

Analisis faktor dan asimetri pada intensi knowledge sharing perusahaan: berdasarkan pendekatan theory of reasoned action = Factor analysis and asymmetry on corporate knowledge sharing: based on theory reasoned action approach

Indila Mayrosa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475653&lokasi=lokal>

Abstrak

Knowledge management merupakan pendekatan yang dapat diimplementasi oleh manajemen organisasi untuk meningkatkan kemampuan kompetitif. Sebagai salah satu tahapan dalam knowledge management, knowledge sharing KS memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan KM. Berbagi pengetahuan antar lintas fungsi atau lintas departemen dapat mensukseskan dan mengembangkan berbagai hal di dalam perusahaan. Peneliti berpendapat jika perusahaan ingin meraih keberhasilan dalam memotivasi karyawan untuk berbagi pengetahuan, maka bukan hanya dengan memperbaiki sistemnya ketika menjalankan strategi bisnis tetapi juga dengan merubah perilaku dan kebiasaan mereka sehingga berbagi pengetahuan dapat berjalan dengan konsisten dan didasari oleh kerelaan. Theory of reasoned action digunakan sebagai kerangka dasar penelitian ini, yang didukung dengan beberapa faktor yang mempengaruhi sikap dalam berbagi pengetahuan. Hasilnya menunjukkan bahwa penghargaan, hubungan sosial, konsekuensi dalam bersosial, iklim organisasi, norma subyektif dan sikap terhadap berbagi pengetahuan memberikan pengaruh yang besar terhadap intensi berbagi pengetahuan karyawan perusahaan. Sesuai dengan perhitungan yang dilakukan, tidak terjadi asimetri intensi. Karyawan dari departemen pemasaran, teknik, dan umum masing-masing 80 , 80 , dan 70 memiliki niatan untuk berbagi pengetahuan dengan rekan kerja lainnya.

.....

Knowledge management is an approach that can be implemented by organizational management to improve competitive advantage. As one of the stages of knowledge management, knowledge sharing KS plays a very important role in determining the success of KM implementation. Sharing knowledge across cross functional or cross departmental can succeed and develop things within the company. Previous researchers consider that if companies want to achieve success in motivating employees to share knowledge, then the way to achieve it is not only by improving the system when running a business strategy but also by changing their behavior and habits so that knowledge sharing can run consistently and based on willingness. Theory of Reasoned Action is used as the basic framework of this study, combined with several factors that affect behavior in sharing knowledge. The results show that reward, social ties, social cost, organizational climate, subjective norms and attitudes toward knowledge sharing have a profound effect on the intentions of sharing knowledge of company employees. In accordance with the calculations performed, there is no intimacy asymmetry. Employees from the marketing, engineering, and general departments share 80 , 80 , and 70 each that have an intention to share knowledge with other co workers.