

## ABSTRACT

### ***Community Agreeableness and Inter Organizational Knowledge Sharing In Improving Business Sustainability***

Dita Prameswari<sup>1</sup>, Winarsih<sup>2</sup>

**Background:** In the era of knowledge-based economy and business model 4.0, the involvement of a company in a business community is important to improve business sustainability. The business community is a group consisting of a number of people who have the same business values in each individual. They can interpret these values into business groups where they can interact with each other for the progress of their business and especially for sustainable business. **Purpose:** The purpose of this research is to develop two main concepts that are believed to support the sustainability of a business. The two concepts are Community Agreeableness and Inter Organizational Knowledge Sharing. This concept is derived from one of the big five personalities 'agreeableness' and 'knowledge sharing' which is applied in a business community. **Methods:** The research method used is a literature survey to define concepts and develop measurements. **Results:** The results of the study have found a construct in an effort to increase business sustainability, namely the new concept of community agreeableness and inter organizational knowledge sharing. **Conclusion:** Community agreeableness will make it easier for an organization to be willing to share knowledge and vice versa regarding its business activities to community members. Thus, in the long term, it is expected to increase business sustainability.

**Keywords:** Community Agreeableness, Inter Organizational Knowledge Sharing, Business Sustainability

#### **Authors**

- 1) Universitas An Nuur  
[ditaprameswari@unan.ac.id](mailto:ditaprameswari@unan.ac.id)
- 2) Universitas An Nuur  
[winarsih.winarwiwin@gmail.com](mailto:winarsih.winarwiwin@gmail.com)

doi: -

#### **Correspondence to:**

Dita Prameswari  
Universitas An Nuur  
Address: Jl. Gajahmada No.7 Purwodadi,  
Grobogan, Jawa Tengah. Email:  
[ditaprameswari@unan.ac.id](mailto:ditaprameswari@unan.ac.id)  
Phone: 089675976404

Published Online on April 20, 2021

This online publication has been corrected

#### **PENDAHULUAN**

Permasalahan yang muncul dari studi literatur adalah adanya variasi definisi dan factor-factor yang mempengaruhi sustainability bisnis atau dengan kata lain kestabilan dan keberlanjutan bisnis. Hal ini

menjadi tantangan bagi para peneliti untuk mendefinisikan kembali factor factor yang dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis dalam mengembangkan dan menjaga sustainability bisnis mereka. Diperlukan konsep-konsep pengembangan yang dapat

mendorong dan memperkuat kestabilan bisnis khususnya pada Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM sendiri merupakan aset dalam negeri yang perlu dilindungi supaya tetap dapat bersaing secara sehat dan kompetitif. Seiring berjalannya waktu, jumlah UKM yang ada di Indonesia pun semakin meningkat dari tahun ke tahun dengan berbagai masalah dan tantangan bisnis baik dari sisi internal maupun eksternal. Sebenarnya masalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) disebabkan oleh masalah internal yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurangnya sumber daya manusia yang terampil baik dalam penguasaan teknologi maupun system manajemen serta kurangnya informasi pasar (Kuncoro, 2006). Selain tantangan eksternal yaitu seperti banyaknya kompetitor, dari sisi internal sendiri ternyata menjadi salah satu tantangan besar dalam bisnis sehingga persaingan bisnis saat ini semakin ketat.

Maka dari itu, konsep pengembangan untuk menjaga kestabilan bisnis dapat dilakukan melalui pembentukan sebuah komunitas bisnis dengan kegiatan inti berbasis knowledge sharing. Komunitas bisnis adalah sebuah kelompok yang terdiri dari sejumlah orang-orang yang memiliki kesamaan nilai-nilai bisnis pada setiap individu. Mereka dapat menginterpretasikan nilai-nilai tersebut kedalam kelompok bisnis dimana mereka

dapat berinteraksi satu sama lain untuk kemajuan bisnisnya dan khususnya untuk bisnis yang berkelanjutan. Salah satu factor untuk menjaga keberlangsungan komunitas bisnis adalah diperlukannya '*community agreeableness*'. *Community agreeableness* di turunkan dari suatu konstruk yang berasal dari *big five personality* yaitu '*agreeableness*'. Faktor lain yang juga bisa dijadikan sebagai konsep pengembangan suatu komunitas adalah inter organizational knowledge sharing (IOKS). IOKS diturunkan dari aktivitas knowledge sharing namun lebih luas cakupannya, karena tidak hanya berbagi pengetahuan saja tetapi juga mengumpulkan pengetahuan. Kedua konsep tersebut diyakini akan menjaga kestabilan dan kelangsungan sebuah komunitas bisnis yang dalam jangka panjang akan mendukung *business sustainability*.

Pada dasarnya, didalam sebuah komunitas bisnis akan terdapat ketergantungan perusahaan pada pemangku kepentingan eksternal yang meningkat dari waktu ke waktu dan perusahaan menciptakan nilai melalui pengelolaan hubungan dengan para pemangku kepentingan di pasar, masyarakat, dan dalam jaringan bisnis mereka (Boesso dan Kumar, 2009). Sehingga hubungan atau relasi dengan pihak internal maupun eksternal dianggap penting dalam menciptakan sebuah komunitas bisnis.

Konsep *community agreeableness* mencerminkan suatu kepribadian sebuah unit bisnis yang mudah untuk saling bersepakat satu sama lain dan bersifat kooperatif. Hansen (2002) mendefinisikan berbagi pengetahuan sebagai proses yang menghasilkan interaksi social diantara anggota organisasi dan unit. Sehingga, konsep *inter organizational knowledge sharing* dapat memberikan hubungan timbal balik setiap UKM yang mampu dikontribusikan terhadap *sustainability* bisnis, karena didalam *inter organizational knowledge sharing* terdapat aktivitas berbagi pengetahuan serta mengumpulkan pengetahuan sehingga saling memberikan feedback satu sama lain. Adanya komunitas bisnis diyakini memeberikan dampak positif dan kuat dalam mempengaruhi *sustainability* bisnis dan juga berbagi serta mengumpulkan pengetahuan menjadi hal penting bagi UKM supaya tetap terjaga kualitas komunikasi dan untuk kemajuan bisnisnya.

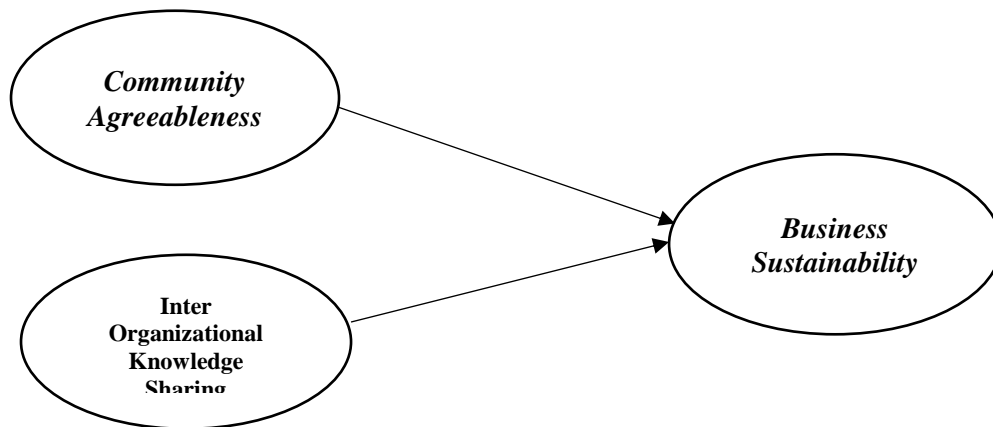
Sejauh ini, belum banyak penelitian yang mengkaji tentang pentingnya sebuah UKM tergabung dalam komunitas bisnis dan factor factor pendukung terjaganya komunitas tersebut. Penelitian ini mengusulkan dua konsep besar ‘*community agreeableness*’ dan ‘*inter organizational knowledge sharing*’ sebagai penentu keberlangsungan sebuah

komunitas bisnis. Kedua konsep tersebut diyakini akan berkontribusi pada peningkatan tingkat *sustainability* bisnis pada UKM.

## METODOLOGI

Penelitian ini berkaitan dengan pengembangan model konseptual tentang hubungan antara *community agreeableness*, *inter organizational knowledge sharing*, dan *business sustainability*. Studi ini didasarkan pada data sekunder yang telah dikumpulkan dari buku, jurnal, dan internet pada tema tema yang relevan serta berasal dari sumber yang bereputasi. Dengan menggunakan metode *content analysis*, kerangka kerja konseptual dikembangkan untuk menggambarkan model peningkatan *business sustainability* melalui *community agreeableness* dan *inter organizational knowledge sharing*.

Berdasarkan tinjauan literatur pada bagian sebelumnya, model konseptual yang dikembangkan untuk penelitian ini dapat dijelaskan pada Gambar 1. Semakin baik keterlibatan perusahaan dalam bergabung pada sebuah komunitas bisnis dan mudah bersepakat maka dapat meningkatkan *sustainability* bisnis dan juga semakin tinggi tingkat berbagi dan mengumpulkan pengetahuan antar pelaku bisnis akan meningkatkan kestabilan dan *sustainability* bisnis



**Gambar 1; Konseptual Model**

**HASIL**

**Tabel 1; Hasil Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Pengukuran</b>
<i>Community Agreeableness</i>	Kemampuan untuk bersepakat dan saling bersedia yang dicapai dalam suatu komunitas bisnis dengan didorong adanya kerjasama antar perusahaan, simpatik, toleransi, dan kepercayaan dalam asosiasi bisnis. Indikator yang digunakan adalah kerjasama, simpatik, toleransi, dan kepercayaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kooperatif</li> <li>- Toleransi</li> <li>- Simpati</li> <li>- Memiliki Kepercayaan</li> </ul>
<i>Inter Organizational Knowledge Sharino</i>	Kesediaan perusahaan untuk berbagi pengetahuan yang telah mereka peroleh dengan perusahaan lain dalam industry yang sama	<p><b>1. Knowledge Donating</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- berbagi pengetahuan pada perusahaan lain tanpa diminta</li> <li>- berbagi pengetahuan dan meminta untuk mengikuti</li> <li>- berbagi informasi tanpa diminta</li> <li>- berbagi pengalaman dan kisah sukses</li> </ul> <p><b>2. Knowledge Collecting</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mengumpulkan pengetahuan dari perusahaan lain</li> </ul>

---

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- mengumpulkan informasi dari perusahaan lain</li> <li>- mengumpulkan/mencari pengalaman dan kisah sukses dari perusahaan lain</li> </ul>
<i>Business Sustainability</i>	Bentuk aktivitas bisnis yang dilakukan dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada dan berpotensi yang mengacu pada <i>Triple Bottom Line</i> (TBL) yaitu manfaat ekonomi, lingkungan, dan social.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekonomi</li> <li>- Lingkungan</li> <li>- Sosial</li> </ul>

---

## PEMBAHASAN

Bergabung dalam komunitas bisnis merupakan hal penting dalam meningkatkan sustainabilitas bisnis, karena bagi perusahaan khususnya UKM, komunitas menjadi salah satu pilar ekonomi yang perlu dipertahankan dan dikembangkan. Dengan memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan, dan social dalam sustainabilitas bisnis, *community agreeableness* dan *inter organizational knowledge sharing* diyakini dapat memberikan pengaruh positif terhadap sustainabilitas. *Agreeableness* adalah keuntungan nyata untuk membangun sebuah komunitas untuk menjaga keharmonisan di dunia bisnis. Kemudian *praktik inter organizational knowledge sharing* dapat diimplementasikan melalui praktik-praktik dalam komunitas yang didasari sifat *agreeableness* dan aktivitas berbagi atau mengumpulkan pengetahuan.

Bangunan konsep ini mampu memberikan sebuah pengembangan bisnis misalnya seperti peningkatan kinerja perusahaan dan kinerja inovasi yang mana berpengaruh terhadap *business sustainability*.

## KESIMPULAN

Komunitas bisnis saat ini memiliki peran penting dalam kemajuan bisnis khususnya pada bisnis 4.0. Para pelaku UKM dapat mengembangkan potensi yang dimiliki melalui komunitas bisnis. Selain menambah channel perusahaan, mereka dapat mengetahui pentingnya *knowledge management* bagi UKM dalam memaksimalkan kinerja SDM maupun kinerja UKM itu sendiri. Pada era yang terus berkembang ini, sangat diperlukan untuk bergabung dalam komunitas bisnis untuk mendapatkan segala informasi-informasi terbaru dari anggota komunitas supaya bisnis yang dijalankan terus

berkembang seiring berkembangnya zaman. Selain itu, pengaruh dari adanya komunitas bisnis dapat meningkatkan kinerja inovasi bagi UKM karena dengan adanya forum, fasilitas yang berupa fisik maupun nonfisik dapat memberikan dampak besar dalam berkembangnya inovasi UKM. Sehingga, komunitas bisnis telah diyakini dalam jangka panjang akan mendorong sustainabilitas bisnis UKM.

## SARAN

Kedua konsep yang dibangun dalam meningkatkan *business sustainability* yaitu *community agreeableness* dan *inter organizational knowledge sharing* saat ini belum banyak dibahas dalam literatur. Makalah ini bertujuan untuk membangun model konseptual yang diyakini mendukung kelangsungan sebuah bisnis melalui *community agreeableness* dan *inter organizational knowledge sharing*. Di masa mendatang, kami berencana untuk memvalidasi pengukuran kedua konsep tersebut dan menguji model yang diusulkan dengan metode kuantitatif.

## DAFTAR PUSTAKA

Biggemann, S., Williams, M. and Kro G. (2014), "Building in sustainability, social responsibility and value co-creation", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 29, No. 4, pp. 304-312.

Boesso, G. and Kumar, K. (2009), "An investigation of stakeholder prioritization and engagement: who or what really counts", *Journal of Accounting and Organizational Change*, Vol. 5, No. 1, pp. 62-80.

Carlos Ferro Carmen Padin Göran Svensson Juan Carlos Sosa Varela Beverly Wagner Nils M. Høgevoid , (2017), "Validating a framework of stakeholders in connection to business sustainability efforts in supply chains", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 32 Iss 1 pp.

Dahlstrom, Robert. (2010). *Green Marketing Management*. Ohio : South-Western Cengage Learning.

Downe-Wamboldt, B. (1992). *Content analysis: Method, applications, and issues*. *Health Care for Women International*, 13(3), 313–321. doi:10.1080/07399339209516006

Hansen, M.T. (2002). Knowledge networks: explaining effective knowledge sharing in multiunit companies, *Organization Science*, Vol. 13 No. 3, pp. 232-248.

Hubbard, G., 2009. Measuring organizational performance: Beyond the triple bottom line. *Business Strategy and the Environment*, 18: 177-191. DOI 10.1002/bse.564.

Kacperczyk, A. (2009), "With greater power comes greater responsibility? Takeover protection and corporate attention to stakeholders", *Strategic Management Journal*, Vol. 30, No. 3, pp. 261-285.

King, W. (2007). A research agenda for the relationships between culture and knowledge management,

*Journal of Knowledge and Process Management*, Vol. 14 No. 3, pp. 226-236.

- Kuncoro. M., (2006). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, *Erlangga*, Jakarta
- Luthans, F. (2008). Organizational Behavior Eleventh Edition. Singapore: **McGraw-Hill International Edition**.
- Nadiroh, Setyaningrum. (2016). Employees Environmental Performance Based on Conscientiousness, Agreeableness, Neuroticism, Openness, and Extraversion. *JGG- Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan* Vol.5 No.1 Juli 2016 p-ISSN: 2303-2332; e-ISSN: 2597-8020
- Nasution, S. (2009). Metode research (Penelitian Ilmiah). Bumi aksara.
- Savitz, A.W. and K. Weber, 2006. How today's best-run companies are achieving economic, social, and environment success-and how you can too. Jossey-Bass A Wiley Imprint, San Fransisco, USA.
- Suh, C.; Lee, I. An empirical study on the manufacturing firm's strategic choice for sustainability in SMEs. *Sustainability* 2018,10, 572.
- Svensson, G. and Wagner, B. (2015), "Implementing and Managing Economic, Social and Environmental Efforts of Business Sustainability: Propositions for Measurement and Structural Models", *Management of Environmental Quality*, Vol. 26, No. 2, pp. 195-213.
- Van den Hooff, B. and De Leeuw van Weenan, F. (2004). Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing", *Journal of Knowledge and Process Management*, Vol. 11 No. 1, pp. 13-24.
- Wagner, B. and Svensson, G. (2014), "A Framework to Navigate Sustainability in Business Networks: The Transformative Business Sustainability (TBS) Model", *European Business Review*, Vol. 26, No. 4, pp. 340-367