

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kepercayaan, interaksi sosial, norma sosial, visi bersama dan orientasi pembelajaran terhadap Tindakan Berbagi Pengetahuan Afektif Rasional dan kreativitas hubungan pelanggan dengan kinerja bisnis pada usaha kecil dan menengah industri konveksi di Jawa Tengah. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 117 responden. Responden adalah pemilik usaha kecil menengah industri bordir dan konveksi. Teknik analisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan software AMOS versi 19.

Penelitian ini secara umum menghasilkan pengaruh positif kepercayaan, visi bersama, interaksi sosial terhadap tindakan berbagi pengetahuan sukarela. Orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap tindakan berbagi pengetahuan afektif rasional. Tindakan berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kreativitas hubungan pelanggan dan kinerja bisnis, demikian juga kreativitas hubungan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Temuan teoritis dalam penelitian ini adalah : (1) untuk meningkatkan kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan melalui peningkatan kepercayaan, visi bersama, interaksi sosial, dan orientasi pembelajaran melalui tindakan berbagi pengetahuan afektif rasional, (2) untuk meningkatkan kinerja bisnis dapat dilakukan dengan melalui peningkatan tindakan berbagi pengetahuan afektif rasional dan kreativitas hubungan pelanggan.

Penelitian ini menyumbang temuan dalam teori Pembelajaran Organisasi sebagai dasar dan kolaborasi dari teori modal sosial, teori tindakan sosial, didalam menjelaskan peran tindakan berbagi pengetahuan afektif rasional sebagai variabel yang memediasi variabel-variabel modal sosial dan pembelajaran organisasi.

Kata Kunci: Kinerja Bisnis, Pembelajaran Organisasi, Tindakan Berbagi Pengetahuan Afektif Rasional, Modal Sosial