

PEMOTIVASI KNOWLEDGE SHARING MANAJERIAL MELALUI MEDIA INTERNET

by Agustinus Mujilan

Submission date: 29-Jan-2022 12:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 1750480500

File name: 3-Pemotivasi_knowledge_sharing__mujilan.pdf (251.77K)

Word count: 5862

Character count: 36503

PEMOTIVASI KNOWLEDGE SHARING MANAJERIAL MELALUI MEDIA INTERNET

Mujilan

Theresia Purbandari

Program Studi Akuntansi-Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

ABSTRACT

This study identifies the factors that influence knowledge sharing via internet. The factors are categorized into internal motivation, external motivation, and sharing barriers. It is motivations and barriers that influence the intention of sharing through knowledge sharing attitudes. The data were collected by surveying the lecturers of S-1 Program of Accounting Department in East Java. Hypothesis testing made use of SmartPLS Graph software version 2.0. The results proved that there were factors that significantly influence the attitudes, namely perceived enjoyment in helping others as internal motivation, perceived affiliation as external motivator, and perceived loss of knowledge power as barriers for sharing. The direction of influence for the motivating factor in attitudes was positive and that for the barrier factor was negative. Attitudes had a strong positive influence on the intention of knowledge sharing. But, there was no significant influence of information technology facilities and information technology support on the attitudes of knowledge sharing. This means that there were characteristics of knowledge sharing in the context of managerial information in the lecturers of S-1 Program of Accounting Department. Some non-significant motivating variables indicated that there were unique characteristics of the respondents which might be different from those of other respondents.

Key words: *knowledge sharing, information systems, motivations, barriers, internet*

A. Pendahuluan

Studi ini ditujukan untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menguji faktor pembentuk niat berbagi pengetahuan melalui media internet. Fokus studi adalah menentukan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan *knowledge sharing* secara manajerial pada para dosen di perguruan tinggi. Responden merupakan dosen di program S-1 Akuntansi se-Jawa Timur.

Karakteristik personal di perguruan tinggi memiliki kekhususan. Pada umumnya mereka akan suka melakukan *knowledge sharing* dalam konteks tugas sebagai pendidik kepada para mahasiswa. Namun apakah hal tersebut juga berlaku untuk kegiatan berbagi pengetahuan manajerial di dalam organisasi? Panggilan tugas akan berbeda dengan panggilan sukarela. Apalagi jika kegiatan berbagi ini dapat mempengaruhi eksistensi individu dalam organisasi tersebut.

Berbagai faktor pengaruh kegiatan berbagi pengetahuan diidentifikasi kemudian dikategorikan ke dalam: motivasi internal, motivasi eksternal, serta persepsi penghalang. Variabel yang signifikan mengindikasikan faktor yang menjadi perhatian di kalangan responden. Hasil pengujian menunjukkan bahwa masing-masing kategori memiliki satu variabel yang signifikan. Rasa suka dalam membantu orang lain sebagai motivasi internal, afiliasi atau kebersamaan dari rekan kerja sebagai motivasi eksternal individu, serta kekhawatiran akan hilangnya kekuasaan pengetahuan sebagai faktor penghalang.

Dalam hal ini, tidak ditemukan pengaruh dari ketersediaan fasilitas teknologi informasi terhadap sikap individu dalam kegiatan berbagi pengetahuan. Tidak hanya dalam penelitian ini, dalam penelitian sebelumnya berbagi pengetahuan pada manajer perbankan di Jawa Timur juga mengindikasikan hal yang sama (Purbandari dan Mujilan, 2012). Dengan demikian masih menyisakan permasalahan tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan berbagi pengetahuan khususnya pada masyarakat Indonesia.

2. Tinjauan Pustaka Knowledge Sharing

Hansen dan Avital (2005) mendefinisikan *knowledge sharing behavior* sebagai 'perilaku ketika seorang individu secara sukarela memberikan akses pada aktor sosial lain atas pengetahuan dan pengalaman uniknya. *Sharing* merupakan bagian penting dalam *transfer knowledge*, tanpa adanya *sharing* maka hampir mustahil pengetahuan dapat ditransfer kepada orang lain (Syed-Ikhsan & Rowland, 2004).

Kegiatan yang umumnya dilakukan dalam *knowledge sharing* adalah mengumpulkan atau berkontribusi pengetahuan (Mogotsi, 2011). Pengetahuan dapat dibagikan melalui *person-to-person interaction, email, instant messaging, text messaging, videoconferencing, groupware, etc.* (Chennamaneni, 2006). Namun demikian, ketersediaan fasilitas belum tentu langsung meningkatkan kegiatan berbagi pengetahuan. Dalam praktiknya, adanya teknologi tidak secara otomatis mampu menjamin bahwa akan terlaksananya kegiatan berbagi secara baik (Chennamaneni, 2006). Faktor individu sebagai pelaku juga penting dalam implementasi kegiatan berbagi.

Ajzen (1991) menyebutkan bahwa kecenderungan perilaku dapat dipengaruhi oleh sikap sosial (*social attitude*) dan sifat pribadi (*personal trait*). Demikian juga Chennamaneni (2006) mengungkapkan bahwa niat melakukan *share knowledge* dapat ditentukan oleh persepsi individu terkait dengan insentif, timbal balik, reputasi, *power* dari pengetahuan, kesukaan dalam membantu orang lain, iklim organisasi, dan peralatan teknologi. Terdapat tiga faktor penting yang dapat mempengaruhi terjadinya *knowledge sharing*, yaitu *psychological, organizational, dan technological*.

Dalam studi ini berbagai faktor yang terkait dengan terjadinya kegiatan berbagi pengetahuan dikategorikan menjadi tiga, yaitu motivasi internal, motivasi eksternal, dan penghalang. Motivasi internal merupakan motivasi yang berasal dan

tumbuh dari dalam diri seseorang. Dalam konteks ini diaplikasikan misalnya dalam bentuk kepercayaan diri, penghargaan diri, motivasi mereka terhadap penghargaan. Motivasi eksternal juga merupakan motivasi yang ada di dalam diri seseorang namun dalam klasifikasi ini motivasi tersebut muncul dan besar dipengaruhi oleh stimulus dari luar. Misalnya, motivasi yang tumbuh karena organisasi berhasil membuat sistem penghargaan yang baik, organisasi menyediakan fasilitas yang memadai. Sedangkan faktor ketiga adalah penghalang atau faktor yang membuat seseorang menjadi enggan untuk berbagi, misalnya ancaman pada kedudukan atau posisi dan kehilangan kekuasaan akibat pengetahuannya dibagi kepada orang lain.

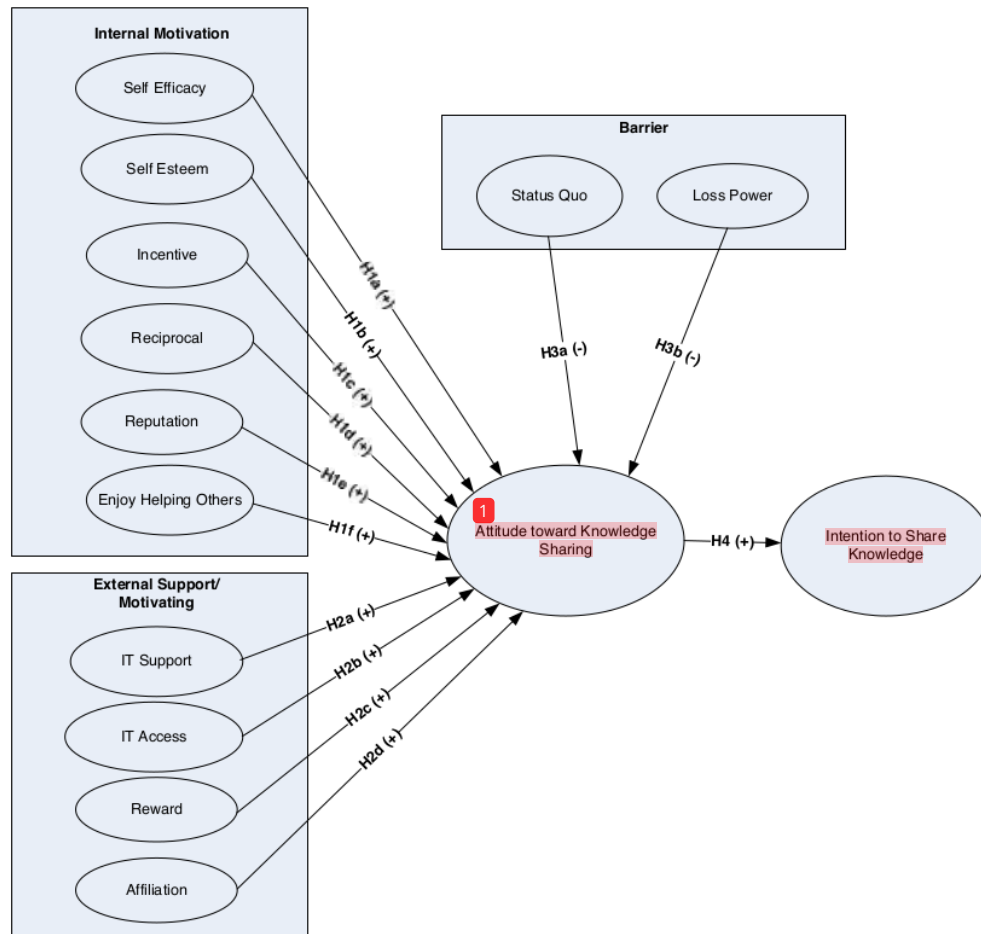
1. *Intention to Share Knowledge*

Niat (*intention*) dalam psikologi dimaksudkan oleh Ajzen (1991) untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Ia menyebutkan: "*Intention are assumed to capture the motivational factors that influence behavior; they are indications of how hard people are willing to try, of how much of an effort they are planning to exert, in order to perform the behavior.*" Niat untuk berbagi akan mengindikasikan seberapa kuat keinginan seseorang untuk mencoba dan seberapa banyak seseorang berusaha untuk melakukan *share knowledge*.

Berbagai riset telah mengindikasikan bahwa niat dapat dibentuk salah satunya adalah dari sikap (*attitude*) seseorang atas sesuatu hal (Ajzen, 1991). Demikian pula, niat untuk melakukan berbagi pengetahuan dapat ditentukan oleh bagaimana sikap seseorang atas kegiatan berbagi pengetahuan tersebut. Sikap yang positif antara lain dapat diindikasikan dengan sikap menerima, berpikiran positif, dan memandang baik kegiatan berbagi pengetahuan.

Berbagai faktor yang diteliti diprediksi dapat membentuk niat dengan terlebih dahulu mempengaruhi sikap mereka. Sikap merupakan kode kunci bagi seseorang melakukan kegiatan secara sukarela. Misalnya dalam kasus harian, meskipun seseorang mendapat imbalan atau penghargaan minim namun karena sikap mereka positif terhadap pekerjaan tersebut maka ia dapat mempunyai niat tinggi untuk menyelesaikan tugas itu. Namun dapat juga sebaliknya, meskipun ditawarkan penghargaan tinggi namun orang tersebut antipati terhadap suatu tugas maka niat untuk melakukan pekerjaan tersebut dapat rendah. Secara sadar ataupun tidak, sikap telah menjadi kunci pembuka untuk terjadinya suatu kegiatan dengan asumsi kegiatan sukarela bukan paksaan.

Secara garis besar, faktor-faktor yang membentuk sikap dikategorikan menjadi tiga, yaitu motivasi internal, motivasi eksternal, dan penghalang. Sebagai penjelasan awal bentuk keterkaitan antarvariabel maka dapat dilihat pada gambar model penelitian berikut ini.



Gambar 1: Model Niat Berbagi Pengetahuan

2. Motivasi Internal

Faktor internal lebih terkait dengan persepsi individu karena dorongan dari sifat pribadinya (*personal trait*). Identifikasi beberapa persepsi dari berbagai literatur yang sekiranya cocok sebagai motivasi internal, antara lain *self efficacy*, *self esteem*, *perceived organizational incentive*, *perceived reciprocity*, *perceived reputation enhancement*, dan *perceived enjoyment in helping others*.

a. Self Efficacy

Self-efficacy dikenalkan oleh Alfred Bandura yang merupakan salah satu aspek dari teori kognitif sosial (*social-cognitive theory*) (McKenzie, 1999). Kim & Kankanhalli (2009) mengoperasionalkan *self-efficacy* dalam *self-efficacy for change* dengan definisi: "an individual's confidence in his or her own ability to adopt to the new situation (i.e., way of working with the new Information System). Dengan demikian, kesulitan yang dihadapi

sehubungan dengan penggunaan Sistem Informasi dapat ditangani berdasarkan tingkat *self-efficacy* seseorang. *Self-efficacy* ini merupakan sifat pribadi seseorang yang relatif stabil. Secara umum, *self-efficacy* memiliki tiga dimensi (McKenzie, 1999:8) yaitu (1) *magnitude*, yang merupakan keyakinan tentang kinerja saat terjadi peningkatan kesulitan dalam kerja; (2) *strength*, merupakan usaha dalam menghadapi rintangan; dan (3) *generality*, merupakan keluasan aplikasi dari keyakinan.

b. Self Esteem

Self-esteem merupakan anggapan (*think*) dari seseorang bahwa dirinya disenangi (*favorably*) (McKenzie, 1999). Orang yang berpikiran seperti ini akan dapat belajar dan bekerja lebih efisien. Orang yang mempunyai tingkat *self-esteem*s tinggi akan mampu melakukan adaptasi sosial dengan lebih baik.

c. Perceived Organizational Incentives

Pada penelitian ini *perceived organization incentive* didefinisikan secara operasional sebagai persepsi individu terhadap tawaran insentif kepadanya serta bagaimana ia memandang manfaat insentif bagi dirinya sebagai imbalan kesediaan melakukan perbagian pengetahuan. Dalam hal berbagi pengetahuan, apakah dengan membagikan pengalaman ia berharap akan menerima kesempatan kerja yang lebih baik, mampu mempertahankan posisi kerja, atau dapat meningkatkan peluang penerimaan penghasilan yang lebih baik di masa mendatang. Insentif merupakan salah satu pemotivasi yang penting di balik perilaku *knowledge sharing*. Ia mempunyai peran penting dalam meningkatkan dan mempertahankan jejaring pengetahuan yang pada akhirnya memberi manfaat bagi organisasi (Heydari et al, 2011).

Insentif dapat dipandang dari dua, sisi yaitu pemotivasi dari organisasi namun juga dari sisi individu. Misalnya, jumlah nominal yang sama dapat saja diinterpretasikan memiliki besaran penghargaan yang berbeda antarindividu. Ada pula individu yang mengharapkan insentif atas segala upayanya, namun ada pula individu yang cukup puas dengan membagi pengetahuan tanpa mengharapkan imbalan. Pada penelitian insentif lebih condong sebagai bentuk interpretasi seseorang tentang harapannya untuk memperoleh sesuatu ketika ia bersedia melakukan berbagi pengetahuan.

d. Perceived Reciprocity

Perceived reciprocity mengacu pada tingkat keyakinan seseorang bahwa ia akan menerima nilai pengetahuan dari orang lain sebagai imbal balik atas pengetahuan yang ia bagikan dalam bagian sistem takformal yang mendukung *sharing* (Hansen & Avital, 2005).

e. Perceived Reputation Enhancement

Perceived reputation enhancement adalah persepsi individu bahwa kontribusi mereka pada orang lain akan memberikan nilai tambah yang mungkin akan diterima baginya. Wasko & Faraj (2005) memberi bukti bahwa orang akan berkontribusi pengetahuan mereka ketika mereka berpersepsi bahwa hal ini akan meningkatkan reputasi profesional mereka.

f. *Perceived Enjoyment in Helping Others*

Enjoyment dapat dipahami bahwa orang secara sukarela dan tidak mengalami beban ketika harus melakukan *share knowledge* untuk membantu orang lain. Meskipun seorang individu mungkin mengharapkan adanya manfaat pribadi (*personal benefit* atau *private rewards*) ketika seseorang aktif berbagi untuk rekan-rekan lain (Wasko & Faraj, 2005), namun di sisi lain terdapat pula individu yang mungkin dengan kesadaran dan kerelaan membagikan pengetahuannya.

Faktor-faktor yang terdapat dalam motivasi internal ini secara umum memiliki pengaruh positif terhadap kegiatan berbagi pengetahuan. Hal ini berarti apabila faktor pemotivasi internal tinggi maka sikap penerimaan terhadap berbagi pengetahuan akan baik, sehingga hipotesis penelitian adalah.

H1a: *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*

H1b: *self-esteem* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*

H1c: *perceived organizational incentive* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*

H1d: *perceived reciprocity* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*

H1e: *perceived reputation enhancement* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*

H1f: *perceived enjoyment in helping others* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*

3. Pemotivasi Eksternal

Pemotivasi eksternal lebih condong pada faktor yang menjadi stimulus dari luar individu yang dapat mempengaruhi persepsi individu ketika mempertimbangkan untuk melakukan berbagi pengetahuan. Secara garis besar pemotivasi eksternal dalam penelitian ini meliputi dukungan teknologi informasi yang tersedia dan dukungan lingkungan organisasi, faktor-faktor yang termasuk motivasi eksternal dikelompokkan menjadi, yaitu *perceived IT support for KM*, *IT Access facilitation*, *organization rewards*, dan *affiliation*.

a. *Perceived IT Support for Knowledge Management*

Dukungan teknologi informasi dalam *knowledge management* adalah teknologi informasi yang disediakan oleh organisasi untuk dapat digunakan sebagai sarana dan fasilitas dalam berkomunikasi. Pada penelitian ini dioperasionalkan dengan pemahaman yang dimiliki individu atas ketersediaan fasilitas internet, web, dan database yang disediakan organisasi untuk mendukung kegiatan berbagi pengetahuan. Persepsi ini dapat dipengaruhi pula oleh kemampuan serta informasi yang dimiliki oleh individu atas fasilitas yang dimiliki organisasi.

Choi *et al.* (2010) menyatakan bahwa fasilitas teknologi informasi mendukung aktivitas manajemen pengetahuan dengan menyediakan fitur yang mendorong adanya komunikasi dan kolaborasi. Ia berpendapat bahwa penggunaan dukungan teknologi informasi dalam manajemen pengetahuan akan meningkatkan efektivitas berbagi pengetahuan. Dukungan teknologi ini dapat digunakan selain

berkomunikasi dan berkolaborasi juga dimungkinkan bagi individu untuk melakukan pencarian (*searching*) dan mengakses informasi baru.

Demikian pula Syed-Ikhsan & Rowland (2004) menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi (ICT) merupakan pendukung dalam *knowledge management*. Teknologi merupakan pemampu *knowledge management* dalam mengimplementasikan program dan strategi. Meskipun demikian, keberhasilannya tergantung pada orang-orang yang mau menggunakan teknologi ini untuk melakukan *sharing*. Mereka menemukan bukti bahwa infrastruktur, peralatan, dan pengetahuan (*know-how*) teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh positif pada kinerja transfer pengetahuan. Konsekuensinya, penelitian ini berpandangan bahwa dukungan teknologi ini akan mempengaruhi perilaku dalam *sharing* melalui pengaruh pada sikap para individu.

b. IT Accessed Facilitation

Accessed IT facilitation merupakan fasilitas IT yang diakses dan digunakan oleh individu untuk berkomunikasi. Dalam penelitian ini dioperasionalkan dengan fasilitas yang telah digunakan individu terkait penggunaan fitur internet untuk kepentingan komunikasi antarindividu. Teknologi yang dapat digunakan ini adalah yang termasuk dalam kategori teknologi untuk penyebaran (*disseminating*) pengetahuan (Gray & Tehrani, 2002). Mereka mengelompokkan teknologi penyebaran pengetahuan dalam kelompok aplikasi: *world wide web (search engines, URL's)*; *on-line access (ICQ, net meeting, on-line chat room)*; *e-mail*; *groupware (LotusNotes, team room software)*; *wireless technology*; *video conferencing, teleconferencing (Microsoft NetMeeting, WebEx, Sharepoint)*; *document management system*; *intelligent agents*; *Geographic information systems*; dan *information portals*.

Diprediksi bahwa semakin banyak seorang individu menguasai dan menggunakan teknologi penyebaran pengetahuan, maka akan semakin banyak kemungkinan ia mendapat informasi dan terlibat dalam berkontribusi pengetahuan. Sikap terhadap adanya *knowledge sharing* akan makin baik pula.

c. Formal Organization Reward

Rys (2007) menyebutkan salah satu hal yang memotivasi terjadinya *knowledge sharing* adalah *reward*. Lebih lanjut ia menggunakan *reward* berupa *extrinsic reward* dan *intrinsic reward*. *Extrinsic reward* dapat diberikan dalam bentuk *formal, informal interaction*, dan *specific rewards*. Sementara *intrinsic reward* dimisalkan *recognitions*. Dalam kasus umum misalnya, jika suatu pengetahuan *disharekan* dengan bebas dan siapa saja bisa mengkonsumsinya sementara pihak yang berkontribusi tidak mendapat apa-apa, maka motivasi orang untuk berkontribusi adalah rendah (Rys, 2007).

Secara umum, jika organisasi menyiapkan struktur penghargaan ketika seseorang berperan dalam *knowledge sharing*, maka hal tersebut akan memberi stimulus pada anggota atau individu-individu di dalam organisasi untuk berperan di dalamnya. Struktur penghargaan merupakan salah satu bentuk formalitas yang menyatakan bahwa organisasi sedang melaksanakan dan mendorong anggotanya untuk melakukan *knowledge sharing*. Struktur formal penghargaan membuat program

knowledge sharing diketahui secara luas sehingga sikap terhadap keberadaan *knowledge sharing* akan terpengaruhi menjadi lebih baik.

d. *Perceived Affiliation*

Secara operasional Chennamaneni (2006) menggunakan afiliasi sebagai rasa kebersamaan (*perception of togetherness*). Persepsi ini termasuk dalam iklim organisasi (*organizational climate*). Dapat dipahami pula hal ini mirip dengan *commitment* para pekerja terhadap rekan kerjanya atau organisasinya. Perasaan dekat dengan anggota organisasi lainnya serta merasakan keadaan dalam satu tim menjadi indikasi dalam afiliasi ini.

Apabila perasaan berafiliasi ini dapat ditumbuhkan di lingkungan organisasi, dimungkinkan pula bahwa ketika organisasi atau orang lain membutuhkan peran individu maka individu terkait akan berusaha membantu. Sehingga, ketika organisasi mendorong dan memotivasi individu untuk berperan serta dalam *knowledge sharing* pandangan individu anggota akan positif, pandangan positif ini juga dapat ditengarai dengan sikap yang baik pada kegiatan *share knowledge*.

Secara umum keempat faktor yang termasuk dalam pemotivasi eksternal ini memiliki pengaruh positif terhadap sikap untuk berbagi pengetahuan. Ketersediaan fasilitas serta rasa kebersamaan dalam lingkungan organisasi yang kemudian dipersepsikan sebagai hal baik dalam penerimaan seseorang akan memicu adanya sikap yang baik pula dalam berbagi pengetahuan, sehingga dari pemotivasi eksternal ini dapat dihipotesiskan:

H2a: *perceived IT support for KM* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*.

H2b: *accessed IT facilitation* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*.

H2c: *formal organization reward* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*.

H2d: *perceived affiliation* berpengaruh positif terhadap *attitude toward knowledge sharing*.

4. Faktor Penghalang (*Barriers to Share*)

Dalam pertimbangan keputusan tentu belum lengkap jika tidak memperhatikan faktor risiko atau penghalang yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut maka, faktor penghalang meliputi *status quo bias* dan *perceived loss of knowledge power*.

a. *Status Quo Bias*

Kim & Kankanhalli (2009) menyebutkan *status quo bias theory* dimaksudkan untuk menjelaskan preferensi seseorang untuk mempertahankan status atau situasi saat ini (*people's preference for maintaining their current status or situation*). Kategorinya adalah: *rational decision making*, *cognitive misperceptions*, dan *psychological commitment*. *Rational decision making* berimplikasi pada pertimbangan biaya dan manfaat sebelum beralih pada alternatif baru. *The cognitive misperception* menjelaskan keengganan untuk kehilangan (*loss aversion*). *Psychological commitment* terdiri atas tiga faktor,

yaitu ⁶ *sunk cost*, *social norms*, dan *effort to feel in control*. ⁸ *Sunk cost* mengacu pada komitmen sebelumnya yang ⁸ menyebabkan keengganan (*reluctance*) untuk beralih ke alternatif baru. *Social norms* mengacu pada norma yang berlaku di lingkungan kerja terkait perubahan. *Effort to feel in control* merupakan keinginan individual untuk mengatur dan menentukan situasi mereka sendiri.

Dapat dipahami bahwa sikap mempertahankan posisi atau situasi yang ada saat ini atau dimiliki seseorang menjadikan adanya penolakan terhadap hal baru sebelum seseorang mempelajari apakah hal tersebut mendukung posisinya atau tidak. Sikap ini menjadi bagian dalam penghalang terjadinya *knowledge sharing*. Jika seseorang memiliki tingkat pertahanan (*status quo*) yang tinggi diprediksi sikapnya terhadap *knowledge sharing* menjadi rendah apabila *knowledge sharing* itu merupakan hal baru atau tidak mendukung posisinya.

b. *Perceived Loss of Knowledge Power*

Hansen & Avital (2005) mengutip Weber (1978) yang menjelaskan *power* adalah 'probabilitas bahwa seseorang aktor dalam hubungan sosial akan memiliki posisi untuk membawa dirinya sendiri meskipun terjadi penolakan, tanpa hal ini probabilitas tersebut tidak terjadi. Hansen & Avital (2005) menyebutnya sebagai *power dynamics*. Pandangan bahwa dengan berbagi pengetahuan akan menghilangkan *power (loss of power)* membuat seseorang enggan melakukan *share knowledge*, sehingga terdapat pandangan bahwa persepsi hilangnya kekuatan akibat membagikan pengetahuan unik yang dimiliki seseorang menjadi penghalang (*barrier*) dalam kegiatan *knowledge sharing*. Sikap terhadap *knowledge sharing* pun menjadi negatif atau rendah.

Kedua bentuk penghalang tersebut diprediksi memiliki pengaruh negatif kepada sikap untuk berbagi pengetahuan. Seseorang yang sedang mempertahankan posisinya dengan ditunjukkan memiliki nilai *status quo* tinggi akan memiliki sikap keengganan untuk berbagi. Demikian juga ketika seseorang berpandangan bahwa dengan berbagi akan menghilangkan kekuatan kepemilikan pengetahuan tersebut maka akan memicu keengganan untuk berbagi, sehingga hipotesis penelitian adalah: H3a: *status quo bias* berpengaruh negatif terhadap *attitude toward knowledge sharing*. H3b: *perceived loss of knowledge power* berpengaruh negatif terhadap *attitude toward knowledge sharing*.

5. *Attitude toward Knowledge Sharing*

Menurut teori perilaku terencana (*theory of planned behavior/TPB*) (Ajzen, 1991) sikap atas suatu perilaku (*attitude toward a behavior*) dibentuk dari kumpulan keyakinan seseorang (*beliefs*) tentang suatu perilaku, sehingga adanya suatu sikap akan dipengaruhi oleh berbagai keyakinan sebelumnya yang telah terakumulasi pada seseorang (Hansen & Avital, 2006).

Seseorang yang memiliki sikap yang positif terhadap *knowledge sharing* yang diindikasikan dengan tingginya tingkat persepsi terhadap sikap akan memiliki niat yang tinggi pula. Sikap baik akan mendorong persepsi-persepsi positif lainnya yang pengaruhnya menimbulkan pemahaman baik akan *knowledge sharing*. Berbagai penelitian sudah mengindikasikan bahwa sikap berpengaruh kuat terhadap niat

dalam berbagai konteks. Demikian juga hal ini semestinya merupakan hal yang sama dalam konteks berbagi pengetahuan.

H4: *attitude toward knowledge sharing* berpengaruh positif terhadap *intention to share knowledge*.

C. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan survey. Sampel penelitian ini adalah para pengajar (dosen) perguruan tinggi se-Jawa Timur khususnya Program Studi S-1 Akuntansi. Sampel dipilih karena memiliki peluang besar berbagi pengetahuan manajerial sekaligus dapat menjadi pemotivator mahasiswa didikannya, demikian pula dosen sudah mampu menggunakan internet. Distribusi kuesioner dilakukan melalui pos kepada tenaga administrasi program studi yang kemudian didistribusikan kepada para dosen di lingkungannya. Pengisian dan pengembalian dilakukan dengan amplop balasan pos ataupun kesempatan mengisi melalui media internet secara *online*.

Instrumen menggunakan kuesioner dengan skala likert-7. Instrumen dan referensi sumbernya dapat dilihat pada lampiran 'daftar instrumen dari artikel sumber'. Kuesioner dimodifikasi dan disederhanakan jumlah pernyataannya untuk mengurangi bias pengisian kuesioner karena banyaknya pernyataan. Fokus modifikasi untuk penyesuaian responden diarahkan pada: pemahaman bahasa para responden yaitu bahasa Indonesia, organisasi berupa lembaga edukasi di perguruan tinggi program studi sampai fakultas, responden adalah para dosen, lokasi berada di Jawa Timur. Sebelum didistribusikan, kuesioner dimintakan pendapat kepada dosen di lingkup peneliti maupun diunggah secara online.

Pengujian hipotesis dan model prediksi dilakukan menggunakan *component based SEM* dengan piranti lunak SmartPLS Graph versi 2.0. Analisis dilakukan dengan memperhatikan koefisien dan nilai signifikansi dari hasil uji. Pengujian statistik ini menghasilkan variabel-variabel yang signifikan sehingga dapat menjelaskan karakteristik dari kegiatan berbagi pengetahuan manajerial melalui media internet di kalangan para dosen akuntansi di Jawa Timur.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Demografi Responden

Masa pendistribusian dan pengembalian kuesioner dilakukan pada Oktober – November 2012. Kuesioner didistribusikan sejumlah 1083. Kuesioner yang kembali adalah 124 dengan data digagalkan karena tidak lengkap adalah 1, sehingga data yang diolah adalah 123 atau menunjukkan angka responsi 11%.

Lama bekerja sebagai profesi dosen tersebar mulai dari dosen junior (<5 tahun) sampai senior (>15 tahun). Namun responden terbanyak telah bekerja lebih dari 15 tahun. Para responden telah terbiasa menggunakan internet dalam tugas mereka, terlihat bahwa jumlah terbanyak penggunaan adalah 1 sampai 3 jam per

hari (54%). Kemudian, 36% dari responden menggunakan internet lebih dari 3 jam per hari. Dari sisi gender, jumlah laki-laki dan perempuan adalah seimbang. Jumlah laki-laki lebih banyak namun dinilai tidak memberikan perbedaan jumlah. Kemudian dari sisi umur, responden lebih banyak berumur 31-40 tahun (47%) dan di atas 41 tahun (50%), sementara yang berumur di bawah 31 adalah (9%). Demografi responden dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Demografi Responden

Kategori	N	Nilai Mean													
		effi	est	incen	recip	reput	enjoy	ITS	ITA	rwd	affil	StQuo	LossPwr	Att.	Int
Lama Profesi															
1) < 5 tahun	24	5,64	5,67	4,36	5,29	4,50	6,11	4,97	5,17	4,32	5,40	2,79	2,31	5,81	5,63
2) 5 - 10 thn	25	5,27	5,51	4,64	5,77	5,00	6,13	4,92	4,95	4,04	5,36	2,57	2,34	5,36	5,54
3) 11 - 15 thn	29	5,38	5,66	4,68	5,29	4,92	6,05	5,49	5,21	4,14	5,22	2,24	2,19	5,71	5,79
4) > 15 tahun	45	5,17	5,30	4,74	5,41	4,86	6,08	5,85	5,47	4,03	5,64	2,21	2,10	5,99	6,09
F Sig.		1,19	0,89	0,58	1,37	1,10	0,08	5,13	1,71	0,30	0,90	1,93	0,39	3,15	4,01
Sig.		0,31	0,45	0,63	0,26	0,35	0,97	0,00	0,17	0,82	0,44	0,13	0,76	0,03	0,01
							***							***	***
Rata-rata Waktu Akses Internet per Hari															
1) < 1 jam	12	4,67	4,75	4,33	6,03	4,54	5,75	5,25	5,19	4,42	6,00	2,53	2,54	5,31	5,42
2) 1 - 3 jam	67	5,16	5,39	4,77	5,43	4,86	5,98	5,38	5,13	4,13	5,31	2,47	2,26	5,62	5,73
3) > 3 jam	44	5,77	5,87	4,50	5,27	4,86	6,35	5,49	5,43	4,00	5,48	2,28	2,05	6,10	6,06
F Sig.		8,62	6,41	1,16	2,81	0,51	5,77	0,21	1,39	0,52	1,97	0,47	1,29	6,58	5,02
Sig.		0,00	0,00	0,32	0,06	0,60	0,00	0,81	0,25	0,60	0,14	0,62	0,28	0,00	0,01
		***	***		*		***							**	**
Gender															
Laki-laki	64	5,57	5,65	4,64	5,34	4,81	6,11	5,32	5,20	3,98	5,36	2,55	2,32	5,89	5,90
Perempuan	59	5,07	5,34	4,63	5,54	4,85	6,06	5,50	5,29	4,25	5,53	2,25	2,09	5,63	5,72
F		8,19	2,52	0,00	1,23	0,04	0,17	0,67	0,27	1,40	0,67	2,43	1,52	2,86	1,85
Sig.		0,00	0,11	0,97	0,27	0,84	0,68	0,42	0,61	0,24	0,42	0,12	0,22	0,09	0,18
		***												*	
Umur															
1) < 31 th	7	5,43	5,48	4,19	4,90	4,39	6,33	4,67	4,75	4,10	5,71	2,62	2,29	6,09	6,06
2) 31 - 40 th	52	5,65	5,79	4,86	5,53	5,00	6,15	5,18	5,26	4,22	5,26	2,35	2,01	5,81	5,72
3) 41 - 50 th	43	5,19	5,54	4,48	5,45	4,85	6,15	5,84	5,41	3,99	5,53	2,48	2,43	5,78	5,93
4) > 50	21	4,78	4,72	4,52	5,33	4,52	5,73	5,33	5,01	4,11	5,60	2,33	2,24	5,49	5,76
F Sig.		4,57	5,53	1,31	0,91	1,49	2,51	3,71	1,52	0,25	0,82	0,23	1,36	1,11	0,92
Sig.		0,00	0,00	0,27	0,44	0,22	0,06	0,01	0,21	0,86	0,49	0,87	0,26	0,35	0,43
		***	***				*	***							

MANOVA: *** sig. < 1%; ** sig. < 5%; * sig. < 10%

2. Validasi Instrumen

Pengecekan *non response bias* dilakukan dengan pengecekan kekosongan data dan uji perbedaan antara kuesioner kembali di awal dan akhir. Kekosongan data jika jumlahnya sedikit (< 5) diisi dengan nilai rata-rata tiap indikator (*mean substitution*). Uji t dengan *independent-sample t test* antara pengembalian jawaban oleh responden di awal dengan masuk di akhir (10% dan 20%) menunjukkan hampir semua variabel tidak mengalami perbedaan kecuali pada variabel *perceived enjoyment in helping other*. Data yang masuk di awal memiliki rata-rata lebih tinggi dibanding yang masuk di akhir dan berbeda secara statistik. Namun demikian indikasi ini juga diimbangi

dengan indikasi lebih rendahnya *attitude* dan *intention* pada data di akhir meskipun tidak berbeda secara statistik. Pembuangan nilai yang paling rendah tidak begitu berpengaruh terhadap signifikansi perbedaan, selanjutnya semua data diolah meskipun perlu hati-hati dalam interpretasi hasilnya.

Evaluasi data telah dilakukan sebagai tahap persiapan pengujian statistik. Jumlah sampel memenuhi untuk pengujian *component based SEM* dengan SmartPLS, kemudian pengujian ini juga tidak begitu mensyaratkan uji asumsi karena bersifat non-parametrik, meskipun hasil uji statistik bersifat prediktif dan bukan untuk maksud generalisasi, sehingga kesimpulan nantinya berupa prediksi variabel-variabel yang signifikan sebagai pemengaruh niat berbagi pengetahuan.

Validitas dan reliabilitas instrumen pada karakteristik data yang dimiliki penelitian ini diakses menggunakan piranti lunak SPSS versi 17. *Loading factor* berkisar antara 0,608 – 0,950 dan tidak mengalami *cross loading*. Kecuali indikator *intention* butir ke-3 tidak digunakan karena *loading factor* hanya 0,428. Pernyataan indikator yang digagalkan ini adalah seputar kesempatan untuk memberikan laporan atau dokumen kepada rekan kerjanya lain. Dengan demikian instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid pada data yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai *cronbach alpha* > 0,70, kecuali variabel *accessed IT* berada pada nilai 0,697. Dapat dinyatakan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini reliabel pada data yang digunakan.

3. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 2. Pengujian dilakukan dengan model persamaan struktural menggunakan piranti lunak SmartPLS versi 2.

Tabel 2. Koefisien Terstandar Component Based SEM

Variabel		Hip.	Pred.	Koefisien	Nilai t	Sig.
Endogen	Eksogen					
Attitude	<-- Self Efficacy	H1a	+	0,155	0,99	
Attitude	<-- Self Esteem	H1b	+	0,003	0,02	
Attitude	<-- Incentive	H1c	+	0,026	0,24	
Attitude	<-- Reciprocity	H1d	+	-0,121	1,28	
Attitude	<-- Reputation	H1f	+	0,114	1,04	
Attitude	<-- Enjoyment	H1g	+	0,403	4,47	***
Attitude	<-- IT for KM	H2a	+	0,104	0,97	
Attitude	<-- Accessed IT	H2b	+	0,057	0,44	
Attitude	<-- Reward	H2c	+	-0,056	0,50	
Attitude	<-- Affiliation	H2d	+	0,174	1,77	*
Attitude	<-- Status Quo	H3a	-	0,206	1,40	
Attitude	<-- Loss Power	H3b	-	-0,299	2,07	**
Intention	<-- Attitude	H4	+	0,781	18,03	***

Attitude $R^2 = 0,462$

Intention $R^2 = 0,610$

Signifikansi: t=1.65 (sig. 10% *); 1.97 (sig. 5% **); 2.60 (sig. 1% ***)

Hipotesis yang diterima dan ditolak dapat dilihat pada tabel 'koefisien regresi'. Tanda bintang pada signifikansi menunjukkan variabel yang signifikan sehingga hipotesis alternatif yang menyatakan pengaruh diterima. Tabel 2 menunjukkan variabel yang signifikan pengaruhnya pada *attitude toward knowledge sharing* yaitu (1) *perceived enjoyment in helping other* (Hipotesis-1g; koef. = 0,403; $t = 4,4747$; sig. < 1%); (2) *perceived affiliation* (Hipotesis-2d; koef.= 0,174; $t = 1,7685$; sig. < 10% atau *marginally significant*); (3) *perceived loss of knowledge power* (Hipotesis-3b; koef. = -0,299; $t < 2,0731$; sig. < 5%). *Marginally significant* meskipun peluang kesalahan estimasi masih cukup tinggi namun terdapat pendapat bahwa hubungan yang terjadi pada variabel dapat menjadi memungkinkan untuk diujikan kembali pada penelitian selanjutnya. Pengaruh variabel yang signifikan ini adalah seperti prediksi bahwa pemotivasi memiliki pengaruh positif dan penghalang pengaruhnya adalah negatif. Kemudian dapat dilihat pula bahwa *attitude toward knowledge sharing* memiliki pengaruh signifikan pada *intention to share knowledge* (Hipotesis-4; koef. = 0,781; $t = 18,0275$; sig. < 1%).

Nilai R^2 pada sikap masih sekitar 0,462 yang menyatakan kontribusi variabel pemengaruh *attitude toward knowledge sharing* yang diteliti masih sekitar 46%. Hasil ini mengindikasikan bahwa masih perlu dicari faktor yang menjadi pemengaruh sikap untuk berbagi pada kalangan dosen di perguruan tinggi. Dengan model secara menyeluruh menunjukkan bahwa faktor yang diidentifikasi sebagai pemengaruh *intention to share knowledge* masih sekitar 61% ($R^2 = 0,610$) yang mengindikasikan bahwa masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi niat untuk berbagi.

4. Temuan dan Diskusi

Hasil pengujian yang terdapat pada tabel 2 menunjukkan sebagian besar variabel independen tidak signifikan memberikan pengaruh pada variabel dependen. Dengan demikian setiap kategori motivasi internal, pemotivasi eksternal, dan faktor penghalang hanya menunjukkan satu variabel yang signifikan. Temuan ini menunjukkan adanya karakteristik yang unik pada konteks responden pendidik di perguruan tinggi. Diprediksi faktor sifat, watak, serta pengaruh kode etik memiliki peran dalam pertimbangan keputusan. Faktor-faktor yang mempengaruhi di luar model tersebut perlu diinvestigasi lebih lanjut jika ingin mendapat gambaran lebih lengkap tentang karakteristik pendidik di perguruan tinggi dalam hal berbagi pengetahuan.

Faktor teknologi yang disediakan organisasi perguruan tinggi pada penelitian ini tidak mempengaruhi pertimbangan keputusan dalam berbagi pengetahuan manajerial melalui media internet. Secara umum dapat kita ketahui bahwa para pendidik perguruan tinggi di Jawa Timur sudah menggunakan fasilitas teknologi informasi dengan aset pribadi maupun institusi. Demikian pula bahwa mereka sudah mampu menggunakan internet baik untuk kepentingan pribadi, perkualiahan, maupun manajerial. Adanya hubungan yang tidak signifikan dari ketersediaan dan dukungan teknologi informasi serta internet pada kegiatan berbagi pengetahuan dapat diprediksi dipengaruhi oleh beberapa alasan: (1) mereka menggunakan internet untuk fasilitas mencari informasi terkait materi kuliah, manajerial, maupun

kepentingan lainnya; (2) pembagian pengetahuan mungkin lebih banyak diarahkan untuk menyalurkan informasi kepada para mahasiswa; (3) dimungkinkan juga bahwa teknologi informasi saat ini dipandang sebagai media inovatif yang mempengaruhi kinerja. Pandangan bahwa teknologi sebagai media inovatif diprediksi dari adanya penelitian Purbandari & Mujilan (2011) yang menemukan bahwa teknologi informasi memiliki pengaruh kuat pada pemberian inovasi perusahaan bukan pada kegiatan berbagi pengetahuan dalam konteks manajer menengah perbankan di Jawa Timur. Implikasi dari hasil ini bahwa kesadaran masyarakat termasuk kalangan pendidik di perguruan tinggi bahwa media internet dapat digunakan sebagai sarana berbagi termasuk dalam konteks manajerial masih dapat ditingkatkan pada masa mendatang.

Implikasi lain terkait dengan hasil adalah meskipun variabel pembentuk (*antecedent*) sikap individu akan adanya konsep berbagi pengetahuan mengindikasikan beberapa variabel tidak signifikan namun tidak menutup kemungkinan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh ketika diterapkan pada karakteristik responden yang berbeda. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bahwa semua variabel dalam penelitian ini diujikan kembali pada karakteristik responden yang berbeda.

E. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, kemudian menentukan signifikansi keterkaitan antarvariabel. Terdapat enam variabel yang dikategorikan sebagai motivasi internal, empat variabel sebagai pemotivasi eksternal, dan dua variabel sebagai faktor penghalang. Ketiga kelompok variabel tersebut dihipotesiskan berpengaruh pada sikap terhadap berbagi pengetahuan yang selanjutnya mempengaruhi niat untuk berbagi pengetahuan. Kedua faktor pemotivasi mempengaruhi secara positif terhadap sikap sementara penghalang berpengaruh negatif terhadap sikap. Tinggi rendahnya sikap akan mempengaruhi tinggi rendahnya niat berbagi pengetahuan dengan bentuk pengaruh positif.

Hasil pengujian *component based SEM* menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa faktor motivasi internal, pemotivasi eksternal, dan faktor penghalang memiliki masing-masing satu variabel yang signifikan. Motivasi internal (*perceived enjoyment in helping others*) dan pemotivasi dari eksternal (*perceived affiliation*) berpengaruh positif terhadap sikap untuk berbagi. *Perceived loss of knowledge power* (penghalang) berpengaruh negatif pada sikap terhadap berbagi pengetahuan. Kemudian sikap berpengaruh terhadap niat untuk berbagi pengetahuan. Arah pengaruh variabel-variabel yang signifikan tersebut sesuai yang diprediksikan secara teori. ⁷

Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan: pertama penelitian ini menguji persepsi para dosen di program S-1 Akuntansi se Jawa Timur sehingga perlu hati-hati untuk generalisasi. Kedua, penelitian ini menguji *knowledge sharing* dalam konteks berbagi melalui media internet atas informasi manajerial seperti dokumen,

laporan, dan informasi bisnis lainnya. Saran penelitian selanjutnya: variabel-variabel dalam penelitian ini diujikan kembali secara menyeluruh pada karakteristik responden yang berbeda sehingga didapat gambaran mengenai pemengaruh niat berbagi pengetahuan dalam berbagai konteks.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. 1991. "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50. pp. 179-211.
- Chennamaneni, A. 2006. "Determinant of Knowledge Sharing Behaviors: Developing and Testing an Integrated Theoretical Model. Dissertation. The University of Texas at Arlington.
- Choi, S.Y.; Lee, H. and Yoo, Y. 2010. "The Impact of Information Technology and Transactive Memory Systems on Knowledge Sharing, Application, and Team Performance: A Field Study". *MIS Quarterly*. Vol. 34 No. 4 pp 855-870.
- Gray, P. and Tehrani, S. 2002. "Technologies for disseminating knowledge". Holsapple, C.W. *Handbook on knowledge Management 1: Knowledge Directions*. Springer-Verlag. Heidelberg. 109-28.
- Hansen, S., and Avital, M. 2005. 'Share and sahere alike: The social and technological influences on knowledge sharing behavior'. *Sprouts: Working papers on information systems* 5(13). pp. 1-9.
- Heydari, A.R.; Armesh, H; Behtjatie, S. and Manafi, M. 2011. "Determinant of incentive factors in knowledge sharing". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 3. No. 1. pp. 83-95.
- Kim, HW. and Kankanhalli, A. 2009. "Investigating User Resistance to Information System Implementation: A Status Quo Bias Perspective". *MIS Quarterly*. Vol. 33. No. 3. pp. 567-582.
- McKenzie, J.K. 1999. "Correlation between Self-Efficacy and Self-Esteem in Students". Thesis Guidance and Counseling, University of Wisconsin-Stout.
- Mogotsi, I.C.; Boon, J.A. & Fletcher, L. 2011. "Knowledge sharing behaviour and demographic variables amongst secondary school teacher in and around Gabarone, Botswana". *SA Journal of Information Management*. 13(1). Art. #420. 6 pages. <http://dx.doi.org/10.4102/sajim.v13i1.420>. diakses 5 November 2011.

Purbandari, T. & Mujilan. 2012. 'The Organizational Roles of Knowledge Sharing and Information Technology in The Commercial Banking Sector'. *Symposium Nasional Akuntansi XV Banjarmasin*.

Rys, M. 2007. "The Effect of Rewards on the Attitude towards Knowledge Sharing in Organizations". Thesis. Master Infonomics. Universiteit Maastricht.

Syed-Ikhsan. S.O.S. and Rowland, F. 2004. "Knowledge management in a public organization: a study on the relationship between organizational elements and the performance of knowledge transfer". Vol. 8. No. 2. pp. 96-111.

Wasko, M.M. and Faraj, S. 2005. "Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice". *MIS Quarterly*. Vol. 29. No. 1. March. pp 35-57.

PEMOTIVASI KNOWLEDGE SHARING MANAJERIAL MELALUI MEDIA INTERNET

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unib.ac.id Internet Source	3%
2	id.123dok.com Internet Source	3%
3	repository.wima.ac.id Internet Source	2%
4	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	2%
5	mafiadoc.com Internet Source	1%
6	www.floppybunny.org Internet Source	1%
7	lib.ibs.ac.id Internet Source	1%
8	repository.usd.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On