

Memaknai Nilai-Nilai Philosophy Keislaman dan Perilaku Berbagi Pengetahuan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Mahyarni^{1,*}, Astuti Meflinda²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jln HR Soebrantas Panam KM 15 No 155 Tuah Madani Panam, Kode Pos 28293

*Mahyarni@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan UMKM pada saat sekarang tidak terlepas dari adanya motivasi masyarakat untuk menjadi entrepreneur. Motivasi menjadi entrepreneur merupakan ajaran agama islam yang mengajarkan setiap penganutnya untuk bekerja dan mandiri. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Riau yang lekat dengan nilai-nilai islami dan budaya islam. Penelitian ini bertujuan untuk melihat secara nyata nilai-nilai philosophy keislaman dan perilaku berbagi pengetahuan terhadap kinerja bisnis UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang bergerak dibidang pengolahan makanan, dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang dengan tehnik sampling yaitu purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode statistik kuantitatif menggunakan Regresi linear berganda dengan Program SPSS Versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai philosophy keislaman dan perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM.

Kata kunci : nilai philosophy, berbagi pengetahuan dan kinerja bisnis

ABSTRACT

The development of MSMEs at this time cannot be separated from the motivation of the community to become entrepreneurs. Motivation to become an entrepreneur in the teachings of Islam which teaches each adherent to work and be independent. This research was conducted in Riau Province which is closely related to Islamic values and Islamic culture. This study aims to see the real philosophy of Islamic values and knowledge-sharing behavior on MSME business performance. The population in this study were all MSME actors engaged in food processing, with a total sample of 60 people with a purposive sampling technique. Data analysis was performed using quantitative statistical methods using multiple linear regression with the SPSS version 23 program. The results showed that the values of Islamic philosophy and knowledge sharing behavior have an effect on the business performance of MSMEs.

Keywords: philosophical value, knowledge sharing and business performance

PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang sudah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Usaha ini berskala kecil dan bersifat padat karya dan melibatkan berbagai aktivitas ekonomi dan bisnis, baik dari segi manajemen, teknologi, dan investasi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sektor andalan suatu bangsa karena UMKM yang masih bisa beroperasi pada masa krisis dan mampu menunjukkan

ketangguhannya. (Chahal dan Sharma, 2006). UMKM diyakini memiliki peran yang penting dan strategis, ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan yakni sebesar 57,12% dari total PDB. Dan keempat, memiliki sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil. Dari informasi tersebut terlihat keberadaan UMKM sangat berperan penting dalam membantu pemerintah untuk mengurangi jumlah pengangguran, memerangi kemiskinan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, serta membantu dalam hal sumber pendapatan bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

Pertumbuhan ekonomi pada saat sekarang digerakkan oleh adanya aktifitas ekonomi yang dijalankan oleh kalangan wirausaha atau dikenal dengan istilah *entrepreneurship*. Pendapat ahli menyatakan dibutuhkan 2% wirausaha atau 4,6 juta wirausahawan untuk dapat memajukan perekonomian bangsa. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar berpotensi untuk mempersiapkan sumberdaya manusia yang berkualitas dan mampu menjadi seorang entrepreneur sejati. Disamping itu Indonesia juga merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim yang besar dan ini juga merupakan pasar potensial untuk mempersiapkan sumberdaya manusia yang berkualitas sesuai dengan ajaran Agama Islam dalam melakukan kegiatan muamalah.

Sebagai agama yang menekankan tentang pentingnya pemberdayaan umat, maka dalam Islam berwirausaha merupakan bagian integral dari ajaran Islam. Terdapat sejumlah ayat dan hadis Nabi Muhammad S.A.W yang menjelaskan pentingnya aktivitas berusaha itu. Di antaranya: "*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah di muka bumi. Dan carilah karunia Allah,*" (QS. Al -Jumu'ah : 10). Islam adalah agama yang universal dan komprehensif. Universalitas Islam mencakup aspek akidah, syariah dan akhlak. Pada aspek syariah, Islam memiliki konsep dan panduan dalam tatanan hidup bersosial dan ekonomi. Setiap bisnis dan kegiatan kewirausahaan yang diniatkan dan konsisten dilaksanakan sesuai ajaran islam merupakan salah satu bentuk penghambaan kepada Allah SWT.) Bekerja dan berusaha termasuk berwirausaha, merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena keberadaannya sebagai *khalifah fil ardhi* dimaksudkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya kearah yang lebih baik; (QS. Hud: 61).

Praktek *entrepreneur* yang terjadi selama ini masih banyak yang diwarnai dengan praktik ketidakadilan dan praktik melanggar etika, yang mengindikasikan masyarakat masih belum memiliki karakter *muslimpreneurship* yang sesuai dengan prinsip Islam. Dalam

perspektif Islam sendiri unsur karakter dari pengelola usaha merupakan aspek penting. Kouzes dan Posner dalam Antonio (2010) melalui penelitiannya mengenai karakter ideal *Chief Executive Officer* (CEO) menyatakan bahwa di masa depan keberhasilan bisnis akan diperoleh jika pebisnis menerapkan nilai-nilai spiritual. Sedikides (2010), juga menyatakan bahwa 80 persen orang di seluruh dunia menyatakan bahwa agama merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari mereka. Hasil penelitian yang lain juga menyatakan keyakinan agama berpengaruh pada perilaku individu dan sosial, (Michell dan Al-Mossawi, 1999; McDaniel dan Burnett, 1990; Waller dan Fam, 2000; Birch *et al.*, 2001). Sedangkan Ashmos dan Duchon (2000) menyampaikan bahwa seluruh tradisi dalam agama-agama besar pada beberapa tingkat mencakup hal-hal yang merupakan nilai-nilai philosophy. Nilai-nilai philosophy dimaksud adalah pandangan tentang kehidupan untuk mencari makna dan tujuan utama dari kehidupan adalah keselarasan dengan yang lain sebagai sebuah landasan dasar, dan penerapan nilai-nilai philosophy telah menjadi kebutuhan.

Potensi yang dimiliki pelaku UMKM adalah hasil perpaduan nilai-nilai philosophy yang mereka terapkan dengan bentuk kreativitas hingga konsistensi mereka dalam membangun usaha tersebut, Ashmos dan Dunchon, (2000). Nilai philosophy adalah merupakan alasan atau motivasi seseorang dalam bertindak. Hubungan antara muslim dan konsep taqwa akan memberi kemampuan dalam mengembangkan karakteristik tersebut berdasarkan pada kebutuhan Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Akhlaq mulia dalam berbisnis ditekankan oleh Rasulullah SAW dalam sabdanya "Seorang pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan dikumpulkan bersama para nabi para shiddiq dan orang-orang yang mati syahid. Di antara akhlaq mulia dalam berbisnis adalah menepati janji, jujur, memenuhi hak orang lain, bersikap toleran dan suka memberi kelonggaran. Berdasarkan definisi diatas maka dapat dikembangkan indikator dari nilai-nilai philosophy keislaman adalah niat yang ikhlas, akhlaq yang mulia, keberkahan dan ketaqwaan.

Berbagi pengetahuan merangsang individu di dalam organisasi untuk dapat berpikir secara kritis dan kreatif, (Lindsey, 2006), dan pada akhirnya dapat menghasilkan pengetahuan baru yang berguna bagi organisasi. Mengelola sumber daya pengetahuan merupakan salah satu fungsi kunci dalam organisasi modern. Pengetahuan diperlakukan sebagai sumber daya potensial dan strategis karena secara signifikan mempengaruhi keunggulan kompetitif organisasi, (Alavi dan Leidner, 2001). Strategi berbagi pengetahuan yang dilakukan oleh organisasi merupakan target untuk promosi berbagi pengetahuan, ide, dan pengalaman antara individu-individu dan kelompok, (Cabrera dan Cabrera, 2002). Manfaat Knowledge

Management diantaranya adalah mendorong proses pembelajaran yang berimplikasi terhadap peningkatan kemampuan inovasi melalui penciptaan pengetahuan baru, (Tobing, 2007).

Perilaku berbagi pengetahuan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat keyakinan akan berbagi pengetahuan dengan anggota organisasi yang lain. Indikator yang digunakan yaitu penggunaan laporan tahunan, penggunaan dokumen resmi lainnya, metodologi, model, petunjuk, tahu di mana harus melakukan berbagi pengetahuan, tahu dengan siapa harus berbagi pengetahuan, pengalaman dan tahu bagaimana menggunakannya, serta keahlian dari pendidikan dan pelatihan merujuk pada penelitian yang dilakukan Ajzen (1991, 2002), Bock dan Kim (2000, 2002), Bock dan Pan (n.d.), Lee (2001), Lin dan Lee (2004), Chatzoglou dan Vraimaki (2009)

Menurut Sedarmayanti (2017) Kinerja yaitu hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Indikator kinerja menurut Mangkunegara (2013), ada beberapa indikator yaitu: Kualitas, Kuantitas, Pelaksanaan tugas, dan Tanggung jawab. Dalam pandangan ekonomi Islam, kinerja terkait dengan segala sesuatu yang telah dilakukan oleh seorang individu relevan dengan standar tertentu. Terkait dengan kinerja manusia, Allah mengungkapkannya dalam bentuk pahala dan siksa. Ketika manusia melaksanakan segala perintah Allah maka Allah memberinya pahala. Sebaliknya ketika manusia melanggar aturan yang telah digariskan-Nya, maka Allah akan mengazabnya dengan siksa yang pedih.

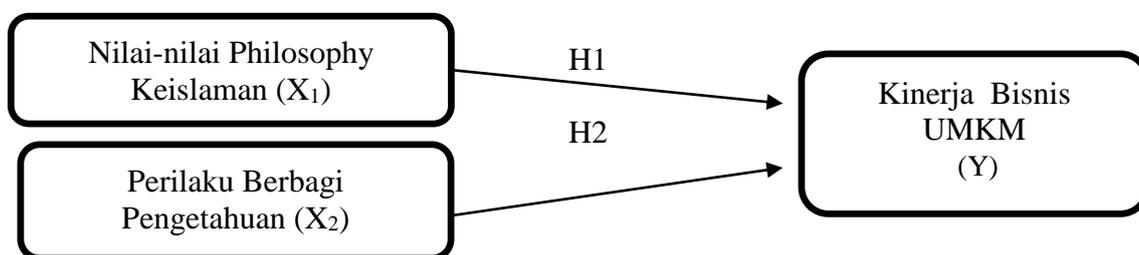
Provinsi Riau merupakan salah satu Provinsi di Pulau Sumatera yang didukung oleh potensi sumber daya alam yang melimpah, Disamping itu perkembangan sarana dan prasarana di Provinsi Riau juga berdampak pada kemajuan kewirausahaan, baik dalam bidang jasa maupun dalam bidang lainnya yang dikaitkan dengan perkembangan IT berbasis digital. Disamping itu Budaya Melayu Riau turut serta memberikan warna tersendiri terhadap perkembangan usaha UMKM yang sesuai dengan ajaran Agama misalnya penekanan pentingnya setiap usaha punya label halal dan ijin dari Dinas Kesehatan berupa Produk Industri Rumah Tangga (PIRT).

Pada penelitian ini mencoba melihat dari sisi yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Michell dan Al-Mossawi, 1999; McDaniel dan Burnett, 1990; Waller dan Fam, 2000; Birch *et al.*, 2001, Ashmos dan Duchon: 2000) terkait pengaruh ajaran agama terhadap kinerja bisnis dan sosial, pada penelitian sekarang mengembangkan indikator nilai philosophy

keislaman sesuai dengan ajaran agama islam yang terdiri dari niat yang ikhlas, akhlaq yang mulia, keberkahan dan ketaqwaan. Disamping itu pada penelitian sekarang mencoba menambah variabel berbagi pengetahuan sesuai penelitian yang dilakukan Ajzen (1991, 2002), Bock dan Kim (2000, 2002), Bock dan Pan (n.d.), Lee (2001), Lin dan Lee (2004), Chatzoglou dan Vraimaki (2009), yang pertanyaannya disesuaikan dengan perkembangan IT pada saat sekarang. Secara keseluruhan model penelitian ini dibangun dengan tujuan menguji dan menganalisis pengaruh nilai-nilai philosophy keislaman dan perilaku berbagi pengetahuan terhadap kinerja bisnis UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Provinsi Riau dengan menganalisis tentang nilai-nilai philosophy keislaman dan perilaku berbagi pengetahuan terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan Program SPSS Versi 23, di mana informasi dari responden dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang makna variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha muslim yang bergerak dibidang pengolahan makanan. Disamping itu dalam rangka untuk memperkuat data juga dilakukan wawancara dengan beberapa informan yaitu Dinas Koperasi dan UMKM serta pelaku UMKM. Tehnik pengambilan sampel dengan purposive sampling dengan sampel 60 pelaku UMKM . Adapun model penelitiannya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Dari Model diatas dapat dilihat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Nilai-nilai Philosophy Keislaman berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM

H2 : Perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Berikut ini konsep operasional variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Nilai-nilai Philosophy Keislaman (X1)	Ashmos dan Duchon (2000), Nilai-nilai philosophy adalah pandangan tentang kehidupan untuk mencari makna dan tujuan utama dari kehidupan adalah keselarasan dengan yang lain sebagai sebuah landasan dasar.	1. Niat yang Ikhlas. 2. Akhlaq yang Mulia 3. Keberkahan 4. Ketaqwaan (Dirangkum dari berbagai sumber)	Interval
Perilaku Berbagi Pengetahuan (X2)	Perilaku berbagi pengetahuan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan akan berbagi pengetahuan dengan anggota organisasi yang lain. Ajzen (1991, 2002), Bock dan Kim (2000, 2002), Bock dan Pan (n.d.), Lee (2001), Lin dan Lee (2004), Chatzoglou dan Vraimaki (2009)	1. Penggunaan laporan tahunan, 2. Penggunaan dokumen resmi lainnya, 3. Metodologi, model, petunjuk, 4. Tahu di mana harus melakukan berbagi pengetahuan, 5. Tahu dengan siapa harus berbagi pengetahuan, 6. Pengalaman dan tahu bagaimana menggunakannya, 7. Keahlian dari pendidikan dan pelatihan Ajzen (1991, 2002), Bock dan Kim (2000, 2002), Bock dan Pan (n.d.), Lee (2001), Lin dan Lee (2004), Chatzoglou dan Vraimaki (2009)	Interval
Kinerja (Y)	Sedarmayanti (2017) Kinerja yaitu hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasai bersangkutan secara legal,tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika	1. Kualitas, 2. Kuantitas, 3. Pelaksanaan tugas, 4. Tanggung jawab. Mangkunegara (2013)	Interval

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Penelitian ini sudah dilakukan Uji Reliabilitas, Uji Validitas dan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi sesuai kaedah-kaedah ilmiah

Dari hasil analisis deskriptif distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel nilai-nilai philosophy keislaman (X_1) sebesar 92,60%. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti bagi responden, seorang Pelaku usaha selalu memanjatkan doa kepada Allah SWT dalam menjalankan bisnis agar memperoleh keberkahan, bermanfaat bagi muslim lainnya, dan dalam menjalankan kehidupan seorang pelaku UMKM selalu menjunjung tinggi nilai-nilai moral.

Hasil analisis deskriptif distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Perilaku Berbagi Pengetahuan (X_2) sebesar 86,50%. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti bagi responden membiasakan budaya saling berbagi pengetahuan sesama UMKM sejenis. Baik ilmu yang diperoleh melalui workshop yang dilakukan oleh instansi terkait, maupun pengalaman selama bekerja serta pengalaman mengikuti event-event nasional. Perilaku berbagi pengetahuan dilakukan UMKM melalui Fb, Instagram dan melalui kelompok komunitas yang mereka miliki. Disamping itu responden termotivasi berperilaku untuk berbagi pengetahuan karena adanya imbalan pahala dari Allah SWT

Hasil analisis deskriptif distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Kinerja (Y) sebesar 85,83%. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti bagi responden disamping strategi penggunaan sumber daya terutama bahan-bahan untuk menghasilkan produk UMKM sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan, dan standar pelayanan yang diberikan UMKM kepada semua pelanggan adalah sama. Untuk itu Karyawan selalu tepat waktu dalam penyelesaian pekerjaan dan sesuai dengan target yang ditentukan perusahaan sehingga. Pelanggan selalu merasa puas dengan layanan yang diberikan UMKM.

Selanjutnya Penggunaan teknik analisis data regresi berganda (*multiple regression analysis*) pada penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab hipotesis yang telah dikemukakan dengan melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu nilai-nilai philosophy keislaman (X_1) dan perilaku berbagi pengetahuan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kinerja Bisnis UMKM, dengan out put SPSS sebagai berikut:

Tabel 2. Out Put SPSS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.365	8.717		.157	.876		
X1	.540	.179	.373	3.016	.004	.818	1.222
X2	.383	.184	.258	2.085	.042	.818	1.222

a. Dependent Variable: Y

Dari Tabel 2 di atas maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 1,365 + 0,540X_1 + 0,383X_2.$$

Dengan penjabaran sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 1,365 satuan menunjukkan jika nilai-nilai philosophy keislaman (X1) dan perilaku berbagi pengetahuan (X2) dianggap nol, maka Kinerja Bisnis UMKM sebesar 1,365 satuan.
- 2) Koefisien regresi variabel nilai-nilai philosophy keislaman (X₁) = 0,540, Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap peningkatan variabel nilai-nilai philosophy keislaman (X1) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM sebesar 0,540 satuan dengan asumsi variabel lain tetap (*ceteris paribus*).
- 3). Koefisien regresi variabel perilaku berbagi pengetahuan (X₂) = 0,383, tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap peningkatan variabel perilaku berbagi pengetahuan (X2) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM sebesar 0,026 satuan dengan asumsi variabel lain tetap (*ceteris paribus*).

Sedangkan Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.536 ^a	.287	.262	4.406	1.280

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat nilai korelasi (R) sebesar 0,536, yang menunjukkan bahwa hubungan antara nilai-nilai philosophy keislaman (X1) dan Perilaku berbagi pengetahuan

responden memiliki hubungan yang cukup berarti. Adapun nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,262 menunjukkan bahwa 26,20% Kinerja Bisnis UMKM dapat diterangkan dengan nilai-nilai philosophy keislaman dan perilaku berbagi pengetahuan, antar UMKM sedangkan sisanya 73,8% dapat diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Untuk melihat pengaruh antar variabel digunakan Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel Independent (X) terhadap variabel Y. Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah: Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Nilai-nilai Philosophy Keislaman berpengaruh terhadap Kinerja bisnis UMKM di Provinsi Riau

Berdasarkan Tabel 3 diatas, diketahui $t_{hitung} (3,016) > t_{tabel} (1,986)$ dan $sig. 0,004 < 0,05$, hal ini membuktikan bahwa nilai-nilai philosophy keislaman berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Riau.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Bapak C di Dinas Koperasi dan UMK di Pekanbaru menyatakan bahwa:

“Dalam menjalankan bisnisnya pihak UMKM sudah mulai menjalankan dengan berprinsip kepada ajaran agama. Pada saat sekarang Pemerintah Daerah mendorong semua UMKM untuk mengembangkan usahanya berdasarkan prinsip syariah dengan nilai-nilai islami mulai dari usaha makanan dan minuman termasuk juga oleh-oleh khas daerah dan usaha lainnya.

Kekuatan adat dan agama yang antara satu dengan yang lain tidak bisa dipisahkan, hal ini merupakan kunci kekuatan bisnis orang Riau, dalam adat melayu Riau juga banyak menyerap nilai-nilai agama Islam, dan terdapat juga suatu ungkapan yang juga dikenal di masyarakat yang mengatakan “adat bersendikan syara’, syara’ bersendikan kitabullah”. Menurut ungkapan ini orang yang tidak bekerja, apalagi sengaja tidak mau bekerja, dianggap melalaikan kewajiban, melupakan tanggung jawab, menafikan ajaran agama dan tuntunan adat istiadat serta mengabaikan tunjuk ajar yang banyak memberikan petunjuk tentang etos kerja. Sikap malas dan sikap lalai dianggap sikap tercela oleh masyarakat melayu, yang di sebut “tak ingat hidup akan mati, tak ingat hutang yang di sandang, tak ingat beban yang dipikul “. Oleh karena itu dalam masyarakat melayu, orang

yang pemalas direndahkan oleh masyarakatnya. Itulah sebabnya orang-orang tua mengatakan:

Kalau malu di rendahkan orang

Bantinglah tulang pagi dan petang

Bekerja jangan alang kepalang

Gunakan akal mencari peluang

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Michell dan Al-Mossawi, 1999; McDaniel dan Burnett, 1990; Waller dan Fam, 2000; Birch *et al.*, 2001, Ashmos dan Duchon:2000) bahwa nilai-nilai philosophy keagamaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis

2. Perilaku Berbagi Pengetahuan berpengaruh terhadap Kinerja bisnis UMKM di Provinsi Riau

Dari Tabel 2 diatas t hitung (2,085) > t tabel (1,986) dan sig. 0,042 < 0,05, maka perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Riau. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM terkait perilaku berbagi pengetahuan dan kinerja UMKM menyatakan bahwa perilaku berbagi pengetahuan pada saat sekarang lebih mudah dilakukan dengan menggunakan Fb, Instagram, WA dan lain-lain. Kemampuan menguasai IT merupakan kunci untuk bisa berbagi pengetahuan. Pada saat sekarang kinerja UMKM tergantung kepada keadaan ekonomi dan dukungan dari pemerintah Daerah, Khususnya di Riau mereka mempunyai komunitas tersendiri, ada yang dikelola dan dibantu oleh Pemerintah dan ada yang merupakan binaan dari pihak swasta. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajzen (1991, 2002), Bock dan Kim (2000, 2002), Bock dan Pan (n.d.), Lee (2001), Lin dan Lee (2004), Chatzoglou dan Vraimaki (2009), yang menyatakan bahwa perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Riau dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta, yaitu nilai-nilai philosophy keislaman sebesar 37,3% dan perilaku berbagi pengetahuan sebesar 25,8%.

KESIMPULAN

Agama Islam sebagai agama yang mayoritas merupakan inspirasi bagi setiap pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya di Provinsi Riau. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai-nilai philosophy keislaman dan perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM. Adapun variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Riau dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta, yaitu nilai-nilai philosophy keislaman sebesar 37,3% dan perilaku berbagi pengetahuan sebesar 25,8%.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, 2015, *Hijaz The Practice*. Departemen Agama RI. Penerbit Syaamil, Jakarta.
- Ajzen, I. 2002, "Constructing a TPB questionnaire: conceptual and methodological considerations", available at: www.unix.oit.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf (accessed 9 June 2004).
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179-211.
- Alavi, M and Leidner, D.E. 2001. Review: knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues, *MIS Quarterly*, Vol. 25, pp. 107-36.
- Ashmos, D. P., and Duchon, D. 2000. Spirituality at work: A conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*, 9(2), 134-145. *Journal of Business & Economics Research* – August, 2009 Volume 7, Number 8 46.
- Al-Alawi, Nayla Yousif Al-Marzooqi, and Yasmeen Fraidoon Mohammed. 2007. Organizational culture and knowledge sharing: critical success factor, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 11 Iss: 2, pp.22 – 42
- Birch, D., Schirato, T. and Srivastava, S. 2001. *Asia – Cultural Politics in the Global Age*, Allen and Unwin, Sydney.
- Bobbit, L.M. and Dabholkar, P.A. 2001. Integrating attitudinal theories to understand and predict use of technology-based self-service, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 12 No. 5, pp. 423-50.
- Bock, G.W. and Kim, Y.G. 2002. Breaking the myths of rewards An Exploratory Study of Attitudes About Knowledge Sharing, *Information Resources Management Journal*; Apr-Jun, ABI/INFORM Global pg. 14
- Bock, G.W. and Kim, Y.G. 2000. Breaking the myths of rewards: : A Study of Attitudes about Knowledge Sharing, *Proceedings of the INFORMS-KORMS Conference, Seoul, Korea*, 18-21 June.
- Bock, G.W. and Pan, S.L. (n.d.), "Questionnaire for knowledge sharing", unpublished questionnaire.
- Chatzoglou P.D and Eftichia Vraimaki, 2009. Knowledge-sharing behavior of bank employees in Greece, *Business Process Management Journal*, Vol. 15 No. 2, pp. 245-266.

Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)

Journal Homepage: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>

ISSN: 2776-1177 (Media Online)

- Cabrera, A. and Cabrera, E.F. 2002. Knowledge sharing dilemmas, *Organization Studies*, Vol. 23 No. 5, pp. 687-710.
- Chahal, H. & Sharma, R.D. (2006). "Implications of corporate social responsibility on marketing performance : A conceptual framework". *Journal of Services Research*, 6(1) April 2006 – September 2006.
- Kouzes, J.M., & Posner, B.Z. (2007), *The Leadership Challenge*, 4th eds., John Wiley and Sons
- Lee, J.N. 2001, "The impact of knowledge sharing, organizational capability and partnership quality on IS outsourcing success", *Information & Management*, Vol. 38 No. 5, pp. 323-35.
- Lin, H.F. and Lee, G.G. 2004, "Perceptions of senior managers toward knowledge-sharing behaviour", *Management Decision*, Vol. 42 No. 1, pp. 108-25.
- Lindsey, K. L., 2006. Knowledge Sharing Barriers. *Processes of Knowledge Management*, pp. 499-506.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2013 *Manajemen Sumber Daya Manusia* PT. Remaja Rosdakrya, Bandung
- Michell, P. and Al-Mossawi, M. 1999. Religious commitment related to message contentiousness, *International Journal of Advertising*, Vol. 18, pp. 427-43.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Sedikides, C. 2010, "Why does religiosity persist?", *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 14 No. 1, pp. 3-6.
- Tobing, L. Paul, 2007. *Knowledge Management, Konsep, Arsitektur dan Implementasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.