

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi negara. UMKM di Indonesia tidak hanya berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi saja, namun juga berperan penting dalam pengentasan masalah pengangguran. Dengan adanya UMKM memberikan kesempatan dan lapangan kerja yang lebih luas bagi angkatan kerja di Indonesia. Kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,54% dan serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% dalam 5 (lima) tahun terakhir. Berdasarkan data yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, terjadi peningkatan jumlah usaha atau perusahaan di Jawa Tengah sebesar 13,06% yaitu berjumlah 4,17 juta usaha atau perusahaan yang dikelompokkan ke dalam 15 (lima belas) kategori lapangan usaha dan tercatat 4,13 juta perusahaan tersebut merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2019 ini diprediksi akan mengalami kenaikan seiring dengan target Pemerintah yang menginginkan pertumbuhan ekonomi mencapai 5,4% atau meningkat 0,3% dibanding target 2017.

Setiap perusahaan atau organisasi tentu ingin memiliki keunggulan kompetitif dari pesaingnya. Memaksimalkan aset pengetahuan yang dimiliki oleh

perusahaan merupakan salah satu upaya untuk menciptakan keunggulan kompetitif diantara para pesaing. Sehingga banyak perusahaan telah memulai untuk menerapkan *Knowledge Management* (KM) atau manajemen pengetahuan perusahaan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan performa perusahaan. Beberapa literatur menunjukkan bahwa perusahaan besar mendominasi penerapan dari KM (Fathi *et al*, 2011), namun banyak UMKM juga menerapkan strategi KM untuk maju dari persaingan. Menurut Basly (2007) UMKM memiliki karakteristik yang khas dalam KM sehingga cara UMKM terlibat dalam KM berbeda dengan perusahaan besar. Salah satu bentuk dari KM adalah *Knowledge Sharing* (Berbagi Pengetahuan). *Knowledge sharing* dapat dianggap sebagai proses yang penting dalam organisasi, karena sangat penting dalam menghasilkan dan mengembangkan ide-ide baru melalui kegiatan sosialisasi dan proses pembelajaran karyawan. *Knowledge sharing* menawarkan pada organisasi sebuah potensi peningkatan produktivitas serta retensi modal intelektual karyawan. Menurut Sen Wu *et al* (2012) *knowledge sharing* sebagai suatu proses pembelajaran, bertukar dan berbagi sebuah pengetahuan guna meningkatkan keunggulan bersaing setiap individu. *Knowledge sharing* diantara karyawan dalam sebuah perusahaan akan meningkatkan kemampuan individu dan kelompok dalam mencapai tujuan perusahaan. Hooff dan Ridder (2004) menyatakan bahwa setiap proses *knowledge sharing* terdiri dari 2 (dua) hal yaitu membawa atau menyumbangkan (*bringing or donating*) pengetahuan dan mendapatkan atau mengumpulkan (*getting for or collecting*) pengetahuan. Dengan adanya *knowledge sharing behavior* ini akan meningkatkan kualitas kerja karyawan dan

memperkaya pengetahuan yang dimiliki. Meskipun berbagi pengetahuan di antara individu-individu diakui sebagai kekuatan positif untuk keberlangsungan sebuah organisasi, namun faktor-faktor yang mendorong atau mencegah *intention to share knowledge* dalam konteks organisasi masih kurang dipahami (Bock *et al*, 2005).

Intention to share knowledge atau niat berbagi pengetahuan adalah sejauh mana seseorang bersedia untuk berbagi pengetahuan dengan orang lain (Fathi *et al*, 2011). Individu tidak selalu ingin membagikan pengetahuan yang di miliknya sebanyak yang perusahaan inginkan. Ketika karyawan mau membagikan pengetahuan yang dimiliki dengan rekan kerja, organisasi dapat mulai mengelola sumber daya pengetahuan secara efektif. Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk menguji faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi niat berbagi pengetahuan dalam organisasi (Zalk *et al*, 2011). Dan dalam kategori individu, motivasi ekstrinsik dan intrinsik karyawan adalah dasar dari pertumbuhan niat untuk berbagi pengetahuan (Hung *et al* 2011). Berdasarkan penelitian sebelumnya diketahui bahwa penting bagi suatu perusahaan untuk memahami apa yang membuat karyawan mau berbagi pengetahuan dan bagaimana perusahaan dapat memfasilitasi jenis niat dan perilaku berbagi pengetahuan ini.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *intention to share knowledge* karyawan di suatu perusahaan adalah *trust* (kepercayaan). Definisi *trust* menurut Safa dan Ismail (2013) adalah sebagai persepsi keinginan untuk bergantung pada seseorang atau sesuatu untuk sebuah keamanan. Menurut Chen *et al* (2014) *trust* merupakan suatu tekad yang berperan penting dalam pengembangan hubungan

yang memfasilitasi berbagi pengetahuan di antara individu. Kepercayaan yang tumbuh diantara karyawan akan mengakibatkan terciptanya hubungan kerja yang efektif. Menurut Chan dan Chow (2008) tingkat kepercayaan yang lebih tinggi di dalam perusahaan akan mendorong karyawan untuk berbagi pengetahuan di antara mereka sendiri. Berdasarkan hal tersebut, karyawan di UMKM mungkin dapat berbagi pengetahuan dan gagasan jika mereka saling percaya satu sama lain dan siap untuk membuat perusahaan menjadi lebih kompetitif dalam industri.

Subjective Norm (Norma Subyektif) mengacu pada tingkat di mana seseorang memandang pendapat orang lain penting dan mengharapkan adanya timbal balik dalam berbagi pengetahuan (Jolae et al, 2014). Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) *subjective norm* didefinisikan sebagai persepsi individu tentang apakah orang yang dianggap penting menyetujui atau menganggap suatu perilaku harus dilakukan. Keputusan melakukan atau tidak suatu perilaku yang diberikan oleh orang yang dianggap penting oleh individu tersebut akan dijadikan acuan atau patokan untuk mengarahkan tingkah laku. *Subjective norm* juga mencerminkan persepsi peserta tentang apakah perilaku tersebut diterima, didorong dan dilaksanakan oleh lingkaran pengaruh peserta. *Subjective norm* mengacu pada pengaruh yang diberikan oleh keluarga, rekan-rekan dan lingkungan sosial. Sehingga karyawan di sebuah perusahaan akan memberikan pengaruh kepada karyawan yang lain atau terpengaruh oleh pendapat karyawan yang lain dalam berbagi pengetahuan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi niat serta berbagi pengetahuan yang akan diteliti adalah *Attitude Towards Knowledge Sharing* (sikap terhadap berbagi pengetahuan). Sikap adalah perasaan yang menyatakan keberkeenaan seseorang terhadap suatu obyek yang mendorong tanggapannya, baik tanggapan positif ataupun negatif (Ajzen, 1991). Ajzen dan Fishbein (1980) percaya bahwa niat berperilaku dapat dipengaruhi oleh sikap. Dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein menempatkan bahwa keyakinan dan sikap individu dapat menjelaskan sebagian besar perilaku manusia. Hubungan ini juga telah mendapat dukungan empiris oleh Fathi *et al* (2011) dan Witherspoon *et al* (2013). Menurut Zboralski *et al* (2004) iklim berbagi akan mempengaruhi sikap karyawan terhadap berbagi pengetahuan. Iklim berbagi yang baik akan mendorong karyawan untuk berbagi pengetahuan lebih banyak dan efektif. Oleh sebab itu, perusahaan harus menciptakan iklim berbagi yang baik dan nyaman bagi karyawan.

Beberapa peneliti telah melakukan pengujian terhadap hubungan antara *Knowledge Sharing Behavior, Intention To Share Knowledge, Attitude Towards Knowledge Sharing, Subjective Norm* dan *trust* seperti Ajzen (1991), Fathi *et al* (2011), Taylor (2006). Namun penelitian terdahulu banyak yang memfokuskan pada *global virtual team, academic staff* dan minat investasi di reksadana. Sehingga peneliti berusaha untuk menguji variabel-variabel tersebut dalam organisasi yang masih kecil seperti UMKM dengan pengelolaan sumber daya manusia yang masih konvensional. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau Teori Perilaku Terencana yang dikemukakan oleh Ajzen

pada tahun 1985, teori ini adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TPA). Teori Perilaku Terencana ini menekankan pada niat perilaku sebagai akibat atau hasil kombinasi beberapa kepercayaan. Penelitian ini disertai dengan penempatan variabel *Organizational Value* sebagai variabel *moderating* yang akan memperkuat atau bahkan memperlemah hubungan antara *intention to share knowledge* dan *knowledge sharing behavior*. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini berjudul “***Knowledge Sharing Berbasis Theory of Planned Behavior Pada UMKM di Jawa Tengah.***”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan fenomena yang ada maka perumusan masalahnya adalah bagaimana *Knowledge Sharing Berbasis Theory of Planned Behavior* Pada UMKM Di Jawa Tengah. Oleh karena itu, pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Attitude towards Knowledge Sharing* terhadap *Intention to Share Knowledge*?
2. Bagaimana pengaruh *Attitude towards Knowledge Sharing* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*?
3. Bagaimana pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Intention to Share Knowledge*?
4. Bagaimana pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*?
5. Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Share Knowledge*?
6. Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*?

7. Bagaimana pengaruh *Intention to Share Knowledge* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*?
8. Bagaimana pengaruh *Organizational Value* yang memoderasi *Intention to Share Knowledge* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*?
9. Bagaimana pengaruh *Organizational Value* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Attitude towards Knowledge Sharing* terhadap *Intention to Share Knowledge*.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Attitude towards Knowledge Sharing* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Intention to Share Knowledge*.
4. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*.
5. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Share Knowledge*.
6. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*.
7. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Intention to Share Knowledge* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*.

8. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Organizational Value* yang memoderasi *Intention to Share Knowledge* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*.
9. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Organizational Value* terhadap *Knowledge Sharing Behavior*.

1.4. Manfaat

1. Manfaat teoritis, memberikan andil bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya bagi pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia.
2. Manfaat praktis, memberikan referensi dan informasi dalam pengambilan keputusan peningkatan terutama peningkatan *Knowledge Sharing Behavior* di bidang SDM pada UMKM di wilayah Jawa Tengah. Khususnya dalam hal yang berkaitan dengan faktor individu (latar belakang dan keahlian) dan faktor psikologis kaitannya dengan peningkatan *Intention to Share Knowledge* dan *Knowledge Sharing Behavior* pada industri sektor kecil seperti UMKM.