

**PENGARUH PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP  
INOVASI PADA HOTEL BINTANG TIGA (3) DI BANDAR LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**Atikah Putri Amelia**



**JURUSAN S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2024**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP INOVASI PADA HOTEL BINTANG TIGA (3) DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Atikah Putri Amelia**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh manajemen pengetahuan terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung. Dengan pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata, manajemen pengetahuan yang efektif menjadi penting untuk meningkatkan kinerja hotel. Penelitian ini berfokus pada tiga dimensi proses manajemen pengetahuan, yaitu *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan *knowledge utilization*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Responden pada penelitian ini adalah karyawan dari Batiqa Hotel Lampung, Grand Anugerah Hotel, Yunna Hotel, Whiz Prime Hotel Lampung, Asoka Luxury Hotel, dan Grand Praba Hotel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *knowledge acquisition* dan *knowledge utilization* berpengaruh signifikan terhadap inovasi, sementara *knowledge sharing* tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Temuan ini menawarkan wawasan berharga bagi manajemen hotel yang bertujuan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif melalui strategi manajemen pengetahuan yang efektif.

**Kata kunci:** Manajemen Pengetahuan, Inovasi, Industri Perhotelan, Hotel Bintang Tiga, Bandar Lampung

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT PROCESSES ON INNOVATION IN 3 STARS HOTELS IN BANDAR LAMPUNG***

***By***

***Atikah Putri Amelia***

*The objective of this research is to analyze the impact of knowledge management processes on innovation in three-star hotels in Bandar Lampung. With the rapid growth of the tourism sector, effective knowledge management has become crucial for enhancing hotel performance. This study focuses on three knowledge management processes dimensions, namely knowledge acquisition, knowledge sharing, and knowledge utilization. This research uses a quantitative approach with multiple linear regression analyzed using Statistical Product and Service Solution (SPSS) program.. Data were collected through questionnaires, interviews, and observations. The respondents in this study are employees from Batiqa Hotel Lampung, Grand Anugerah Hotel, Yunna Hotel, Whiz Prime Hotel Lampung, Asoka Luxury Hotel, and Grand Praba Hotel .The results of this study indicate that knowledge acquisition and knowledge utilization have a significant effect on innovation, while knowledge sharing does not have a significant effect on innovation. The findings offer valuable insights for hotel management aiming to enhance competitive advantage through effective knowledge management strategies.*

***Keywords:*** Knowledge Management, Innovation, Hospitality Industry, Three-Star Hotels, Bandar Lampung

**PENGARUH PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP  
INOVASI PADA HOTEL BINTANG TIGA (3) DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Atikah Putri Amelia**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA MANAJEMEN**

**Pada**

**Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2024**

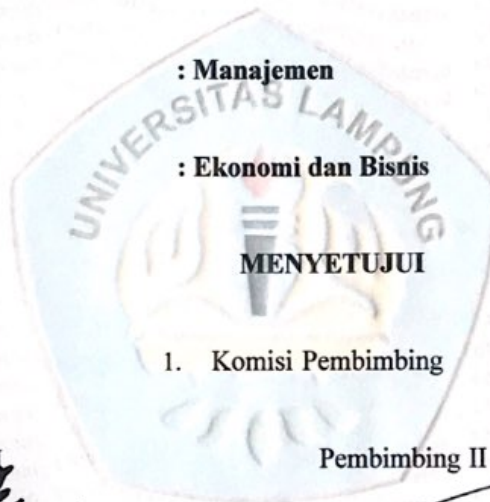
**Judul Skripsi** : **PENGARUH PROSES MANAJEMEN  
PENGETAHUAN TERHADAP INOVASI  
PADA HOTEL BINTANG TIGA (3) DI  
BANDAR LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa** : *Atikah Putri Amelia*

**Nomor Pokok Mahasiswa** : 2011011051

**Jurusan** : **Manajemen**

**Fakultas** : **Ekonomi dan Bisnis**



1. **Komisi Pembimbing**

**Pembimbing I**

*[Signature]*  
**Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A**  
NIP 19650307 199103 1 001

**Pembimbing II**

*[Signature]*  
**Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si.**  
NIP 19770324 200812 2 001

2. **Ketua Jurusan Manajemen**

*[Signature]*  
**Dr. Ribhan, S.E., M.Si.**  
NIP 19680708 200212 1 003

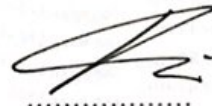
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A**



Sekretaris : **Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si.**



Penguji Utama : **Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.**  
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **02 Oktober 2024**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Nama : Atikah Putri Amelia  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2011011051  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Proses Manajemen Pengetahuan Terhadap Inovasi pada Hotel Bintang Tiga (3) di Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan penelitian aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 03 Oktober 2024  
Yang Membuat Pernyataan



Atikah Putri Amelia  
2011011051

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis memiliki nama lengkap Atikah Putri Amelia dilahirkan di Palembang, 08 Juli 2002, sebagai anak kedua dari tiga bersaudara, dari Bapak Dedy Raswan dan Ibu Emilia. Penulis mempunyai dua saudara laki-laki, yaitu Muhammad Rifky Aulia dan Muhammad Iqbal Aulia.

Penulis menempuh pendidikan di TK Islam Bina Balita diselesaikan pada tahun 2008, SD Al-Azhar 2 diselesaikan pada tahun 2014, SMP Al-Kautsar diselesaikan pada tahun 2017, dan SMAN 2 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2020.

Pada tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan untuk meraih gelar sarjana di Universitas Lampung dengan program studi Manajemen dan mengambil konsentrasi Bisnis melalui jalur SBMPTN. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi anggota organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen. Pada tahun 2023, penulis pernah melakukan program pengabdian masyarakat, yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kagungan, Kecamatan Lumbok Seminung, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung.



## **MOTTO**

七転び八起き

*“Fall down seven times, stand up eight”*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala rasa syukur atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik maka karya ini saya persembahkan kepada :

**Orang Tuaku Tercinta**

**Ayahanda Dedy Raswan dan Ibunda Emilia**

Yang telah merawat, membesarkan, mendidiku serta memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa untuk kesuksesanku.

**Serta Almamaterku, Universitas Lampung**

## SANWACANA

Puji syukur atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Proses Manajemen Pengetahuan terhadap Inovasi pada Hotel Bintang Tiga (3) di Bandar Lampung”. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, dan bimbingan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
4. Bapak Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A selaku dosen pembimbing pertama yang selalu memberikan nasihat, saran, masukan, dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang selalu memberikan nasihat, saran, masukan, dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si. selaku dosen penguji utama yang telah memberikan kritik, saran, nasihat, dan masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Habibullah Jimad, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan masukan dan bantuan selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pembelajaran yang berharga selama perkuliahan.

9. Seluruh staf akademik, administrasi, tata usaha, pegawai, serta staf keamanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis, baik selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini.
10. Pihak Batiqa Hotel Lampung, Grand Anugerah Hotel, Yunna Hotel, Whiz Prime Hotel Lampung, Asoka Luxury Hotel, dan Grand Praba Hotel yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan bantuan terkait data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga penulis Papa Dedy Raswan, Mama Emilia, Abang Muhammad Rifky Aulia, dan Adik Muhammad Iqbal Aulia yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa kepada penulis.
12. Sahabat penulis Wahyu Indah Silvi Budyanti yang selalu mendukung penulis.
13. Sahabat-sahabat penulis selama perkuliahan Arviza, Ninis, Arridha, Nesya, dan Hellen yang selalu menghibur dan membantu penulis.
14. Teman-teman penulis lainnya.
15. Teman-teman seperjuangan bimbingan Bapak Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A dan Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si. serta seluruh mahasiswa S1 Manajemen angkatan 2020.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan dan membantu penulis.
17. Kucing penulis Ucho yang selalu menjadi hiburan bagi penulis.
18. Mark Lee (NCT), Jake Sim (ENHYPEN), dan Windah Basudara yang selalu menjadi motivasi dan hiburan bagi penulis.

Bandar Lampung, 03 Oktober 2024

Atikah Putri Amelia

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pengetahuan .....	11
2.1.2 Proses Manajemen Pengetahuan .....	13
2.1.3 Inovasi .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.4 Hipotesis Penelitian .....	19
2.4.1 Pengaruh <i>Knowledge Acquisition</i> terhadap Inovasi.....	19
2.4.2 Pengaruh <i>Knowledge Sharing</i> terhadap Inovasi .....	20
2.4.3 Pengaruh <i>Knowledge Utilization</i> terhadap Inovasi .....	20
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Sumber Data .....	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.4 Populasi.....	22
3.5 Sampel.....	23
3.6. Variabel .....	24
3.6.1 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.6.2 Skala Pengukuran Variabel .....	26
3.7 Uji Persyaratan Instrumen .....	27
3.7.1 Uji Validitas .....	27
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	27
3.8 Metode Analisis Data .....	28
3.8.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	28
3.8.2 Uji Signifikansi Variabel Independen (t) .....	28
3.8.3 Uji Signifikansi Simultan (F).....	29
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	29

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	30
4.2 Hasil Uji Validitas .....	33
4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	34
4.4 Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.5 Hasil Analisis Data .....	40
4.5.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	40
4.5.2 Hasil Uji Signifikansi Variabel Independen (t) .....	41
4.5.3 Hasil Uji Signifikansi Simultan (F).....	43
4.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
4.6 Pembahasan .....	44
4.6.1 Pengaruh <i>Knowledge Acquisition</i> terhadap Inovasi pada Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung .....	45
4.6.2 Pengaruh <i>Knowledge Sharing</i> terhadap Inovasi pada Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung .....	45
4.6.3 Pengaruh <i>Knowledge Utilization</i> terhadap Inovasi pada Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung.....	46
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>48</b>
5.1 Simpulan .....	48
5.2 Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Persentase Peningkatan Kunjungan Wisatawan dan Persentase Sektor Pariwisata (akomodasi, makan dan minum, jasa lainnya) dalam PDRB Provinsi Lampung Tahun 2020-2022 .....	2
Tabel 2. Persentase Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel menurut jenis Hotel/Akomodasi di Provinsi Lampung Tahun 2020-2022 .....	3
Tabel 3. Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung Tahun 2023 .....	3
Tabel 4. Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 6. Skala Pengukuran Variabel .....	26
Tabel 7. Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	30
Tabel 8. Karakteristik Usia Responden.....	31
Tabel 9. Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden .....	31
Tabel 10. Karakteristik Jabatan/Departemen Responden .....	32
Tabel 11. Karakteristik Pengalaman Kerja Responden.....	33
Tabel 12. Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel <i>Knowledge Acquisition</i> .....	36
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel <i>Knowledge Sharing</i> .....	37
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel <i>Knowledge Utilization</i> .....	38
Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Inovasi.....	39
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 19. Hasil Uji t .....	42

Tabel 20. Hasil Uji F.....	43
Tabel 21. Hasil Uji $R^2$ .....	44



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
Gambar 1. Jumlah Tamu Oktober 2023 .....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....	19

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang tidak hanya memberikan pengalaman berharga bagi para wisatawan, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Sebagai negara kepulauan yang dipenuhi keindahan alam dan keanekaragaman budaya, Indonesia menitikberatkan daya tariknya pada kekayaan tersebut. Pariwisata merupakan salah satu perolehan devisa yang besar baik di tingkat nasional maupun daerah (Dahana, 2012). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 ayat 3, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Salah Wahab (2003) mengungkapkan definisi pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dengan menyediakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup, serta menstimulasi sektor-sektor produktivas lainnya. Dengan kata lain, pariwisata disenangi oleh banyak orang, baik sebagai sarana hiburan dan rekreasi, maupun sebagai peluang bisnis yang menjanjikan keuntungan.

Lampung merupakan sebuah provinsi di Indonesia yang terletak pada bagian sebelah paling ujung tenggara Pulau Sumatera. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) RI, jumlah pergerakan wisatawan nusantara di Lampung pada periode Januari-September 2023 mencapai 10.260.000 orang. Hal ini menandakan bahwa Lampung menjadi destinasi yang semakin diminati oleh para wisatawan. Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi Lampung, memiliki peran

sentral dalam menarik wisatawan. Pertumbuhan pariwisata yang pesat juga memunculkan kebutuhan akan infrastruktur yang mendukung, khususnya akomodasi.

Industri perhotelan dalam pariwisata menjadi semakin esensial untuk menyediakan akomodasi yang memadai bagi para wisatawan seiring dengan peningkatan signifikan jumlah kunjungan wisatawan (disajikan pada Tabel 1). Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 pasal 1 ayat 4, usaha hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya. Hotel adalah salah satu bentuk usaha yang memberikan pelayanan fisik, psikologi, maupun keamanan kepada para tamu hotel ketika menggunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel (Agusnawar, 2000). Penyedia akomodasi menyusun seluruh aktivitas bisnis jasa dalam lingkup produk, layanan, dan organisasi.

Tabel 1. Persentase Peningkatan Kunjungan Wisatawan dan Persentase Sektor Pariwisata (akomodasi, makan dan minum, jasa lainnya) dalam PDRB Provinsi Lampung Tahun 2020-2022

<b>Tahun</b>	<b>Persentase Peningkatan Kunjungan Wisatawan</b>	<b>Persentase Sektor Pariwisata (akomodasi, makan dan minum, jasa lainnya) dalam PDRB Provinsi Lampung</b>
2020	26,35%	68,33%
2021	29,67%	66,46%
2022	171,70%	71,70%

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, 2023

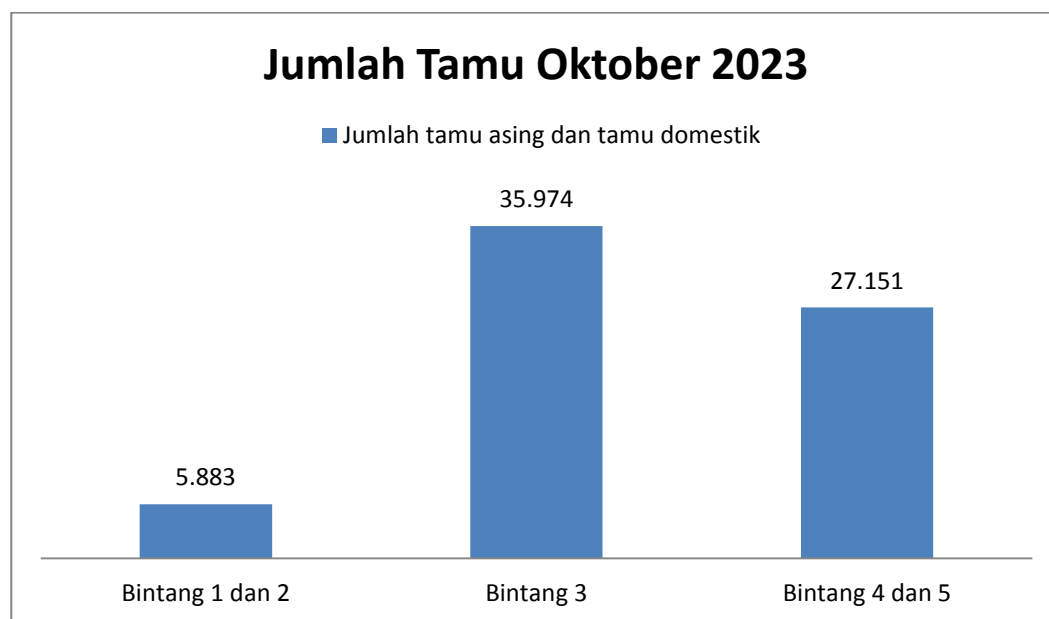
Bandar Lampung menyajikan opsi akomodasi yang sesuai dengan berbagai preferensi dan anggaran. Bagi wisatawan yang mengutamakan kenyamanan pada fasilitas dan layanan, hotel berbintang lebih diminati dibandingkan hotel nonbintang atau akomodasi lainnya (disajikan pada Tabel 2). Hotel berbintang diklasifikasikan dari bintang 1 sampai bintang 5. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah tamu selama Oktober 2023 yang menginap di hotel

berbintang mencapai 69.008 orang, terdiri dari 368 tamu asing dan 68.640 tamu domestik. Jumlah tamu asing dan tamu domestik hotel bintang 1 dan 2 tercatat sebesar 5.883 orang, hotel bintang 3 sebanyak 35.974 orang, dan hotel bintang 4 dan 5 sebanyak 27.151 orang. Dengan demikian, hal ini menunjukkan kecenderungan wisatawan untuk menginap di hotel bintang 3 sehingga terdapat persaingan yang ketat pada kategori tersebut. Hal ini disebabkan oleh adanya pilihan hotel yang banyak (disajikan pada Tabel 3).

Tabel 2. Persentase Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel menurut jenis Hotel/Akomodasi di Provinsi Lampung Tahun 2020-2022

Tahun	Hotel Berbintang	Hotel Nonbintang/Akomodasi Lainnya
2020	45,17	20,31
2021	43,59	25,37
2022	55,67	28,87

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2023



Gambar 1. Jumlah Tamu Oktober 2023

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2023

Tabel 3. Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung Tahun 2023

No	Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung	Alamat	Google Review
1	Yunna Hotel Lampung	Jl. Ikan Hiu No. 1	4.3

Bersambung

Lanjutan Tabel 2

2	Sahid Bandar Lampung Hotel	Jl. Yos Sudarso No. 294	3.6
3	Aston Lampung City Hotel	Jl. Gatot Subroto No. 41	4.3
4	Capital O 459 Kuraya Residence	Jl. KH Ahmad Dahlan No. 07, Kupang Raya	4.5
5	Hotel Marcopolo	Jl. Dr. Susilo No. 4	4.1
6	Grand Praba Hotel	Jl. Wolter Monginsidi No. 170, Teluk Betung Utara	4.2
7	Horison Hotel	Jl. RA. Kartini No. 88	4.4
8	Whiz Prime Lampung Hotel	Jl. Ahmad Yani No. 39	4.3
9	Grand Anugerah Hotel	Jl. Raden Intan No. 132	4.4
10	Grand Kutilang Syariah	Jl. Jendral Suprpto No. 17	4.6
11	Amalia Hotel	Jl. Raden Intan No. 55	4.4
12	Batiqa Hotel Lampung	Jl. Jendral Sudirman No. 140, Pahoman	4.5
13	Asoka Luxury Hotel	Jl. Pulau Morotai No. 16B	4.2

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2023  
Google, 2024

Berdasarkan data dari Google, Yunna Hotel Lampung mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.3, Sahid Bandar Lampung Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 3.6, Aston Lampung City Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.3, Capital O 459 Kuraya Residence mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.5, Hotel Marcopolo mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.1, Grand Praba Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.2, Horison Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.4, Whiz Prime Lampung Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.3, Grand Anugerah Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.4, Grand Kutilang Syariah mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.6, Amalia Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.4, Batiqa Hotel Lampung mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.5, dan Asoka Luxury Hotel mendapatkan ulasan pelanggan dengan nilai 4.2.

Semakin tinggi perkembangan industri perhotelan mengindikasikan semakin tinggi pula tingkat persaingan. Perusahaan kini membutuhkan kualitas, nilai, layanan, inovasi, dan kecepatan dalam memasarkan untuk kesuksesan bisnis,

serta faktor-faktor ini akan menjadi semakin penting di masa depan (Davenport & Prusak, 1998). Perusahaan harus tetap inovatif dalam mengurangi biaya dan memperluas pasar agar tetap kompetitif (Gupta et al., 2000). Organisasi dengan kompetensi inovatif mampu mengubah pengetahuan dan ide karyawan menjadi produk dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, serta barang dan jasa yang kreatif (Hung et al., 2010). Inovasi dalam perekonomian saat ini adalah menerapkan ide-ide baru pada permasalahan lama atau menerapkan ide-ide lama pada permasalahan baru, terlepas dari ide tersebut berasal dari karyawan atau manajemen (Bergeron, 2003).

Ketika persaingan meningkat, kemampuan untuk berinovasi dengan cepat dan menghadirkan produk dan layanan yang tepat ke pasar pada waktu yang tepat telah menjadi faktor penentu keberhasilan (Klasson, 1999). Sangat penting untuk memahami kepentingan organisasi dalam memperoleh pangsa pasar, atau memperoleh pelanggan baru, atau mencapai profitabilitas pelanggan yang lebih tinggi (Parent, 2022). Inovasi organisasi berkaitan erat dengan kemampuan memanfaatkan sumber daya pengetahuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Wu & Hu, 2018). Untuk menangkap peluang bisnis baru yang lebih unggul dari pesaing dan mempertahankan keunggulan tersebut dalam jangka panjang, sangat penting untuk melindungi dan mempertahankan pengetahuan yang mengarah pada inovasi (Ichijo & Nonaka, 2007).

Dewasa ini, salah satu karakteristik utama zaman sekarang disebut sebagai era pengetahuan di mana pengetahuan menjadi aset yang dapat membantu perusahaan menghadapi persaingan. Setiap organisasi yang secara dinamis menangani perubahan lingkungan seharusnya tidak hanya memproses informasi secara efisien, tetapi juga menciptakan informasi dan pengetahuan (Nonaka, 1994). Manajemen pengetahuan berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui seluruh organisasi dan bagaimana organisasi bertindak (Hung et al., 2010). Manajemen pengetahuan yang sukses memerlukan kombinasi keterampilan manusia, teknis, dan ekonomi (Davenport & Prusak, 1998). Oleh karena itu, manajemen pengetahuan memiliki korelasi dengan manusia sebagai

pencipta pengetahuan. Industri perhotelan menjadi padat pengetahuan karena penggunaan teknologi yang intensif dan sifat produk layanan berdasarkan interaksi antara karyawan dan pelanggan (Hallin & Marnburg, 2008). Manajemen pengetahuan sangat penting karena tingginya tingkat pergantian karyawan, dan sebagai industri jasa, kontak pelanggan merupakan sumber pengetahuan penting tentang pasar dan kepuasan pelanggan (Yang & Wan, 2004).

Hallin dan Marnbug (2008) mengungkapkan perlu dilakukannya penelitian mengenai manajemen pengetahuan pada industri perhotelan. Tujuan umum dari manajemen pengetahuan adalah untuk meningkatkan penanganan sistematis pengetahuan dan potensi pengetahuan dalam organisasi (Heisig, 2009). Manajemen pengetahuan yang sukses memerlukan perubahan besar dalam budaya organisasi dan komitmen dari seluruh tingkatan perusahaan (Gupta et al., 2000). Supaya manajemen pengetahuan berhasil, organisasi harus menciptakan serangkaian peran dan fungsi untuk menangkap, mendistribusikan, dan menggunakan pengetahuan (Davenport & Prusak, 1998). Komponen kuncinya adalah proses manajemen pengetahuan yang menciptakan pengetahuan dan tidak bergantung pada dukungan organisasi formal untuk manajemen pengetahuan (Andreeva & Kianto, 2011).

Tiwana (2000) menyatakan tiga langkah dalam proses manajemen pengetahuan terdiri dari *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan *knowledge utilization*. *Knowledge acquisition* merupakan langkah awal dalam mengakuisisi pengetahuan melalui berbagai sumber. Karyawan diberikan kesempatan untuk mengasah keterampilan baru dan memperdalam pemahaman konsep terkini dengan mengikuti pelatihan atau menghadiri seminar. Selanjutnya, *knowledge sharing* menjadi landasan budaya kolaboratif yang kuat. Karyawan saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan ide secara aktif untuk memperkaya pengetahuan kolektif dan meningkatkan produktivitas. Setelah itu, *knowledge utilization* melibatkan kemampuan untuk memanfaatkan pengetahuan. Karyawan dapat memecahkan masalah atau membuat keputusan yang tepat dalam menghadapi tantangan di lingkungan kerja.

Kondisi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung saat ini mendukung inovasi sebagai tanggapan terhadap perkembangan zaman yang dinamis, dengan kesadaran bahwa inovasi memerlukan kreativitas dan dukungan pendidikan. Salah satu contoh inovasi adalah upaya perusahaan memanfaatkan barang bekas, seperti botol yang diubah menjadi media tanam. Inovasi juga terlihat dalam penyederhanaan proses, seperti penggunaan *barcode* untuk pemesanan menu melalui *handphone* yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan kenyamanan bagi tamu. Konsep dekorasi yang disesuaikan dengan *event* besar menjadi keunikan sehingga menambah daya tarik hotel. Perusahaan secara rutin mengadakan pelatihan untuk karyawan dalam upaya mendapatkan pengetahuan baru yang relevan. Pengetahuan dibagi melalui sesi *briefing* di mana karyawan saling bertukar informasi dan pengalaman untuk meningkatkan pemahaman mengenai pekerjaan. Setelah itu, karyawan memanfaatkan pengetahuan yang diperoleh untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, serta menangani berbagai situasi dengan tepat.

Manajemen pengetahuan sangat sulit diterapkan dalam praktiknya karena dampak penerapan manajemen pengetahuan pada lingkungan bisnis masih belum jelas dan terlalu sedikit inisiatif penelitian yang menganalisis bagaimana manajemen pengetahuan dapat memberikan kontribusi secara khusus untuk mengatasi masalah dalam perusahaan (Ichijo & Nonaka, 2007). Aspek risiko dalam manajemen pengetahuan menjadi perspektif yang diabaikan dalam penelitian sehingga memerlukan kajian yang lebih dalam pada manajemen pengetahuan (Heisig, 2009). Dalam industri perhotelan, manajemen pengetahuan belum mencapai skala penerapan dan penelitian empiris yang sama seperti di bidang yang lain (Hallin & Marnburg, 2008). Keberadaan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur manajemen pengetahuan dan inovasi dalam konteks industri perhotelan.

Sejumlah penelitian telah menyelidiki hubungan antara manajemen pengetahuan dan inovasi (Costa & Monteiro, 2016). Beberapa peneliti mengemukakan



implikasi penelitian bagi praktisi adalah tersedianya bukti penelitian substansial yang mendukung dampak positif manajemen pengetahuan terhadap inovasi (Heisig, 2009). Proses manajemen pengetahuan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap inovasi (Obeidat et al., 2016). Namun, penelitian (Aboelmaged, 2014) menunjukkan *knowledge acquisition* tidak memiliki dampak signifikan terhadap inovasi. Selain itu, penelitian (Teixeira et al., 2019) menemukan *knowledge sharing* tidak memiliki hubungan positif terhadap inovasi pada salah satu negara yang diteliti. Meskipun terdapat perbedaan hasil pada penelitian sebelumnya, penelitian ini mengatasi ketidakselarasan tersebut. Penelitian ini menggunakan variabel yang sama dengan penelitian (Obeidat et al., 2016) yang membahas manajemen pengetahuan dengan menggunakan variabel *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan *knowledge utilization* terhadap inovasi. Industri penelitian yang penulis pilih berbeda dengan penelitian sebelumnya. Alasan penulis memilih industri perhotelan sebagai objek penelitian adalah penulis melihat adanya potensi yang belum maksimal dalam menghadapi kompleksitas manajemen operasional.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Proses Manajemen Pengetahuan terhadap Inovasi pada Hotel Bintang 3 di Bandar Lampung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam menghadapi tekanan pada kondisi persaingan yang dinamis, perusahaan melakukan inovasi sebagai tanggapan untuk tetap relevan. Inovasi memungkinkan adanya penyesuaian terhadap perubahan cepat dan mempertahankan daya saing. Integrasi pengetahuan menjadi cara yang dapat dilakukan perusahaan. Salah satu strategi untuk mengelola pengetahuan adalah melalui manajemen pengetahuan yang berfungsi sebagai landasan terciptanya inovasi. Proses manajemen pengetahuan dipandang dari segi *knowledge acquisition* yang dilakukan untuk memperoleh pengetahuan baru, *knowledge sharing* yang berarti menyebarluaskan pengetahuan tersebut, *knowledge*

*utilization* yang melibatkan penerapan pengetahuan tersebut dalam praktik untuk mendukung inovasi. Perusahaan perlu memastikan setiap tahap dalam proses manajemen pengetahuan saling berhubungan untuk mendukung inovasi.

Meskipun demikian, pengaplikasian proses manajemen pengetahuan seringkali menghadapi tantangan dan kendala yang mengakibatkan penggunaan pengetahuan tidak optimal. Perusahaan masih belum memahami sepenuhnya konsep dan praktik dari manajemen pengetahuan, sehingga terdapat kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki dengan implementasi yang terjadi. Penerapan strategi manajemen pengetahuan yang terstruktur dapat membantu meminimalkan kesenjangan dengan memastikan bahwa pengetahuan diakses secara luas. Ketidakpahaman mengenai cara efektif menerapkan pengetahuan atau hambatan dalam komunikasi internal dapat menghalangi pengembangan inovasi. Proses manajemen pengetahuan memiliki potensi untuk menjadi faktor keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya serta perihal di atas, dapat dirumuskan suatu permasalahan, yaitu apakah proses manajemen pengetahuan berpengaruh positif terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung.

Dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *knowledge acquisition* berpengaruh terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung?
2. Apakah *knowledge sharing* berpengaruh terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung?
3. Apakah *knowledge utilization* berpengaruh terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah ditentukan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge acquisition* terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge utilization* terhadap inovasi pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi banyak pihak, yaitu:

1. Bagi penulis digunakan untuk menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan dan menambah pengetahuan dalam menganalisis permasalahan serta memecahkan permasalahannya.
2. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam menerapkan proses manajemen pengetahuan untuk meningkatkan inovasi.
3. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi serta perbandingan dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Manajemen Pengetahuan

Manajemen pengetahuan merupakan multidisiplin ilmu yang mencakup berbagai bidang. Peneliti dan praktisi bisnis tidak hanya membedakan model, siklus, dan proses, tetapi juga mendefinisikan manajemen pengetahuan secara berbeda. Oleh karena itu, sangat penting untuk menganalisis definisi manajemen pengetahuan secara detail.

*Knowledge management as a business activity with two primary aspects: Treating the knowledge component of business activities as an explicit concern of business reflected in strategy, policy, and practice at all levels of the organization. Making a direct connection between an organization's intellectual assets — both explicit [recorded] and tacit [personal know-how] — and positive business results (Barclay and Murray, 1997).*

*Knowledge management is the deliberate and systematic coordination of an organization's people, technology, processes, and organizational structure in order to add value through reuse and innovation. This coordination is achieved through creating, sharing, and applying knowledge as well as through feeding the valuable lessons learned and best practices into corporate memory in order to foster continued organizational learning (Dalkir, 2005).*

Gupta (2000) mendefinisikan “*Knowledge management (KM) is a process that helps organizations find, select, organize, disseminate, and transfer important information and expertise necessary for activities such as problem solving, dynamic learning, strategic planning, and decision making*”. Bryan Bergeron (2003) mendefinisikan “*Knowledge Management (KM) is a deliberate, systematic business optimization strategy that selects, distills, stores, organizes, packages,*

*and communicates information essential to the business of a company in a manner that improves employee performance and corporate competitiveness”.*

Kirk Klasson (1999) menggambarkan manajemen pengetahuan dengan kemampuan dalam bertindak sebagai berikut:

1. Masalah, ide, acara, peluang, tujuan
2. Pencarian, pemicu
3. Penemuan, isi, data
4. Sumber, kontributor, pakar
5. Kerja sama kelompok, kolaborasi
6. Keputusan, tindakan
7. Pelajaran yang didapat, hasil

Nonaka dan Takeuchi (1995) mengembangkan konsep atas dasar pemikiran Polanyi (1966) yang membedakan antara dua jenis pengetahuan, yaitu:

1. *Tacit Knowledge*, merupakan pengetahuan yang sulit untuk diformalkan, tetapi dimiliki dan diaplikasikan secara intuitif atau tidak langsung oleh individu. Hal ini sering terkait dengan keterampilan praktis, intuisi, dan pemahaman yang terakumulasi melalui pengalaman.
2. *Explicit Knowledge*, merupakan pengetahuan yang dapat ditransmisikan dalam bahasa yang formal dan sistematis. Hal ini melibatkan informasi yang dapat diartikulasikan dalam bentuk dokumentasi tertulis.

Selain itu, Nonaka dan Takeuchi (1995) menyatakan bahwa proses penciptaan pengetahuan terjadi karena adanya interaksi antara *tacit knowledge* dan *explicit knowledge* melalui sebuah model yang disebut *SECI Model* (*S: Socialization, E: Externalization, C: Combination, dan I: Internalization*), yaitu:

1. *Sosialization*, proses konversi pengetahuan dari *tacit* menjadi *tacit* melalui interaksi sosial. Hal ini terjadi ketika individu berbagi pengalaman, keterampilan, dan pemahaman secara langsung yang dimengerti individu lain melalui observasi, imitasi, dan latihan.

2. *Externalization*, proses konversi pengetahuan dari *tacit* menjadi *explicit*. Hal ini melibatkan ekspresi dalam bentuk metafora, analogi, konsep, hipotesis, atau model yang dapat diartikulasikan secara jelas.
3. *Combination*, proses menggabungkan pengetahuan *explicit* dari berbagai sumber untuk menciptakan pengetahuan baru yang lebih kompleks.
4. *Internalization*, proses mengambil pengetahuan *explicit* dan mengubahnya kembali menjadi *tacit*. Hal ini terjadi ketika individu memahami pengetahuan *explicit* sehingga menjadi bagian dari pemahaman *tacit*.

### 2.1.2 Proses Manajemen Pengetahuan

Tiwana (2000) menyebutkan tiga langkah dasar yang terlibat dalam pengetahuan dan proses pembelajaran akan memberi gambaran yang lebih baik mengenai jenis fungsi teknologi informasi yang akan mendukung upaya ini, yaitu:

#### 1. *Knowledge Acquisition*

*Knowledge acquisition* adalah aktivitas mengumpulkan keahlian dari orang-orang dan sumber pengetahuan lainnya dan menciptakan penyimpanan pengetahuan yang terkomputerisasi yang dapat membantu organisasi dengan cara tertentu (Milton, 2007). *Knowledge acquisition* merupakan langkah awal dalam manajemen pengetahuan yang melibatkan pengumpulan, identifikasi, dan penciptaan pengetahuan baru. Proses ini mengimplikasikan sumber daya internal dan eksternal, seperti pengalaman karyawan, pelatihan, seminar, dan kesempatan pembelajaran lainnya. *Knowledge acquisition* melibatkan pemanfaatan teknologi informasi, seperti sistem manajemen pengetahuan, untuk menangkap dan mendokumentasikan informasi yang relevan. Dengan mengintegrasikan berbagai sumber pengetahuan secara efektif, organisasi dapat mengumpulkan pengetahuan yang beragam sehingga memperkuat kemampuan dalam membuat keputusan.

#### 2. *Knowledge Sharing*

Faktor keberhasilan terpenting dalam *knowledge sharing* adalah sejauh mana penerapannya dalam operasi sehari-hari organisasi (Huysman & de Wit, 2002). *Knowledge sharing* harus didasarkan pada kecerdasan manusia, energi, dan keinginan untuk berkolaborasi dan memanfaatkan pengetahuan dalam upaya

kolaboratif (McInerney, 2002). *Knowledge sharing* melibatkan distribusi pengetahuan di seluruh organisasi untuk menciptakan dasar pengetahuan bersama. Proses ini dapat mencakup pembentukan komunitas praktik terbaik, penggunaan platform kolaborasi, dan pengembangan budaya yang mendorong kerja sama. Dalam memastikan efektivitas knowledge sharing, diperlukan sistem yang memfasilitasi aksesibilitas informasi dan mendukung komunikasi terbuka antara anggota organisasi. Dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti forum diskusi, sesi berbagi pengalaman, dan dokumentasi terpusat, organisasi dapat memastikan bahwa pengetahuan dapat diakses secara luas.

### 3. *Knowledge Utilization*

*Knowledge utilization* mencakup kegiatan penelitian, ilmiah, dan intervensi terprogram yang bertujuan untuk meningkatkan penggunaan pengetahuan untuk memecahkan masalah kemanusiaan (Backer, 1991). *Knowledge utilization* merupakan langkah penting dalam proses manajemen pengetahuan, di mana pengetahuan yang diperoleh dan dibagikan digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan organisasi. *Knowledge utilization* melibatkan menerapkan pengetahuan, seperti memecahkan masalah, mengoptimalkan proses, atau menciptakan nilai tambah. Organisasi perlu memastikan bahwa pengetahuan yang ada tidak hanya disimpan dan dibagikan, tetapi juga diaplikasikan menjadi tindakan yang mempengaruhi hasil kerja. Proses ini mencakup integrasi pengetahuan dalam perencanaan strategis, perbaikan proses operasional, serta evaluasi berkelanjutan.

#### **2.1.3 Inovasi**

Michael Parent (2022) mendefinisikan “*Innovation is the business activity of creating and delivering customer value in new, creative, and novel ways*”. Ichijo dan Nonaka (2007) mendefinisikan inovasi sebagai pencarian dan penemuan, pengembangan, perbaikan, adaptasi, dan komersialisasi proses baru, produk baru, serta struktur dan prosedur organisasi baru. Inovasi terdiri dari ide baru dan implementasinya menjadi suatu produk, proses, atau jasa baru, yang mengarah pada dinamika pertumbuhan perekonomian nasional dan peningkatan lapangan

kerja serta terciptanya keuntungan murni bagi bisnis (Urabe et al., 1988). Strategi inovasi lebih mengarahkan perusahaan untuk lebih mengutamakan peningkatan inovasi produk atau jasa daripada mengalahkan pesaingnya. Inti dari inovasi adalah bagaimana perusahaan melakukan sesuatu yang dapat menambah nilai dan membuat situasi atau kondisi menjadi lebih baik.

Menurut Michael Parent (2022) kerangka strategi inovasi untuk lingkungan kompetitif dikenal sebagai 5F, yaitu:

1. *Frontal*, posisi yang diberdayakan.
2. *Flanking*, mengejutkan pesaing yang memiliki keunggulan.
3. *Fragment*, menang dengan melepaskan komponen dari total.
4. *Fortify*, menambahkan sumber daya untuk mendapatkan keuntungan.
5. *Flee*, mundur dan memanen untuk masa depan.

Menurut Trott (2017) terdapat tujuh jenis inovasi, yaitu:

1. *Product innovation*, pengembangan atau perubahan pada produk. Hal ini mencakup fitur baru, desain yang lebih baik, atau pengenalan produk baru ke pasar.
2. *Process innovation*, pengembangan atau perubahan dalam proses produksi, manufaktur, atau penyediaan layanan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, atau meningkatkan kualitas.
3. *Organisational innovation*, perubahan dalam struktur, budaya, atau sistem organisasi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan fleksibilitas, responsivitas, atau efektivitas organisasi.
4. *Management innovation*, perubahan dalam praktik manajemen dan strategi bisnis. Hal ini mencakup pengenalan model manajemen baru, pendekatan strategis yang inovatif, atau perubahan dalam kepemimpinan.
5. *Production innovation*, pengembangan atau perubahan dalam proses produksi atau manufaktur. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.
6. *Commercial/marketing innovation*, penambahan strategi baru dalam pemasaran, penjualan, dan distribusi produk. Hal ini mencakup



pengembangan model bisnis baru, strategi harga inovatif, atau pendekatan pemasaran yang kreatif.

7. *Service innovation*, pengembangan atau perubahan dalam penyediaan layanan kepada pelanggan. Hal ini mencakup pengenalan layanan baru, peningkatan kualitas layanan, atau penerapan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang menjadi referensi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Jurnal	Hasil
1.	Bader Yousef Obeidat, Mai Maher Al-Suradi, Ra'ed Masa'deh, Ali Tarhini (2016)	<i>The impact of knowledge management on innovation: An empirical study on Jordanian consultancy firms</i>	<i>Management Research Review</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh proses manajemen pengetahuan dan pendekatan manajemen pengetahuan terhadap inovasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses manajemen pengetahuan ( <i>knowledge acquisition, knowledge sharing, dan knowledge utilization</i> ) berdampak positif dan signifikan terhadap inovasi. Selain itu, pendekatan manajemen pengetahuan ( <i>social network, codification, dan personalization</i> ) juga berdampak terhadap inovasi.

Bersambung

Lanjutan Tabel 4

2.	Eduardo Kunzel Teixeira, Mirian Oliveira, Carla Curado (2019)	<i>Linking knowledge management processes to innovation: A mixed-method and cross-national approach</i>	<i>Management Research Review</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh proses manajemen pengetahuan dan inovasi dengan moderasi negara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses manajemen pengetahuan ( <i>knowledge acquisition, knowledge storage, dan knowledge application</i> ) berdampak positif terhadap inovasi. Namun, <i>knowledge sharing</i> di salah satu negara yang diteliti tidak berdampak terhadap inovasi, sedangkan negara lainnya berdampak terhadap inovasi.
3.	Jing-Wen Huang dan Yong-Hui Li (2008)	<i>The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance</i>	<i>International Journal of Manpower</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh interaksi sosial terhadap inovasi melalui mediasi proses manajemen pengetahuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial berdampak positif terhadap proses manajemen pengetahuan

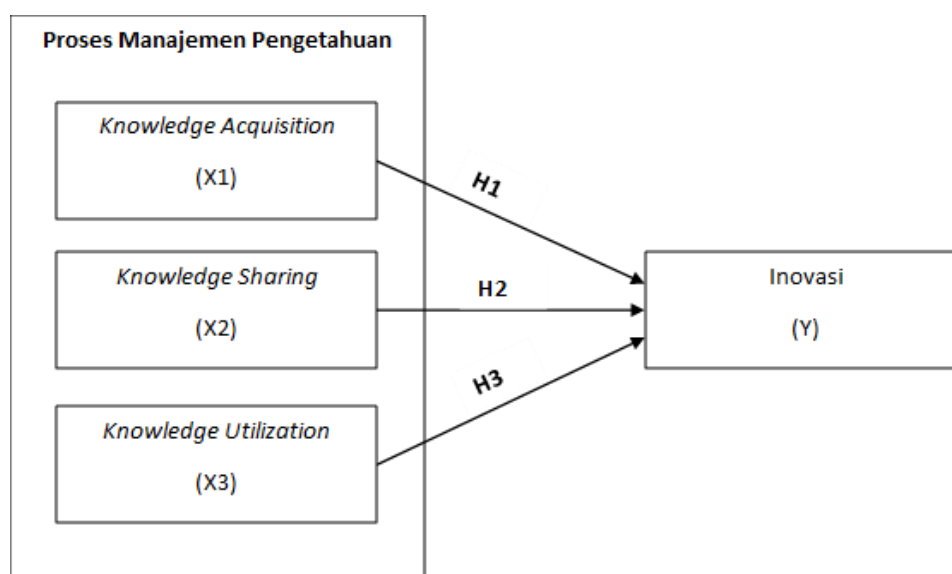
Bersambung

Lanjutan Tabel 4

				( <i>knowledge acquisition, knowledge sharing, dan knowledge application</i> ), proses manajemen pengetahuan berdampak positif terhadap inovasi, dan proses manajemen pengetahuan memediasi antara interaksi sosial dan inovasi.
4.	Muhammad Shujahat, Maria Jose Sousa, Saddam Hussain, Faisal Nawaz, Minhong Wang, Muhammad Umer (2017)	<i>Translating the impact of knowledge management processes into knowledge-based innovation: The neglected and mediating role of knowledge-worker productivity</i>	<i>Journal of Business Research</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh proses manajemen pengetahuan terhadap inovasi melalui mediasi produktivitas pekerja pengetahuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produktivitas pekerja pengetahuan memediasi secara signifikan antara dua proses manajemen pengetahuan ( <i>knowledge creation dan knowledge utilization</i> ) dan inovasi. Namun, hal ini tidak terjadi antara <i>knowledge sharing</i> dan inovasi karena tidak berdampak signifikan terhadap produktivitas pekerja pengetahuan.

## 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti secara teoritis (Sugiyono, 2013). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah proses manajemen pengetahuan, sedangkan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah inovasi. Berdasarkan landasan teori, kajian pustaka, penelitian terdahulu dan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

## 2.4 Hipotesis Penelitian

### 2.4.1 Pengaruh *Knowledge Acquisition* terhadap Inovasi

*Knowledge acquisition* eksternal sangat penting bagi perusahaan yang mencari keunggulan kompetitif karena dapat menciptakan peluang inovasi baru, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memanfaatkannya, dan mencapai hasil inovasi yang lebih baik (Molina-Morales et al., 2014). Penelitian (Liao et al., 2010) menemukan *knowledge acquisition* berhubungan positif dengan

kemampuan inovasi perusahaan. Berdasarkan pendapat dari penelitian terdahulu, maka penulis menarik hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H1: *Knowledge acquisition* berpengaruh signifikan terhadap inovasi

#### **2.4.2 Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Inovasi**

Davenport dan Prusak (1998) mengatakan bahwa mengembangkan inovasi berskala besar hampir pasti tidak mungkin terjadi tanpa *knowledge transfer* (*knowledge sharing*) yang efektif karena ide-ide baru sering kali dipicu oleh akses terhadap ide-ide yang sudah ada. Praktisi manajemen pengetahuan perlu memfasilitasi lingkungan *knowledge sharing*, di mana ide-ide dan solusi baru dapat dikembangkan sehingga menghasilkan inovasi (Costa & Monteiro, 2016). Penelitian (Monica Hu et al., 2009) menemukan terdapat hubungan positif antara *knowledge sharing* dan kinerja inovasi pelayanan. Berdasarkan pendapat dari penelitian terdahulu, maka penulis menarik hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H2: *Knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap inovasi

#### **2.4.3 Pengaruh *Knowledge Utilization* terhadap Inovasi**

Dorongan mendasar pertama dari peran manajemen pengetahuan dalam inovasi dalam lingkungan bisnis saat ini adalah untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan keunggulan kompetitif melalui *knowledge utilization* dan praktik kolaborasi (du Plessis, 2007). Penelitian (Zhang et al., 2009) menemukan *knowledge utilization* memiliki hubungan positif terhadap kinerja inovasi produk. Berdasarkan pendapat dari penelitian terdahulu, maka penulis menarik hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H3: *Knowledge utilization* berpengaruh signifikan terhadap inovasi

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, yang mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah di mana data yang diperoleh berupa nilai numerik atau pernyataan-pernyataan yang dievaluasi dan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik (Hermawan, 2019).

#### **3.2 Sumber Data**

##### **1. Data primer**

Menurut Sugiyono (2013), data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data ke pengumpul data secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui kuesioner sebagai data utama dan wawancara sebagai data pelengkap.

##### **2. Data sekunder**

Menurut Sugiyono (2013), data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan data ke pengumpul data, misalnya melalui pihak lain atau dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini didapat melalui studi kepustakaan, buku, dan internet.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, penulis menerapkan kuesioner yang bersifat tertutup dengan menyediakan pertanyaan-pertanyaan yang sudah ditentukan sebelumnya.

#### **2. Wawancara**

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa wawancara dapat digunakan ketika peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan masalah yang perlu diteliti, ketika peneliti ingin memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai responden, dan ketika jumlah respondennya sedikit. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Penulis menyiapkan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup yang membatasi responden dalam menjawab berbagai macam kemungkinan dari tanggapan sebagai suatu pilihan.

#### **3. Observasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan memperhatikan suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera (Hermawan, 2019). Penulis melakukan observasi secara langsung pada lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi.

### **3.4 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah bidang umum yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai sifat atau ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan hotel bintang 3 di Bandar Lampung. Penulis memilih lokasi penelitian berdasarkan ulasan pelanggan pada Google. Penulis diberikan izin untuk melakukan penelitian pada Batiqa Hotel Lampung dengan nilai 4.5, Grand Anugerah Hotel dengan nilai 4.4, Yunna Hotel dengan nilai 4.4, Whiz Prime Hotel Lampung dengan nilai 4.3, Asoka Luxury Hotel dengan nilai 4.2, dan Grand Praba Hotel dengan nilai 4.2.

### 3.5 Sampel

Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif atau mewakili populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yang dilakukan secara acak di mana setiap orang di seluruh populasi target memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah Sampel  
 N : Tingkat Populasi  
 e : Batas Margin *Error*

Tingkat kesalahan dalam penelitian ini adalah 10% sebagai panduan untuk menentukan kesalahan minimum. Berdasarkan data yang diperoleh, Batiqa Hotel Lampung memiliki 24 karyawan, Yunna Hotel memiliki 38 karyawan, Asoka Luxury Hotel memiliki 30 karyawan, Grand Anugerah Hotel memiliki 30 karyawan, Whiz Prime Hotel Lampung memiliki 55 karyawan, dan Grand Praba Hotel memiliki 32 karyawan sehingga jumlah populasi sebagai acuan perhitungan yang akan digunakan adalah 209 karyawan hotel bintang 3 di Bandar Lampung dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{209}{1+209(0,1)^2}$$

$$n = 67,6375405 \text{ dibulatkan menjadi } 68.$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 68 responden. Penelitian (Hair, 2019) telah memberikan rekomendasi ukuran sampel minimum yang diperlukan setidaknya 50 sampel dan umumnya 100 sampel untuk sebagian besar situasi penelitian.



### 3.6. Variabel

Menurut Sugiyono (2013), variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau aktivitas dengan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian diambil sebuah kesimpulan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah proses manajemen pengetahuan sebagai variabel independen (X) yang mempengaruhi inovasi sebagai variabel dependen (Y).

#### 3.6.1 Definisi Operasional Variabel

Menurut Hermawan (2019), definisi operasional adalah definisi yang dirumuskan berdasarkan sesuatu yang diamati oleh peneliti. Titik awal persiapannya adalah variabel-variabel penelitian yang diidentifikasi oleh peneliti. Variabel tersebut memberikan definisi operasional dan menentukan indikator yang akan diukur. Indikator diuraikan menjadi beberapa pertanyaan atau pernyataan. Kuesioner penelitian ini terdiri dari tiga dimensi variabel independen dan satu dimensi variabel dependen. Indikator pada setiap dimensi telah diukur dengan pernyataan yang diadaptasi dari penelitian (Obeidat et al., 2016). Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Definisi	Indikator
1	Proses Manajemen Pengetahuan (X)	<i>Knowledge Acquisition</i> (X1)	<i>Knowledge acquisition</i> adalah proses pengembangan dan penciptaan wawasan,	Karyawan baru untuk memperoleh pengetahuan baru Lingkungan terbuka untuk mendapatkan pengetahuan baru

Bersambung

Lanjutan Tabel 5

			keterampilan,dan hubungan. (Tiwana, 2000)	Praktik terbaik di sektor Informasi yang relevan dengan operasi dan aktivitas Pengetahuan yang dimiliki serta pengetahuan apa pun yang tidak tersedia Pengetahuan diperoleh dari sumber yang berbeda
		<i>Knowledge Sharing</i> (X2)	<i>Knowledge sharing</i> terdiri dari menyebarkan dan menyediakan apa yang sudah diketahui. (Tiwana, 2000)	Berbagi informasi dan pengetahuan Bertukar pengetahuan antarkaryawan Mengembangkan sistem informasi Berbagi informasi dan pengetahuan Pengetahuan dibagi
		<i>Knowledge Utilization</i> (X3)	<i>Knowledge utilization</i> muncul ketika pembelajaran diintegrasikan ke dalam organisasi, apapun yang tersedia secara luas di seluruh perusahaan dapat digeneralisasikan dan diterapkan, setidaknya sebagian, pada situasi baru. (Tiwana, 2000)	Insentif dan manfaat kebijakan Diagram arus kerja Mengelola berbagai sumber sumber dan jenis pengetahuan Pengetahuan yang tersedia dalam meningkatkan layanan Pengetahuan yang tersedia untuk meningkatkan kinerja
2	Inovasi (Y)		Inovasi sebagai pencarian dan penemuan, pengembangan, perbaikan, adaptasi, dan komersialisasi proses baru, produk baru,	Menanggapi perubahan lingkungan Memasukkan teknologi ke dalam produk/layanan baru Mengadaptasi produk/layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

Bersambung

Lanjutan Tabel 6

			serta struktur dan prosedur organisasi baru yang melibatkan ketidakpastian, pengambilan risiko, penyelidikan dan penyangkalan, eksperimen, <i>trial and error</i> , dan pengujian. (du Plessis, 2007)	Salah satu yang pertama ke pasar dengan inovasi Memanfaatkan layanan dan mengubahnya Lebih inovatif daripada pesaing Inovasi sebagai bagian mendasar dari visi dan tujuan Inovasi secara efektif dikomunikasikan Manajemen utama mendukung inovasi
--	--	--	---	--

### 3.6.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2013), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial yang dipilih secara khusus disebut dengan variabel penelitian. Variabel diukur menggunakan skala likert dan digambarkan dengan indikator variabel. Indikator dari variabel menjadi titik tolak item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap item pada skala likert berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 6. Skala Pengukuran Variabel

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat uji melakukan fungsi pengukurannya atau seberapa baik suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Tujuan dari validitas untuk menguji apakah setiap item atau instrumen (pertanyaan atau pernyataan) benar-benar dapat mengungkapkan variabel yang akan diukur atau apakah konsistensi internal unsur-unsur setiap item dapat diketahui saat mengukur suatu variabel. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling* (KMO MSA) pada program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hasil pengujian dikatakan valid apabila nilai *Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling* (KMO MSA)  $\geq 0,5$ .

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha* pada program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hasil pengujian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$  dan nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  *Cronbach's Alpha* jika item dihapus.

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier merupakan metode statistika yang digunakan untuk membentuk model hubungan variabel dependen (Y) dengan satu atau lebih variabel independen (X). Apabila banyaknya variabel independen hanya satu, disebut sebagai regresi linier sederhana, sedangkan apabila terdapat lebih dari satu variabel independen, disebut sebagai regresi linier berganda. Berdasarkan Sugiyono (2013), rumus analisis linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Subjek Variabel Dependen (Inovasi)

a : Konstanta

X<sub>1</sub> : Subjek Variabel Independen (*Knowledge Acquisition*)

X<sub>2</sub> : Subjek Variabel Independen (*Knowledge Sharing*)

X<sub>3</sub> : Subjek Variabel Independen (*Knowledge Utilization*)

b<sub>1</sub> : Koefisien Regresi (*Knowledge Acquisition*)

b<sub>2</sub> : Koefisien Regresi (*Knowledge Sharing*)

b<sub>3</sub> : Koefisien Regresi (*Knowledge Utilization*)

e : *error*

#### 3.8.2 Uji Signifikansi Variabel Independen (t)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila  $\text{sig} < \alpha$  (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat keyakinan 95% melalui ketentuan sebagai berikut:

Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  (0,05), maka hipotesis diterima.

Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  (0,05), maka hipotesis tidak diterima.

Hasil uji t dapat dilihat pada *output Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda.

### 3.8.3 Uji Signifikansi Simultan (F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai  $\text{sig} < \alpha$  (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat keyakinan 95% melalui ketentuan sebagai berikut:

F hitung  $>$  F tabel (0,05), maka  $H_0$  tidak diterima,  $H_a$  diterima

F hitung  $<$  F tabel (0,05), maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  tidak diterima

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda.

### 3.8.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang semakin kecil, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang semakin besar, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin tinggi. Nilai variabel independen besar dianggap memiliki hubungan yang dekat dengan variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan meningkat seiring dengan kedekatan hubungan variabel.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis data yang telah dilakukan dengan sampel 68 responden. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini menunjukkan pengujian pada variabel *knowledge acquisition* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap inovasi. Hasil dari analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien regresi sebesar 0,894 dan signifikansi variabel independen sebesar 3,321. Dapat diartikan bahwa *knowledge acquisition* pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung memiliki dampak yang besar terhadap inovasi.
2. Pada penelitian ini menunjukkan pengujian pada variabel *knowledge sharing* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap inovasi. Hasil dari analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien regresi sebesar 0,315 dan signifikansi variabel independen sebesar 1,394. Dapat diartikan bahwa *knowledge sharing* pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung tidak memiliki dampak yang besar terhadap inovasi.
3. Pada penelitian ini menunjukkan pengujian pada variabel *knowledge utilization* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap inovasi. Hasil dari analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien regresi sebesar 0,951 dan signifikansi variabel independen sebesar 3,007. Dapat diartikan bahwa *knowledge utilization* pada hotel bintang 3 di Bandar Lampung memiliki dampak yang besar terhadap inovasi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pembahasan dan simpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Item variabel *knowledge acquisition* pada poin pernyataan “Kami secara aktif mengamati dan mengadopsi praktik terbaik di sektor kami” memiliki mean terkecil, yaitu 4,26 dengan 11 jawaban Netral. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan upaya dalam mengimplementasikan praktik terbaik agar memperkuat akuisisi pengetahuan dan memastikan bahwa sumber pengetahuan yang digunakan sesuai dengan perkembangan terkini.
2. Item variabel *knowledge sharing* pada poin pernyataan “Kami berbagi informasi dan pengetahuan yang diperlukan untuk tugas” memiliki mean terkecil, yaitu 4,26 dengan 1 jawaban Tidak Setuju. Perusahaan disarankan untuk memperbaiki sistem berbagi informasi dan pengetahuan sehingga dapat membangun budaya komunikasi yang mendukung kolaborasi dan pertukaran pengetahuan secara lebih efektif.
3. Item variabel *knowledge utilization* pada poin pernyataan “Perusahaan secara efektif mengelola berbagai sumber dan jenis pengetahuan” memiliki mean terkecil, yaitu 4,22 dengan 10 jawaban Netral. Perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan pengelolaan pengetahuan dengan merancang strategi yang lebih sistematis dan memanfaatkan pengetahuan dalam proses operasional.
4. Item variabel inovasi pada poin pernyataan “Perusahaan kami menanggapi perubahan lingkungan secara fleksibel” memiliki mean terkecil, yaitu 3,97 dengan 1 jawaban Sangat Tidak Setuju. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan dengan menciptakan mekanisme respons yang lebih fleksibel, serta inovasi berkelanjutan agar perusahaan menyesuaikan dengan dinamika pasar dengan cepat.
5. Hasil penelitian ini hanya sebatas pada *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, *knowledge utilization*, dan inovasi dengan sampel kecil. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel dan cakupan yang lebih luas.



## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Jurnal dan Buku

- Aboelmaged, M. G. (2014). Linking operations performance to knowledge management capability: the mediating role of innovation performance. *Production Planning & Control*, 25(1), 44–58. <https://doi.org/10.1080/09537287.2012.655802>
- Agusnawar. (2000). *Operasional Tata Graha Hotel: Hotel Housekeeping Operational*. Gramedia Pustaka Utama.
- Andreeva, T., & Kianto, A. (2011). Knowledge processes, knowledge- intensity and innovation: a moderated mediation analysis. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 1016–1034. <https://doi.org/10.1108/13673271111179343>
- Backer, T. E. (1991). Knowledge Utilization. *Knowledge*, 12(3), 225–240. <https://doi.org/10.1177/107554709101200303>
- Bergeron, B. (2003). *Essentials of Knowledge Management* (I. John Wiley & Sons, Ed.).
- Costa, V., & Monteiro, S. (2016a). Key knowledge management processes for innovation: a systematic literature review. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 46(3), 386–410. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-02-2015-0017>
- Costa, V., & Monteiro, S. (2016b). Knowledge Processes, Absorptive Capacity and Innovation: A Mediation Analysis. *Knowledge and Process Management*, 23(3), 207–218. <https://doi.org/10.1002/kpm.1507>
- Dahana, M. M. (2012). *Perlindungan Hukum dan Keamanan Terhadap Wisatawan*. Paramita.
- Dalkir, K. (2005). *Knowledge Management in Theory and Practice* (Butterworth–Heinemann, Ed.).
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press.
- du Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20–29. <https://doi.org/10.1108/13673270710762684>

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gupta, B., Iyer, L. S., & Aronson, J. E. (2000). Knowledge management: practices and challenges. *Industrial Management & Data Systems*, 100(1), 17–21. <https://doi.org/10.1108/02635570010273018>
- Hair, J. F. , B. W. C. , B. B. J. , & A. R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hallin, C. A., & Marnburg, E. (2008). Knowledge management in the hospitality industry: A review of empirical research. *Tourism Management*, 29(2), 366–381. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.019>
- Heisig, P. (2009). Harmonisation of knowledge management – comparing 160 KM frameworks around the globe. *Journal of Knowledge Management*, 13(4), 4–31. <https://doi.org/10.1108/13673270910971798>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Hung, R. Y.-Y., Lien, B. Y.-H., Fang, S.-C., & McLean, G. N. (2010). Knowledge as a facilitator for enhancing innovation performance through total quality management. *Total Quality Management & Business Excellence*, 21(4), 425–438. <https://doi.org/10.1080/14783361003606795>
- Huysman, M., & de Wit, D. (2002). *Knowledge Sharing in Practice* (Vol. 4). Springer-Science+Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-94-015-9992-4>
- Ichijo, K., & Nonaka, I. (2007). *Knowledge Creation and Management: New Challenges for Managers*. Oxford University Press.
- Klasson, K. (1999). *Managing Knowledge for Advantage: Content & Collaboration Technologies*. The Cambridge Information Network.
- Liao, S., Wu, C., Hu, D., & Tsui, K. (2010). Relationships between knowledge acquisition, absorptive capacity and innovation capability: an empirical study on Taiwan's financial and manufacturing industries. *Journal of Information Science*, 36(1), 19–35. <https://doi.org/10.1177/0165551509340362>
- McInerney, C. (2002). Knowledge management and the dynamic nature of knowledge. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(12), 1009–1018. <https://doi.org/10.1002/asi.10109>
- Milton, N. R. (2007). *Knowledge Acquisition in Practice : A Step-by-step Guide*. Springer-Verlag London Limited. <https://doi.org/10.1007/978-1-84628-861-6>

- Molina-Morales, F. X., García-Villaverde, P. M., & Parra-Requena, G. (2014). Geographical and cognitive proximity effects on innovation performance in SMEs: a way through knowledge acquisition. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(2), 231–251. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0214-z>
- Monica Hu, M.-L., Horng, J.-S., & Christine Sun, Y.-H. (2009). Hospitality teams: Knowledge sharing and service innovation performance. *Tourism Management*, 30(1), 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.009>
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14–37. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
- Obeidat, B. Y., Al-Suradi, M. M., Masa'deh, R., & Tarhini, A. (2016). The impact of knowledge management on innovation. *Management Research Review*, 39(10), 1214–1238. <https://doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0214>
- Parent, M. (2022). *The Lean Innovation Cycle: A Multi-Disciplinary Framework for Designing Value with Lean and Human-Centered Design* (Routledge, Ed.).
- Polanyi, M. (1966). *The Tacit Dimension*. University of Chicago Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Alfabeta, Ed.).
- Teixeira, E. K., Oliveira, M., & Curado, C. (2019). Linking knowledge management processes to innovation. *Management Research Review*, 43(3), 332–349. <https://doi.org/10.1108/MRR-10-2018-0391>
- Tiwana, A. (2000). *The Knowledge Management Toolkit: Practical Techniques for Building a Knowledge Management System*. Prentice-Hall.
- Trott, P. (2017). *Innovation Management and New Product Development* (Sixth Edition). Pearson Education Limited.
- Urabe, K., Child, J., & Kagono, T. (1988). *Innovation and Management: International Comparisons* (Walter de Gruyter, Ed.).
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisata* (Pradnya Paramita, Ed.).
- Wu, I.-L., & Hu, Y.-P. (2018). Open innovation based knowledge management implementation: a mediating role of knowledge management design. *Journal*

of Knowledge Management, 22(8), 1736–1756.  
<https://doi.org/10.1108/JKM-06-2016-0238>

Yang, J.-T., & Wan, C.-S. (2004). Advancing organizational effectiveness and knowledge management implementation. *Tourism Management*, 25(5), 593–601. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.002>

Zhang, J., Di Benedetto, C. A., & Hoenig, S. (2009). Product Development Strategy, Product Innovation Performance, and the Mediating Role of Knowledge Utilization: Evidence from Subsidiaries in China. *Journal of International Marketing*, 17(2), 42–58. <https://doi.org/10.1509/jimk.17.2.42>

### **Sumber Online**

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. <http://lampung.bps.go.id>

Barclay, R. O. & Murray P. C. (1997). What is Knowledge Management? [http://providersedge.com/docs/km\\_articles/What\\_Is\\_Knowledge\\_Management.pdf](http://providersedge.com/docs/km_articles/What_Is_Knowledge_Management.pdf)

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. <http://disparekraf.lampungprov.go.id>

Google <http://google.com>