

Peran *Knowledge Sharing* dan *Digital Competence* dalam Meningkatkan Motivasi dan Kinerja Pengusaha Muda: Kerangka Kerja Konseptual dan Evaluasi Empiris

JMSAB

576

Hijrah Febriana Utami¹, Imran Ukkas², Rahmad Solling Hamid³, Goso⁴.

^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Palopo

Research Paper
Marketing Management

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of knowledge sharing, digital competence, motivation and performance of young entrepreneurs. This research is a survey of 200 young entrepreneurs using the snowball sampling technique. Furthermore, validation and refinement tests were carried out, after which hypothesis testing was carried out using a structural equation model. The results show that there is a positive relationship between knowledge sharing, digital competence, motivation and performance of young entrepreneurs. In addition, motivation has a positive impact on the performance of young entrepreneurs. This study has revealed the relationship between knowledge sharing, motivation, and performance of young entrepreneurs as well as the indirect effect of motivational variables on the relationship between knowledge sharing, digital competence and performance of young entrepreneurs, which to the author's knowledge, has not been well explained in previous studies. This research produces practical implications, namely for practitioners and policy makers to be able to increase their understanding of knowledge sharing and be able to determine the right type of digital media as media that processes information, data, and other technological developments to support business activities.

Received: 11 March 2022

Accepted: 19 Jun 2022

Online: 24 Jun 2022

Keywords:

Knowledge Sharing; Digital Competence; Motivation; Young Entrepreneur Performance



Corresponding Author:

Rahmad Solling Hamid

Universitas Muhammadiyah Palopo

Email: rahmadshamid@umpalopo.ac.id

Jurnal Manajemen Strategi
dan Aplikasi Bisnis,
Vol 5, No. 1, 2022,
pp. 167 - 184

eISSN 2655-237X

© The Author(s) 2022

DOI: <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i1.576>



CC BY: This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.

PENDAHULUAN

Menghadapi perkembangan zaman yang semakin pesat, semakin banyak bisnis baru yang bermunculan. Apalagi di era industri 4.0 telah membawa manusia yang segala sesuatunya menggunakan teknologi. Perkembangan teknologi telah banyak mendorong jenis usaha baru yang berbasis digital yang berperan penting pada penentuan daya saing serta kemampuan perusahaan dalam peningkatan kinerja bisnis. Era pandemi virus corona telah menunjukkan bahwa semua jenis interaksi baik aspek sosial, keuangan, maupun agama bisa terhubung melalui dunia maya.

Dalam meningkatkan kinerja bisnis perusahaan diperlukan namanya ekonomi kreatif merupakan sebuah gagasan di era baru aspek keuangan yang berfokus pada data, kreatifitas, dan pemikiran dari sumber daya manusia sebagai sumber daya yang signifikan. Tidak dipungkiri lagi bahwa perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi telah berdampak pada terbukanya peluang bisnis baru salah satunya sektor ekonomi kreatif. Selain itu, perkembangan teknologi telah menghadirkan solusi pada aktivitas bisnis salah satunya penggunaan biaya operasional yang efektif serta efisien. Kapabilitas dalam melihat kesempatan melalui kreativitas merupakan salah satu elemen penting pada kewirausahaan. (Mirdha Fahlevi SI dan Yusnaldi, 2020)

Pada perkembangannya Indonesia telah memiliki 17 sektor ekonomi kreatif, diantaranya sektor aplikasi, desani produk, pengembangan permainan, desain komunikasi visual, fashion, radio dan televisi, fotografi, musik, kriya, penerbitan, periklanan, kuliner, seni rupa, seni pertunjukan, film, bidang arsitektur, dan bidang desain interior. Perkembangan ekonomi kreatif berpotensi untuk terus berkembang. Pada Data yang dihimpun melalui OPUS Ekonomi Kreatif Tahun 2020, saat ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif telah menyumbang dan berkontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp. 1.100 triliun dimana sektor kuliner, kriya, fashion merupakan penyumbang terbanyak. Sektor kuliner menyumbang sebesar Rp. 41%, sektor kriya menyumbang sebesar 14,9%, dan sektor fashion menyumbang sebesar Rp. 17%. (Primatami & Primadhita, 2021).

Salah satu unsur yang menentukan keberhasilan usaha ekonomi kreatif yakni dilihat dari kinerja pengusahanya yang ditunjang dengan *knowledge sharing* atau bertukar/berbagi pengetahuan terhadap pelaku usaha. Pengetahuan (*knowledge*) suatu hal yang penting dalam diri manusia dan dunia bisnis melibatkan penggunaan teknologi informasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berbagi pengetahuan melalui media sosial. Keberanian seseorang untuk mendirikan bisnis (wirausaha) didasari dengan motivasi diri sendiri agar menumbuhkan minat dalam berwirausaha (Ardiyanti & Mora, 2019). Pengetahuan yang diperoleh dari seseorang dianggap "*informasi*" baik itu berupa ide, fakta, keahlian dan penilaian yang berarti bagi kinerja pengusaha dan tim (Wang & Noe, 2010). Dengan kata lain pengalaman diperlukan untuk memperoleh pengetahuan.

Selain itu, pengusaha juga dituntut memiliki *digital competence* untuk meningkatkan kinerjanya. Saat ini banyak pengusaha muda yang memanfaatkan media sosial sebagai media atau sarana bisnis yang paling mudah untuk dijangkau semua orang. Pada perkembangannya konsumen saat ini mayoritas telah beralih pada pemanfaatan teknologi digital yang dianggap fleksibel, di karenakan dapat mengakses beragam informasi baru dengan mudah kapan dan dimanapun. Digitalisasi peruntukannya tidak hanya dilakukan pada kegiatan sehari-hari, melainkan perusahaan juga telah menggunakan untuk mempermudah proses aktivitas bisnisnya (Sentika & Asri Solihati, 2019).

Motivasi adalah kemauan yang muncul dalam diri seseorang dengan tujuan bahwa ia perlu menggerakkan dan menyalurkan seluruh tenaga, pikiran, dan waktu yang ditimbulkan oleh suatu alasan. Motivasi merupakan salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan kinerja pengusaha muda. Dengan adanya motivasi akan mendorong semangat seseorang untuk bekerja lebih baik demi mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menyimpulkan bahwa knowledge sharing berdampak positif serta signifikan terhadap motivasi dan kinerja pengusaha muda (Alliyah et al., 2019; Andra, 2018; Nurchayati, 2020). Untuk digital competence memiliki dampak positif serta signifikan terhadap motivasi dan kinerja pengusaha muda (Liesander & Dharmayanti, 2018; Sidi & Yogatama, 2019). Selanjutnya, untuk motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengusaha muda (Andani & Ardana, 2020; Helmi, 2016; Juniantara & Riana, 2011; Santika & Antari, 2019). Namun demikian hasil temuan yang berbeda dilakukan oleh Ardiyanti & Mora (2019); Primatami & Primadhita (2021), bahwa motivasi usaha berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha, karena motivasi bukan merupakan penyebab utama dari keberhasilan usaha mereka. Dengan demikian, didasarkan pada uraian yang telah dipaparkan pada bagian latar belakang serta ditemukannya beberapa perbedaan temuan dari hasil penelitian sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah knowledge sharing dan digital competence berpengaruh terhadap motivasi dan kinerja pengusaha muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Social exchange theory (SET)

Social exchange theory (SET) menyoroti penerapan psikologi penguatan pada situasi sosial (Emerson, 1976). Selain itu, SET memiliki hubungan langsung dengan ekonomi mengingat naluri orang untuk mengukur nilai dan biaya secara bersamaan (Homans, 1958). SET yang diterapkan dalam lingkungan kerja secara eksplisit menganggap hubungan sosial melibatkan transaksi atau pertukaran antara dua atau lebih individu berdasarkan norma timbal balik dan kesetaraan (Cropanzano et al., 2017; Xu et al., 2020). Berdasarkan perspektif teoritis, penelitian ini didasarkan pada kontribusi sebelumnya yaitu dengan mempertimbangkan bahwa dampak dari motivasi dan kinerja bisnis pengusaha muda tergantung pada *knowledge sharing* dan *digital competence*. SET berpendapat bahwa manfaat ekonomi dalam hubungan pertukaran mempengaruhi perilaku manusia (Huang et al., 2018; Leong & Meng, 2022). Menurut Ho & Rezaei (2018); Leong & Meng, (2022), bahwa SET sangat ideal untuk memeriksa jaringan dan perilaku. Ini karena orang-orang yang sering terlibat satu sama lain memperoleh manfaat dari berbagi dan bertukar pendapat (Shiau & Luo, 2012; Leong & Meng, 2022).

Knowledge Sharing

Knowledge Sharing adalah sebagai pertukaran ide terkait informasi, nasihat, keahlian dan bekerja sama dengan orang lain untuk mengerjakan beberapa tugas sehari-hari, mengatasi masalah dan menumbuhkan pemikiran baru (Ahmad, 2016). Pengaruh dari berbagi pengetahuan mengacu pada konsekuensi dan perubahan terkait bisnis yang ditimbulkan oleh berbagi pengetahuan karyawan dalam sebuah perusahaan. Kami secara eksplisit memusatkan pada berbagi informasi relasional, yaitu membagi informasi secara individu dengan cara tatap muka atau melalui media korespondensi berbasis web, misalnya e-mail,

zoom, skype (Ahmad & Karim, 2019).

Berbagi pengetahuan berbeda dengan transfer pengetahuan dan pertukaran pengetahuan. "Pertukaran pengetahuan" telah di manfaatkan secara begantian dan "berbagi pengetahuan" merupakan transfer pengetahuan yang melibatkan berbagi sumber informasi. Transfer pengetahuan digunakan untuk menggambarkan perpindahan antara berbagai unit, divisi, dan perusahaan yang berbeda (Wang & Noe, 2010). Pertukaran pengetahuan antar pekerja mempotensiasi pemanfaatan informasi yang ada seperti halnya meningkatkan informasi baru dalam suatu usaha (Sue Young Choi et al., 2008).

Digital Competence

Kompetensi digital saat ini telah diakui di era digital, manfaat dari kompetensi digital pada (DIL) Digital Informasi Learning belum diselidiki secara eksperimental (He & Li, 2019). Bagian penting dari sifat pembelajaran adalah bagaimana cara individu memanfaatkan aset pembelajaran, seiring berkembangnya teknologi di dunia digitalisasi saat ini, individu mengembangkan keterampilan mereka untuk memanfaatkan teknologi digital.

Kompetensi digital melibatkan penggunaan, dan pemanfaatan dasar yang dapat diandalkan, dengan komitmen, teknologi yang canggih untuk belajar, di tempat kerja, terlebih lagi untuk kerjasama di area publik. Ini termasuk informasi dan literasi data, komunikasi dan kerjasama, media pendidikan, pembuatan konten berbasis digital (termasuk pemrograman), keamanan (termasuk kesejahteraan dan kemampuan lanjutan yang terkait untuk keamanan jaringan), terkait inovasi berlisensi pertanyaan, berpikir kritis dan pemecahan masalah (Mezentceva et al., 2020).

Motivasi

Motivasi berwirausaha merupakan dukungan kuat yang bersumber pada diri seseorang untuk mulai melakukan aktivitas yang didasarkan pada potensi diri dalam pemikiran kreatif serta inovatif untuk membuat suatu produk yang bernilai tambah untuk semua orang (Huarng et al., 2012). Tantangan seorang wirausaha akan muncul apabila dia memiliki keberanian mengembangkan usahanya dengan ide-ide baru, dan mampu melihat situasi saat ini sesuai apa yang konsumen butuhkan. Minat serta motivasi mereka untuk berwirausaha sangat menentukan keberlangsungan dan keberhasilan pada bisnis atau usaha yang digeluti. Hal ini di karenakan minat serta motivasi yang tinggi berdampak terhadap keberlangsungan usaha (Ardiyanti & Mora, 2019)

Kinerja Pengusaha Muda

Pengusaha muda dianggap lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi saat ini, dapat berpikir secara kreatif dan imajinatif, serta memiliki kecepatan merespon perubahan yang terjadi. Meski demikian, masih ditemukan para wirausahawan muda mengalami beberapa kendala diantaranya minimnya akses untuk permodalan usaha, akses periklanan, serta tidak adanya penguasaan pada kemampuan administrasi sehingga berdampak pada terhadap efektivitas dan efisiensi kinerja pengusaha muda (Primatami & Primadhita, 2021). Pengusaha muda juga dapat berkolaborasi dengan pengusaha muda yang lainnya, agar pengelolaan usaha dapat dilakukan menggunakan sumber daya manusia yang lebih beragam. Hal ini akan mempermudah wirausahawan dalam memperoleh informasi untuk pengembangan usaha yang lebih efektif dan efisien.

Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Motivasi dan Kinerja Pengusaha Muda

Knowledge sharing merupakan salah satu komponen yang dapat mendukung wirausaha dalam meningkatkan kinerja bisnis. Menurut Alliyah et al., (2019); Andra, (2018) *knowledge sharing* berdampak positif serta signifikan terhadap kinerja pengusaha muda. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurchayati (2020); Astitiani & Sintaasih (2019), *knowledge sharing* memiliki dampak signifikan terhadap motivasi dan kinerja pengusaha muda. Dengan demikian, *knowledge sharing* merupakan salah satu elemen penting dalam mendorong pengetahuan pengusaha muda karena secara kontinyu dibekali pengetahuan yang *up to date* sehingga ia dapat mengembangkan usahanya. Dengan demikian, dapat diajukan rumusan hipotesis berikut.

H1a: Knowledge sharing berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi

H2b: Knowledge sharing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pengusaha muda

Pengaruh Digital Competence Terhadap Motivasi dan Kinerja Pengusaha Muda

Kompetensi digital merupakan kemampuan multi-dimensi yang dapat mencakup pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi, kesadaran etis, dan keterampilan kognitif tingkat tinggi. Kemampuan menggunakan teknologi untuk bekerja dan hidup di lingkungan digital tidak hanya membutuhkan kemampuan teknis tetapi juga kemampuan kognitif, sosial, dan emosional. Kompetensi digital meliputi penguasaan dan kompetensi dalam pemrosesan informasi dan literasi data, komunikasi dan kerja tim, pembuatan konten digital, keterampilan keamanan TIK, dan keterampilan pemecahan masalah (European Commission, 2020; Adenekan & Jimoh, 2021). Menurut Andriana & Ardi (2022); Scuotto & Morellato (2013), *digital competence* berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Liesander & Dharmayanti, (2018); Marguna (2020); Andriana & Ardi (2022), bahwa digital competence berpengaruh secara langsung terhadap kinerja. Berdasarkan hasil uraian maka rumusan hipotesis yang diajukan sebagai berikut.

H2a: Digital competence berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi

H2b: Digital competence berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengusaha muda

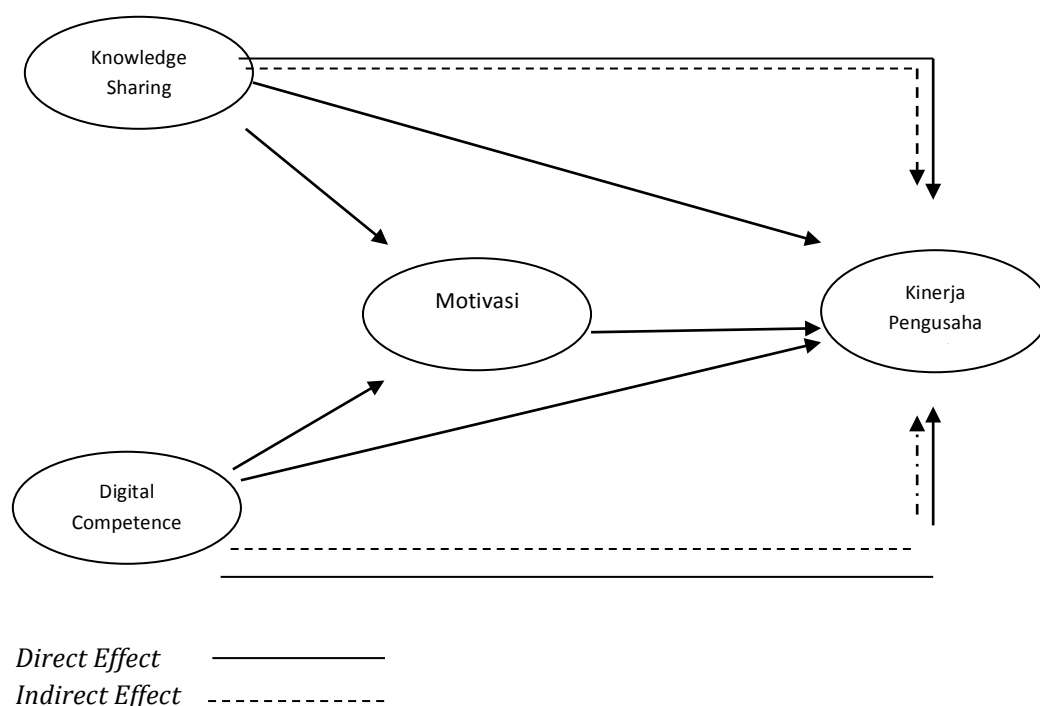
Pengaruh motivasi terhadap kinerja pengusaha muda

Motivasi dalam asosiasi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja pengusaha semakin tinggi motivasi seseorang maka kinerja pengusaha akan meningkat (Andani & Ardana, 2020). Dari beberapa hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel motivasi merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja karyawan atau pengusaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Helmi, 2016; Juniantara & Riana, 2011; Riyadi, 2011), motivasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja pengusaha muda. Dari hasil penelitian (Wahab et al., 2018) menemukan bahwa motivasi berdampak positif terhadap kinerja. Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan Santika & Antari (2019), motivasi berpengaruh positif pada kinerja pengusaha. Dengan demikian, dapat diajukan rumusan hipotesis berikut.

H3: Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengusaha muda

Kerangka Model Penelitian

Berdasarkan uraian pada pengembangan hipotesis sehingga dapat digambarkan model penelitian dan hipotesis yang diajukan (Gambar 1)



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini yaitu pengusaha muda Kabupaten Luwu Utara. Mempertimbangkan bahwa garis besar pemeriksaan umum dalam penelitian ini tidak di ketahui, dengan jumlah responden yang sulit di diidentifikasi, sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan probabilitas sampel dengan memperoleh sampel acak dan representatif. Atas dasar pertimbangan tersebut, penelitian ini menggunakan pengujian non-probabilitas untuk mengumpulkan informasi. Penggunaan kriteria sampel *non-probability* dengan asumsi jumlah responden yang tergolong sangat besar serta tidak terhitung (Latan et al., 2020).

Responden akan diidentifikasi memakai snowball sampling secara *face to face* dan melalui pemanfaatan sosial media dan diperoleh sebanyak 230 responden, mereka setuju untuk mengambil bagian. Dari jumlah seluruh kuesioner kembali dan kami dapatkan sejumlah 230, namun 30 dikeluarkan dengan alasan tidak memadai. Jadi jumlah keseluruhan kuesioner adalah 200 dengan tingkat pengembalian (*response rate*) sebanyak 29.06%. Menurut Baruch & Holtom, (2008) bahwa tingkat respons > 15% secara luas dianggap memadai di antara studi yang menggunakan metode survei. Ukuran sampel diambil dengan memikirkan tingkat sampel minimal pada *Struktural Equation Model* (SEM) yaitu 100 sampel (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) dengan tingkat kesalahan 5%. Dengan cara ini jumlah sampel dari 200 responden sudah memenuhi persyaratan dan jumlahnya diatas dari batas sampel minimum.

Penelitian ini menggunakan beberapa langkah dalam prosedur pengumpulan data.

Pertama, kami telah mengembangkan instrumen kuesioner yang disusun dalam bahasa Indonesia yang baku dan mudah dipahami oleh responden. Kedua, setelah didapatkan kuesioner untuk versi terakhir, selanjutnya dilanjutkan dengan uji pra kuesioner melalui pilot tes kepada 30 responden untuk dilakukan analisis data awal. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi terjadinya responden yang menyampaikan informasi tidak jujur dan meminimalkan potensi bias yang akan berdampak terhadap validitas pada penelitian kami. Tahapan ini termasuk memperhitungkan kemungkinan kesalahan pengukuran pada metode kuesioner contohnya common method bias, response bias, and social desirability bias) dengan tujuan buat peningkatan kualitas kuesioner (Speklé & Widener, 2018; Latan et al., 2020) dan memastikan kuesioner dipahami sang pelanggan (Fowler, 2013; Latan et al., 2020). Responden mempunyai kesamaan buat menyampaikan jawaban atas kuesioner sesuai sudut pandang sosial yang diinginkan dan seringkali tidak selaras dari informasi atau perasaan yang mereka rasakan serta apa yang mereka pikirkan. Respon seperti ini akan membentuk informasi yang tidak akurat serta tidak sinkron dengan tujuan penelitian. Secara sosial konfirmasi yang dibutuhkan berupa hal-hal baik yang sinkron dengan apa yang menjadi norma sosial serta tidak menampilkan hal-hal buruk yang tidak sinkron dengan apa yang menjadi norma sosial (Sjöström & Holst, 2002). Ketiga, setelah uji coba, kami menyebarkan kuesioner melalui media sosial dan ditindaklanjuti menggunakan pesan notifikasi untuk memastikan informasi lapangan yang dikirim dan diterima sang responden. Metode ini disebut sebagai salah satu cara terbaik buat menjangkau responden luas dengan biaya rendah dengan jangka waktu yang singkat (Dillman, Smyth, & Christian, 2014; Latan et al., 2020).

Item Pengukuran dan Skala

Bagian utama pada penelitian kuantitatif secara teratur mempengaruhi hasil penelitian adalah item dan skala pengukuran variabel. Item pengukuran yang bagus harus memiliki pilihan untuk menangkap konstruk yang diukur. Dalam penelitian ini mengadopsi item pengukuran studi empiris sebelumnya. Penggunaan item pengukuran yang sudah ada dianggap praktik yang lebih disukai dari pada mengembangkan yang lain, mengingat kompleksitas pengembangan skala (DeVellis, 2016; Latan et al., 2020). Untuk knowledge sharing, digital competence, motivasi, dan kinerja pengusaha muda diukur menggunakan skala likert 5 poin dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu knowledge Sharing merupakan proses pertukaran ide terkait informasi, untuk meningkatkan pengetahuan baru dalam suatu usaha yang dilakukan oleh pengusaha muda di Luwu Utara. Indikator pengukuran variabel yang digunakan diantaranya *team work*, *learning by doing*, berbagi informasi dengan rekan kerja, dan berbagi keterampilan dengan rekan kerja (Hidayat, 2019; Lanpogia & Games, 2019; Lee, 2001). Untuk konstruk digital competence melibatkan penggunaan, dan pemanfaatan dasar yang dapat diandalkan, dengan komitmen, teknologi yang canggih untuk belajar, di tempat kerja, terlebih lagi untuk kerjasama di area publik. Adapun indikator pengukuran variabel yang digunakan yaitu kemampuan menggunakan komputer dan memanfaatkan internet, kemampuan mencari dan menyeleksi informasi, mampu berkontribusi, menganalisis, dan berpikir kritis saat berhadapan dengan suatu informasi, dan memahami keamanan saat bereksplorasi, berkreasi, dan berkolaborasi dengan teknologi digital (Dinata, 2021). Motivasi merupakan salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan kinerja pengusaha muda. Dengan adanya motivasi akan mendorong semangat

seseorang untuk bekerja lebih baik demi mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Adapun indikator pengukuran konstruk motivasi yaitu keinginan untuk menyelesaikan pekerjaan, keinginan untuk memajukan usaha, keseriusan dalam bekerja, keinginan gigih dalam bekerja meski lingkungan kurang mendukung dan keinginan mengembangkan keahlian untuk memajukan usaha (Soedarsono, 2021). Selanjutnya, untuk konstruk kinerja pengusaha muda yaitu serangkaian atas pencapaian hasil kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha yang berkaitan dengan pengembangan produktivitas usaha yang dilakukan secara kontinuitas oleh pengusaha muda di Kabupaten Luwu Utara adapun indikator pengukuran konstruk yang digunakan yaitu *quantity of work, quality of work, creativeness, cooperation* dan *initiative* (Firmaiansyah, 2014; Lusri & Siagian, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk karakteristik sampel penelitian bisa diamati dari jenis usaha, gender, media sosial yang digunakan, lama dan modal usaha, omset usaha dan pendidikan terakhir pelaku usaha yang secara rinci disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Basic characteristics of research sample

Keterangan	Jumlah	Persentase	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Usaha			Modal Usaha		
Kuliner	113	56.5	< Rp. 1.000.000	19	9.5
Perdagangan Umum (<i>Trading</i>)	41	20.5	Rp. 2.000.000 - Rp. 5.000.000	61	30.5
Keterampilan/Jasa	33	16.5	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	61	30.5
Manufaktur (kaos t-shirt/clothing)	12	6	Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000	18	9
Otomotif	1	0.5	> Rp. 20.000.000	41	20.5
Jumlah	200	100	Jumlah	200	100
Jenis Kelamin Pelaku Usaha			Omset Usaha Perbulan		
Pria	90	45	< Rp. 1.000.000	32	16
Wanita	110	55	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	106	53
Jumlah	200	100	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	41	20.5
Jenis media sosial yang paling sering digunakan			Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000	11	5.5
WhatsApp	67	33.5	> Rp. 20.000.000	10	5
Facebook	80	40	Jumlah	200	100
Instagram	53	26.5	Pendidikan Terakhir Pelaku Usaha		
Jumlah	200	100	SD/Mi	2	1
Lama Usaha			SMP/MTs	17	8.5
<1 Tahun	67	33.5	SMA/SMK	118	59
2-5 Tahun	105	52.5	D3	13	6.5
6-10 Tahun	17	8.5	S1	49	24.5
>10 Tahun	11	5.5	S2	1	0.5
Jumlah	200	100	Jumlah	200	100

Sumber: Data primer diolah

Data di atas dapat menunjukkan bahwa usaha Kuliner lebih dominan dijalankan oleh masyarakat Luwu Utara sebanyak 113 orang (56.50%). Untuk jenis kelamin Perempuan lebih mendominasi 110 orang (55.00%) dibanding jenis kelamin Laki-laki. Selanjutnya, jenis Media Sosial yang digunakan adalah Facebook sebanyak 80 Orang (40.00%) lebih dominan dari jenis media sosial yang lainnya. Untuk Lama usaha yang dijalankan lebih dominan 2 – 5 Tahun. Dan untuk Modal usaha Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 dan Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 memiliki persentase yang sama yaitu 61 orang (30.50%). Selanjutnya Omset

usaha perbulan lebih dominan Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 106 orang (53.00%). Dari data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendidikan formal terakhir tingkat SMA/SMK yaitu sebanyak 118 orang (59.00%) lebih dominan dari jenis pendidikan lainnya. Selengkapnya bisa dilihat pada (Tabel 1).Indonesia.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Kriteria evaluasi model struktural (*outer model*) dengan menggunakan SEM-PLS adalah (i) *convergent validity* yang terlihat dari *loading factor* nilai AVE, (ii) *discriminant validity* yang terlihat dari akar kuadrat AVE, dan hubungan laten antar komponen. (iii) untuk menguji realibilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Menilai *Outer Model* dengan Validitas *Convergen* dan Validitas *Discriminant*

Convergent validity mengacu pada prinsip bahwa (manifest variabel) dari satu komposisi harus berkolerasi tinggi. Uji *convergent validity* dilakukan dengan menggunakan nilai *loading factor*, dibandingkan menggunakan *rule of thumb* (>0.60), kemudian *average variance extracted* (AVE) menggunakan *rule of thumb* (>0.50), dibandingkan menggunakan uji validitas diskriminan dilakukan dengan mempertimbangkan hubungan antara struktur laten menggunakan nilai akar kuadrat AVE dan hubungan akar kuadrat AVE > hubungan antar struktur laten (Hair et al., 2011; Ghazali & Latan, 2015).

Berdasarkan hasil uji validitas *convergent* (Tabel 2) untuk nilai *loading factor* pada masing-masing konfigurasi yaitu *knowledge sharing* yang terdiri dari empat indikator memiliki nilai sebesar (KS1=0.782; KS2=0.759; KS3=0.765; dan KS4=0.733); *digital competence* (DC1=0.773; DC2=0.731; DC3=0.746; dan DC4=0.739); untuk konstruk *motivasi* (MV1=0.827; MV2=0.786; MV3=0.759; MV4=770 dan MV5=772); dan untuk konstruk *kinerja pengusaha muda* (KPM1=0.731; KPM2=0.741; KPM3=0.775; KPM4=0.749 dan KPM5=0.711) memilki nilai yang lebih besar dari nilai *rule of thumb* (> 0,60). Untuk nilai *average variance extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk yaitu *Knowledge Sharing*=0.613; *digital competence*=0.550; *motivasi*=0.577; dan *kinerja pengusaha muda*=0,559; memilki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan *rule of thumb* (> 0.50).

Kami melakukan dua kriteria untuk mengevaluasi validitas diskriminan. Pertama, kami menerapkan kriteria Fornell dan Larcker (1981), di mana akar kuadrat dari AVE variabel harus lebih tinggi daripada korelasinya dengan variabel lain. Kedua, kami menilai rasio heterotrait-monotrait (HTMT) dari korelasi. Menurut Henseler, Ringle & Sarstedt (2015), HTMT lebih sensitif terhadap kurangnya validitas diskriminan dibandingkan dengan kriteria lainnya. Untuk menunjukkan validitas diskriminan, HTMT antara dua konstruk harus lebih kecil dari 0.90. Ketiga kriteria tersebut mendukung validitas diskriminan pada semua variabel kami (Tabel 2).

Table 2. Measurement Model

Constructs	Composite Reliabilities ¹	Average Variance Extracted ²	Fornell-Larcker ³ / HTMT ^{3,4}			
			KS	DC	MV	KPM
KS	0.835	0.559	0.76	0.369	0.761	0.656
DC	0.859	0.55	0.455	0.748	0.559	0.595
MV	0.845	0.577	0.622	0.466	0.783	0.706
KPM	0.888	0.613	0.838	0.478	0.848	0.742

Sumber: Data primer diolah

Note: KS = Knowledge Sharing. DC = Digital Competence. MV = Motivasi. KPM = Kinerja Pengusaha Muda.

Tabel 3. Research Variables, Indicators, Loading Factor Value, Average Variance Extracted (AVE), and Composite Reliability

Construct	Item	Indicator	Loading Factor	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability
Knowledge Sharing	Team Work	KS1	0.782	0.613	0.845
	Learning By Doing	KS2	0.759		
	Berbagi informasi dengan rekan kerja	KS3	0.765		
	Berbagi keterampilan dengan rekan kerja	KS4	0.733		
Digital Competence	Kemampuan menggunakan komputer dan memanfaatkan internet	DC1	0.773	0.55	0.835
	Kemampuan mencari dan menyeleksi informasi	DC2	0.731		
	Mampu berkontribusi, menganalisis dan berpikir kritis saat berhadapan dengan suatu informasi	DC3	0.746		
	Memahami keamanan saat bereksplorasi, berkreasi, dan berkolaborasi dengan teknologi digital	DC4	0.739		
Motivasi	Keinginan untuk menyelesaikan pekerjaan	MV1	0.827	0.577	0.888
	Keinginan untuk memajukan usaha	MV2	0.786		
	Keseriusan dalam bekerja	MV3	0.759		
	Keinginan gigih dalam bekerja meski lingkungan kurang mendukung	MV4	0.77		
	Keinginan mengembangkan keahlian untuk memajukan usaha	MV5	0.772		
Kinerja Pengusaha Muda	Quantity of work	KPM1	0.731	0.559	0.859
	Quality of work	KPM2	0.741		
	Creativeness	KPM3	0.775		
	Cooperation	KPM4	0.749		
	Initiative	KPM5	0.711		

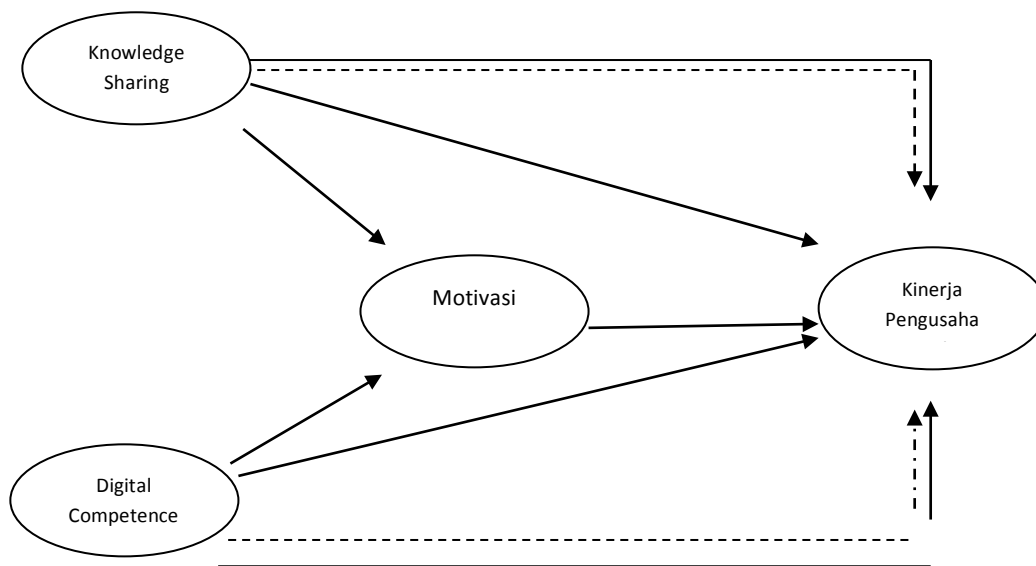
Sumber: Data primer diolah

Menilai Outer Model dengan Reliabilitas

Selanjutnya menilai *outer model* melalui uji kualitas bertujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam memperkirakan konstruk. Uji kualitas yang dilakukan untuk melihat nilai dari *composite reliability* (Tabel 3) kemudian dibandingkan dengan *rule of thumb* (> 0.70) (Hair dkk 2011;Ghozali & Latan, 2015). Dari hasil pengujian reliabilitas untuk nilai *composite reliability* masing-masing konstruk yaitu *knowledge sharing* (0.845); *digital competence* (0.835); *motivasi* (0.888); dan untuk konstruk kinerja pengusaha muda (0.859) ternyata mampu menghasilkan nilai $>$ dari nilai *rule of thumb* (> 0.70).

Tahap Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Kriteria evaluasi model struktural (*inner model*) dengan menggunakan SEM-PLS adalah sebagai berikut; (i) R-square dari konstruk dependen; (ii) melihat nilai signifikan dengan metode *bootstrapping* (t-value 1,96 (significan level = 5%). Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *bootstrapping* dan verifikasi hipotesis yang diajukan pada penelitian ini disajikan dalam (Gambar 2) dan (Tabel 5).



Gambar 2. Pengukuran Inner Model

Evaluasi Nilai R Square dan Q2

Model struktural atau inner model dievaluasi menggunakan nilai R Square serta nilai Q2 untuk konstruk laten dependen. Menurut Hair et al., (2011), Nilai *rule of thumb* untuk R Square yaitu 0,75 terkategori kuat; 0,50 terkategori moderat, dan 0,25 terkategori lemah. Untuk nilai *rule of thumb* untuk $Q2 > 0$ menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, dan untuk nilai *rule of thumb* untuk $Q2 < 0$ menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Dari hasil analisis (Tabel 4) diperoleh nilai R Square buat konstruk motivasi sebanyak 0.595, yang berarti bahwa variabilitas motivasi yang bisa dijelaskan oleh variabel *knowledge sharing dan digital competence* dalam model sebesar 59.5% dan termasuk dalam kategori model moderat. Selanjutnya untuk nilai R Square konstruk kinerja pengusaha muda 0.452, yang berarti bahwa variabilitas kinerja pengusaha muda yang dapat dijelaskan oleh variabel *knowledge sharing, digital competence dan motivasi* dalam model sebesar 45.2% dan termasuk dalam kategori model lemah. Untuk nilai Q2 konstruk motivasi sebesar 0.269 > 0 dan konstruk kinerja pengusaha muda sebesar 0.317 > 0, yang berarti bahwa model memiliki prediktif relevance.

Tabel 4. R Square dan Q2

	Original Sample (O)	Q2
Motivasi	0.595	0.269
Kinerja pengusaha Muda	0.452	0.317

Sumber: Data primer diolah

Evaluasi Nilai Signifikansi (t-value 1,96 dan signifikan level = 5%).

Pada tahapan evaluasi untuk nilai signifikan dievaluasi dengan mengamati pada besaran nilai yang ditunjukkan pada *path coefficient* melalui perhitungan *bootstrapping* (Tabel 5). Berdasarkan hasil analisis *path coefficient* maka untuk hipotesis (H1a) *knowledge sharing*

berpengaruh positif signifikan terhadap *motivasi* dengan nilai signifikan $0.001 <$ dari tingkat *alpha* 5% dan juga ditunjukkan dengan nilai T statistik sebesar $6.634 >$ dari 1.96. Selanjutnya untuk hipotesis (H1b) *knowledge sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pengusaha muda dengan nilai signifikan dan nilai T statistik untuk pengaruh langsung masing-masing sebesar $0.001 <$ dari tingkat *alpha* 5% dan nilai T statistik sebesar $4.295 >$ dari 1.96. Untuk hipotesis (H2a) *digital competence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *motivasi* dengan nilai signifikansi sebesar $0.001 <$ dari tingkat *alpha* 5% dan juga ditunjukkan dengan nilai T statistik sebesar $4.518 >$ dari 1.96. Selanjutnya untuk hipotesis (H2b) *digital competence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengusaha muda dengan nilai signifikansi dan nilai T statistik untuk pengaruh langsung masing - masing sebesar $0.007 >$ dari tingkat *alpha* 5% dan nilai T statistik sebesar $4.286 >$ dari 1.96. Sementara untuk hipotesis (H3) *motivasi* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pengusaha muda dengan nilai signifikansi sebesar $0.001 <$ dari tingkat *alpha* 5% dan juga ditunjukkan dengan nilai T statistik sebesar $6.737 >$ dari 1.96.

Tabel 5. Hipotesis, Koefisien Jalur (Direct, Indirect, and Total effect), T Statistik, dan P Values

Path	Path Coefficient (β)			T Statistics		P Values		Hasil	
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Direct	Indirect	Direct	Indirect
H1b: <i>knowledge sharing</i> -> kinerja pengusaha muda	0.334	-	0.334	5.186	-	0.001	-	Supported	-
H1a: <i>knowledge sharing</i> -> <i>motivasi</i>	0.522	-	0.522	6.634	-	0.001	-	Supported	-
H2b: <i>digital competence</i> -> kinerja pengusaha muda	0.156	-	0.156	2.69	-	0.007	-	Supported	-
H2a: <i>digital competence</i> -> <i>motivasi</i>	0.273	-	0.273	4.518	-	0.001	-	Supported	-
H3: <i>Motivasi</i> -> kinerja pengusaha muda	0.426	-	0.426	6.737	-	0.001	-	Supported	-
<i>Knowledge Sharing</i> -> <i>motivasi</i> -> kinerja pengusaha muda	-	0.222	0.556	4.295	-	-	0.001	Supported	-
<i>Digital competence</i> -> <i>motivasi</i> -> kinerja pengusaha muda	-	0.116	0.272	4.286	-	-	0.001	Supported	-

Sumber: Data primer diolah

Note: ** statistically significant at the 5 percent and * not significant

Studi ini menganalisis pengaruh *knowledge sharing* dan *digital competence*, terhadap *motivasi* dan kinerja pengusaha muda. Bagian ini berisi kontribusi teori dan implikasi praktis dari hasil penelitian kami, menyajikan batasan utamanya dan memberikan rekomendasi pada penelitian lebih lanjut.

Penelitian ini mengungkap faktor-faktor spesifik tentang *knowledge sharing* yang menentukan kinerja para pengusaha muda di negara berkembang. Sangat penting dan relevan untuk mengkonfirmasi kolerasi antara *knowledge sharing*, *digital competence*, motivasi dan kinerja pengusaha muda. *Knowledge sharing* memiliki peranan penting untuk meningkatkan motivasi pengusaha muda. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurchayati (2020); Astitiani & Sintaasih (2019). Menariknya temuan ini diikuti dengan *knowledge sharing* yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis pengusaha muda. Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Alliyah et al., 2019; Andra, 2018). Kemampuan individu maupun organisasi untuk menggunakan *knowledge sharing* merupakan pendekatan yang optimal untuk pengembangan individu maupun organisasi dimasa depan (Sumedrea, 2015). Selanjutnya *digital competence* juga berpengaruh signifikan terhadap motivasi dan kinerja bisnis pengusaha muda. Penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Andriana & Ardi, 2022; Liesander & Dharmayanti, 2018; Sidi & Yogatama, 2019; Scuotto & Morellato, 2013). *Digital competence* merupakan elemen utama yang harus dimiliki oleh individu atau organisasi untuk bisa bertahan dan sukses dalam industri bisnis di era digitalisasi (Seres et al., 2017). Temuan kami juga membuktikan bahwa motivasi mampu berdampak positif signifikan terhadap kinerja pengusaha muda. Penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Santika & Antari (2019). Menariknya temuan kami menghasilkan informasi penting bahwa motivasi memiliki pengaruh tidak langsung yang menghubungkan antara *knowledge sharing* dan *digital competence* terhadap kinerja pengusaha muda dalam mendukung aktivitas bisnis.

Dalam hal implikasi praktis, temuan kami menawarkan kontribusi berikut. Studi penelitian ini berfokus pada fakta bagaimana *knowledge sharing* dan *digital competence* dapat memotivasi pengusaha muda sehingga dapat menciptakan suasana yang kondusif untuk meningkatkan kinerja bisnis. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan masukan yang efektif dan bermakna bagi para praktisi dan pengambil kebijakan. Pertama, praktisi perlu memahami bahwa *knowledge sharing* dan *digital competence* mampu berperan baik dalam menunjang aktivitas bisnis, membantu meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan usaha. Kedua, selain itu praktisi dan pengambil kebijakan perlu mengikuti perkembangan terbaru dalam teknologi informasi digital dan praktik bisnis terkait Internet.

KESIMPULAN

Knowledge sharing dan *digital competence* merupakan elemen penting yang harus dimiliki oleh wirausaha muda dalam menghadapi dunia bisnis. Era perkembangan teknologi saat ini pengusaha muda telah familiar dan mahir dalam menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi, berbagi pengetahuan, dan juga mempromosikan produk dan jasa. Studi ini telah membuktikan bahwa variabel *knowledge sharing* dan *digital competence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi dan kinerja pengusaha muda. Selanjutnya untuk variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pengusaha muda. Motivasi untuk meningkatkan kompetensi digital sangat penting untuk dilakukan khususnya bagi wirausaha muda. Beberapa program dapat dilakukan diantaranya program pendidikan, pelatihan, lokakarya, dan seminar untuk meningkatkan kinerja bisnis wirausaha muda.

Keterbatasan dan Saran

Beberapa kelemahan pada penelitian ini. Pertama, penelitian kami hanya terfokus pada kelompok pengusaha muda artinya bahwa responden pada penelitian ini memiliki sifat homogen. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan penggunaan sampel yang lebih besar dan beragam secara geografis. Kedua, studi ini hanya dilakukan di satu negara, sehingga tidak bisa digeneralisasikan ke negara lain. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas penelitian ini ke beberapa negara berkembang lain seperti Negara Asia Tenggara (misalnya: Malaysia, Thailand and the Philippines). Ketiga, nilai R Square dan Q2 masih terkategori lemah, maka sangat memungkinkan dilakukannya studi lebih lanjut. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain kedalam model konseptual misalnya *digital literacy*. Keempat, jumlah sampel pada studi ini menggunakan sampel minimal. Peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan jumlah sampel berkisar 300 sampai 400. Secara umum, banyak peneliti yang merekomendasikan bahwa ukuran sampel minimal 300 adalah baik (Chatterjee & Kumar Kar, 2020; Henson & Roberts, 2006).

DAFTAR PUSTAKA

- Adenekan, T. E., & Jimoh, T. A. (2021). technological innovation, digital competence and job performance of secretaries in public tertiary institutions in ogun state, Nigeria. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(12), 5-12
- Ahmad, F. (2016). Knowledge sharing in a non-native language context: Challenges and strategies. *Journal of Information Science*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.1177/0165551510000000>
- Ahmad, F., & Karim, M. (2019). Impacts of knowledge sharing: a review and directions for future research. *Journal of Workplace Learning*, 31(3), 207–230. <https://doi.org/10.1108/JWL-07-2018-0096>
- Alliyah, S., Si, M., & Nurhidayati, A. (2019). Pengaruh Knowledge Sharing terhadap Kinerja Bisnis Melalui Inovasi. *Research Fair Unisri*, 3(1), 150–164. <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/rsfu/article/download/2576/2308>
- Andani, N. L. S., & Ardana, K. (2020). the Role of Work Satisfaction Mediates the Effect of Work Motivation on Employee Performance Logo House Bali. *Ajhssr.Com*, 4(2), 45–51. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2020/01/G20424551.pdf>
- Andra, R. S. (2018). *Pengaruh knowledge sharing terhadap kinerja karyawan (studi pada karyawan PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Malang Kawi)*. Universitas Brawijaya.
- Andriana, M., & Ardi, A. (2022). Pengaruh Servant Leadership dan Digital Competence terhadap Job Satisfaction dan Work Performance dengan Mediasi Work Motivation di Sekolah XYZ Jakarta Barat. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3397-3408.
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 168–178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- Astitiani, N. L. P. S., & Sintaasih, D. K. (2019). Peran Mediasi Knowledge Sharing Pada Pengaruh Quality of Work Life dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(1), 1-14.
- Astuti, P. (2020). *Pengaruh Kompetensi, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Motivasi Sebagai Intervening*. 1–94. http://eprintslib.ummgl.ac.id/2289/1/16.0101.0218_BAB_I_BAB_II_BAB_III_BAB_V_DAFTAR_PUSTAKA.pdf
- Baruch, Y., & Holtom, B. C. (2008). Survey response rate levels and trends in organizational

- research. *Human Relations*, 61(8), 1139–1160.
- Chatterjee, S., & Kumar Kar, A. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53(August 2020), 102–103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of management annals*, 11(1), 479–516.
- DeVellis, R. F. (2016). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). Sage publications.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: the tailored design method* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Dinata, K. B. (2021). ANALISIS KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA COVID-19 proses Pendidikan Matematika Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan . Dampak yang mandiri . Salah satu kemampuan yang berperan cukup penting dalam memfasilitasi. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 19(1), 105–119. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v19i1>.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335–362.
- European Commission (2020). The digital competence framework for citizens why, what, for whom. <https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/DIGCOMPFINAL%20UPDATED%2002-06-2016.pdf>
- Firmaiansyah, D. (2014). Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 128–139.
- Fowler Jr, F. J. (2013). *Survey research methods* (5th ed.). Sage publications.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R. . (2010). *Multivariate data analysis, 7th edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- He, T., & Li, S. (2019). A comparative study of digital informal learning: The effects of digital competence and technology expectancy. *British Journal of Educational Technology*, 50(4), 1744–1758. <https://doi.org/10.1111/bjet.12778>
- Helmi. (2016). Pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai pada dinas koperasi usaha kecil menengah, perindustrian dan perdagangan kabupaten mamuju utara. *Jurnal Katalogis*, 4(2), 51–61. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Katalogis/article/viewFile/6533/5209>
- Henson, R. K., & Roberts, J. K. (2006). Use of Exploratory Factor Analysis in Published Research. *Educational and Psychological Measurement*, 66(3), 393–416. <https://doi.org/10.1177/0013164405282485>
- Hidayat, Y. P. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Berbagi Pengatahuan Terhadap Perilaku Kewarganegaraan Organisasi Pada PT. Bee Solution Partners. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(3), 1–13. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/833/12/UNIKOM_YanuarPrasetyaHidayat_21214104_Artikel.pdf
- Ho, R. C., & Rezaei, S. (2018). Social media communication and consumers decisions: analysis of the antecedents for intended apps purchase. *Journal of Relationship Marketing*, 17(3), 204–228
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606
- Huang, K. H., Mas-Tur, A., & Yu, T. H. K. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 487–497. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0233-4>

- Huang, H. C., Cheng, T. C. E., Huang, W. F., & Teng, C. I. (2018). Impact of online gamers' personality traits on interdependence, network convergence, and continuance intention: Perspective of social exchange theory. *International Journal of Information Management*, 38(1), 232-242
- Juniantara, W., & Riana, G. (2011). Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Binus Business Review*, 2(1), 611-628. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i1.1144>
- Lanpogia, Y., & Games, D. (2019). Pengaruh Budaya Kolaboratif Terhadap Kreativitas Aparatur Sipil Negara Dengan Berbagi Pengetahuan Sebagai Variabel Mediasi *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* ..., 4(1), 385-397. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/9871>
- Latan, H., Jose, C., Jabbour, C., Beatriz, A., & Sousa, L. De. (2020). Social Media as a Form of Virtual Whistleblowing : Empirical Evidence for Elements of the Diamond Model. *Journal of Business Ethics*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04598-y>
- Lee, J. N. (2001). The impact of knowledge sharing, organizational capability and partnership quality on IS outsourcing success. *Information and Management*, 38(5), 323-335. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00074-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00074-4)
- Leong, T. K., & Meng, T. P. (2022). Antecedents of Trust and Its Impact on Online Social Shopping Purchase Intention Based on Social Exchange Theory. *International Journal of Business and Technology Management*, 4(3), 20-38
- Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10-24>
- Lusri, L., & Siagian, H. (2017). Effect of Work Motivation on Employee Performance through Job Satisfaction as a Mediation Variable in Employees of PT. Borwita Citra Prima Surabaya. *Agora*, 5(1).
- Marguna, A. M. (2020). Pengaruh Kompetensi Digital (e-Skills) Terhadap Kinerja Pustakawan Di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin. *JUPITER*, 17(2), 104-117
- Mezentceva, D. A., Dzhavlahk, E. S., Eliseeva, O. V., & Bagautdinova, A. S. (2020). On the Question of Pedagogical Digital Competence. *Vyshee Obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*, 29(11), 88-97. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-11-88-97>
- Mirdha Fahlevi SI dan Yusnaidi. (2020). Entrepreneurial Leadership, Self Efficacy, Inovasi Dan Modal Sosial Dalam Berwirausaha Di Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 13-25. <file:///C:/Users/anggirahmas/Downloads/1986-4433-2-PB.pdf>
- Nurchayati, N. (2020). Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Peningkatan Perilaku Inovatif dan Motivasi Berbagi Pengetahuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 341-355. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.208>
- Pandora, R. T. (2018). Strategi Pengelola Media Sosial Instagram Komunitas Ketimbang Ngemis Tangerang. *Ilmu Komunikasi*, 1-141. <http://eprints.untirta.ac.id/1109/>
- Primatami, A., & Primadhita, Y. (2021). Evaluasi Efisiensi Sektor Ekonomi Kreatif pada Wirausaha Muda di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 20-31. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i2.1346>
- Riyadi, S. (2011). Pengaruh Kompensasi Finansial, Gaya Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 40-45. <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.40-45>
- Santika, I. P., & Antari, N. L. S. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Kerja sebagai variabel Intervening di LPD desa adat Kerobokan. *Sekolah Tinggi Ilmu (STIE) Ekonomi Triatma Mulya*, 25(1), 72-83.

- <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2020/01/G20424551.pdf>
- Scuotto, V., & Morellato, M. (2013). Entrepreneurial knowledge and digital competence: Keys for a success of student entrepreneurship. *Journal of the Knowledge Economy*, 4(3), 293-303.
- Sentika, S., & Asri Solihati, R. (2019). Analysis of Digitalization Competence in Small and Medium Enterprises (Ukm) Cibaduyut in Bandung City. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Terapan*, 15(2), 1-9.
- Seres, L., Tumbas, P., Matkovic, P., & Pavlicevic, V. (2017, June). Embedding Digital Competencies in Business Informatics Curriculum. In *Second Conference on Innovative Teaching Methods (ITM 2017) 28-29 JUNE 2017, VARNA* (Vol. 28, p. 220).
- Shiau, W. L., & Luo, M. M. (2012). Factors affecting online group buying intention and satisfaction: A social exchange theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2431-2444
- Sjöström, O., & Holst, D. (2002). Validity of a questionnaire survey: Response patterns in different subgroups and the effect of social desirability. *Acta Odontologica Scandinavica*, 60(3), 136-140. <https://doi.org/10.1080/000163502753740133>
- Soedarsono, N. (2021). Pengaruh Kompetensi, Pelatihan, dan Motivasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan di Tabloid Pulsa. *Humanis*, 1(2), 755-764. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Speklé, R. F., & Widener, S. K. (2018). Challenging issues in survey research: Discussion and suggestions. *Journal of Management Accounting Research*, 30(2), 3-21.
- Sue Young Choi, Young Sik Kang, & Lee, H. (2008). The effects of socio-technical enablers on knowledge sharing: an exploratory examination. *Journal of Information Science*, 34(5), 742-754. <https://doi.org/10.1177/0165551507087710>
- Sumedrea, S. (2015). Knowledge sharing between the economic environment and universities using innovative entrepreneurial learning techniques. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 8(2), 233
- Suryadi, I. G. I. (2014). Penggunaan Social Media dalam Aktivitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Badung. *Soshum Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 217-227. <https://ojs.pnb.ac.id/index.php/SOSHUM/article/view/430>
- Wahab, A., Anwar, M., & Yasrie, A. (2018). Kepuasan Kerja Memediasi Motivasi Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Dosen Pns Dpk Dan Dosen Yayasan Pada Kopertis Wilayah Xi Kalimantan (Studi Pada Fe Uvaya, Fe Uniska Dan Stimi Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 351-369.
- Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20(2), 115-131. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2009.10.001>
- Xu, F., Kellermanns, F. W., Jin, L., & Xi, J. (2020). Family support as social exchange in entrepreneurship: Its moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships. *Journal of business research*, 120, 59-73.

Acknowledgement

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim penerima hibah program penelitian ilmiah Universitas Muhammadiyah Palopo yang melibatkan penulis sebagai anggota tim peneliti mahasiswa. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palopo yang telah memberikan Arahan dan dukungan selama kegiatan penelitian.

Pendanaan.

Penelitian ini merupakan bagian dari kegiatan penelitian hibah program penelitian ilmiah yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi pada tahun 2021. Pendanaan untuk kegiatan penelitian ini bersumber dari Lembaga Pengelola Dana Abadi Pendidikan (LPDP) dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Palopo.

Ketersediaan data dan bahan

Berbagi data tidak berlaku untuk artikel ini karena tidak ada data baru yang dibuat atau dianalisis dalam penelitian ini.

Kepentingan bersaing

Tidak ada potensi minat bersaing yang dilaporkan oleh penulis.