

BAB 1**PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis, perusahaan memiliki satu tujuan yang penting, salah satunya adalah untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Keuntungan dapat dimaksimalkan dengan memperhatikan berbagai faktor, mulai dari faktor modal, yang merupakan faktor yang memulai suatu bisnis untuk berjalan, hingga faktor sumber daya perusahaan. Sumber daya perusahaan memiliki berbagai macam. Kesalahan pengelolaan dalam efisiensi dan efektifitas sumber daya akan mengurangi kemungkinan suatu bisnis dalam memperoleh tujuan utama. Salah satu sumber daya yang dimiliki oleh suatu bisnis adalah sumber daya manusia. Sumber daya jenis ini adalah sumber daya utama dalam segala perusahaan, karena sumber daya manusia bertanggungjawab dalam manajemen segala faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis. Peningkatan efisiensi dan efektifitas sumber daya manusia ditentukan dari berbagai cara, salah satu di antaranya adalah literasi terhadap pekerjaan.

Literasi bidang seputar pekerjaan adalah hal yang perlu diperhatikan. Dalam bisnis wirausaha, literasi *entrepreneurship* (Yani, Rakib and Syam, 2020), literasi keuangan (Sabilla and Wijayangka, 2019), hingga literasi digital (Sulistiyowati and Agustina, 2021) berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan bisnis, dan tentunya tidak terbatas pada skala bisnis. Literasi yang menjadi perhatian pada perusahaan besar antara lain literasi tanggung jawab sosial korporasi (Srivastava et al., 2012), dan literasi ekonomi (Sariwulan et al., 2020). Pengembangan literasi dalam suatu

perusahaan dapat disosialisasikan dengan berbagai cara. Pengadaan kelas, penerapan budaya hingga komunikasi lisan maupun tulisan merupakan contoh-contoh dalam upaya perusahaan menyalurkan literasi kepada karyawan. Dalam beberapa kasus, literasi bahkan tersalurkan tanpa perusahaan sadari (Sariwulan et al., 2020).

Literasi berkaitan erat dengan pengetahuan. Seseorang yang memiliki kapabilitas kemampuan dan pengetahuan yang cukup dalam suatu bidang pekerjaan diyakini memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam melakukan pekerjaannya (Sariwulan et al., 2020). Kepercayaan diri tersebut kadang kala secara tidak sengaja membuat individu merasa memiliki pengaruh dalam lingkup pekerjaannya, dengan membandingkan pencapaian dan hasil pekerjaan yang dapat mereka buktikan. Individu yang merasa percaya diri dan beranggapan bahwa individu tersebut memiliki pengaruh terkadang melakukan hal yang menurutnya pantas untuk dilakukan, yang mungkin berdampak negatif maupun positif bagi individu lain dalam satu lingkup kerja, bahkan terhadap perusahaan (Yani, Rakib and Syam, 2020). Salah satu hal yang cenderung dilakukan oleh individu tersebut adalah membagikan pengetahuan mereka kepada kolega mengenai hal yang menurutnya belum diketahui oleh individu lain.

Sesungguhnya, perilaku berbagi pengetahuan (*knowledge sharing behavior*) merupakan salah satu perilaku yang penting dalam lingkup organisasi. (Riege, 2005) membuat pernyataan mengenai berbagi pengetahuan sebagai landasan dari strategi manajemen pengetahuan di banyak organisasi. Praktik terbaik dalam berbagi pengetahuan telah mendapatkan peningkatan perhatian di kalangan peneliti dan manajer bisnis dalam beberapa tahun terakhir. Itu karena keberhasilan komersial dan keunggulan kompetitif perusahaan tampaknya semakin terletak pada penerapan pengetahuan

dan lokasi bagian-bagian organisasi di mana praktik berbagi pengetahuan dapat membantu dalam mengoptimalkan tujuan bisnis. Pernyataan tersebut memiliki artian bahwa perilaku berbagi pengetahuan merupakan hal yang penting dan patut diperhatikan di masa sekarang, khususnya dalam hal seputar bisnis. Perilaku ini penting bagi organisasi karena dalam praktiknya, perilaku ini mampu meningkatkan kesuksesan komersial dan keunggulan dalam kompetisi.

Individu yang menerapkan perilaku berbagi pengetahuan dalam lingkup kerja cenderung mendapatkan dampak positif, seperti membantu hubungan antar individu, meningkatkan performa pekerjaan, dan secara tidak intensional, membuat mereka bertindak secara profesional dalam lingkungan kerja. Berbagi pengetahuan juga mempengaruhi individu terhadap menumbuhkan visi mereka terhadap orang lain. Perilaku seseorang untuk membagi pengetahuan tidak mudah dilakukan tanpa adanya faktor pendorong untuk menciptakan perilaku berbagi pengetahuan dalam diri seseorang. Individu tidak selalu berbagi pengetahuan mereka dan mereka mungkin tidak mau berbagi sebanyak yang diinginkan organisasi (Jolaee et al., 2014). Penting untuk memahami apa yang membuat karyawan berkeinginan untuk membagikan pengetahuan mereka dan bagaimana suatu organisasi dapat memfasilitasi jenis niat dan perilaku ini. (Gebretsadik et al., 2014) mendefinisikan pengetahuan sebagai keahlian manusia yang ditemukan melalui proses pemikiran seseorang dan diperoleh melalui pengalaman, interaksi dan sebagainya, sehingga berbagi pengetahuan dapat mempersingkat siklus pembelajaran untuk tenaga kerja baru, mempertahankan pengetahuan dan pengalaman staf, membantu anggota untuk merenungkan pengalaman mereka, serta memfasilitasi pencarian dan penggunaan pengetahuan.

Sikap (*attitude*) menjadi salah satu penentu efektifitas penerapan perilaku berbagi pengetahuan (Mafabi, 2017). Sikap seseorang merupakan salah satu faktor penentu perilaku seseorang dari banyak hal lain seperti kepribadian menurut sudut pandang internal seseorang. Berdasarkan pada *theory of reasoned action*, (Kwok and Gao, 2005) menyatakan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dan perilaku aktual mereka dapat ditentukan dengan sikap mereka terhadap perilaku yang diinginkan. Masing-masing individu dapat menunjukkan perbedaan dalam berperilaku apabila sikap mereka terhadap suatu perilaku tertentu berubah. Hal tersebut menunjukkan hubungan yang erat bahwa sikap diprediksi mampu mempengaruhi seseorang untuk berbagi pengetahuan.

Sikap seseorang berkaitan dengan norma subjektif (*subjective norm*). Salah satu norma subjektif umum adalah pilihan untuk membantu rekan kerja saat terlihat sedang membutuhkan bantuan. Dalam situasi tersebut, tekanan sosial yang muncul merupakan norma subjektif karena individu harus memilih untuk bertindak atau tidak bertindak terhadap situasi yang dihadapi sesuai dengan persepsi norma yang dianut Kashif, *et al.* (2016). Budaya organisasi akan efektif dalam menciptakan perilaku berbagi pengetahuan apabila memiliki norma subjektif yang mendukung pembentukan sikap terhadap perilaku tersebut. Norma subjektif (*subjective norm*) berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk bertindak atau tidak bertindak sesuatu (Ajzen, 1991). Organisasi yang memiliki norma subjektif yang baik seharusnya dapat menerapkan perilaku berbagi pengetahuan diantara anggota organisasi.

Faktor lain yang mendukung penerapan perilaku berbagi pengetahuan adalah kontrol perilaku (*perceived behavioural control*). Seseorang yang tidak memiliki kontrol perilaku dalam diri mereka tidak akan mampu membentuk sikap, tidak mematuhi norma subjektif, bahkan tidak dapat menerapkan perilaku berbagi pengetahuan Mafabi, *et al.* (2017). Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku mendukung suatu organisasi untuk menciptakan perilaku berbagi pengetahuan diantara tenaga kerja.

Kontrol perilaku (*perceived behavioural control*) berhubungan dengan kendali penuh seseorang untuk berperilaku. (Kashif, Rehman and Pileliene, 2016) menyatakan, gagasan utama dalam kontrol perilaku mengarah pada kemampuan individu untuk berperilaku. Individu tidak dapat berperilaku sesuai dengan yang diinginkan apabila lemah dalam mengendalikan diri meskipun memiliki sikap yang baik dan perilaku yang diinginkan merupakan perilaku penerimaan sosial (*social acceptance*).

Sebagai tenaga kerja yang bekerja dalam satu pimpinan yang sama, sudah seharusnya bahwa pengetahuan tentang sumber bahan baku, cara pengolahan, dan produk perusahaan disebar luaskan kepada sesama tenaga kerja dalam satu perusahaan. Berbeda halnya dengan tenaga kerja PT. Nojorono Tobacco International, yakni pengepul tembakau yang malah bersaing dalam hal-hal yang berkaitan dengan bahan baku, dan justru mengindikasikan bahwa terdapat adanya konflik kepentingan dan atau perbedaan informasi antar pengepul tembakau. Merujuk pada hasil observasi peneliti pada kondisi nyata dalam perusahaan, pengepul-pengepul PT. Nojorono Tobacco International diketahui kurang menunjukkan sikap dan kontrol perilaku yang diperlukan untuk menciptakan budaya perilaku berbagi pengetahuan supaya perusahaan dapat berkembang dalam hal pelaksanaan budaya kerja yang baik. Fenomena tersebut perlu

dianalisis peneliti untuk memperoleh jawaban mengenai bagaimana sikap antar pengepul tembakau untuk berbagi informasi terhadap sesama pengepul, apakah pengepul tembakau PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura menjunjung tinggi norma subjektif dalam lingkungan perusahaan, dan kemampuan pengepul tembakau perusahaan tersebut untuk melaksanakan perilaku berbagi pengetahuan sesama pengepul dilihat dari masing-masing kontrol perilaku pengepul, serta peran niat perilaku untuk memicu perilaku berbagi pengetahuan antar pengepul tembakau PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura.

Menurut peneliti, berbagi pengetahuan tentunya dapat mengembangkan suatu perusahaan karena informasi dan pengetahuan adalah salah satu faktor yang signifikan dalam menunjang perkembangan suatu bisnis. Terciptanya perilaku berbagi pengetahuan dalam kalangan pekerja perlu distimulasi sehingga dalam praktiknya dapat tercipta perilaku berbagi pengetahuan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Firmaiansyah dan Surjanti (2014) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa inovasi kreatif yang diciptakan dalam lingkup perusahaan PT. Semen Gresik Persero (Tbk) adalah hasil dari terciptanya budaya berbagi pengetahuan antar karyawan, yang juga meningkatkan kinerja karyawan.

PT. Nojorono Tobacco International yang berpusat di Kota Kudus, Jawa Tengah, memiliki anak perusahaan, yakni cabang HK yang terletak di Pamekasan, Madura memiliki tenaga kerja sekitar 150 orang, dan 92 orang diantaranya berprofesi sebagai pengepul yang mayoritas telah memiliki berbagai informasi dan pengalaman sebelumnya selama menjadi pengepul. Sebagai salah satu perusahaan rokok yang menjadi

pelopor rokok kretek di Indonesia, hal ini menggugah peneliti untuk mengidentifikasi kondisi perkembangan anak perusahaan PT. Nojorono Tobacco International, melihat usia cabang HK yang masih muda (terbentuk sejak tahun 2019), peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui bagaimana perkembangan perusahaan tersebut lewat berbagi pengetahuan yang menurut bukti empiris dapat menstimulasi inovasi dan meningkatkan kinerja karyawan.

Berbagai studi telah dilakukan dan telah menjelaskan *knowledge sharing behaviour* menggunakan berbagai prediktor, desain, dan konteks yang berbeda. Sebagai contoh, studi Sohail dan Daud (2009) menggunakan budaya kerja, motivasi, sifat pengetahuan, dan sikap untuk menjelaskan *knowledge sharing* diantara para akademisi tanpa pengujian untuk mediasi niat perilaku. Menurut (Ajzen, 1991), perilaku aktual dikaitkan dengan *attitude* seseorang, *subjective norm*, dan *perceived behavioural control* melalui *behavioural intention*. Penelitian ini menggunakan *behavioural intention* sebagai mediator antara *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioural control*, dan *knowledge sharing behaviour*. Studi Tohidinia dan Mosakhan (2010) di sektor minyak berfokus pada faktor-faktor organisasi seperti penghargaan dan iklim selain dimensi perilaku yang direncanakan meskipun penelitian ini tidak menguji efek mediasi dari *behavioural intention* untuk memprediksi *knowledge sharing behaviour*. *Behavioural intention* secara teoritis muncul sebagai mediator *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioural control*, dan perilaku aktual (Ajzen, 1991).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang pada sub-bab sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing behavior* pengepul PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura?
2. Apakah *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing behavior* apabila dimediasi dengan *behavioral intention* pengepul PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura?
3. Apakah *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing behavior* pengepul PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura?
4. Apakah *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing behavior* apabila dimediasi dengan *behavioral intention* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura?
5. Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap terhadap *knowledge sharing behavior* pengepul PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura?
6. Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap terhadap *knowledge sharing behavior* apabila dimediasi dengan *behavioral intention* pengepul PT. Nojorono Tobacco International di cabang HK di Pamekasan, Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian memiliki tujuan berdasarkan pada rumusan masalah sebelumnya, dan masing-masing tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menguji peran *attitude* dan pengaruhnya terhadap *knowledge sharing behavior* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International.
2. Menguji peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dalam mempengaruhi *attitude* terhadap *knowledge sharing behavior* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International.
3. Menguji peran *subjective norm* dan pengaruhnya terhadap *knowledge sharing behavior* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International.
4. Menguji peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dalam mempengaruhi *subjective norm* terhadap *knowledge sharing behavior* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International.
5. Menguji peran *perceived behavioral control* dan pengaruhnya terhadap *knowledge sharing behavior* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International.
6. Menguji peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dalam mempengaruhi *perceived behavioral control* terhadap *knowledge sharing behavior* pada pengepul PT. Nojorono Tobacco International.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi para pihak berikut :

1. Manfaat untuk manajemen perusahaan.

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan mampu membantu manajemen perusahaan, khususnya dalam industri serupa, untuk memperhatikan bagaimana praktik berbagi pengetahuan dan bagaimana pengetahuan seputar lingkungan atau praktik kerja dapat tersebar antar pengepul apabila sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan minat perilaku terlibat dalam praktiknya.

2. Manfaat untuk akademisi manajemen bisnis.

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan mampu memberikan penjelasan mengenai peran *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dalam lingkungan kerja, dan bagaimana *behavioral intention* mampu meningkatkan pengaruh-pengaruh tersebut terhadap perilaku berbagi pengetahuan antar pengepul.

1.5 Sistematika Penulisan

Terdapat lima tahap proses penulisan penelitian, dijelaskan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pertama diawali dengan latar belakang penelitian, dilanjutkan dengan penyusunan rumusan masalah dan penjelasan tujuan penelitian, serta manfaat dilaksanakannya penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua diawali dengan landasan teori yang menjelaskan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, disambungkan dengan hubungan antar variabel penelitian, kemudian penyusunan hipotesis, dan diakhiri dengan gambaran hubungan antar variabel atau kerangka konseptual penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ketiga diawali dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, identifikasi masing-masing variabel penelitian, definisi operasional masing-masing variabel, kemudian penjelasan sumber data dan prosedur

pengumpulan data serta penjelasan populasi dan sampel penelitian, dan diakhiri dengan teknik analisis penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat diawali dengan gambaran umum subjek penelitian secara keseluruhan, kemudian analisis model penelitian yang mencakup pengujian model, dilanjutkan dengan penjelasan karakteristik responden penelitian, deskripsi hasil penelitian, kemudian pengujian hipotesis dan efek mediasi, dan diakhiri dengan pembahasan yang berdasarkan pada hasil pengolahan data.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima terdiri dari simpulan yang menyebutkan kesimpulan akhir yang diperoleh dari pengujian pada bab sebelumnya yang relevan dengan masalah penelitian, dan saran penelitian yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca.