhadap sektor ekonomi kreatif daerah (Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, 2023).

Di Yogyakarta, batik tidak hanya menjadi simbol budaya lokal tetapi juga sumber penghidupan bagi ribuan pengusaha. Namun, dalam menghadapi era digital, globalisasi, dan ketidakpastian pasar, UMKM batik dituntut untuk lebih inovatif agar tetap mampu bersaing (Widodo & Purnomo, 2021). Inovasi tidak hanya meliputi desain motif tetapi juga proses produksi, manajemen distribusi, dan pemanfaatan teknologi informasi (Fitriani & Sugiharto, 2020). Kolaborasi dan kemitraan dalam rantai pasokan menjadi kunci strategis untuk mendukung proses inovasi (Nuraini dkk., 2021). Sebagai salah satu pusat pengembangan batik nasional, Yogyakarta memiliki keunikan dalam mengintegrasikan nilai budaya, kreativitas, dan ekonomi lokal (Wulandari, 2020). UMKM batik di wilayah ini tidak hanya melestarikan nilai tradisional tetapi juga membangun jaringan distribusi dan kemitraan yang luas, menjadikannya sebagai subjek ideal untuk mengkaji hubungan antara kepercayaan, berbagi pengetahuan, dan kinerja inovasi (Khairunnisa & Fitrani, 2014; Handayani dkk., 2022).

Di sisi lain, tantangan signifikan dihadapi UMKM sektor batik dalam mengadopsi inovasi, baik dari sisi teknologi, strategi manajerial, maupun akses terhadap sumber daya pengetahuan. Keterbatasan dalam menjalin kemitraan strategis serta rendahnya kapabilitas dalam memanfaatkan pengetahuan eksternal menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing (Yuliana & Rachmawati, 2021). Nursyamsi dan Anggraini (2023) menyoroti bahwa rendahnya kemampuan manajerial serta kurangnya dukungan dalam ekosistem inovasi menjadi tantangan besar bagi UMKM industri kreatif khususnya batik. Lebih dari itu, karakter sosial dalam industri batik Yogyakarta sangat kental dengan nilai-nilai kekeluargaan dan hubungan interpersonal yang erat, menjadikan hubungan kepercayaan sebagai fondasi penting dalam setiap bentuk kolaborasi (Astuti & Sari, 2023). Oleh karena itu, studi tentang peran hubungan kepercayaan dan berbagi pengetahuan dalam membentuk kinerja inovasi UMKM sektor batik menjadi sangat relevan, baik secara teoritis maupun praktis. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis tetapi juga menjadi masukan kebijakan dan program pendampingan bagi pengembangan UMKM sektor batik di Indonesia secara berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Pengembangan Hipotesis

Menurut perspektif teori RBV, hubungan kepercayaan merupakan sumber daya tidak berwujud yang bernilai dan langka karena menciptakan keunggulan kompetitif melalui hubungan kolaboratif yang sulit ditiru oleh pesaing sehingga berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja inovasi (Barney, 1991; Liu et al., 2022). Hubungan kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam membangun kemitraan yang efektif dalam rantai pasokan. Hubungan kepercayaan tidak hanya menggambarkan keyakinan terhadap integritas mitra tetapi juga kemauan untuk berbagi risiko dan manfaat guna mencapai tujuan bersama (Anderson & Narus, 2018). Hubungan kepercayaan mencerminkan persepsi kredibilitas, kejujuran, dan itikad baik antara mitra, serta kemauan bersama untuk mengambil risiko dan memecahkan masalah secara kolektif (Shin et al., 2020). Ketika hubungan kepercayaan terjalin dengan baik, perusahaan cenderung lebih terbuka dalam berbagi informasi dan pengetahuan yang menjadi bahan bakar utama inovasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi melalui peningkatan komunikasi, kolaborasi dan integrasi pengetahuan antar organisasi (Civelek & Çemberci, 2020; Song et al., 2020). Selain itu, Shan et al. (2023) menegaskan bahwa hubungan kepercayaan antar mitra bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi (mendorong pengembangan produk dan inovasi proses). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis pertama adalah:

H1: Hubungan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi

Dari perspektif teori RBV, hubungan kepercayaan memfasilitasi aliran pengetahuan sebagai aset strategis yang tidak hanya bernilai tinggi tetapi juga sulit ditiru oleh pesaing karena bergantung pada dinamika relasional yang khas dan mendalam antar mitra bisnis (Inkinen, 2016; Civelek & Çemberci, 2020). Hubungan kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam membangun dan memelihara kemitraan bisnis yang efektif, terutama dalam konteks rantai pasokan. Hubungan kepercayaan mencerminkan keyakinan bahwa mitra bisnis memiliki integritas, kompetensi, dan niat baik dalam menjalankan kerja sama jangka panjang (Anderson & Narus, 2018). Bisnis yang dilandasi dengan hubungan kepercayaan, perusahaan cenderung bersedia mengambil risiko bersama, berbagi sumber daya, dan memberikan dukungan strategis untuk mencapai tujuan bersama (Morgan & Hunt, 1994). Lingkungan kolaboratif yang dilandasi hubungan kepercayaan mendorong terciptanya iklim psikologis yang aman bagi individu maupun organisasi untuk bereksperimen dan mencoba pendekatan baru tanpa takut gagal (Handayani dkk., 2022). Selain itu, hubungan kepercayaan menjadi katalisator munculnya ide-ide kreatif, mempercepat adopsi teknologi, dan mendorong pertukaran informasi secara terbuka, yang pada akhirnya memperkuat proses inovasi (Civelek & Çemberci, 2020; Shan et al., 2023). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa hubungan kepercayaan terbukti menjadi faktor penting yang mendorong kesediaan individu atau organisasi untuk membagikan pengetahuan yang bersifat tacit maupun explicit karena informasi tersebut tidak akan disalahgunakan dan akan digunakan secara konstruktif (Nonaka & Takeuchi, 1995; Yaroson et al., 2024). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis kedua adalah:

H2: Hubungan kepercayaan berpengaruh positif terhadap berbagi pengetahuan

Dari perspektif teori RBV, pengetahuan dipandang sebagai aset strategis utama yang menjadi dasar penciptaan nilai dan keunggulan bersaing, sehingga praktik berbagi pengetahuan antar individu maupun organisasi menjadi penentu utama dalam memperkuat kemampuan inovatif perusahaan (Nonaka & Takeuchi, 1995; Grant, 1996; Inkinen, 2016). Berbagi pengetahuan didefinisikan sebagai proses di mana individu atau organisasi secara sukarela menyebarkan, mentransfer dan bertukar informasi, keterampilan, dan wawasan yang dimiliki kepada pihak lain untuk mendukung pencapaian tujuan bersama (Scott-Kennel & Saittakari, 2020). Proses ini mencakup baik pengetahuan explicit seperti dokumen, prosedur, data maupun pengetahuan tacit seperti pengalaman atau intuisi profesional yang bersifat lebih sulit dikodifikasi. Pengetahuan yang dibagikan secara efektif mendorong terciptanya solusi kreatif, pengembangan produk serta inovasi proses yang berkelanjutan (Shan et al., 2023). Selain itu, berbagi pengetahuan juga mendorong terciptanya sinergi antar individu maupun unit kerja yang pada akhirnya menghasilkan inovasi yang lebih berkualitas dan relevan dengan kebutuhan pasar (Nonaka & Takeuchi, 1995; Inkinen, 2016). Dalam praktiknya, organisasi yang memiliki budaya berbagi pengetahuan yang kuat cenderung lebih fleksibel, responsif terhadap perubahan serta mampu mempertahankan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang (Men et al., 2023; Yang et al., 2019). Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas dan kualitas berbagi pengetahuan, semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan kinerja inovasi organisasi (Inkinen, 2016; Jermisittiparsert & Pithuk, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis ketiga adalah:

H3: Berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi

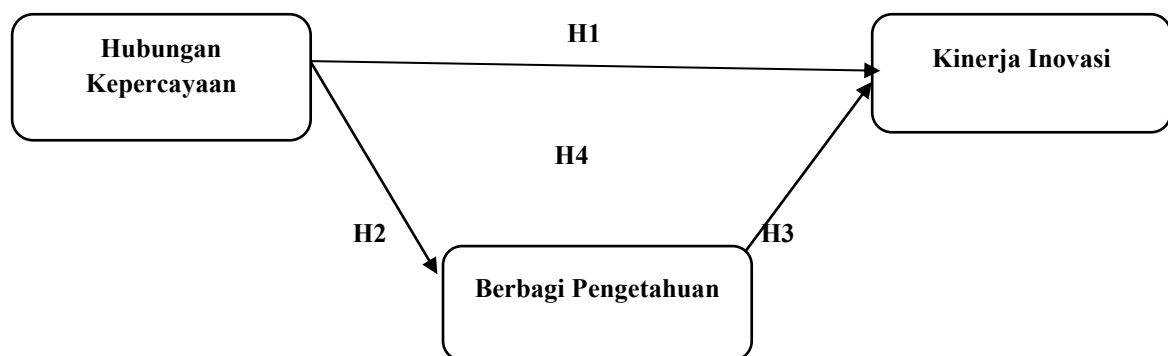
Dari perspektif teori RBV, berbagi pengetahuan bertindak sebagai mekanisme yang mentransformasikan sumber daya relasional berupa hubungan kepercayaan menjadi kapabilitas dinamis yang memperkuat kinerja inovasi sehingga memainkan peran mediasi yang krusial dalam rantai nilai strategis perusahaan (Barney, 1991). Berbagi pengetahuan didefinisikan sebagai pertukaran informasi dan pengalaman yang disertai dengan kemampuan penerimanya untuk menyerap dan menerapkannya (Song et al., 2020; Zaid et al., 2023). Jika dikaitkan dengan hubungan kemitraan rantai pasok, berbagi pengetahuan menjadi landasan utama untuk menciptakan kolaborasi yang saling menguntungkan dan berkelanjutan antar mitra (Baah et al., 2022). Aktivitas ini tidak hanya mendukung efisiensi operasional tetapi juga secara langsung memperkuat kapasitas inovatif perusahaan dengan menyediakan sumber daya intelektual yang dibutuhkan untuk merespons perubahan pasar dan teknologi (Delbufalo, 2017).

Secara khusus, keberadaan hubungan kepercayaan yang tinggi dalam hubungan kemitraan memainkan peran penting dalam mendorong efektivitas berbagi pengetahuan. Hubungan kepercayaan menciptakan lingkungan yang aman secara psikologis bagi mitra untuk terbuka dalam menyampaikan informasi strategis tanpa rasa takut terhadap penyalahgunaan (Brahm, 2016). Hubungan kepercayaan menjadi katalisator bagi proses berbagi pengetahuan yang responsif terhadap dinamika eksternal dan kompleksitas lingkungan usaha. Lebih jauh, hubungan kepercayaan mendorong pengambilan keputusan yang lebih kolaboratif,

meminimalkan konflik dan mempercepat proses pertukaran informasi yang relevan dalam mendukung proses inovasi (Yang et al., 2019; Baah et al., 2022). Ketika pengetahuan yang diperoleh dari mitra diserap dan diterapkan secara efektif, maka potensi inovasi yang dihasilkan akan meningkat secara signifikan. Dengan demikian, berbagi pengetahuan dapat diposisikan sebagai mekanisme mediasi yang mempengaruhi hubungan kepercayaan dengan kinerja inovasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis keempat adalah:

H4: Berbagi pengetahuan memediasi pengaruh hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi

Gambar 1 menunjukkan model kerangka penelitian. Hubungan kepercayaan merupakan variabel independen, berbagi pengetahuan merupakan variabel mediasi, dan kinerja inovasi merupakan variabel dependen.



Gambar 1. Model Kerangka Penelitian

METODE

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 113 responden sesuai dengan pendapat Hair et al. (2021) yang menjelaskan bahwa jumlah minimum sampel yang disarankan adalah 100–300 responden dalam pendugaan parameter Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan beberapa kriteria: 1) Pemilik UMKM sektor Batik di Yogyakarta. 2) Lama usaha UMKM sektor Batik minimal 3 tahun. 3) Pemilik UMKM sektor Batik memiliki pemahaman tentang variabel yang diteliti. 4) Pemilik UMKM sektor Batik pernah mengikuti pelatihan atau seminar terkait manajemen sumber daya manusia, manajemen pengetahuan, dan manajemen inovasi.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada UMKM sektor Batik di Yogyakarta. Pengukuran variabel menggunakan skala likert dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Variabel hubungan kepercayaan (HK) diadaptasi dari Morgan dan Hunt (1994) terdiri dari lima indikator. Variabel berbagi pengetahuan (BP) diadopsi dari Ma et al. (2008) dan Dhanaraj et al. (2004) terdiri dari lima indikator. Variabel kinerja inovasi (KI) diadopsi dari Prajogo dan Sohal (2003) yang terdiri dari lima indikator.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis PLS-SEM. PLS-SEM dipilih karena mampu mengestimasi hubungan antar variabel laten kompleks dengan ukuran sampel yang relatif kecil serta tidak menuntut distribusi data normal secara ketat

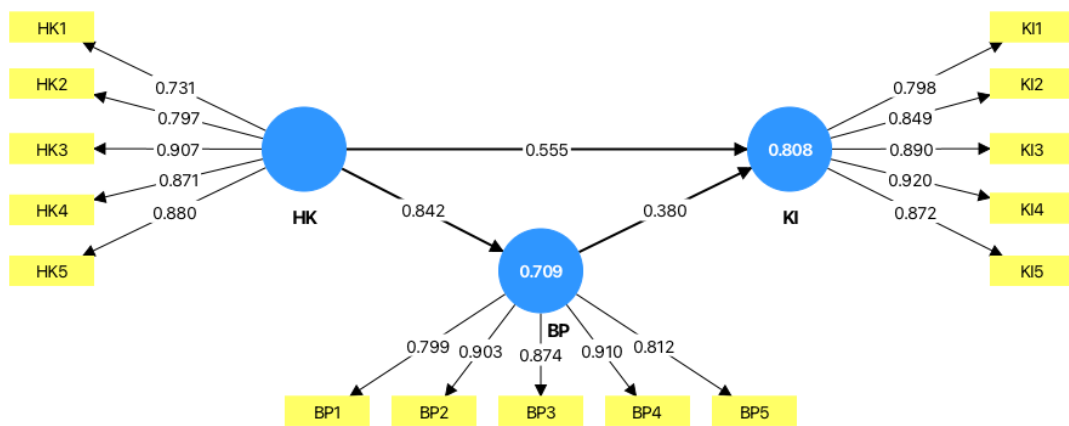
(Hair et al., 2019). Pengolahan data dilakukan dengan pengujian validitas dan reliabilitas melalui nilai *loading factor*, *convergent validity*, *discriminant validity* serta *composite reliability*. Menurut (Ghozali, 2021), indikator individual dianggap valid apabila memiliki *loading factor* ≥ 0.70 . Sebuah variabel dikategorikan baik apabila nilai *composite reliability* ≥ 0.70 dan nilai *cronbach's alpha* > 0.60 (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai p-value, dimana hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai p-value < 0.05 (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik	Rincian	Jumlah	Persentase (100%)
Jenis kelamin	Pria	11	9.7%
	Perempuan	102	90.3%
	18-25 tahun	9	8%
Usia	25-35 tahun	20	17.7%
	>35 tahun	84	74.3%
	SMA/SMK	113	100%
Pendidikan	Diploma	0	0%
	Sarjana	0	0%
Lama usaha	3 tahun	20	17.7%
	4-5 tahun	53	46.9%
	>6 tahun	40	35.4%
Penghasilan	<5 juta	99	87.6%
	5-10 Juta	12	10.6%
	>10 juta	2	1.8%
Jabatan	Pemilik	113	100%
	Karyawan	0	0%

Berdasarkan Tabel 1, data yang digunakan yaitu 113 responden. Berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki 9.7% dan perempuan 90.3%. Berdasarkan tingkat umur 18-25 tahun ada 8%, umur 25-35 tahun ada 17.7%, umur >35 tahun ada 74.3%. Berdasarkan tingkat pendidikan sederajat SMA/SMK ada 100%. Berdasarkan lama usaha yaitu 3 tahun ada 17.7%, 4-5 tahun ada 46.9%, >6 tahun ada 35.4%. Berdasarkan tingkat penghasilan tertinggi yaitu <5 juta ada 87.6%, 5-10 juta ada 10.6%, >10 juta ada 1.8%. Berdasarkan tingkat jabatan yaitu pemilik sebesar 100%. Seluruh pemilik UMKM sektor batik memiliki pemahaman yang baik tentang variabel yang diteliti dan sekaligus pernah mengikuti pelatihan atau seminar terkait dengan manajemen sumber daya manusia, manajemen pengetahuan, dan juga manajemen inovasi.



Gambar 2. Model Pengukuran Variabel

Berdasarkan hasil pengujian bahwa seluruh indikator variabel pada Gambar 2 model pengukuran variabel memiliki nilai *loading factor* >0.70 sehingga memenuhi kategori dari (Ghozali, 2021). Dengan demikian, indikator variabel tersebut dinyatakan valid dengan nilai *loading factor* terendah 0.731 dan tertinggi 0.920.

Variance Inflation Factor (VIF)

Tabel 2. Nilai VIF

Item	Indikator	VIF
Kinerja Inovasi (KI)	KI1	2.923
	KI2	3.447
	KI3	3.647
	KI4	3.854
	KI5	3.270
Berbagi Pengetahuan (BP)	BP1	2.213
	BP2	3.643
	BP3	3.850
	BP4	4.825
	BP5	2.544
Hubungan Kepercayaan (HK)	HK1	2.426
	HK2	2.781
	HK3	3.597
	HK4	4.316
	HK5	3.664

Hasil analisis multikolinearitas melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel kinerja inovasi (KI), berbagi pengetahuan (BP), dan hubungan kepercayaan (HK) memiliki nilai VIF di bawah ambang batas 5.0. Hal ini mengindikasikan tidak terdapat permasalahan multikolinearitas yang serius antar indikator dalam model sehingga seluruh konstruk dapat dikatakan terbebas dari redundansi informasi yang

berlebihan (Hair et al., 2021).

Tabel 3. Nilai *composite reliability*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i> (CA)	<i>Composite reliability</i> (CR)	<i>Average variance extracted</i> (AVE)
Kinerja inovasi	0.912	0.935	0.741
Berbagi pengetahuan	0.895	0.922	0.705
Hubungan kepercayaan	0.917	0.938	0.751

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 3, masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* >0.60 dan *composite reliability* >0.70 serta nilai *average variance extracted* >0.50 sesuai dengan kriteria Ghazali (2021) sehingga masing-masing variabel dapat diuji untuk analisis lebih lanjut.

R-square digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dengan interpretasi $R^2 > 0.67$ (kuat), $0.33 < R^2 \leq 0.67$ (sedang), $R^2 \leq 0.33$ (lemah) menurut Chin (1998).

Tabel 4. Nilai R-Square

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Kinerja inovasi	0.709	0.706
Berbagi pengetahuan	0.808	0.805

Hasil analisis Tabel 4. menunjukkan nilai R-Square untuk variabel kinerja inovasi sebesar 0.709 dan variabel berbagi pengetahuan sebesar 0.808. Sementara itu, nilai R-Square yang disesuaikan untuk variabel kinerja inovasi sebesar 70.6% dan variabel berbagi pengetahuan sebesar 80.5%.

F-Square digunakan untuk menilai besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. Menurut Hair et al. (2021), nilai f^2 dapat dikategorikan menjadi kecil (≥ 0.02), sedang (≥ 0.15), dan besar (≥ 0.35).

Tabel 5. Nilai F-Square

Variabel	Kinerja inovasi	Berbagi pengetahuan
Berbagi pengetahuan	0.219	
Hubungan kepercayaan	0.468	2.432

Berdasarkan hasil yang diperoleh Tabel 5, variabel hubungan kepercayaan memiliki nilai f^2 sebesar 0.468 terhadap kinerja inovasi yang menunjukkan bahwa pengaruh hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi berada pada kategori sedang. Hubungan kepercayaan juga menunjukkan pengaruh yang sangat besar terhadap berbagi pengetahuan dengan nilai f^2 sebesar 2.432 yang jauh melampaui batas kategori besar. Berbagi pengetahuan memiliki nilai f^2 sebesar 0.219 terhadap kinerja inovasi yang juga termasuk dalam kategori sedang.

Tabel 6. Nilai Fornell-Larcker

Variabel	Kinerja inovasi	Berbagi pengetahuan	Hubungan kepercayaan
Kinerja inovasi	0.867		
Berbagi pengetahuan	0.848	0.861	
Hubungan kepercayaan	0.875	0.842	0.840

Kriteria Fornell-Larcker (1981) dapat dilihat pada Tabel 6 yang menjelaskan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk (nilai diagonal) lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Nilai Fornell-Larcker pada variabel kinerja inovasi sebesar 0.867, variabel berbagi pengetahuan sebesar 0.861 dan variabel hubungan kepercayaan sebesar 0.840.

Tabel 7. Nilai pengujian hipotesis

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Deskripsi
Hubungan kepercayaan -> Kinerja inovasi	0.555	0.564	0.078	7.091	0.000	Diterima
Hubungan kepercayaan -> Berbagi pengetahuan	0.842	0.839	0.054	15.509	0.000	Diterima
Berbagi pengetahuan -> Kinerja inovasi	0.380	0.369	0.085	4.454	0.000	Diterima
Hubungan kepercayaan -> Berbagi pengetahuan	0.320	0.309	0.074	4.317	0.000	Diterima

Pembahasan

Pengaruh Positif Hubungan Kepercayaan terhadap Kinerja inovasi

Hasil pengujian analisis menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi berpengaruh positif dengan p-value sebesar 0.000, sehingga hipotesis dinyatakan diterima pada Tabel 7. Artinya, semakin tinggi tingkat hubungan kepercayaan antara mitra usaha dalam jaringan rantai pasok UMKM sektor batik di Yogyakarta, maka semakin tinggi pula kontribusinya terhadap peningkatan kinerja inovasi. Hubungan kepercayaan mempengaruhi kinerja inovasi melalui peningkatan efektivitas komunikasi, keterbukaan informasi, dan kemauan untuk berbagi ide-ide kreatif antar mitra usaha (Civelek & Çemberci, 2020; Baah et al., 2022; Rahmatika, 2024). Dalam konteks UMKM sektor batik, kepercayaan mendorong adanya eksperimen bersama terhadap teknik pewarnaan alami, pengembangan motif baru dan penerapan strategi pemasaran berbasis digital (Shan et al., 2023). Ketika kepercayaan terbangun, pelaku usaha merasa aman secara psikologis untuk mengeksplorasi ide tanpa takut akan penyalahgunaan informasi atau kegagalan yang dikritik (Baah et al., 2022; Santos et al., 2024; Wolor et al., 2024).

Hal ini sejalan dengan perspektif teori RBV yang menempatkan hubungan kepercayaan

sebagai aset *intangible* yang langka, sulit ditiru, dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif (Barney, 1991; Dyer & Singh, 1998). Hubungan kepercayaan memfasilitasi proses berbagi ide kreatif, percobaan desain baru serta kolaborasi antar pelaku dalam menghadirkan produk inovatif yang tetap merepresentasikan nilai-nilai lokal (Inkinen, 2016). Thanki dan Thakkar (2018) menguatkan bahwa hubungan kepercayaan dapat meningkatkan adaptabilitas dan responsivitas terhadap perubahan tren pasar, yang sangat penting di sektor batik yang menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi. Shin et al. (2020) juga menjelaskan bahwa hubungan kepercayaan memperkuat sinergi dalam proses pengambilan keputusan bersama yang inovatif yang sangat relevan dalam konteks UMKM yang sering mengandalkan jaringan informal dan relasi sosial dalam pengembangan usahanya. Dengan demikian, meskipun hasil penelitian ini mendukung pandangan positif tentang pentingnya hubungan kepercayaan dalam mendorong kinerja inovasi, namun perlunya kehati-hatian dalam menggeneralisasi temuan. Perbedaan konteks budaya, struktur organisasi dan karakteristik usaha sangat memengaruhi sejauh mana kepercayaan berkontribusi terhadap inovasi. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya pengujian kontekstual khususnya pada sektor UMKM batik di Yogyakarta yang berbasis nilai budaya dan sosial guna memahami dinamika spesifik antara hubungan kepercayaan dan kinerja inovasi dalam lingkungan kolaboratif.

Pengaruh Positif Hubungan Kepercayaan terhadap Berbagi Pengetahuan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan berpengaruh positif terhadap berbagi pengetahuan dengan p-value sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunitas UMKM sektor batik Yogyakarta yang erat secara sosial dan budaya, hubungan kepercayaan mendorong keterbukaan dalam berbagi pengetahuan, mulai dari teknik pewarnaan alami, motif tradisional, hingga strategi pemasaran digital. Dari perspektif teori RBV, berbagi pengetahuan menjadi mekanisme penting dalam mengakses dan memanfaatkan sumber daya intelektual lintas pelaku usaha yang bersifat unik dan kontekstual (Grant, 1996; Inkinen, 2016). Dalam industri batik yang berbasis warisan budaya (*cultural heritage*), pengetahuan bersifat *tacit* dan biasanya diwariskan melalui interaksi langsung antar generasi atau antar pengrajin (Nonaka, & Takeuchi, 1995; Polanyi, 1996; Afum et al., 2023). Oleh karena itu, hubungan kepercayaan menjadi prasyarat utama untuk menjaga kontinuitas pertukaran pengetahuan tersebut. Penelitian Yang et al. (2019) menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan adalah pondasi keberhasilan transfer pengetahuan dalam jaringan bisnis, sesuai dengan dinamika UMKM sektor batik yang berbasis komunitas dan kekeluargaan. Scott-Kennel dan Saittakari (2020) menambahkan bahwa dalam konteks kolaborasi, hubungan kepercayaan memperkuat kualitas komunikasi dan memfasilitasi pertukaran pengetahuan yang bernilai strategis misalnya tentang inovasi bahan ramah lingkungan atau pemanfaatan platform digital yang menjadi kunci untuk mendukung inovasi berkelanjutan pada UMKM sektor batik Yogyakarta. Oleh karena itu, meskipun hasil studi ini menunjukkan adanya pengaruh positif hubungan kepercayaan terhadap berbagi pengetahuan dalam konteks UMKM batik Yogyakarta diperlukan pemahaman yang lebih mendalam agar strategi penguatan kepercayaan benar-benar mampu mendorong pertukaran pengetahuan yang relevan, inovatif dan berkelanjutan.

Pengaruh Positif Berbagi Pengetahuan terhadap Kinerja Inovasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi dengan p-value sebesar 0.000. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan untuk saling berbagi pengetahuan antar mitra bisnis, seperti antara produsen, pengepul kain, pengrajin motif, dan pemasar, memainkan peran kunci dalam mendorong inovasi produk, proses, serta strategi pemasaran dalam sektor UMKM sektor batik di Yogyakarta. Dari perspektif teori RBV, pengetahuan dipandang sebagai aset strategis yang bersifat langka, tidak dapat disubstitusi, dan sulit ditiru sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang (Barney, 1991; Grant, 1996). Berbagi pengetahuan memperluas basis ide dan solusi melalui pertukaran informasi explicit maupun tacit, yang memungkinkan terciptanya kolaborasi lintas fungsi dan peningkatan kemampuan adaptif terhadap perubahan eksternal (Nonaka & Takeuchi, 1995; Song et al., 2020).

Proses berbagi pengetahuan membantu perusahaan untuk mengakses dan menggabungkan kapabilitas eksternal secara sinergis yang sangat penting dalam menciptakan inovasi berbasis kearifan lokal namun tetap relevan dengan tren pasar modern. Studi Delbufalo (2017) menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan merupakan penghubung vital antara kemitraan kolaboratif dan pencapaian inovasi khususnya dalam ekosistem bisnis yang dinamis. Selaras dengan itu, Lee dan Wong (2020) menegaskan bahwa organisasi yang aktif bertukar pengetahuan cenderung lebih adaptif dan responsif dalam menghasilkan inovasi yang sesuai dengan perubahan teknologi, selera pasar dan tantangan lingkungan eksternal.

Berbagi Pengetahuan memediasi Pengaruh Positif Hubungan Kepercayaan terhadap Kinerja Inovasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan memediasi pengaruh positif hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi dengan p-value sebesar 0.000. Artinya, hubungan kepercayaan antar mitra usaha di lingkungan UMKM sektor batik Yogyakarta mendorong kinerja inovasi melalui peningkatan intensitas dan kualitas berbagi pengetahuan. Menurut teori RBV, temuan ini menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan memperkuat kapasitas organisasi untuk mengolah pengetahuan menjadi keunggulan strategis melalui interaksi sosial yang berbasis nilai-nilai relasional (Barney, 1991; Inkpen, 2016). Hubungan kepercayaan menciptakan rasa aman yang mendorong keterbukaan dan transfer pengetahuan yang bersifat tacit seperti teknik pewarnaan alami, pengolahan kain, atau narasi budaya dalam motif batik. Temuan ini selaras dengan Shan et al. (2023), yang menyatakan bahwa berbagi pengetahuan adalah jembatan krusial yang mentransformasi hubungan kepercayaan menjadi kapabilitas inovatif dalam jaringan kemitraan. Brahm (2016) juga menegaskan bahwa ketika hubungan dilandasi oleh tingkat hubungan kepercayaan yang tinggi maka proses pertukaran pengetahuan berlangsung lebih intens dan terarah sehingga mendorong proses inovasi menjadi lebih efektif, relevan dan berkelanjutan dalam konteks industri kreatif seperti UMKM sektor batik. Kepercayaan mendorong terjadinya aliran pengetahuan secara dinamis dan mendalam yang berdampak pada penciptaan produk dan proses inovatif (Santos et al., 2024; Rahmatika, 2024)

SIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap

kinerja inovasi sekaligus memainkan peran penting dalam mendorong berbagi pengetahuan antara mitra bisnis. Selain itu, berbagi pengetahuan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja inovasi UMKM sektor Batik dan secara statistik memediasi pengaruh antara hubungan kepercayaan pada kinerja inovasi. Dengan demikian, membangun hubungan kepercayaan yang kuat dan sistem berbagi pengetahuan yang terbuka merupakan kunci untuk memperkuat kapasitas inovasi yang berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati untuk pengembangan studi selanjutnya. Fokus geografis yang hanya mencakup UMKM sektor batik di Yogyakarta menjadi keterbatasan utama sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke wilayah lain yang juga memiliki kekhasan budaya dan struktur industri yang berbeda seperti Solo dan Pekalongan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah guna memahami dinamika hubungan kepercayaan dan berbagi pengetahuan dalam konteks budaya dan sosial ekonomi yang beragam. Di samping itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dalam studi ini dapat dilengkapi dengan metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi kasus, untuk menggali makna di balik perilaku kolaboratif dan proses inovasi yang terjadi. Penelitian mendatang juga dianjurkan untuk menguji variabel mediasi seperti kesiapan digital, pembelajaran organisasi, dan jarak pengetahuan yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh hubungan kepercayaan terhadap kinerja inovasi melalui berbagi pengetahuan (Zaid et al., 2023; Utami dkk., 2024). Temuan dalam studi ini memberikan implikasi praktis bagi pengambil kebijakan dan lembaga pendamping UMKM, khususnya dalam merancang program peningkatan kapasitas inovatif berbasis kemitraan strategis yang dilandasi oleh hubungan kepercayaan dan budaya berbagi pengetahuan yang kuat.

REFERENSI

- Afum, E., Issau, K., Agyabeng-Mensah, Y., Baah, C., Dacosta, E., Essandoh, E., & Agyenim Boateng, E. (2023). The missing links of sustainable supply chain management and green radical product innovation between sustainable entrepreneurship orientation and sustainability performance. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 21(1), 167–187. <https://doi.org/10.1108/JEDT-05-2021-0267>
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (2018). *Business market management: Understanding, creating, and delivering value*. Pearson.
- Astuti, D., & Sari, M. R. (2023). Nilai-nilai sosial dalam praktik bisnis UMKM batik Yogyakarta. *Jurnal Sosial Ekonomi Kreatif*, 5(1), 44–56.
- Baah, C., Acquah, I. S. K., & Ofori, D. (2022). Exploring the influence of supply chain collaboration on supply chain visibility, stakeholder trust, environmental and financial performances: a partial least square approach. *Benchmarking*, 29(1), 172–193. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2020-0519>
- Baah, C., Opoku Agyeman, D., Acquah, I. S. K., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., Issau, K., Ofori, D., & Faibil, D. (2022). Effect of information sharing in supply chains: understanding the roles of supply chain visibility, agility, collaboration on supply chain performance. *Benchmarking*, 29(2), 434–455. <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2020-0453>.
- Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta (2023). *Profil UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi DIY.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of*

- Management and Business Review, 17(1), 99–120.
<https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Brahm, F., & T. (2016). Trust and contract design: Complementary or substitutes? *Journal of Business Research*, 69(11), 5022–5027. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.073>
- Chin, W. W. (1998). *The partial least squares approach to structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Civelek, M. E., & Çemberci, M. (2020). The Effects of Trust and Capability in Supply Chain on Firm Performance through Supply Chain Agility and Collaborative Advantage. *Journal of Business Research - Turk*, 12(1), 440–453. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.854>
- Delbufalo, E. (2017). Exploring the relationship between trust and supply chain collaboration: A quantitative study. *International Journal of Production Economics*, 193, 73–84.
- Dhanaraj, C., Lyles, M. A., Steensma, H. K., & Tihanyi, L. (2004). Managing tacit and explicit knowledge transfer in IJVs: The role of relational embeddedness and the impact on performance. *Journal of International Business Studies*, 35(5), 428–442.
- Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, 23(4), 660–679. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.1255632>
- Fitriani, I., & Sugiharto, T. (2020). Inovasi teknologi produksi batik dan dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi Industri*, 12(2), 89–100.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, 382–388. <http://dx.doi.org/10.2307/3150980>
- Fu, S., & Huo, B. (2017). The impact of trust and contract on innovation in supply chain relationships. *Industrial Marketing Management*, 63, 50–60.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square (PLS): Konsep, Teknik dan Aplikasi dengan SmartPLS 4.0*. Badan Penerbit UNDIP.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109–122.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*.
- Handayani, R., Kurniawan, A., & Sutopo, W. (2022). Collaborative innovation network in batik industry: Empirical study in Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 13(1), 25–36.
- Inkinen, H. (2016). Review of empirical research on knowledge management practices and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 20(2), 230–257. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2015-0336>
- Jermisittiparsert, K., & Pithuk, L. (2019). Exploring the link between adaptability, information technology, agility, mutual trust, and flexibility of a humanitarian supply chain. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(2), 432–447.
- Khairunnisa, A., & Fitriani, E. (2014). Peran hubungan kemitraan dan budaya lokal dalam inovasi UMKM batik Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovasi Daerah*, 3(1), 112–124.
- Kmiecik, R. (2021). Trust and innovation in SMEs: The mediating role of knowledge sharing. *Management Research Review*, 44(5), 731–747.
- Lee, Y., & Wong, K. Y. (2020). Knowledge management performance measurement: A review. *Journal of Knowledge Management*, 24(5), 1031–1057. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0648>
- Lin, Y. H., & Chen, Y. S. (2017). Determinants of green competitive advantage: the roles of

- green knowledge sharing, green dynamic capabilities, and green service innovation. *Quality and Quantity*, 51(4), 1663–1685. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0358-6>
- Liu, Y., Li, Y., & Zhang, M. (2022). Trust and innovation in small enterprises: Evidence from emerging economies. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 345–367.
- Ma, Z., Humphreys, J. H., Qi, L., & Wang, K. (2008). Knowledge sharing in Chinese construction project teams and its affecting factors. *Chinese Management Studies*, 2(2), 97–108.
- Men, F., Yaqub, R. M. S., Yan, R., Irfan, M., & Haider, A. (2023). The impact of top management support, perceived justice, supplier management, and sustainable supply chain management on moderating the role of supply chain agility. *Frontiers in Environmental Science*, 10(January), 1–19. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1006029>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
- Nuraini, R., Mustofa, A., & Harjanti, S. (2021). Kolaborasi rantai pasok dalam meningkatkan inovasi UMKM batik. *Jurnal Logistik Dan Rantai Pasok*, 9(1), 41–52.
- Nursyamsi, F., & Anggraini, D. (2023). Kesiapan inovasi UMKM batik menghadapi transformasi digital. *Jurnal Inovasi UMKM*, 2(2), 77–88.
- Pham, T. K. T. (2020). Organization justice, knowledge sharing and employees' innovative behavior. *Employee Relations*, 42(6), 1492–1510.
- Polanyi, M. (1996). *The Tacit Dimension*. Routledge & Kegan Paul: London.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2003). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20(8), 901–918.
- Prasetyo, H., & Subagyo, R. (2021). Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap inovasi digital UMKM kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 13–22.
- Rahmatika, D. F. (2024). EMPLOYEE LOYALTY: PERAN TRUST IN MANAGEMENT DAN PEERS DENGAN MEDIASI EMPLOYEE SATISFACTION. Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 11(1), 288–302.
- Santos, C., Coelho, A., & Cancela, B. L. (2024). The impact of greenwashing on sustainability through green supply chain integration: the moderating role of information sharing. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-05009-2>
- Sari, T. M., & Kurniawati, D. (2022). Peran berbagi pengetahuan terhadap inovasi produk UMKM batik di Jawa Tengah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 98–110.
- Scott-Kennel, J., & Saittakari, I. (2020). Knowledge sharing in international business networks. *International Business Review*, 29(2), 101–112.
- Shan, J., Fu, W., & Zheng, C. (2023). Knowledge sharing, trust, and innovation performance: Evidence from Chinese manufacturing SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122312>
- Shin, J., Yoo, S., & Kwon, S. (2020). Trust in supply chain collaboration and innovation performance. *Industrial Management & Data Systems*, 120(5), 845–864.
- Song, M., Yang, M. X., Zeng, K. J., & Feng, W. (2020). Green Knowledge Sharing, Stakeholder Pressure, Absorptive Capacity, and Green Innovation: Evidence from Chinese Manufacturing Firms. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1517–1531. <https://doi.org/10.1002/bse.2450>
- Thanki, S., & Thakkar, J. (2018). Interdependence and coordination in supply chain: A review. *Benchmarking: An International Journal*, 25(4), 1010–1033.

- Utami, A. P., Emilia, N., Trisakti, U., & Utami, A. P. (2024). Pengaruh Green Human Resource Management, Green Innovation, Perceived Organizational Support Dan Risk-Taking Terhadap Corporate. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 11(1), 314–330.
- Wahyuni, T., & Riyanti, B. P. D. (2023). Pengaruh kepercayaan terhadap intensi berbagi pengetahuan dalam jaringan UMKM kreatif. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 12(1), 65–75.
- Widodo, A., & Purnomo, H. (2021). Inovasi dan daya saing UMKM batik di era globalisasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 55–67.
- Wolor, C., Eranza, D., Rababah, M., Nurkhin, A., & Hoo, W. (2024). The impact of interpersonal trust development on maintaining business sustainability: A case study of Aceh Gayo coffee from Sumatera, Indonesia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i6.3947>
- Wulandari, A. (2020). Strategi pengembangan UMKM batik di Yogyakarta dalam perspektif ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Lokal Dan Terapan*, 9(1), 13–23.
- Yang, C., Chen, L. C., & Hao, Y. (2019). Knowledge sharing and innovation performance: The role of absorptive capacity and dynamic capabilities. *Journal of Knowledge Management*, 23(9), 1753–1778.
- Yaroson, E. V., Chowdhury, S., Mangla, S. K., & Dey, P. K. (2024). Unearthing the interplay between organisational resources, knowledge and industry 4.0 analytical decision support tools to achieve sustainability and supply chain wellbeing. *Annals of Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/s10479-024-05845-5>
- Yuliana, E., & Rachmawati, I. (2021). Analisis hambatan inovasi pada UMKM batik: Studi pada Kabupaten Bantul. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 10(1), 20–30.
- Zaid, A., Sleimi, M., Saleh, M. W. A., & Othman, M. (2023). The mediating roles of knowledge transfer and supply chain quality management capabilities on organisational performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(6), 1041–1064. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-12-2020-0226>