

# **Pengaruh Modal Sosial terhadap Aktifitas Berbagi Pengetahuan dan Kinerja Distributor pada Semen Gresik**

**TESIS**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai  
Derajat Magister Manajemen**



**Oleh**

**ZAKKI MULTAZAM CHOZIN**

**NIM: 041224353045**

**Program Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya  
2016**

## PERNYATAAN

Saya (Zakki Multazam Chozin, 041224353045-MM), menyatakan bahwa :

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Tesis ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 16 Pebruari 2016

Yang membuat pernyataan



(Zakki Multazam Chozin)  
Nim. 041224353045

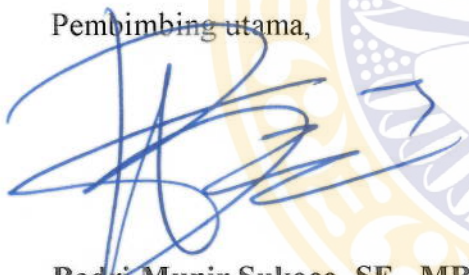
**TESIS**  
**PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP AKTIFITAS BERBAGI**  
**PENGETAHUAN DAN KINERJA DISTRIBUTOR**  
**PADA SEMEN GRESIK**

Diajukan oleh

**ZAKKI MULTAZAM CHOZIN**  
041224353045

Telah disetujui oleh:

Pembimbing utama,



**Badri Munir Sukoco, SE., MBA., Ph.D.**  
NIP. 197809112005011001

Tanggal : 16 Pebruari 2016

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga



**Dr. Gancar Candra Premananto, SE., M.Si.**  
NIP. 197407221999031001

Tanggal : 16 Pebruari 2016

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa:

Nama : **Zakki Multazam Chozin**

NIM : 041224353045

Telah melakukan perbaikan terhadap tesis yang berjudul “  
PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP AKTIFITAS BERBAGI PENGETAHUAN  
DAN KINERJA DISTRIBUTOR PADA SEMEN GRESIK  
sebagaimana disarankan oleh tim penguji pada tanggal 2 Pebruari 2016

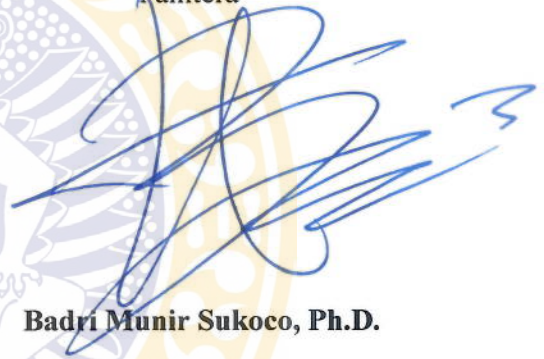
Tim Penguji:

Ketua

Panitera



**Dr. Indrianawati Usman, SE., MSc**



**Badri Munir Sukoco, Ph.D.**

Anggota



**Dr. Sri Hartini, SE., MSi.**



**F. A. Handoko Sasmito, MBA**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan jalan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Modal Sosial terhadap Aktifitas Berbagi Pengetahuan dan Kinerja Distributor pada Semen Gresik”.

Penyusun tesis ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak sebagaimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gancar Candra Premananto, SE., M.Si.. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas.
2. Bapak Badri Munir Sukoco, SE., MBA., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga serta berkenan untuk membantu membimbing dengan waktu yang serba terbatas ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan Bapak.
3. Semua dosen pengajar di Program Magister Manajemen beserta staf administrasi dan staf akademik yang telah banyak membantu pelaksanaan penulisan tesis ini.
4. Istri (Nadya) serta 2 putri saya, Safin (3 tahun, 8 bulan) dan Salma (1 tahun) yang tiada henti-hentinya memberikan semangat dan doa sehingga penulisan tesis ini menjadi lancar.
5. Manajemen PT Semen Gresik dan pimpinan Distributor Semen Gresik yang bersedia meluangkan waktu untuk menyediakan data guna membantu penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tesis ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan pengembangan terhadap tesis ini sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap bahwa tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 16 Pebruari 2016

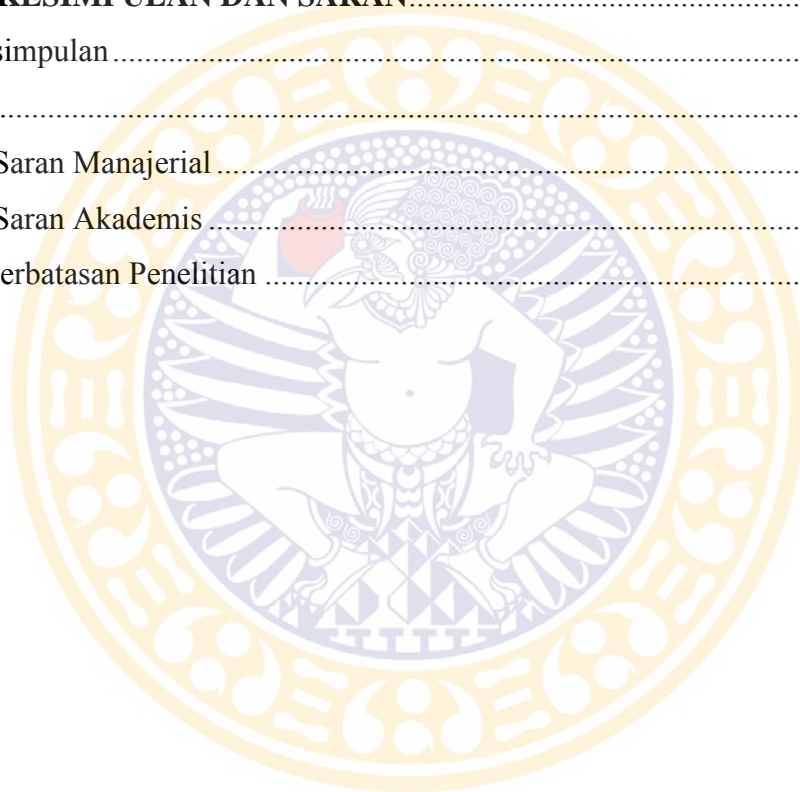
Penulis

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Modal Sosial Kognitif.....	9
2.2.2 Modal Sosial Struktural.....	9
2.2.3 Modal Sosial Relasional.....	10
2.2.4 Berbagi Pengetahuan.....	11
2.2.5 Kinerja Perusahaan.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesa.....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Model Penelitian.....	19
3.2 Teknik Pengambilan Data.....	20
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	20

3.3.1	Variabel Independen .....	20
3.3.1.1.	Modal Sosial Kognitif .....	20
3.3.1.2.	Modal Sosial Struktural .....	21
3.3.2	Variabel Dependen.....	22
3.3.2.1	Modal Sosial Relasional .....	22
3.3.2.2	Berbagi Pengetahuan .....	23
3.3.2.3	Kinerja Distributor .....	25
3.4	Pengumpulan dan Analisis Data .....	26
3.4.1	Analisa <i>Outer Model</i> .....	28
3.4.2	Analisis <i>Inner Model</i> .....	28
3.4.3	Pengujian Validitas Model Keseluruhan .....	29
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	30
4.2	Transformasi Korporasi .....	31
4.2.1	Tahap <i>Operating Company</i> .....	31
4.2.2	Tahap <i>Operating Holding</i> .....	32
4.2.3	Tahap <i>Functional Holding</i> .....	33
4.2.4	Tahap <i>Strategic Holding</i> .....	35
4.3	Bidang Usaha.....	36
4.4	Pengelolaan dan Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
4.4.1	Visi Perusahaan.....	40
4.4.2	Misi Perusahaan .....	40
4.4.3	Budaya Perusahaan .....	41
4.4.4	Struktur Organisasi Perusahaan .....	41
4.4.4.1	Struktur Organisasi <i> Holding Company</i> .....	42
4.4.4.2	Struktur Organisasi <i> Operating Company</i> .....	42
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
5.1	Deskripsi Umum Sampel Penelitian .....	43
5.2	Analisis Hasil Penelitian.....	45
5.2.1.	Analisis Hasil <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	45

5.2.1.1	Model Konstruk Awal .....	46
5.2.1.2	Analisis <i>Outer Model</i> .....	47
5.2.1.3	Analisis <i>Inner Model</i> .....	64
5.2.1.4	Pengujian Validitas Model Keseluruhan .....	67
5.3	Pengujian Hipotesis .....	68
5.4	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	70
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		76
6.1	Kesimpulan .....	76
6.2	Saran .....	77
6.2.1	Saran Manajerial .....	77
6.2.2	Saran Akademis .....	79
6.3	Keterbatasan Penelitian .....	80





## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Deskripsi Responden.....	43
Tabel 5.2 Nilai <i>T Statistik</i> dari Variabel Modal Sosial Kognitif.....	49
Tabel 5.3 Nilai <i>T Statistik</i> dari Variabel Modal Sosial Struktural .....	52
Tabel 5.4 Nilai <i>T Statistik</i> dari Variabel Modal Sosial Relasional .....	54
Tabel 5.5 Nilai <i>T Statistik</i> dari Variabel Berbagi Pengetahuan .....	57
Tabel 5.6 Nilai <i>T Statistik</i> dari Variabel Kinerja Perusahaan .....	59
Tabel 5.7 Nilai Composite Reliability Variabel Konstruk.....	61
Tabel 5.8 <i>Cross Loading Factor</i> Variabel Konstruk .....	62
Tabel 5.9 Nilai AVE dan Akar AVE .....	63
Tabel 5.10 <i>Latent Variable Correlations</i> .....	64
Tabel 5.11 Nilai <i>R-SQUARE</i> .....	65
Tabel 5.12 Hasil dari <i>Path Coefficient</i> Model Keseluruhan .....	66
Tabel 5.13 Hasil Rata-rata <i>R Square</i> dan <i>Communalities</i> .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	xxxiii
Lampiran 2 Hasil Analisis Partial Least Square .....	xxxvii



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian .....	19
Gambar 4.1 Histori pembetukan <i>Strategic Holding</i> .....	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi <i> Holding Company</i> .....	42
Gambar 4.3 Struktur Organisasi <i> Operating Company</i> .....	42
Gambar 5.1 Model Konstruk Penelitian.....	46
Gambar 5.2 <i>Loading Factor</i> variabel modal sosial kognitif.....	48
Gambar 5.3 <i>Loading Factor</i> tahap 2 variabel modal sosial kognitif .....	49
Gambar 5.4 <i>Loading Factor</i> untuk variabel.....	50
Gambar 5.5 <i>Loading Factor</i> tahap 2 variabel modal sosial struktural.....	51
Gambar 5.6 <i>Loading Factor</i> variabel modal sosial relasional .....	53
Gambar 5.7 <i>Loading Factor</i> tahap 2 variabel modal sosial relasional .....	53
Gambar 5.8 <i>Loading Factor</i> untuk aktifitas berbagi pengetahuan .....	55
Gambar 5.9 <i>Loading Factor</i> tahap 2 variabel aktifitas berbagi pengetahuan .....	56
Gambar 5.10 <i>Loading Factor</i> variabel kinerja perusahaan.....	58
Gambar 5.11 <i>Loading Factor</i> tahap 2 variabel kinerja perusahaan .....	59
Gambar 5.12 Model Konstruk Penelitian tahap 2.....	60
Gambar 5.13 <i>Composite Reliability</i> variabel pada model konstruk.....	61

## ABSTRAK

Usaha pencapaian pertumbuhan ekonomi nasional oleh pemerintah yang berfokus pada pembangunan infrastruktur dan konstruksi menyebabkan terjadinya peningkatan kebutuhan semen nasional. Hal ini tentu menjadi peluang yang sangat baik bagi Semen Gresik sebagai salah satu produsen semen di Indonesia terkait dengan peningkatan kinerja penjualannya. Bersamaan dengan hal tersebut, industri semen saat ini mulai memasuki bisnis komoditas dimana konsumen memandang setiap merek dari industri tersebut memiliki kualitas yang sama sehingga konsumen mempersepsikan bahwa tidak ada satu merek yang unggul secara signifikan dibanding merek lainnya, hal ini memicu timbulnya persaingan ke arah perang harga. Maka dari itu, peningkatan kerjasama yang lebih baik antara Semenn Gresik dengan distributornya pada penekanan aspek Modal sosial kiranya dapat menjadi salah satu alternatif strategi perusahaan dalam pencapaian kinerja distributor yang selanjutnya dapat berimbas pada peningkatan kinerja semen gresik itu sendiri. Modal sosial yang dibangun dari hubungan antara modal sosial kognitif, modal sosial struktural, dan modal sosial relasional diharapkan mampu memberikan dampak yang lebih baik terhadap kinerja perusahaan dengan didahului adanya aktifitas berbagi pengetahuan yang dilakukan oleh Distributor dan Semen Gresik.

Penelitian ini berargumentasi bahwa modal sosial relasional yang dipengaruhi secara positif oleh modal sosial kognitif dan modal sosial struktural akan mempengaruhi aktifitas berbagi pengetahuan dan kinerja para distributor Semen Gresik secara positif dimana aktifitas berbagi pengetahuan tersebut juga berpengaruh secara positif terhadap kinerja distributor.

Dengan menggunakan survei yang dilakukan terhadap distributor semen gresik dan hasilnya diolah dengan menggunakan alat analisis PLS, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari modal sosial kognitif dan modal sosial struktural terhadap modal sosial relasional yang selanjutnya modal sosial relasional yang dimaksud juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktifitas berbagi pengetahuan dan kinerja distributor. Kinerja distributor dalam hal ini juga dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh aktifitas berbagi pengetahuan.

Kata Kunci: modal sosial kognitif, modal sosial struktural, modal sosial relasional, aktifitas berbagi pengetahuan, kinerja distributor

## ABSTRACT

Government's national economic growth focusing on infrastructure development and construction caused in increasing national demand for cement. This is certainly a very good opportunity for Semen Gresik as one of the cement producers in Indonesia associated with increasing its sales growth. Concurrently, the cement industry has started to enter the commodity business where the consumer sees each brand of the industry have the same quality so that consumers perceive that no one brand is superior significant than other brands, this triggers the competition towards a price war. Therefore, improvement of better cooperation between Semen Gresik with its distributors focusing on aspects of social capital is presumably can be an alternative strategy of the company in achieving the performance of distributors that can further impact on performance improvement Semen Gresik itself. Social capital is built on the relationship between cognitive social capital, structural social capital and relational social capital are expected to provide a better impact on the companies performance with preceded their knowledge-sharing activities conducted by the Distributor and Semen Gresik.

This study argues that relational social capital positively influenced by cognitive social capital and structural social capital affects the knowledge sharing activities and distributors performance positively where the knowledge sharing activities also affect positively on the distributors performance.

By using a survey of Semen Gresik distributor and the results are processed by using PLS analysis, the results of this study indicate that there are positive influence and significant of structural social capital and cognitive social capital to relational social capital hereinafter relational social capital also influential positive and significant impact on knowledge sharing activities and distributors performance. The distributors performance in this case also affected significantly and positively by the knowledge sharing activities.

Keywords: cognitive social capital, structural social capital, relational social capital, knowledge sharing activities, distributor performance.