

ABSTRAK

Di era *digital* saat ini, perusahaan tidak dapat menghindar dari perubahan arah bisnis. Hal ini disebabkan teknologi yang berkembang sangat cepat yang berdampak pada meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial *online* di Indonesia. Meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial *online* di Indonesia menjadi penyebab menurunnya pendapatan *legacy* yang saat ini menjadi sumber pendapatan perusahaan.

Perubahan ini menjadi ancaman sekaligus peluang bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan ini yaitu melakukan peningkatan kualitas dan inovasi layanan. Hal ini tidak dapat dilakukan tanpa adanya proses pertukaran *knowledge* atau *knowledge sharing* untuk mendukung perkembangan pengetahuan dan inovasi.

Berdasarkan data yang dilaporkan oleh unit *Learning Development and Knowledge Management Division*, minat karyawan terhadap program *knowledge sharing* masih sangat rendah yang ditandai dengan minimnya rata-rata persentase jumlah karyawan yang mengikuti program *Sharina* pada tahun 2017 (hanya 5.34% dari total karyawan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *rewards*, *organizational mechanisms* dan *interpersonal support* terhadap *knowledge sharing effectiveness* pada *Marketing dan Planning and Transformation Directorate* di PT. Telekomunikasi Selular. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 292 karyawan pada fungsi tersebut, dihasilkan kesimpulan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas dari *knowledge sharing* dan yang memiliki pengaruh terbesar adalah variabel *organizational mechanisms*.

Saran yang diberikan terkait penelitian ini adalah membuat kebijakan *rewards system* khususnya yang bersifat finansial bagi karyawan yang melakukan aktivitas *knowledge sharing*, pengembangan portal *knowledge management* dengan sosialisasi yang aktif serta menjadikan kegiatan *knowledge sharing* sebagai bagian dari sasaran kerja atau *key performance indicator* sehingga seluruh karyawan dapat saling mendukung dan membiasakan diri untuk melakukan aktivitas *knowledge sharing*.

Kata Kunci: *Product Development, Knowledge Sharing Effectiveness, Rewards, Organizational Mechanisms, Interpersonal Support*