

**PENGARUH *KNOWLEDGE SHARING* TERHADAP INOVASI DI DIREKTORAT
HUMAN CAPITAL MANAGEMENT (HCM) PT. TELEKOMUNIKASI
INDONESIA, TBK**

**THE INFLUENCE OF *KNOWLEDGE SHARING* ON INNOVATION IN THE
HUMAN CAPITAL MANAGEMENT (HCM) DIRECTORATE PT.
TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK**

Angginita Maharani¹,
Ade Irma Susanty, Ph.D²

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹anggiilaaa@gmail.com, ²adeirma@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Knowledge management kini telah menjadi hal yang penting bagi organisasi atau perusahaan. Salah satu proses penting dalam *knowledge management* adalah *knowledge sharing*. *Knowledge sharing* adalah sebuah proses berbagi pengetahuan yang dilakukan melalui berbagai interaksi dan media. Telkom termasuk salah satu perusahaan yang sudah menerapkan kegiatan *knowledge sharing* yang dapat menentukan kualitas inovasi di suatu perusahaan. Salah satu implementasi dari *knowledge sharing* di Telkom dinamakan KAMPIUN. KAMPIUN merupakan *tool* berbasis IT yang dapat digunakan oleh para pegawai untuk berbagi pengetahuan dengan cara mengunggah artikel. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*. Jumlah responden adalah 87 orang dari 661 populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh sebesar 25,8% terhadap inovasi dan 74,2% adalah variabel lain diluar penelitian yang memiliki pengaruh terhadap inovasi.

Kata kunci: *knowledge management*, *knowledge sharing*, inovasi.

ABSTRACT

Knowledge management has become essential for organizations or companies. One of important process on *knowledge management* is *knowledge sharing*. *Knowledge sharing* is a process to share the knowledge through various interactions and media. Telkom is one of the companies that have implemented *knowledge sharing* activities that can determining the quality of the innovations in a company. One of the implementations of *knowledge sharing* in Telkom called KAMPIUN. KAMPIUN is an IT based tool which employees can share their knowledge by uploading the articles. This research uses descriptive and quantitative methods. The sampling technique used is *proportionate stratified random sampling*. Number of respondents is 87 people out of 661 populations. The result shows *knowledge sharing* contribute 25,8% influence on innovation and 74,2% is the other variables out of this research that influence the innovation.

Key words: *knowledge management*, *knowledge sharing*, innovation.

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis global yang terjadi saat ini telah menuntut para pelaku bisnis untuk dapat bersaing dengan mempertahankan keunggulan kompetitifnya dari pesaing-pesaing bisnis lainnya. Agar suatu perusahaan tetap dapat bertahan dan mampu bersaing, maka dibutuhkan kemampuan berinovasi yang tinggi demi mencapai keunggulan kompetitif tersebut. Selain itu, inovasi juga diperlukan supaya produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tidak mudah ditiru oleh pesaing (Ellitan dan Anatan, 2009).

Keunggulan perusahaan untuk dapat menghasilkan/menciptakan inovasi dengan cepat juga didukung oleh salah satu faktor penting, yaitu *knowledge sharing* (Nawawi, 2012). Tidak hanya untuk mendorong penciptaan inovasi saja, namun *knowledge sharing* ini juga berperan untuk memanfaatkan aset *intangible* yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan hasil riset Delphi Group pada tahun 2007, potensi aset pengetahuan paling besar, yaitu sebesar 42% tersimpan dalam benak (otak) pegawai (manusia) (Setiarso dkk., 2009), oleh karena itu semakin banyak perusahaan yang mulai mengimplementasikan *knowledge sharing* melalui berbagai interaksi dan media guna memanfaatkan potensi aset terbesar yang tersimpan dalam benak (otak) pegawainya dengan lebih maksimal (Nawawi, 2012). Telkom merupakan salah satu perusahaan yang masuk ke dalam 20 perusahaan finalis di ajang MAKE sejak 2005-2013, sekaligus telah menerapkan *knowledge sharing* melalui beberapa program, salah satunya adalah KAMPIUN. KAMPIUN ini merupakan *tool* berbasis IT yang dapat diakses oleh seluruh pegawai

untuk melakukan proses *knowledge sharing* melalui *upload* materi berbentuk artikel. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, proses *knowledge sharing* melalui KAMPIUN ini dirasa belum maksimal, padahal sebuah organisasi/perusahaan bisa menjadi lebih baik jika seluruh pegawainya bisa memanfaatkan kegiatan *knowledge sharing* secara maksimal. Menurut Ellitan dan Anatan (2009), kegiatan *knowledge sharing* ini akan meningkatkan kemampuan inovasi dan memberikan pengaruh yang positif bagi perusahaan, salah satunya untuk memperbaiki kinerja inovasi yang sudah ada.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lin (2007), penerapan *knowledge sharing* ini berperan penting untuk meningkatkan kemampuan inovasi perusahaan. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah hasil penelitian tersebut yang menunjukkan bahwa *knowledge sharing* memungkinkan perusahaan dalam meningkatkan inovasi. Bertitik tolak dari uraian tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Knowledge Sharing terhadap Inovasi di Direktorat Human Capital Management (HCM) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk**”.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi di direktorat HCM Telkom.

2. Landasan Teori Perilaku Organisasi

Menurut pendapat Cummings dalam Umam (2010), perilaku organisasi merupakan suatu pola pikir untuk memahami dan menjelaskan bagaimana permasalahan-permasalahan yang terjadi di dalam suatu organisasi/perusahaan berikut tindakan pemecahannya dan penyelesaiannya.

Organizational Development

Perkembangan organisasi didefinisikan sebagai sebuah studi menyeluruh mengenai upaya terencana guna memperbaiki dan meningkatkan efektivitas suatu organisasi/perusahaan menggunakan pengetahuan tentang perilaku dalam mengelola suatu organisasi (Sopiah, 2008).

Pengetahuan (*Knowledge*)

Knowledge bisa dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu *tacit knowledge* yang berisi tentang pengetahuan implisit atau pengetahuan yang tersimpan dalam diri (otak) seseorang dan yang kedua adalah *explicit knowledge* berupa pengetahuan yang berwujud, mudah dikelola dan dibagikan (*share*) (Sangkala, 2007). Peciptaan pengetahuan yang sesungguhnya berasal dari konversi dua jenis *knowledge* yang telah disebutkan sebelumnya. Di dalam model konversi pengetahuan tersebut, terdapat empat proses yang terjadi, yaitu sosialisasi, eksternalisasi, internalisasi dan kombinasi (Nonaka dan Takeuchi dalam Sangkala, 2007).

Knowledge Management

Davidson dan Voss dalam Nawawi (2012) berpendapat bahwa manajemen pengetahuan adalah sistem yang dapat memperbaiki suatu perusahaan melalui pengetahuan, pengalaman dan kreativitas para pegawai perusahaan. Dengan menerapkan *knowledge management* tersebut perusahaan akan mampu mengetahui sumber utama aset *intangible* perusahaan, sehingga akan lebih mudah untuk menentukan pengetahuan seperti apa yang dibutuhkan perusahaan dan mempertimbangkan pengetahuan seperti apa yang berpotensi untuk dikembangkan (Nawawi, 2012).

Knowledge Sharing

Proses berbagi pengetahuan dapat dipahami sebagai suatu proses dimana para pegawai saling bertukar pengetahuan dan secara bersama-sama melahirkan sebuah pengetahuan yang baru (Hoof and Weenen dalam Lin, 2007). *Knowledge sharing* juga disebutkan dapat dinilai berdasarkan 2 (dua) dimensi proses, yang terdiri dari :

1. *Knowledge donating* : perilaku individu atau kelompok untuk mengkomunikasikan pengetahuan/model intelektual yang dimiliki kepada orang lain. *Knowledge donating* disebut juga sebagai proses komunikasi individu yang bertujuan untuk melihat bagaimana pengetahuan individu berubah menjadi pengetahuan organisasi/kelompok dari waktu ke waktu, sehingga nantinya persediaan pengetahuan yang ada di dalam perusahaan akan bertambah dan meningkat (Davenport and Prusak dalam Lin, 2007).
2. *Knowledge collecting* : perilaku individu atau kelompok untuk saling berkonsultasi guna mendapatkan pengetahuan/model intelektual yang dimiliki dan dikomunikasikan oleh orang lain. *Knowledge collecting*

juga dilakukan untuk mendorong orang lain melakukan *knowledge sharing* (Hoof and Weenen dalam Lin, 2007).

Inovasi

Inovasi merupakan suatu sistem organisasi yang memiliki aktivitas untuk pembaharuan dan kreatifitas dalam penciptaan jasa, produk baru, ide atau proses baru (Ellitan dan Anatan, 2009). Inovasi yang menjadi salah satu fungsi bisnis juga didefinisikan oleh Drucker dalam Ellitan dan Anatan (2009) sebagai suatu perubahan dalam bisnis yang dapat mendorong terciptanya dimensi kinerja yang baru di perusahaan.

Selain itu, terdapat beberapa aspek lain yang dapat mendukung dan memudahkan berlangsungnya kegiatan inovasi dalam organisasi atau perusahaan, yaitu dengan cara menghasilkan ide-ide baru dan mengembangkan peluang bisnis baru (Darroch and McNaughton dalam Lin, 2007)

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas adalah laki-laki dengan presentase sebesar 57% dan sebesar 43% berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan usia, didominasi oleh responden dengan rentang usia 25-35 tahun sebesar 44%, usia 45-55 tahun sebesar 30% dan paling sedikit usia 36-45 tahun, yaitu sebesar 26%. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir mayoritas adalah S1 sebesar 47%, kemudian S2 sebesar 30%, DIPLOMA sebesar 22% dan yang paling sedikit adalah SMA yang hanya sebesar 1%. Berdasarkan masa kerja, mayoritas responden berada pada rentang waktu 5-15 tahun sebesar 49%, kemudian 26-35 tahun sebesar 22%, 16-25 tahun sebesar 15% dan sisanya 14% adalah < 5 tahun.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *knowledge sharing* (X) terhadap variabel inovasi (Y). Hasil perhitungan analisis antara variabel (X) dan variabel (Y) adalah sebagai berikut.

Analisis Korelasi

Tabel 1 Hasil Uji Korelasi Variabel X dan Variabel Y

		Inovasi	Knowledge Sharing
Pearson Correlation	Inovasi	1,000	,508
	Knowledge Sharing	,508	1,000
Sig. (1-tailed)	Inovasi	.	,000
	Knowledge Sharing	,000	.
N	Inovasi	87	87
	Knowledge Sharing	87	87

Berdasarkan tabel di atas, maka hasil uji korelasi variabel (X) dan variabel (Y) adalah :

- Nilai koefisien korelasi variabel X dan variabel Y adalah 0,508. Angka ini menunjukkan bahwa korelasi tersebut termasuk kedalam kategori tingkat korelasi **sedang/cukup** dengan rentang antara 0,40-0,599.
- Sig. (1-tailed) = 0,000 dan ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan karena **sig < taraf signifikansi (α)=0,05** sesuai dengan dasar pengambilan keputusan menurut Sarjono dan Juliana (2011:101), jika $\text{sig} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Jika $\text{sig} \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,508 ^a	,258	,249	2,97322	1,834

a. Predictors: (Constant), Knowledge Sharing
b. Dependent Variable: Inovasi

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa **R Square (R^2)** merupakan koefisien determinasi yang besarnya adalah 0,258 atau 25,8%. Angka ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 25,8% dan besarnya pengaruh variabel lain yang mempengaruhi variabel Y adalah sebesar 74,2% (diperoleh dari 100%-25,8%).

Uji – t

Tabel 3 Hasil Uji-t (Pengujiian Hipotesis)

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6,582	1,648		3,994	,000		
	Knowledge Sharing	,194	,036	,508	5,431	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Inovasi

Pengujian data pada tabel di atas dapat dilakukan dengan ketentuan berikut ini :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y).
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y).

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS pada tabel 4.6 di atas, didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 5,431. Pengujian ini menggunakan nilai $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan ($dk = n - k - 1$) sebesar $87 - 2 - 1 = 84$, maka berdasarkan perhitungan melalui *Ms Excel* dengan formula =TINV(0,05;84) didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98861. Peneliti mendapatkan bahwa nilai t_{hitung} (5,431) dalam penelitian ini lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,98861), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 , artinya variabel *knowledge sharing* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel inovasi (Y).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada pegawai direktorat *Human Capital Management* (HCM) Telkom mengenai pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Persepsi pegawai di direktorat *Human Capital Management* (HCM) Telkom terhadap *knowledge sharing* termasuk ke dalam kategori **tinggi** dengan presentase sebesar 80,44% pada rentang garis kontinum antara 62,5%-81,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pegawai bersedia mengimplementasikan *knowledge sharing* dan sudah melakukan implementasi *knowledge sharing* di direktorat *Human Capital Management* (HCM) Telkom dengan baik.
- Persepsi pegawai di direktorat *Human Capital Management* (HCM) Telkom terhadap inovasi termasuk ke dalam kategori **tinggi** dengan presentase sebesar 80,98% pada rentang garis kontinum antara 62,5%-81,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pegawai di direktorat *Human Capital Management* (HCM) Telkom bersedia melakukan inovasi dan sudah menghasilkan inovasi dengan baik.
- Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa *knowledge sharing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi dengan pengaruh sebesar 25,8%. Hal itu menunjukkan bahwa terdapat faktor atau variabel lain yang mempengaruhi inovasi dengan presentase sebesar 74,2%.

Daftar Pustaka

- [1] Ellitan, Lena dan Lina Anatan. (2009). *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta.
- [2] Lin, Hsiu-Fen. (2007). *Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study*. 28(3/4), 315-332. Retrieved from Emerald Insight.
- [3] Nawawi, Ismail. (2012). *Manajemen Pengetahuan (Knowledge Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [4] Sangkala. (2007). *Knowledge Management*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persaja.

- [5] Setriarso, Bambang; Harjatno, Nazir; Triyono dan Hendro Subagyo. (2009). *Penerapan Knowledge Management pada Organisasi* (edisi ke-1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: ANDI.
- [7] Umam, Khaerul. (2010). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.

