

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)

**KNOWLEDGE SHARING MEMPENGARUHI INNOVATIVE WORK BEHAVIOR
KARYAWAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM): PERAN
ORGANIZATIONAL CLIMATE SEBAGAI MODERATOR**

Devi Rahnjen, Adrie Oktavio, Aria Ganna Henryanto, Andini Dwi Kurniawati, Felicia Adeline
Universitas Ciputra Surabaya

ARTICLE INFO

Keywords:

knowledge sharing behavior,
innovative work behavior,
organizational climate, small and
medium enterprise

Kata Kunci:

perilaku berbagi pengetahuan, perilaku
kerja inovatif, iklim organisasi, usaha
kecil dan menengah

Corresponding author:

Adrie Oktavio

adrie.oktavio@ciputra.ac.id

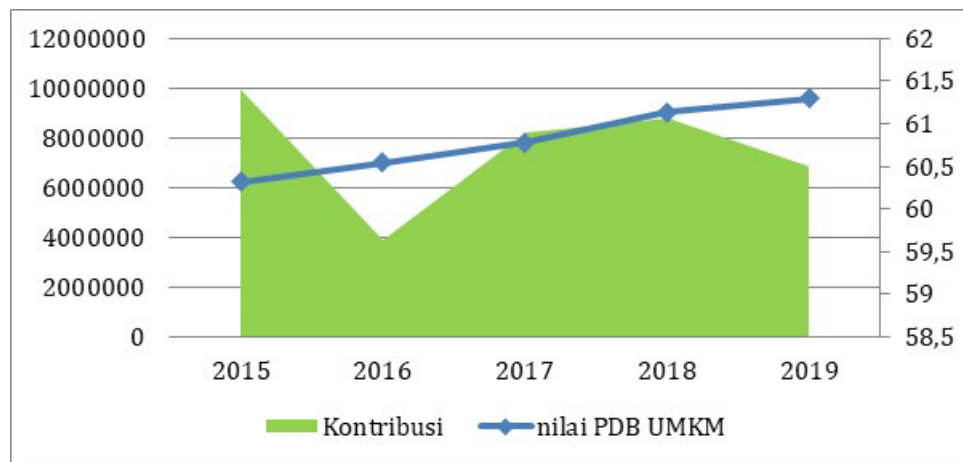
Abstract. *Small and Medium Enterprise (SME) is dominant business sector in Indonesia. The emergency of innovativeness among SME is necessary for surviving and sustaining competitive advantage in digitalization era and pandemic Covid – 19. Knowledge is valuable resourcess to create organizational innovation and knowledge structure can be enhanced through knowledge sharing behavior. Unfortunately, knowledge sharing may not enhance innovation in several organization. Thus, this study purpose is to examine the relationship between knowledge sharing and innovative work behavior with organizational climate as moderator. This study used partial least square analysis with 97 responden from 45 SME in Indonesia. The findings reveal that knowlegde sharing behavior affect innovative work behavior. in SME with innovativeness, afiliatation and supportve climate, knowlegde sharing behavior effect on innovative work behavior is higher. This study provide evidence that konwledge sharing behavior should be considered to improve organizational innovation. furthermore, SME' Owner should promote innovativeness and supportive climate to enhance knowledge sharing effect on innovative behavior.*

Abstrak. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan sektor bisnis yang dominan di Indonesia. Inovasi merupakan hal yang serius untuk dilakukan di kalangan UKM karena diperlukan untuk bertahan dan mempertahankan keunggulan kompetitif di era digitalisasi dan pandemi Covid-19. Pengetahuan adalah sumber daya yang berharga untuk menciptakan inovasi organisasi dan *knowledge structure* dapat ditingkatkan melalui *knowledge sharing behavior*. Sayangnya, *knowledge sharing* mungkin tidak meningkatkan inovasi di beberapa organisasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *knowledge sharing* dan *innovative work behavior* dengan *organizational climate* sebagai moderator. Penelitian ini menggunakan analisis *partial least square* dengan 97 responden dari 45 UKM di Indonesia. Hasil temuan menunjukkan bahwa *knowledge sharing* behavior berpengaruh terhadap *innovative work behavior*. Pada UKM yang inovatif, memiliki tingkat afiliasi yang baik dan saling mendukung, pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih tinggi. Studi ini memberikan bukti bahwa perilaku *knowledge sharing behavior* harus dipertimbangkan untuk meningkatkan inovasi organisasi. Selanjutnya, pemilik UKM harus mempromosikan inovasi dan iklim yang mendukung untuk meningkatkan *knowledge sharing* yang akan berdampak pada perilaku inovatif.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Indonesia telah menjadi salah satu negara yang berkontribusi besar pada perekonomian Dunia. Pertumbuhan GDP Indonesia sebelum Covid '19 pandemic pada tahun 2018 mencapai 5.07% dimana pertumbuhan tersebut secara konsisten positif pada periode 2010-2017 (Kemenkeu.go.id, 2019). Salah satu sektor bisnis yang berkontribusi besar pada perekonomian Indonesia adalah sektor UMKM. Meski Indonesia dan dunia berada dalam kondisi pandemi Covid-19, Sektor UMKM secara konsisten memberikan kontribusi lebih dari 50% mulai dari 2015-2019 (kemenkopumkm.go.id, 2021). Namun, kontribusi sektor UMKM terhadap GDP mengalami penurunan pada tahun 2019 dikarenakan pandemi.



Gambar 1. Kontribusi Nilai UMKM pada GDP Indonesia

Sumber : BPS.go.id, 2021

Gambar 1 menunjukkan kontribusi sektor UMKM pada GDP di Indonesia tahun 2015-2019. Sektor bisnis teratas di Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik mulai dari tahun 2015-2018. Pada tahun 2019 pertumbuhan sektor UMKM mengalami penurunan bisnis akibat pandemik, sektor UMKM merupakan sektor yang paling terpukul dimana lebih dari 30 persen UMKM mengalami pemberhentian bisnis akibat modal kerja yang tidak lancar saat pandemi (Kemenkopumkm.go.id, 2020). UMKM merupakan sektor bisnis yang memiliki peran penting untuk berkontribusi pada perekonomian Indonesia, hampir 97 persen tenaga kerja Indonesia terserap pada sektor bisnis tersebut dan berkontribusi 61,07 persen pada GDP Indonesia (Kemenkopumkm.go.id, 2020). Beberapa upaya seperti pemberian modal kerja, pembinaan digital dan pemasaran dilakukan Pemerintah pusat untuk membangkitkan sektor UMKM (Kemenkeu.go.id, 2021). Oleh sebab itu penelitian ini diharapkan dapat membantu upaya membangkitkan sektor UMKM saat pandemik dengan meningkatkan *sustainability* dan keunggulan kompetitif yang baik.

Untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang baik dan *sustainable*, dibutuhkan inovasi yang tinggi pada perusahaan. Inovasi sangat dibutuhkan untuk memenangkan pasar dan mencapai tujuan pengembangan bisnis secara berkelanjutan (Pian *et al.*, 2019). Pada saat pandemi Covid-19, Christa dan Kristinae (2021) menemukan bahwa *SME* di Indonesia dengan inovasi produk yang tinggi mampu bertahan dengan performa bisnis yang *sustainable*. Selain itu, inovasi juga menjadi alat yang efektif bagi perusahaan untuk *survive* pada era disrupsi dan digitalisasi (Yu *et al.*, 2013). Perusahaan dengan inovasi yang tinggi dapat melakukan pengembangan dan kemampuan baru untuk mencapai performa lebih baik dalam merespon lingkungan dinamis yang berubah akibat digitalisasi dan globalisasi (Chen *et al.*, 2010). Menurut Woodman *et al.* (1993) Inovasi yang dimiliki oleh perusahaan dihasilkan dari inovasi tim kerja pada tiap divisi, inovasi dalam tim dipengaruhi oleh perilaku inovatif individu dan faktor kontekstual. Tu *et al.* (2017) juga menjelaskan bahwa perilaku inovatif karyawan merupakan esensi penting dalam generasi dan pengembangan ide pada inovasi yang dimiliki oleh perusahaan.

Woodman *et al.* (1993) menjelaskan bahwa inovasi seorang individu dipengaruhi oleh kemampuan kognitif, karakter, pengetahuan, jaringan sosial dan motivasi internal. Chen *et al.* (2010) menjelaskan pentingnya peran manajemen *knowledge* yang efektif untuk meningkatkan inovasi karyawan. Menurut *organizational learning theory*, inovasi karyawan dapat ditingkatkan dengan melakukan *knowledge sharing* dimana *knowledge sharing* merupakan bagian kunci dalam *knowledge management* (Crossan, 1996). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan efektivitas *knowledge sharing* dalam meningkatkan arus pengetahuan dalam organisasi, pemikiran dan ide baru, serta meningkatkan kualitas perilaku inovatif karyawan (Bock *et al.*, 2005; Thompson and Heron, 2006; Pian *et al.*, 2019). Selain itu, *knowledge* merupakan aset yang penting bagi perusahaan untuk bersaing pada era disrupsi. Menurut *knowledge-based view* (KBV), pengaplikasian pengetahuan yang relevan untuk menghasilkan output produk lebih baik dapat meningkatkan kualitas bisnis yang *sustainable* melalui produk inovasi dan dominasi pasar (Mejri *et al.*, 2018). Oleh sebab itu penelitian ini berfokus pada peningkatan *knowledge sharing* yang dilakukan dalam perusahaan untuk meningkatkan perilaku inovatif karyawan.

Namun dalam praktik organisasi, *knowledge sharing* seringkali tidak memberikan dampak pada inovasi perusahaan yang signifikan dan tidak mempengaruhi perilaku inovatif karyawan untuk menghasilkan ide dan pemikiran baru dalam organisasi (Du Plessis, 2007). Pian *et al.* (2019) menjelaskan bahwa terdapat faktor kontekstual yang mengganggu dampak *knowledge sharing* ketika mentransformasi pengetahuan yang dimiliki menjadi inovasi, selain itu tidak semua tipe *knowledge sharing* dapat memotivasi inovasi karyawan seperti *tacit knowledge sharing* dan *explicit knowledge sharing*. Chen *et al.* (2010) juga menjelaskan peran faktor kontekstual seperti *organizational climate* dan struktur organisasi dapat memoderasi pengaruh *knowledge sharing* terhadap perilaku inovatif karyawan. Dikarenakan tipe pengetahuan bersifat *tacit* yang tidak mudah disebarkan ke seluruh organisasi dan ditransformasikan ke dalam pemikiran karyawan, *organizational climate* dapat menciptakan kondisi tempat kerja yang meningkatkan proses transisi pengetahuan menjadi perilaku inovatif karyawan untuk menghasilkan ide dan pemikiran baru (Chen *et al.*, 2010). Oleh sebab itu, pada penelitian ini *organizational climate* diprediksi dapat

memberikan modernisasi terhadap pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovative work behavior* karyawan.

Beberapa penelitian terdahulu sering berfokus beberapa faktor yang dapat mendorong karyawan untuk melakukan *knowledge sharing* (Liu dan Huang, 2008; Wang dan Hou, 2015). Penelitian terdahulu terkait *knowledge sharing* dan inovasi di Indonesia juga masih terbatas, Christa dan Krsitinae (2021) mengkaji peran *knowledge sharing* dan inovasi terhadap performa bisnis UMKM di Indonesia. Namun penelitian tersebut tidak menjelaskan hubungan antara *knowledge sharing* dan inovasi serta perbedaan *organizational climate* dalam organisasi. Selain itu, penelitian terdahulu sering mengkaji hubungan *knowledge sharing* dan inovasi pada tingkat organisasi dan bukan pada tingkat individual (Nguyen *et al.*, 2017; Christa dan Kristinae, 2021). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* dengan *organizational climate* sebagai variabel moderasi pada UMKM di Indonesia.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Knowledge-Based View

Knowledge-based view (KBV) menjadi suatu konsep yang baru dan berbeda dengan *Resource-based view* (RBV) dan *market-based view* (MBV) yang dapat mempengaruhi performa suatu bisnis. KBV menjelaskan bahwa pengetahuan dalam berbagai bentuk menjadi dasar yang penting untuk membangun kemampuan dan interaksi sumberdaya manusia dalam memecahkan permasalahan organisasi yang dihadapi (Caputo *et al.*, 2019). Pada konsep RBV, nilai dan profitabilitas suatu bisnis bergantung pada sumber daya internal dan kemampuan yang dimiliki oleh bisnis tersebut (Grant, 1991; Makhija, 2002). Sedangkan MBV menjelaskan nilai dan profitabilitas suatu bisnis dipengaruhi oleh perekonomian sektor bisnis dan orientasi bisnis tersebut untuk mendapatkan posisi pada pasar (Tallman, 1991; Makhija, 2002). Pada konsep KBV, kemampuan internal perusahaan dan orientasi eksternal pasar ditentukan oleh pengolahan pengetahuan yang dimiliki dimana pengetahuan tersebut didiseminasi menjadi inovasi yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan menghasilkan output produk yang lebih baik dan menyesuaikan kebutuhan pasar (Mejri *et al.*, 2018). Untuk mendiseminasi pengetahuan menjadi inovasi yang dapat berdampak pada performa bisnis, dibutuhkan *knowledge sharing* yang dilakukan pada tiap tingkatan dalam organisasi agar proses bisnis dapat tergerak untuk mencapai peningkatan mutu bisnis yang *sustainable* (Mejri *et al.*, 2018). Oleh sebab itu, *knowledge sharing behavior* menjadi aktivitas kunci dalam organisasi pada konsep KBV.

Knowledge Sharing Behavior

Yi (2009) mendefinisikan *knowledge sharing behavior* (KSB) sebagai diseminasi pengetahuan satu arah yang dilakukan oleh pemilik pengetahuan kepada penerima pengetahuan. Bock *et al.* (2005) mengartikan bahwa *knowledge sharing behavior* merupakan keinginan seorang

individu untuk memberikan pengetahuan yang dimilikinya kepada orang lain. Konsep yang menjelaskan bahwa *knowledge sharing behavior* bergantung pada penyedia pengetahuan dan berlangsung secara satu arah. Hal tersebut berbeda dengan definisi yang dikemukakan oleh van den Hooff dan de Ridder (2004) yang mendefinisikan *knowledge sharing behavior* sebagai pertukaran pengetahuan antara kedua belah pihak melalui tindakan mendonasikan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan yang dilakukan secara dua arah. Tangaraja *et al.* (2015) menjelaskan pada dunia kerja *knowledge sharing behavior* yang dilakukan adalah hubungan dua arah antara rekan kerja dan supervisor dimana kedua belah pihak akan saling membutuhkan secara pengetahuan satu sama lain yang dapat berupa pengalaman kerja, solusi penyelesaian suatu masalah dan cara kerja yang lebih efektif.

Untuk mengukur konsep *knowledge sharing behavior*, beberapa peneliti menyusun indikator yang mendeskripsikan *knowledge sharing behavior* yang dilakukan karyawan. Bock *et al.* (2005) mengukur konsep *knowledge sharing behavior* dengan menggunakan *knowledge taxonomies* yang menggambarkan niat dan sikap karyawan pada perilaku *knowledge sharing behavior*. Chennamaneni (2006) mengukur konsep *knowledge sharing behavior* dengan melihat tindakan nyata yang dilakukan karyawan dalam membagikan informasi dan pengetahuan yang dimilikinya kepada rekan kerja dan supervisornya. Hsu *et al.* (2007) juga mengukur konsep *knowledge sharing behavior* dengan melihat tindakan nyata yang dilakukan karyawan dalam membagikan informasi dan pengetahuan yang dimilikinya kepada rekan kerja. Van den Hooff dan de Ridder (2004) mengukur konsep *knowledge sharing behavior* dengan melihat tindakan *knowledge donation* dan *knowledge collection* yang dilakukan karyawan.

Dimensi Knowledge Sharing Behavior

Dimensi *knowledge sharing behavior* ditunjukkan dengan serangkaian aktivitas yang dilakukan karyawan, beberapa peneliti mendeskripsikan dimensi *knowledge sharing behavior* berdasarkan proses yang dilakukan individu saat melakukan *knowledge sharing behavior*. Yi (2009) menjelaskan proses *knowledge sharing behavior* dilakukan secara aktif satu arah oleh pihak yang memiliki pengetahuan yang dibutuhkan kepada pihak yang membutuhkan pengetahuan tersebut. Sedangkan Van den Hoof dan de Ridder (2004) menjelaskan *knowledge sharing behavior* sebagai pertukaran pengetahuan antara kedua belah pihak melalui tindakan mendonasikan pengetahuan dan mengumpulkan pengetahuan yang dilakukan secara dua arah. Penelitian ini menggunakan dasar konsep KSB berdasarkan pendapat Van den Hoof dan de Ridder (2004) yang berbentuk dua arah. Pada perkembangannya terdapat dimensi KSB menurut Nguyen dan Prentice (2012):

a. Knowledge donation

Aktivitas ini merupakan aktivitas yang memberikan pengetahuan kepada orang lain dengan menuliskan ide pada dokumen pada online database, berbagi pengalaman saat rapat atau membimbing secara personal orang lain (Van den Hoof dan de Ridder, 2004).

b. Knowledge collecting

Aktivitas ini dilakukan dengan meminta dan memotivasi orang lain untuk membagikan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Individu secara proaktif mencari pengetahuan kepada orang lain melalui beberapa cara seperti *tutoring* atau *brainstorming* (Van den Hoof dan de Ridder, 2004).

c. *Lurking*

Aktivitas ini dilakukan dengan mengumpulkan dan mengkaji pengetahuan yang dibagikan secara online dan independen. Individu mencari informasi dan pengetahuan dengan membaca post, artikel dan komentar tanpa terlibat dalam percakapan.

Innovative Work Behavior

Untuk menciptakan inovasi produk dalam organisasi dibutuhkan perilaku kerja yang inovatif pada setiap individu dalam organisasi (Woodman *et al.*, 1993). Perilaku kerja inovatif atau *innovative work behavior* (IWB) merupakan perilaku yang dilakukan individu untuk mengidentifikasi masalah dan menghasilkan ide, mencari dukungan dan merealisasikan ide tersebut dalam organisasi (Scott dan Bruce, 1994). Pada perkembangannya IWB didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu dalam menggenerasi ide dan inspirasi, kemudian mengimplementasikan ide yang dikembangkan ke dalam produk, teknologi, cara kerja dan layanan yang baru (Lu dan Zhang, 2007).

Dalam organisasi, *innovative work behavior* dan *knowledge sharing behavior* memiliki hubungan yang erat (He *et al.*, 2009). Seorang karyawan yang melakukan KSB dengan membantu rekan kerja atau mencari pengetahuan yang relevan untuk memecahkan suatu permasalahan dapat meningkatkan struktur dan kapasitas pengetahuan yang dimilikinya sehingga dapat meningkatkan kemampuan dirinya untuk menghasilkan ide baru dan mengimplementasikan ide tersebut pada pekerjaan (Nonaka dan Takeuchi, 1995; He, 2011). Selain itu, pembagian pengetahuan yang melekat dalam diri individu (*tacit knowledge*) menjadi pengetahuan yang nyata dapat memotivasi karyawan untuk menyerap dan mengembangkan pengetahuan tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi organisasi dikarenakan peningkatan ketersediaan pengetahuan yang mudah diaplikasikan dalam proses bisnis sehingga perilaku kerja karyawan lebih inovatif (Von Krogh, 1998, He *et al.*, 2009). Chen *et al.* (2010) menyatakan bahwa KSB dapat memberikan pengaruh terhadap inovasi dalam organisasi. Pian *et al.* (2019) juga menyatakan bahwa KSB dapat berpengaruh positif terhadap IWB karyawan. Oleh sebab itu, pada penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *knowledge sharing behavior* dapat berpengaruh positif terhadap *innovative work behavior*

Organizational Climate

Dalam mengelola *knowledge* dalam organisasi, faktor organisasi sangat berpengaruh pada kesuksesan dalam mencapai performa organisasi (Chen *et al.* 2010). Salah satu faktor organisasi yang berpengaruh kuat dalam memengaruhi efektifitas *knowledge sharing* adalah *organizational*

climate (Alkurdi *et al.*, 2020). *Organizational climate* seringkali dikenal sebagai budaya organisasi, namun kedua konsep tersebut memiliki perbedaan yang signifikan dimana budaya organisasi merupakan keyakinan dan nilai yang dijunjung dalam organisasi sedangkan *climate* merupakan persepsi individu yang ada dalam organisasi tersebut tentang nilai dan norma organisasi (Gray, 2008). Dalam penelitian ini menggunakan konsep *organizational climate* sebagai persepsi karyawan tentang nilai dan norma yang dijunjung organisasi, hal tersebut dikarenakan persepsi individu ini yang menggerakkan individu untuk melakukan suatu perilaku dengan harapan untuk menyesuaikan nilai dan norma organisasi (Shanker *et al.*, 2017).

Dalam hubungan *organizational climate* dan KSB, iklim organisasi yang menjunjung nilai saling percaya, keterbukaan, inovatif dan kebersamaan dapat memfasilitasi peningkatan perilaku KSB (Bock *et al.*, 2005; Chennamaneni *et al.*, 2012). Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa *organizational climate* dapat berpengaruh signifikan terhadap KSB (Bock *et al.*, 2005; Abzari dan Abbasi, 2011; Alkurdi *et al.*, 2020). Namun, penelitian terkait peran *organizational climate* dalam memoderasi pengaruh KSB terhadap IWB masih sangat terbatas. Chen *et al.* (2010) menemukan bahwa *organizational climate* dapat memoderasi pengaruh KSB terhadap inovasi organisasi, namun penelitian tersebut dilakukan pada tingkat organisasi. Pian *et al.* (2019) menemukan bahwa *organizational climate* yang menjunjung kebersamaan (collectivism) dan perilaku *pro-social* dapat memoderasi pengaruh KSB terhadap IWB, namun peneliti tersebut menilai hanya menilai iklim organisasi kebersamaan. Oleh sebab itu, penelitian ini merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₂: Pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih besar pada UMKM dengan *organizational climate* yang menjunjung inovasi, keadilan dan kebersamaan dibandingkan UMKM dengan *organizational climate* yang kurang menjunjung inovasi, keadilan dan kebersamaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana analisis data dengan teknik analisis *structural equation modelling partial least square* (SEM-PLS) yang menggunakan software SmartPLS 3.0. Data penelitian diambil dari *survey*, untuk pernyataan terkait variabel. Data diambil pada perusahaan multinasional yang bergerak pada sektor manufaktur yang memproduksi kemasan plastik. Dalam melakukan pengambilan *sampling analisa*, metode yang akan digunakan berupa *sensus sampling* sehingga akan memperoleh jumlah manajer lini pada perusahaan adalah 98 responden yang telah diterima dari total karyawan 124.

Pertanyaan-pertanyaan dalam *survey* yang akan memberikan variabel yang diadopsi dari beberapa penelitian sebelumnya, dimana akan memiliki indikator yang dapat digunakan guna mengukur *extrinsic knowledge sharing behavior* diadaptasi dari penelitian Nguyen dan Prentice (2020). Untuk indikator yang digunakan untuk mengukur *innovative work behavior* diadaptasi dari

penelitian Pian *et al.* (2019). indikator yang akan digunakan untuk mengukur *Organizational climate* diadaptasi dari penelitian Bock *et al.* (2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil yang menunjukkan pemaparan data responden penelitian dapat terlihat pada tabel 4.1. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 97 responden dari 45 UMKM yang berada di Indonesia. 59.7% pria dan 49.3% Wanita. Dengan jenis industri UMKM terbanyak adalah kuliner mencapai 52,3%, kedua sektor *fashion* atau *appareal* 27.8% dan industri kerajinan (*Handicraft*) 15.1% dan lainnya 4.8%. Jenjang pendidikan yang menjawab survey tersebut berasal dari SMA (56.2%), SMP (29.4%), S1 (11.6%) dan S2 (2.8%).

Analisis Outer Model

Outer model menghasilkan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas yang dilakukan dengan tujuan menguji ketepatan terhadap item-item pertanyaan kuesioner dalam mengukur variabel penelitian. Teknik yang digunakan adalah mengukur *outer loading*. Suatu item diaman pertanyaan tersebut akan dinyatakan valid jika *outer loading* menghasilkan nilai > 0.5 . hasil uji validitas konvergen pada masing-masing variabel penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Validitas

Item	Pernyataan Kuesioner	Outer Loading
IWB1	Saya sering menemukan ide dan pemikiran baru untuk pengembangan bisnis	0.890
IWB2	Saya berusaha menjelaskan ide dan pemikiran baru saya kepada atasan dan rekan kerja untuk pengembangan bisnis	0.860
IWB3	Untuk merealisasikan ide saya, saya berusaha mencari sumber daya (dana, peralatan dan teknologi) yang saya butuhkan	0.883
IWB4	Saya secara aktif merumuskan perencanaan yang matang untuk merealisasikan ide inovatif yang saya miliki	0.897
IWB5	Saya berusaha menyediakan rekomendasi untuk memabntu atasan dan rekan kerja merealisasikan ide inovatif yang dimiliki	0.879
<i>Innovative Work Behavior Composite Reliability</i>		0.946
OC1	Suasana di tempat kerja saya menunjukkan ikatan yang erat dan dekat satu sama lain	0.824
OC2	Suasana pada tempat kerja saya menghargai sudut pandang masing-masing individu	0.867
OC3	Suasana kerja sebagai satu tim sangat kuat pada tempat kerja saya	0.851
OC4	Suasana kerja untuk saling bekerjasama dan tolong menolong sangat kuat pada tempat kerja saya	0.865
OC5	Pada tempat kerjasaya, kesempatan untuk memberikan ide-ide baru terbuka dengan lebar	0.837
OC6	Pada tempat kerja saya, penerapan ide-ide sangat didukung meskipun memiliki resiko kegagalan	0.823

Item	Pernyataan Kuesioner	Outer Loading
OC7	Pada tempat kerja saya, penggunaan metode-metode baru dalam bekerja sangat diharapkan	0.834
OC8	Pada tempat kerja saya, evaluasi kinerja dilakukan dengan objektif dan adil tanpa memandang masa kerja, gender, ras dan agama	0.776
OC9	Pada tempat kerja saya, tugas dan target pekerjaan diberikan dengan objektif dan adil tanpa memandang masa kerja, gender, ras dan agama	0.878
OC10	Pada tempat kerja saya, pimpinan langsung saya (supervisor) mengambil keputusan dengan objektif tanpa memprioritaskan golongan tertentu	0.870
Organizational Climate Composite Reliability		0.961
KSB1	Saya sering berbagi informasi kepada rekan kerja baik secara online maupun secara langsung	0.719
KSB2	Ketika saya mempelajari hal baru, saya menceritakannya kepada rekan kerja	0.806
KSB3	Secara berkala saya sering menceritakan pengalaman yang saya hadapi dalam bisnis	0.798
KSB4	Saya sering berbagi keahlian yang saya miliki kepada rekan kerja yang menghadapi kesulitan atau karyawan yang relatif baru	0.810
KSB5	Saya senang mendapatkan pengetahuan yang dimiliki rekan kerja	0.768
KSB6	Ketika saya membutuhkan pengetahuan tertentu, saya akan menanyakan kepada rekan kerja	0.857
KSB7	Ketika salah satu rekan kerja saya ahli pada hal tertentu, saya meminta tolong kepadanya untuk mengajari dan membimbing saya	0.853
KSB8	Saya secara berkala membaca informasi dan pengetahuan yang dibagikan secara online (artikle atau website)	0.829
KSB9	Saya mengumpulkan informasi dan pengetahuan yang dibagikan secara online (smartphone, harddisk, flashdisk atau google drive)	0.838
KSB10	Saya membaca pengetahuan dan pengalaman yang didiskusikan dalam sosial media	0.891
Knowledge Sharing Behavior Composite Reliability		0.953

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada penelitian ini memiliki mempunyai *outer loading* di atas 0,5. Sehingga dapat dinyatakan bahwa masing-masing pertanyaan penelitian ini valid dan dapat difungsikan untuk mengukur konstruk. Kemudian uji reliabilitas setiap variabel menunjukkan hasil yang baik, dimana nilai *composite reliability* (ρ_c) lebih besar dari 0,6 dengan nilai masing masing *innovative work behavior* sebesar 0,946; *organizational climate* sebesar 0,961 dan *knowledge sharing behavior* sebesar 0,953. Hal ini menunjukkan bahwa item yang digunakan tersebut memiliki konsistensi dalam mengukur variabel-variabel dalam tempat dan waktu yang berbeda. Dengan kata lain, semua variabel penelitian dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan dalam model penelitian

Uji validitas selanjutnya adalah validitas diskriminan. Untuk melakukan uji validitas diskriminan dapat menggunakan Fornell-Larcker Criterion dimana nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (RAVE) harus lebih besar dari korelasi antar variabel konstruk yang diteliti (Fornell dan Larcker, 1981). Hasil RAVE dari SmartPLS disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

	Innovative Work Behavior	Knowledge Sharing Behavior	Organizational Climate
Innovative Work Behavior	0.882		
Knowledge Sharing Behavior	0.400	0.818	
Organizational Climate	0.389	0.047	0.843

Pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa hasil Fornell-Larcker Criterion yang menunjukkan bahwa semua nilai RAVE variabel konstruk lebih besar dari setiap korelasi dengan konstruk lainnya. Selain melihat RAVE, dapat juga menilai validitas diskriminan dengan melihat nilai *cross loading factor* yang disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Crossloading factor

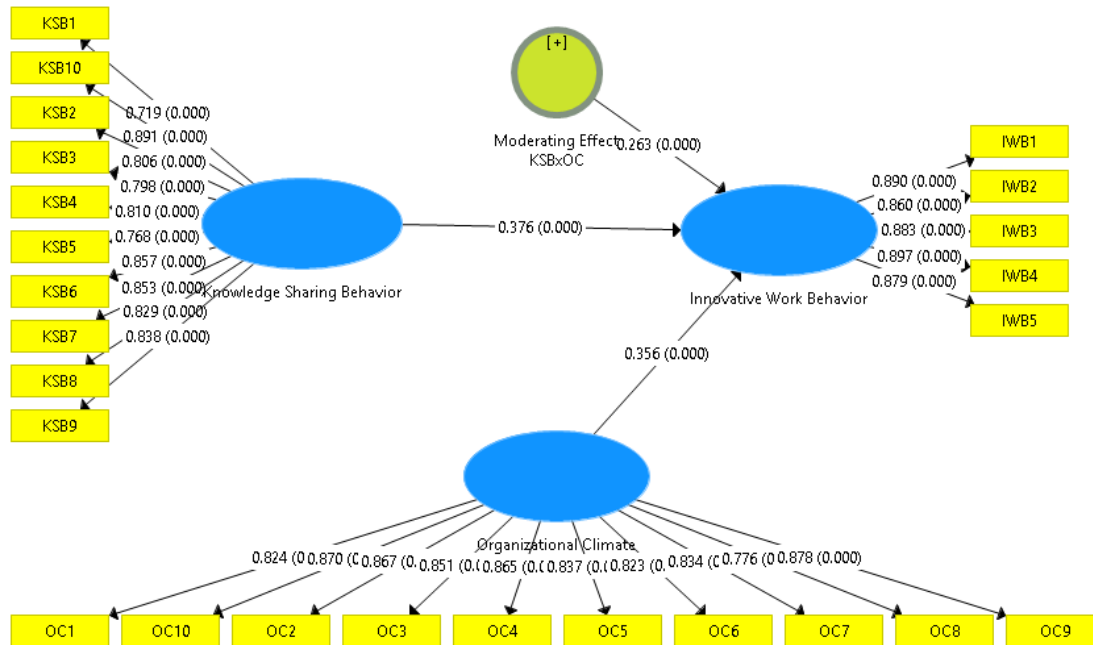
Indikator	Innovative Work Behavior	Knowledge Sharing Behavior	Organizational Climate
IWB1	0.890	0.405	0.315
IWB2	0.860	0.334	0.288
IWB3	0.883	0.331	0.425
IWB4	0.897	0.342	0.396
IWB5	0.879	0.353	0.271
KSB1	0.274	0.719	-0.073
KSB10	0.361	0.891	0.042
KSB2	0.276	0.806	-0.045
KSB3	0.278	0.798	-0.024
KSB4	0.276	0.810	0.051
KSB5	0.284	0.768	0.098
KSB6	0.352	0.857	0.120
KSB7	0.394	0.853	0.127
KSB8	0.349	0.829	-0.008
KSB9	0.379	0.838	0.043
OC1	0.283	0.058	0.824
OC10	0.272	-0.002	0.870
OC2	0.389	-0.026	0.867
OC3	0.353	0.028	0.851
OC4	0.315	0.090	0.865
OC5	0.329	0.009	0.837
OC6	0.385	0.108	0.823
OC7	0.358	0.062	0.834
OC8	0.221	0.040	0.776
OC9	0.302	0.022	0.878

Pada Tabel 3 dapat terlihat hasil *cross loading factor* antar variabel yang menunjukkan bahwa nilai *cross loading factor* masing-masing indikator pertanyaan memiliki nilai yang lebih

besar pada konstruk yang dijelaskan dibandingkan dengan konstruk yang lain. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator pertanyaan hanya dapat menjelaskan variabel konstruk yang dijelaskan saja tidak menjelaskan variabel lain.

Analisis Inner Model

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *structural equation modeling – partial least square*. Analisis SEM-PLS akan menghasilkan inner model yang dapat menggambarkan hubungan antar variabel seperti yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Inner Model Penelitian

Sumber : *Output SmartPLS*

Inner model atau model struktural tersebut akan dinyatakan baik dan dapat difungsikan dalam penelitian apabila memenuhi beberapa kriteria. Peneliti menyajikan hasil analisis kebaikan model pada Tabel 5.

Tabel 5. Goodness of Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.065	0.065
d_ ULS	1.371	1.356
d_ G	0.941	0.940
Chi-Square	485.686	480.403
NFI	0.795	0.798

Pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil uji kebaikan model memiliki hasil yang baik. Dari kriteria yang harus dipenuhi, minimal ada satu kriteria yang baik (Ghozali, 2008). Pada penelitian ini, model struktural memiliki hasil analisis yang baik dengan nilai SRMR baik dengan nilai 0.065 dimana nilai tersebut < 0.08 . Hal ini berarti model masih memiliki eror yang mencapai 6.5%. Hu dan Bentler (1999) juga menjelaskan cut-off nilai SRMR adalah < 0.08 , nilai SRMR pada model penelitian ini cukup baik dikarenakan kurang dari 0,08. Berdasarkan kriteria model fit dari SmartPLS, model penelitian ini fit dan dapat digunakan.

Selain itu, inner model tersebut dapat dinyatakan baik dan dapat difungsikan dalam penelitian dengan memenuhi kriteria R-square dan Q-Square. Menurut Mindrajaya dan Sumertajaya (2008) menyatakan bahwa model struktural akan dinyatakan layak digunakan jika pada nilai R-square mendekati angka satu. Hasil R-square *structural model* memiliki hasil yang cukup baik dengan nilai R-square mendekati 1 yakni sebesar 0.364. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *knowledge sharing behavior* dan *organizational climate* dapat menjelaskan 36.4% variabel *innovative work behavior*. Dengan demikian, *model structural* pada penelitian ini fit dan dapat digunakan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini didasarkan pada nilai signifikansi $< 0,05$ pada *path coefficient*. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terdapat pengaruh antar variabel dan hipotesis diterima (Ghozali, 2008). Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Hipotesis

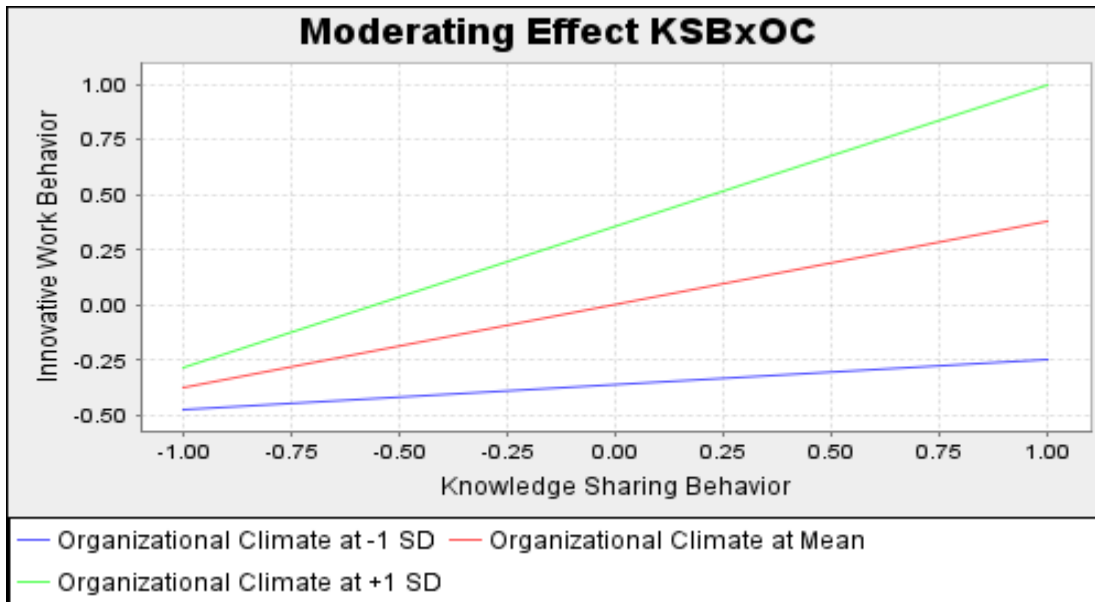
	Analisis Jalur	Koefisiensi Jalur	T Statistics (O/STDEV)	P Values
H ₁	KSB -> IWB	0.376	4.801	0.000
H ₂	Moderating KSBxOC -> IWB	0.263	3.757	0.000
	OC -> IWB	0.356	4.717	0.000

Hipotesis 1 : *knowledge sharing behavior* berpengaruh signifikan positif terhadap *Innovative work behavior*

Hasil parameter pengaruh variabel *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0,05$) dan nilai t value $> 1,96$ sebesar 4,801. Adapun nilai koefisiensi jalurnya sebesar 0.376. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis 1 dapat diterima.

Hipotesis 2 : Pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih besar pada UMKM dengan *organizational climate* yang menjunjung inovasi, keadilan dan kebersamaan dibandingkan UMKM dengan *organizational climate* yang kurang menjunjung inovasi, keadilan dan kebersamaan.

Hasil parameter pengaruh interaksi variabel *knowledge sharing behavior* dengan *organizational climate* terhadap *innovative work behavior* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi 0.000 ($p > 0,05$) dan nilai t-value $< 1,96$ sebesar 3.757. Adapun nilai koefisiensi jalurnya sebesar 0.263. Berikut penjelasan pengaruh moderasi dalam Gambar 3.



Gambar 3. Simple Slope Analysis Moderation Effect dari Organizational Climate

Sumber : Simple slope analysis dengan SmartPLS

Gambar 3 menunjukkan kemiringan atau *slope* garis regresi pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior*. Pada UMKM dengan *high organizational climate*, pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih tinggi jika dibandingkan pada UMKM dengan *low organizational climate*. Pada UMKM dengan *organizational climate* tinggi (+1 SD) dimana inovasi, kebersamaan dan kesetaraan sangat dijunjung dalam nilai organisasi, pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih besar dimana *knowledge sharing behavior* yang rendah (-1.00) menyebabkan nilai *innovative work behavior* sebesar -0.25 dan *knowledge sharing behavior* yang tinggi (1.00) menyebabkan nilai *innovative work behavior* sebesar 1.00. Sedangkan pada UMKM dengan *organizational climate* rendah (-1 SD), pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih kecil dimana *knowledge sharing behavior* yang rendah (-1.00) menyebabkan nilai *innovative work behavior* sebesar -0.35 dan *knowledge sharing behavior* yang tinggi (+1 SD) hanya menyebabkan nilai *innovative work behavior* sebesar -0.25. Hal tersebut menunjukkan pengaruh *knowledge sharing behavior* pada *innovative work behavior* lebih besar pada UMKM dengan *organizational climate* yang menjunjung nilai inovasi, kebersamaan dan kesetaraan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, *knowledge sharing behavior* dapat berpengaruh signifikan positif terhadap *innovative work behavior*. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Chen *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa perilaku *knowledge sharing* yang dilakukan karyawan dapat meningkatkan inovasi yang dimiliki perusahaan hal tersebut dikarenakan perilaku *knowledge sharing* dapat meningkatkan struktur pengetahuan yang dimiliki perusahaan dan kapasitas sumber

daya manusia untuk menghasilkan ide dan produk baru.. Hasil penelitian Pian *et al.* (2019) juga menyatakan bahwa aktivitas *knowledge sharing behavior* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *innovative behavior* yang dilakukan karyawan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian He *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa karyawan yang melakukan *knowledge sharing behavior* dengan harapan meningkatkan performa bisnis perusahaan akan termotivasi untuk menciptakan ide ide baru dan memiliki visi yang lebih inovatif agar dapat memenangkan persaingan. Dengan demikian, karyawan yang melakukan *knowledge sharing behavior* akan cenderung memiliki *innovative work behavior* yang lebih tinggi.

Pada penelitian ini, sebagian karyawan sering melakukan *knowledge sharing behavior* dimana perilaku tersebut seringkali dilakukan secara online dengan melihat dan berbagi informasi pengetahuan dan pengalaman terkait bisnis pada sosial media. Hal ini didasari oleh penilaian karyawan pada manfaat yang diterima dari perusahaan saat melakukan tindakan tersebut. Selain itu, karyawan juga seringkali melakukan bimbingan secara personal dan berbagi pengalaman bisnis kepada rekan kerja baru. Perilaku *knowledge sharing* karyawan pada UMKM memiliki korelasi yang kuat dengan perilaku inovatif yang dilakukan karyawan. Karyawan yang sering melakukan *knowledge sharing* cenderung sering menemukan ide baru untuk memproduksi produk yang kekinian dan laris di pasar. Selain itu, karyawan tersebut juga cenderung menggunakan cara baru untuk memasarkan produk melalui sosial media. Perilaku inovatif tersebut sering ditunjukkan oleh karyawan yang sering melakukan *knowledge sharing*. Hal tersebut dikarenakan karyawan yang sering melakukan *knowlegde sharing* cenderung memiliki akumulasi pengetahuan yang lebih banyak dan wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan karyawan yang enggan melakukan *knowledge sharing*., sehingga karyawan tersebut merasa lebih percaya diri dengan kapasitas pengetahuan yang dimiliki untuk menghasilkan dan merealisasikan ide baru yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian, *organizational climate* dapat memoderasi pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior*. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* tidak selalu berjalan dengan efektif pada semua organisasi, dimana organisasi dengan iklim kerja yang menjunjung keinovasian, kebersamaan dan keadilan yang menunjukkan pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Chen *et al.* (2010) yang menemukan bahwa *organizational climate* yang menjunjung keinovasian dapat memotivasi karyawan mengambil resiko untuk melakukan aktivitas kreatif, sehingga karyawan yang melakukan *knowledge sharing* dengan akumulasi pengetahuan yang tinggi akan lebih termotivasi dan berani untuk menintegrasikan dan mentransformasikan pengetahuan baru menjadi produk inovatif atau cara kerja baru dalam menyelesaikan pekerjaan. Selain itu, organisasi dengan iklim yang menjunjung nilai kebersamaan dan saling mendukung satu sama lain akan menunjukkan efektifitas aktivitas perilaku *knowledge sharing* yang tinggi untuk menghasilkan inovasi dalam perusahaan. Hal tersebut dikarenakan organisasi yang memiliki iklim kerja yang suportif dan menjunjung nilai kebersamaan akan mengurangi batasan antar karyawan dan meningkatkan kerjasama tim, sehingga dapat memotivasi karyawan untuk merumuskan ide dan cara baru untuk menyelesaikan tujuan bersama dengan pengetahuan yang dimiliki (Chen *et al.*, 2010). Hasil penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian Pian *et al.* (2019) yang menemukan bahwa *organizational climate* yang

menjunjung kebersamaan dan saling mendukung satu sama lain menunjukkan pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* lebih besar dibandingkan pada perusahaan dengan budaya individualis dan berkompetisi satu sama lain.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori *social capital theory* yang menyatakan bahwa kondisi organisasi yang menjunjung nilai-nilai kebersamaan dan saling memahami satu sama lain dapat memotivasi anggotanya untuk bekerja sama dan berkontribusi dengan apa yang diketahui untuk mencapai tujuan bersama (Tsai, 2001; Kankanhalli *et al.*, 2005). Pada organisasi dengan nilai kebersamaan dan saling mendukung, karyawan lebih termotivasi untuk mentransformasi pengetahuan personal yang dimiliki menjadi ide dan cara baru untuk mencapai tujuan bersama dikarenakan adanya rasa saling memiliki dan keinginan untuk membantu satu sama lain (Chen *et al.*, 2010). Oleh sebab itu, iklim organisasi yang mendukung dengan karakteristik *fairness*, *innovativeness* dan *affiliation* menunjukkan pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior* yang lebih besar dibandingkan dengan iklim organisasi yang tidak mendukung keinovasian dan kebersamaan dalam organisasi.

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN PENELITIAN LANJUTAN

Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka dan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: *knowledge sharing behavior* dapat berpengaruh signifikan positif terhadap *innovative work behavior*. Semakin besar *knowledge sharing behavior* yang dilakukan karyawan maka semakin tinggi aktivitas *innovative work behavior* yang dilakukan karyawan tersebut. *Knowledge sharing behavior* kemungkinan tidak dapat berpengaruh signifikan terhadap *innovative work behavior* pada UMKM yang memiliki iklim organisasi yang tidak mendukung keinovasian, kebersamaan dan saling satu sama lain. Pada dengan iklim yang mendukung keinovasian dan kebersamaan, pengaruh *knowledge sharing behavior* lebih besar terhadap *innovative work behavior*. Dengan kata lain *organizational climate* dapat memoderasi pengaruh *knowledge sharing behavior* terhadap *innovative work behavior*.

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah pemilik UMKM sebaiknya memperhatikan peran *knowledge sharing behavior* dalam meningkatkan perilaku kerja yang inovatif karyawannya. Mengingat pentingnya inovasi produk dan metode kerja untuk meningkatkan performa bisnis dan memenangkan persaingan usaha. Hal tersebut dikarenakan aktivitas *knowledge sharing* yang dilakukan karyawan dapat meningkatkan akumulasi pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, dimana hal tersebut menjadi sumber utama untuk menghasilkan produk inovatif dan meningkatkan kepercayaan diri karyawan untuk menghasilkan produk yang inovatif. Namun, Tidak selamanya *knowledge sharing behavior* dapat meningkatkan perilaku kerja inovatif karyawan. Meski akumulasi pengetahuan yang dimiliki karyawan relatif tinggi, karyawan tidak termotivasi untuk melakukan perilaku yang inovatif dikarenakan iklim kerja dalam organisasi

tersebut tidak mendukung kreativitas, mentoleransi kegagalan dan bersifat individualis. Pada organisasi dengan iklim kerja yang mendukung kreativitas dan mentoleransi kegagalan dapat memotivasi karyawan berani mengambil resiko untuk melakukan tindakan baru dan kreatif dengan pengetahuan yang mereka miliki. Selain itu, organisasi dengan iklim kerja yang suportif dan mendukung satu sama lain akan memunculkan rasa saling memiliki dan motivasi untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama sehingga dapat menarik karyawan untuk berkontribusi mencapai tujuan bersama dengan apa yang dimiliki termasuk pengetahuan dan pengalaman. Oleh sebab itu, diharapkan UMKM dapat membangun iklim kerja yang mendukung inovasi dengan menghargai pemikiran, keterbukaan arus informasi dan bertoleransi pada kegagalan. Selain itu, UMKM diharapkan dapat membangun nilai-nilai kebersamaan dalam organisasi agar memunculkan rasa saling memiliki dan keinginan untuk berkontribusi dalam mencapai tujuan bersama.

Implikasi Akademisi

Implikasi akademisi dari penelitian ini adalah *knowledge management* khususnya *knowledge sharing behavior* dapat berperan penting dalam meningkatkan inovasi organisasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga membuktikan *social capital theory* dimana *organizational climate* juga berperan penting dalam menentukan kesuksesan *knowledge management* untuk meningkatkan inovasi. Namun, penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Pada penelitian ini, konsep *organizational climate* digeneralisasikan menjadi satu variabel konstruk yang mendukung *knowledge sharing*. Adapun saran bagi penelitian selanjutnya adalah pengkajian lebih mendalam, spesifik dan terpisah pada karakter iklim kerja yang mendukung *knowledge sharing* sebagai contoh *innovative climate*, *supportive climate* dan *fairness climate*. Kemudian, penelitian ini masih belum mengkaji faktor apa yang dapat mempengaruhi *knowledge sharing behavior* dan pengaruhnya terhadap *innovative behavior*. Penelitian selanjutnya diharapkan juga mengkaji faktor pendorong *knowledge sharing* dan implikasinya terhadap *innovative behavior*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariely Dan. (2015). *Behavioural Economics Save My Dog*. Oneworld Publications.
- Ariely Dan, & Kreisler Jeff. (2017). *Dollars and Sense*. HarperCollins Publishers.
- Aryanto, O. T. (2006). *Pengaruh Lebaran Terhadap Pendapatan Abnormal Saham di Bursa Efek Jakarta*.
- Baird Lloyd, & Henderson John C. (2001). *The knowledge engine: How to create fast cycles of knowledge to performance and performance to knowledge*. Berrett-Koehler Publishers.
- Blankenship, S. S., & Ruona, W. E. A. (2009). Exploring knowledge sharing in social structures: Potential contributions to an overall knowledge management strategy. *Advances in Developing Human Resources*, 11(3), 290–306. <https://doi.org/10.1177/1523422309338578>
- Bock, G. W., & Kim, Y. G. (2002). Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes about Knowledge Sharing. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 15(2), 14–21. <https://doi.org/10.4018/irmj.2002040102>

- Bongsug Chae, & James M. Bloodgood. (2006). The paradoxes of knowledge management: An eastern philosophical perspective. *Information and Organization*, 16(1), 1–26.
- Brachos, D., Kostopoulos, K., Söderquist, K. E., & Prastacos, G. (2007). Knowledge effectiveness, social context and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(5), 31–44. <https://doi.org/10.1108/13673270710819780>
- Caprara, G. V., & Steca, P. (2005). Self-Efficacy Beliefs As Determinants of Prosocial Behavior Conducive to Life Satisfaction Across Ages. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(2), 191–217. <https://doi.org/10.1521/jscp.24.2.191.62271>
- Chang, H. H., & Chuang, S.-S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & Management*, 48(1), 9–18. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.11.001>
- Chen, C., Huang, J., & Hsiao, Y. (2010). Knowledge management and innovativeness. *International Journal of Manpower*, 31(8), 848–870. <https://doi.org/10.1108/01437721011088548>
- Chiang, H., Han, T., & Chuang, J. (2011). The relationship between high-commitment HRM and knowledge-sharing behavior and its mediators. *International Journal of Manpower*, 32(5/6), 604–622. <https://doi.org/10.1108/01437721111158224>
- Cockrell, R. C., & Stone, D. N. (2010). Industry culture influences pseudo-knowledge sharing: a multiple mediation analysis. *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 841–857. <https://doi.org/10.1108/13673271011084899>
- Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627–668. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.6.627>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology / Psychologie Canadienne*, 49(3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Dong, G., Gia Liem, C., & Grossman, M. (2010). Knowledge-sharing intention in Vietnamese organizations. *VINE*, 40(3/4), 262–276. <https://doi.org/10.1108/03055721011071395>
- el Said, G. R. (2015). Understanding Knowledge Management System antecedents of performance impact: Extending the Task-technology Fit Model with intention to share knowledge construct. *Future Business Journal*, 1(1–2), 75–87. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2015.11.003>
- Fama, E. F. (n.d.). American Finance Association Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. In *Source: The Journal of Finance* (Vol. 25, Issue 2).
- Febrianto Ardian Rakhmat. (2015). *Analisis Fenomena Anomali Pasar Lebaran Effect pada Saham di Jakarta Islamic Index (JII)*.
- Fisher Irving. (2012). *The Theory of Interest as Determined by Impatience to Spend Income and Opportunity to Invest It*. Martino.
- Foss, N. J., Minbaeva, D. B., Pedersen, T., & Reinholt, M. (2009). Encouraging knowledge sharing among employees: How job design matters. *Human Resource Management*, 48(6), 871–893. <https://doi.org/10.1002/hrm.20320>
- Gagné, M. (2009). A model of knowledge-sharing motivation. *Human Resource Management*, 48(4), 571–589. <https://doi.org/10.1002/hrm.20298>
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331–362. <https://doi.org/10.1002/job.322>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.

- Grant, S. B. (2016). Classifying emerging knowledge sharing practices and some insights into antecedents to social networking: a case in insurance. *Journal of Knowledge Management*, 20(5), 898–917. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2015-0432>
- Hall, H., & Graham, D. (2004). Creation and recreation: motivating collaboration to generate knowledge capital in online communities. *International Journal of Information Management*, 24(3), 235–246. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2004.02.004>
- Hartono Jogyanto. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE UGM.
- Hoegl, M., Parboteeah, K. P., & Munson, C. L. (2003). Team-Level Antecedents of Individuals' Knowledge Networks*. *Decision Sciences*, 34(4), 741–770. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5414.2003.02344.x>
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human Computer Studies*, 65(2), 153–169. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.09.003>
- Huber, G. P. (2001). Transfer of knowledge in knowledge management systems: unexplored issues and suggested studies. *European Journal of Information Systems*, 10(2), 72–79. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000399>
- Jones, C. P. (2009). *Investments. Principles & Concepts*. Wiley.
- Kahneman Daniel. (2013). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., & Wei, K.-K. (n.d.). Knowledge Producers and Consumers. In *Encyclopedia of Knowledge Management, Second Edition* (pp. 867–877). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-931-1.ch083>
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (n.d.). *Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth*.
- Kim WC, & Mauborgne R. (1997). Fair process: managing in the knowledge economy. *Harvard Business Review*, 75(4), 65–75.
- Lin, M.-J. J., Hung, S.-W., & Chen, C.-J. (2009). Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 929–939. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.008>
- Lin, T. C., & Huang, C. C. (2010). Withholding effort in knowledge contribution: The role of social exchange and social cognitive on project teams. *Information and Management*, 47(3), 188–196. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.02.001>
- Liu, M.-S., & Liu, N.-C. (2008). Sources of knowledge acquisition and patterns of knowledge-sharing behaviors—An empirical study of Taiwanese high-tech firms. *International Journal of Information Management*, 28(5), 423–432. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2008.01.005>
- Llopis, O., & Foss, N. J. (2016). Understanding the climate-knowledge sharing relation: The moderating roles of intrinsic motivation and job autonomy. *European Management Journal*, 34(2), 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.11.009>
- Locke, E. A., & Schattke, K. (2019). Intrinsic and extrinsic motivation: Time for expansion and clarification. *Motivation Science*, 5(4), 277–290. <https://doi.org/10.1037/mot0000116>
- Marini, E. (2016). *Analisis Fenomena Hari Raya Idul Fitri Terhadap Return Saham dan Trading Volume Activity*.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77. <https://doi.org/10.2307/2975974>
- Martín Cruz, N., Martín Pérez, V., & Trevilla Cantero, C. (2009). The influence of employee motivation on knowledge transfer. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 478–490. <https://doi.org/10.1108/13673270910997132>

- Mojambo, G. A., Tulung, J. E., & Saerang, R. T. (2020). The Influence of Top Management Team (TMT) Characteristics Toward Indonesian Banks Financial Performance During the Digital Era (2014-2018). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(1).
- Nguyen, T.-M., & Prentice, C. (2022). Reverse relationship between reward, knowledge sharing and performance. *Knowledge Management Research & Practice*, 20(4), 516–527. <https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1821588>
- Olatokun, W., & Nwafor, C. I. (2012). The effect of extrinsic and intrinsic motivation on knowledge sharing intentions of civil servants in Ebonyi State, Nigeria. *Information Development*, 28(3), 216–234. <https://doi.org/10.1177/0266666912438567>
- Pian, Q. Y., Jin, H., & Li, H. (2019). Linking knowledge sharing to innovative behavior: the moderating role of collectivism. *Journal of Knowledge Management*, 23(8), 1652–1672. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2018-0753>
- Pitoy, R. R., Saerang, I. S., & Tulung, J. E. (2022). Reaksi Pasar Modal Terhadap Disahkannya RUU Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang Pada Emiten Perbankan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(1). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.40783>
- Rheinberg, F. (2020). Intrinsic motivation and flow. *Motivation Science*, 6(3), 199–200. <https://doi.org/10.1037/mot0000165>
- Robbins. P.S. (2002). *The principles of the Organization perilaku* (5th ed.). Erlangga.
- Robbins Stephen P., & Judge, T. A. (2013). *Organisational Behavior* (15th ed.). Pearson.
- Rukmana Reza Zulfikar. (2013). *Pengujian Idul Fitri Effect pada Pasar Modal Indonesia*.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2007). Introduction: Active Human Nature. In *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Exercise and Sport*. Human Kinetics. <https://doi.org/10.5040/9781718206632.0007>
- Smith Adam. (2013). *The Theory of Moral Sentiment*. CreateSpace Independent Publishing.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendahuluan. *Alfabeta*.
- Tan, H.-T., Ng, T. B.-P., & Mak, B. W.-Y. (2002). The Effects of Task Complexity on Auditors' Performance: The Impact of Accountability and Knowledge. *AUDITING: A Journal of Practice & Theory*, 21(2), 81–95. <https://doi.org/10.2308/aud.2002.21.2.81>
- Tang, S., & Suwarsini, L. (2021). The Effect Of The Boards Directors And Women Audit Committee On Earnings Management. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(2). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35668>
- Tangaraja, G., Mohd Rasdi, R., Abu Samah, B., & Ismail, M. (2016). Knowledge sharing is knowledge transfer: a misconception in the literature. *Journal of Knowledge Management*, 20(4), 653–670. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2015-0427>
- Thaler, R. H. (2016). *Misbehaving. The Making of Behavioral Economics*. Penguins Book.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- Utomo, V. J., & Herlambang, L. (2015). Efek Hari Libur Lebaran Pada Emiten Yang Terdaftar Dalam ISSI Periode 2011-2013. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(5), 372. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20155pp372-386>
- van den Hooff, B., & Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: The influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117–130. <https://doi.org/10.1108/13673270410567675>

- Wang, W.-T., & Hou, Y.-P. (2015). Motivations of employees' knowledge sharing behaviors: A self-determination perspective. *Information and Organization*, 25(1), 1–26. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2014.11.001>
- Wasko, & Faraj. (2005). Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly*, 29(1), 35. <https://doi.org/10.2307/25148667>
- Xue, Y., Bradley, J., & Liang, H. (2011). Team climate, empowering leadership, and knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 15(2), 299–312. <https://doi.org/10.1108/13673271111119709>
- Yang, H.-L., & Wu, T. C. T. (2008). Knowledge sharing in an organization. *Technological Forecasting and Social Change*, 75(8), 1128–1156. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2007.11.008>
- Yi, J. (2009). A measure of knowledge sharing behavior: scale development and validation. *Knowledge Management Research & Practice*, 7(1), 65–81. <https://doi.org/10.1057/kmrp.2008.36>