

PENGARUH KNOWLEDGE SELF-EFFICACY, REWARDS TERHADAP ONLINE KNOWLEDGE SHARING BEHAVIOR: DENGAN DIMODERASI OLEH ORGANIZATIONAL INNOVATION

The Influence of Knowledge Self-Efficacy, Rewards on Online Knowledge Sharing Behavior: Moderated by Organizational Innovation

Chelsea Lozen^{1)*}, Chandra Hosen²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen/Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

Diajukan 30-1-2024 / Disetujui 6-3-2024

Abstrak

Di era digitalisasi yang semakin berkembang secara terus menerus, berbagi pengetahuan secara online menjadi salah satu kunci untuk mengembangkan inovasi. Perusahaan juga harus berlomba-lomba dalam meningkatkan daya saing karena persaingan semakin ketat, sehingga perusahaan perlu mencari cara untuk membuat aktifitas perusahaan lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan inovasi. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan *online knowledge sharing*, penelitian ini memberikan pemahaman penting dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi *online knowledge sharing behaviour* seperti *knowledge self-efficacy*, *extrinsic* dan *intrinsic reward*. Penelitian ini menggunakan minimal 45 sampel dari karyawan PT. XYZ, tetapi keseluruhan karyawan yang berjumlah 50 bersedia untuk mengisi pernyataan dalam kuesioner yang telah disediakan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausal komparatif dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan pengukuran skala likert yang dibagikan melalui google form. Lalu peneliti juga melakukan teknik analisis data yang menggunakan 2 uji yaitu uji *outer model* dan juga *inner model* dengan menggunakan *software SmartPls 3*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *extrinsic reward* berpengaruh secara signifikan terhadap *online knowledge sharing behavior*, yang berarti perusahaan telah berhasil dalam melaksanakan pemberian *extrinsic reward* untuk karyawan dalam pelaksanaan *online knowledge sharing*. Namun variabel *knowledge self-efficacy*, *intrinsic reward* tidak berpengaruh signifikan, karyawan belum mempunyai *self-efficacy* yang cukup untuk melaksanakan *knowledge sharing* dan tingkat *self-efficacy* karyawan juga belum tinggi secara umum, dan karyawan merasa *intrinsic reward* tidak cukup dalam memotivasi mereka melakukan *online knowledge sharing*, *intrinsic reward* yang diberikan atasan ataupun rekan kerja juga masih kurang cukup, serta *organizational innovation* tidak memiliki pengaruh kuat dalam memoderasi seluruh variabel yang ada.

Kata Kunci: *Online Knowledge Sharing Behavior, Knowledge Self-Efficacy, Extrinsic Reward, Intrinsic Reward dan Organizational Innovation.*

Abstract

In the era of digitalization that is growing continuously, sharing knowledge online is one of the keys to developing innovation. Companies must also compete in increasing competitiveness because competition is getting tougher, so companies need to find ways to make company activities more effective and efficient in increasing innovation. One way is to implement online knowledge sharing, this research provides important understanding in understanding the factors that influence online knowledge sharing behavior such as knowledge self-efficacy, extrinsic and intrinsic rewards. This study uses a minimum sample of 45 samples from PT XYZ employees, but all 50 employees are willing to fill out statements in the questionnaire provided, this research uses a quantitative approach with a comparative causal research method and data collection is carried out through a questionnaire with Likert scale measurements distributed via Google Form. Then the researcher also conducted data analysis techniques using 2 tests, namely the outer model test and also the inner model using SmartPls 3 software. The results of this study indicate that the extrinsic reward variable has a significant effect on online knowledge sharing behavior, which means that the company has succeeded in implementing extrinsic rewards for employees in the implementation of online knowledge sharing. However, the variables of knowledge self-efficacy, intrinsic reward do not have a significant effect, employees also do not have sufficient self-efficacy to carry out knowledge sharing and the level of self-efficacy of

employees is also not high in general, and employees feel that intrinsic rewards are not enough to motivate them to do online knowledge sharing, intrinsic rewards given by superiors or coworkers are also still insufficient, and organizational innovation does not have a strong influence in moderating all existing variables.

Keywords: Online Knowledge Sharing Behavior, Knowledge Self-Efficacy, Extrinsic Reward, Intrinsic Reward and Organizational Innovation.

*Korespondensi Penulis:

E-mail: s12200149@student.ubm.ac.id

Pendahuluan

Pada saat ini, organisasi dihadapkan oleh tantangan yang mengharuskan mereka beroperasi dilingkungan yang sangat dinamis, dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi karena disebabkan akibat perubahan teknologi, sosial, ekonomi serta politik (Hosseini et al., 2022). Karena itu, dalam zaman yang terus berkembang ini basis ekonomi industri telah mengalami pergeseran dari penekanan pada aset fisik menjadi penekanan pada aset intelektual. Dalam suatu organisasi, manajemen sumber daya manusia atau MSDM memiliki fungsi yang sangat penting dalam melakukan perubahan ataupun suatu inovasi (Jotabá et al., 2022). Penelitian sebelumnya juga dikatakan bahwa akan ada tantangan yang akan dihadapi oleh MSDM dalam mempercepat kemajuan, mengadaptasi kebiasaan dan praktik baru.

Untuk menghadapi tantangan itu kuncinya yaitu dengan mempunyai keunggulan kompetitif, perusahaan di era zaman ini harus dapat mempunyai pengetahuan, pengetahuan membuat perusahaan mampu bertahan dan tetap berjalan dari waktu ke waktu, serta perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menerapkan pengetahuan pada proses kerjanya akan dianggap sudah memiliki salah satu kunci keberhasilan inovasi dalam mengimplementasi nilai dari perusahaan (T. M. Nguyen & Malik, 2020). Dengan memanfaatkan teknologi informasi yang sudah ada melalui berbagi pengetahuan, dapat mempertahankan serta meningkatkan nilai persaingan bisnis. Teknologi informasi yang dapat digunakan karyawan untuk *online knowledge sharing* yaitu seperti melalui platform *Weblog, Zoom, Skype, Microsoft Teams* dan forum lainnya (T. M. Nguyen et al., 2022).

Adanya hasil yang positif dari *online knowledge sharing*, hasilnya adalah kinerja perusahaan meningkat, produktivitas perusahaan meningkat, perusahaan berjalan lebih efektif dan efisien, perusahaan dapat melakukan inovasi yang lebih baik dari sebelumnya, sehingga menciptakan daya saing lebih tinggi dan berkelanjutan dibandingkan perusahaan pesaing lain yang tidak menerapkan *knowledge sharing* (M. Nguyen et al., 2020).

Online knowledge sharing ini dapat membantu dan memudahkan perusahaan dalam mengelola proses *knowledge sharing*, *online knowledge sharing* juga memungkinkan menciptakan lingkungan yang kolaboratif dalam perusahaan, karena karyawan akan membangun hubungan dengan individu lainnya secara aktif (T. M. Nguyen et al., 2022). Hambatan dalam *knowledge sharing* yaitu ada banyak karyawan yang memiliki pengetahuan tetapi lebih memilih menyembunyikannya dari pada membagi pengetahuannya kepada individu lain ataupun ke perusahaannya (Al Hawamdeh & AL-edenat, 2022). Pengetahuan bukanlah hal yang dapat dengan mudah bisa dimengerti, diterima, ditukarkan ataupun dibagikan begitu saja, ini yang menjadi tantangan bagi perusahaan untuk bisa mendorong individu dalam *knowledge sharing*.

Faktor yang dapat mendorong karyawan atau setiap individu untuk *knowledge sharing* mereka yaitu, seperti keyakinan atau kepercayaan, norma sosial yang berlaku, serta support dari manajemen, ini semua akan berpengaruh dalam peningkatan dalam berbagi informasi dan produktivitas karyawan (T. M. Nguyen et al., 2022). Penelitian itu juga menyatakan bahwa *self-efficacy* dan *reward* merupakan pendorong yang paling signifikan dalam *knowledge sharing* di perusahaan. Jika perusahaan memberikan motivasi melalui *reward* ini maka karyawan juga akan lebih bersemangat, dapat meningkatkan produktivitas, dan membantu perusahaan mencapai tujuannya (Zhao et al., 2022). Selain itu, *reward* yang diberikan untuk mendorong karyawan melakukan *knowledge sharing* dapat dibagi menjadi dua bentuk yaitu, *intrinsic reward* dan *extrinsic reward* (M. Nguyen et al., 2020). Dua bentuk *reward* ini dapat dibedakan selalu berdekatan atau berhubungan didalam suatu perusahaan, karena biasanya karyawan dapat memiliki *intrinsic reward* dan *extrinsic reward* secara bersamaan. *Intrinsic reward* ini muncul dari dalam diri karyawan itu sendiri, jadi bentuk *reward* yang satu ini tidak dapat dipengaruhi oleh orang lain. Sebaliknya, kalau *extrinsic reward* muncul karena adanya pengaruh dari orang lain atau dorongan dari pihak lain (T. M. Nguyen et al., 2019).

Menurut (T. M. Nguyen & Malik, 2020) *extrinsic reward* saja tidak cukup untuk memotivasi karyawan agar dapat berbagi informasi. Karyawan tidak hanya membutuhkan *reward* seperti uang, tetapi mereka juga ingin termotivasi dari *intrinsic reward*. Banyak perusahaan juga terkadang hanya memperhatikan atau memberikan *extrinsic reward* tanpa memperhatikan *intrinsic reward*, padahal pemberian *intrinsic reward* dapat dengan mudah dilakukan, tidak perlu sampai langsung memberi tanggung jawab besar, tetapi bisa dimulai dengan memberi pujian atau sekedar menghargai inovasi atau pengetahuan dari karyawan.

Kontribusi yang diberikan oleh perusahaan akan mempengaruhi kebutuhan sosial-emosional karyawan, jangan sampai banyak karyawan yang tidak dapat dukungan melalui *reward* atau motivasi dari perusahaannya, lalu memilih untuk tetap diam dengan pengetahuannya yang bisa saja berguna bagi perusahaan. Perusahaan harus memaksimalkan dukungannya untuk para karyawannya, agar jangan sampai mengabaikan kesempatan-kesempatan yang ada (Li et al., 2022). Pengetahuan yang dimiliki setiap karyawan akan berpengaruh dalam inovasi perusahaan karena bisa menjadi modal perusahaan dalam merencanakan inovasinya. Perusahaan harus mempertimbangkan lagi bagaimana menyusun sistem *reward* di perusahaan agar dapat menjadi pengaruh positif dalam *knowledge sharing behavior* (T. M. Nguyen & Malik, 2020).

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa *knowledge sharing behavior* ini dapat meningkatkan daya saing, inovasi di suatu perusahaan meningkat karena informasi dan pengetahuan dapat disebarluaskan secara merata dalam perusahaan (T. M. Nguyen & Malik, 2020). Terlebih lagi disaat perkembangan dan teknologi terus berkembang membuat para perusahaan memanfaatkannya untuk mempercepat mereka dalam melakukan inovasi, ini juga membuat *knowledge sharing* dapat dilakukan lebih efektif melalui *online* yang dapat dilakukan kapan saja.

Kualitas SDM di Indonesia masih rendah dibanding dengan negara lainnya, terbukti saat 2019 Indonesia berada di peringkat 50 dari 141 negara dengan poin 64,6 dalam “*The Global Competitiveness (GCI) Report 2019*”, lalu pada 2022 menurut “*IMD Global Competitiveness Index*” Indonesia berada di peringkat 44 dengan poin 63,29. Dengan begitu SDM di Indonesia harus meningkatkan daya saing sehingga dapat menyusul dari negara tetangga yaitu Malaysia dengan peringkat 32 dan Thailand dengan peringkat 33 (Liputan 6, 2019). Pelaksanaan manajemen pengetahuan didalam suatu organisasi akan memberikan lebih banyak manfaat yang berkepanjangan, spesifiknya dalam meningkatkan performa dan daya saing. Selain itu teknologi digital pada saat ini dan kedepannya tentunya akan sangat berperan secara signifikan bagi setiap individu dalam organisasi. Berbagi pengetahuan dan pengalaman dilakukan agar bisa mendapatkan strategi dan inovasi yang efektif dan efisien, serta organisasi dapat memanfaatkan teknologi digital

dalam berbagi pengetahuan untuk mempercepat dan untuk mempertahankan bisnis organisasi yang berkelanjutan untuk masa depan (Kompas, 2019).

Penelitian ini dilakukan disalah satu perusahaan manufaktur Indonesia yang melaksanakan *online knowledge sharing*, perusahaan ini memiliki kendala dalam melaksanakan kegiatan ini dikarenakan sebagian karyawan yang masih enggan dan malu untuk melakukan *online knowledge sharing*, dengan alasan mereka takut akan pengetahuan atau informasi yang diberikan tidak akan bermanfaat bagi perusahaan, serta mereka merasa pengetahuannya belum sepadan dengan karyawan yang sudah lebih lama di perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan perlu mengetahui faktor yang membuat karyawan akan terdorong dalam melakukan *online knowledge sharing*, dan perusahaan dapat mengevaluasi apa yang harus ditingkatkan.

Berdasarkan fenomena dan penelitian di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *knowledge self-efficacy*, *extrinsic rewards*, dan *intrinsic rewards* terhadap *online knowledge sharing behavior*: dengan dimoderasi oleh *organizational innovation* di PT. XYZ”.

Pengaruh *knowledge self-efficacy* dengan *online knowledge sharing behavior*

Saat karyawan memiliki *self-efficacy* yang tinggi maka mereka akan mampu membagikan pengetahuannya ke individu lain dalam suatu perusahaan (T. M. Nguyen & Malik, 2020). Menurut penelitian sebelumnya (Phung et al., 2019) *knowledge self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *knowledge sharing behaviour*, dikarenakan *self-efficacy* akan mempengaruhi karyawan dalam melakukan pekerjaan serta dalam membagikan pengetahuannya. Karyawan yang memiliki *self-efficacy* akan lebih terdorong dan percaya diri saat berbagi pengetahuannya kepada karyawan lain, penelitian itu juga mengungkapkan bahwa *self-efficacy* merupakan referensi kritis bagi *knowledge sharing behaviour* karyawan. *Self-efficacy* karyawan yang rendah akan membuat *knowledge sharing* menjadi rendah juga (T. M. Nguyen et al., 2022). Menurut (Li et al., 2022) *self-efficacy* juga berpengaruh positif terhadap *knowledge sharing*, karena *self-efficacy* dapat meningkatkan pengetahuan individu sehingga bisa untuk melakukan pertukaran pengetahuan dengan individu lainnya. Dengan demikian berdasarkan penjelasan diatas, dapat dihipotesiskan bahwa:

H1. *Knowledge self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *online knowledge sharing behavior*.
Pengaruh *extrinsic reward*, *intrinsic reward* dengan *online knowledge sharing behavior*

Penelitian sebelumnya (T. M. Nguyen & Malik, 2020) menyatakan bahwa, *extrinsic* dan *intrinsic reward* yang diberikan perusahaan akan mendorong para individu untuk melakukan *online knowledge sharing*. Dalam penelitian ini juga menjelaskan bahwa, karyawan akan mengharapkan *extrinsic* dan *intrinsic reward* yang kuat untuk mereka bisa membagikan pengetahuannya. Penelitian (Phung et al., 2019) menjelaskan, penghargaan yang perusahaan berikan akan berpengaruh untuk mendorong karyawan terlibat dalam *knowledge sharing*, ini juga menjadi salah satu motivasi yang dapat perusahaan berikan kepada karyawannya. Zhao et al (2022) dalam penelitiannya juga menyatakan adanya hubungan positif antara *intrinsic reward* dengan *knowledge sharing* jenis *explicit* ataupun *tacit*, tetapi *extrinsic reward* tidak memiliki pengaruh terhadap *knowledge sharing* jenis *explicit* dan berpengaruh negatif terhadap *knowledge sharing* jenis *tacit*, disebabkan karyawan akan merasa dihargai saat diberi pengakuan atau *intrinsic reward* oleh rekan kerja maupun atasan dibanding diberikan penghargaan dalam bentuk uang.. *Knowledge sharing behaviour* dapat dipengaruhi prosedur sistem penghargaan dan penilaian kinerja, penghargaan dapat mendorong karyawan untuk dapat berbagi pengetahuan, maka dari itu pada penelitian M. Nguyen et al (2020) penghargaan dinyatakan berpengaruh positif terhadap *knowledge sharing behaviour*. Dengan demikian berdasarkan penjelasan diatas, dapat dihipotesiskan bahwa:

H2. *Extrinsic reward* berpengaruh positif terhadap *online knowledge sharing behavior*.

H3. *Intrinsic reward* berpengaruh positif terhadap *online knowledge sharing behavior*.

Pengaruh *organizational innovation* sebagai moderator pada *knowledge self-efficacy* terhadap *online knowledge sharing behavior*.

Karyawan yang bekerja di perusahaan inovatif akan lebih sering termotivasi untuk menunjukkan *self-efficacy* mereka, untuk mendorong mereka juga dalam menggerakkan kreatifitas para individu melalui berbagi pengetahuan (T. M. Nguyen & Malik, 2020). Penelitian itu juga mengatakan, karyawan dalam perusahaan yang inovatif akan cenderung berbagi pengetahuannya untuk meningkatkan kinerja atau produktifitas perusahaan, dapat dikatakan jika *knowledge self-efficacy* karyawan dapat berperan penting bagi peningkatan *organizational innovation*, karena para karyawan akan lebih merasa percaya diri untuk membagikan pengetahuannya. Maka dari itu, T. M. Nguyen & Malik (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *knowledge self-efficacy* pada *knowledge sharing* akan dimoderatori oleh *organizational innovation*. Phung et al (2019) dalam penelitiannya juga mengatakan adanya pengaruh positif antara perilaku berbagi pengetahuan dengan perilaku kerja inovatif, dikarenakan para karyawan yang dapat berbagi pengetahuan secara tidak langsung dapat membantu perusahaan membuat serta menerapkan inovasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Kemampuan karyawan dalam inovasi individu yang tinggi akan memperlihatkan *self-efficacy* pada *knowledge sharing behaviour*, selain itu mereka akan merasa lebih bebas atau percaya diri dan tidak merasa kehilangan keunggulan kompetitifnya (T. M. Nguyen et al., 2022). Penelitian itu mengatakan *organizational innovation* akan memoderasi secara positif mempengaruhi hubungan antar *knowledge self-efficacy* dengan *knowledge sharing behaviour*. Dengan demikian berdasarkan penjelasan diatas, dapat dihipotesiskan bahwa:

H4. *Organizational innovation* memoderasi dampak *knowledge self-efficacy* pada *online knowledge sharing behavior*.

Pengaruh *organizational innovation* sebagai moderator dalam hubungan variabel *extrinsic reward* dan *intrinsic reward* terhadap *online knowledge sharing behavior*.

Efek dari *extrinsic reward* dan *intrinsic reward* terhadap *knowledge sharing* dapat dimoderasi oleh *organizational innovation* (T. M. Nguyen & Malik, 2020), dikarenakan penghargaan intrinsik/ekstrinsik yang diberikan perusahaan dapat memotivasi karyawan untuk berbagi pengetahuan sehingga dapat meningkatkan serta mempertahankan inovasinya. Penelitian yang sama juga mengatakan bahwa, perusahaan harus memperhatikan inovasi organisasi saat menyusun rencana penghargaan karena, penghargaan akan memiliki dampak dalam berbagi pengetahuan. Dengan demikian berdasarkan penjelasan diatas, dapat dihipotesiskan bahwa:

H5. *Organizational innovation* memoderasi dampak *extrinsic reward* pada *knowledge sharing*

H6. *Organizational innovation* memoderasi dampak *intrinsic reward* pada *knowledge sharing*

Metode Penelitian

Gambaran Umum Subjek Dan Objek Penelitian

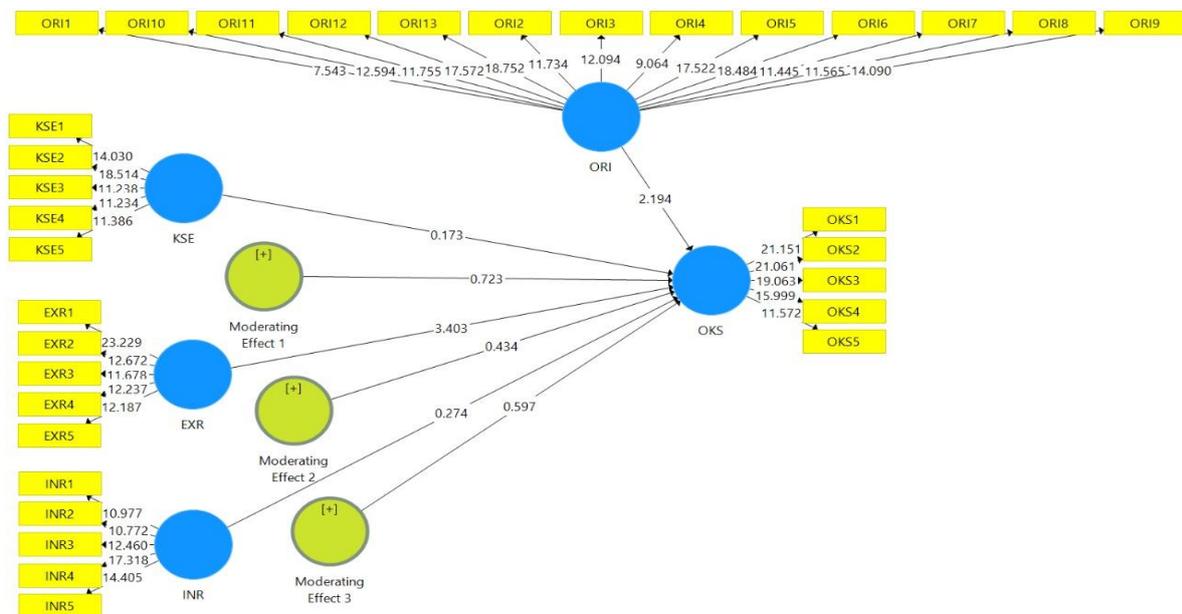
Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *online knowledge sharing behavior*, serta adanya variabel lain yang akan mempengaruhi *online knowledge sharing behavior* yaitu *knowledge self-efficacy*, *intrinsic reward*, *extrinsic reward* dan *organizational innovation*, ini semua juga termasuk dalam objek penelitian ini. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan karyawan yang berada di PT. XYZ.

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, membangun hipotesis, teknik, analisis data dan mengambil kesimpulan. Metode penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah kausal komparatif karena, penelitian kausal komparatif merupakan metode penelitian yang menguji proposisi tentang keterkaitan sebab-akibat antara beberapa variabel. Metode penelitian ini berguna untuk menguji apakah ada pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya, serta untuk menilai sejauh mana kontribusi relatif variabel bebas terhadap variabel terikat.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui angket (kuesioner), jenis kuesioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup yang didalam kuisisionernya telah disediakan pernyataan-pernyataan dan disediakan kemungkinan jawaban, jadi responden hanya memilih satu dari 7 opsi jawaban yang tersedia (Sari et al., 2022). Kuisisioner berbentuk angket dengan skala likert, opsi jawaban untuk masing-masing variabel dan diberikan skor yang berbeda.



Pengambilan Sampel

Total seluruh karyawan yang bekerja di PT. XYZ sebanyak 50, sedangkan sampel dalam penelitian ini akan ditentukan dengan menggunakan rumus slovin (Sugiyono 2019:137), rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

- n merupakan ukuran sampel yang diinginkan,
- N merupakan ukuran populasi,
- e merupakan tingkat kesalahan atau *margin of error* (dinyatakan dalam desimal, misalnya 0,05 untuk tingkat kesalahan 5%).

Jika populasi dalam penelitian ini ada sebanyak 50 maka:

$$n = \frac{50}{1 + 50(0,05)^2}$$
$$n = \frac{50}{1,125} = 44,444$$

Maka sampel dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 45 karyawan.

Hasil dan Pembahasan

Analisa Outer Model

Dalam pengujian validitas konvergen, metode PLS akan digunakan untuk mengevaluasi nilai *loading factor* pada setiap indikator. Nilai *loading factor* diharuskan melebihi 0,7 untuk dapat dianggap valid. Hasil nilai *loading factor* tergambar dalam tabel diatas, informasi mengenai *outer loading* dapat dipantau dari nilai-nilai *outer loading* selama proses pengolahan data menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil dibawah ini menyatakan bahwa semua variabel dianggap valid karena memiliki nilai melebihi 0,7, kecuali satu variabel *Organizational Innovation* (ORI 1) yang dinyatakan tidak valid karena tidak mencapai ambang 0,7. Oleh karena itu peneliti akan menghapus atau mengeliminasi indikator yang tidak valid sebelum melanjutkan pengolahan data lebih lanjut.

Dalam uji validitas konvergen juga diperlu memperhatikan nilai *average variance extracted* (AVE) yang harus mempunyai nilai melebihi 0,5 agar dapat dikatakan valid, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel *knowledge self-efficacy*, *extrinsic reward*, *intrinsic reward*, *organizational innovation*, *online knowledge sharing behavior* sudah valid. Berikut ini tabel 1 merupakan tabel yang akan mencerminkan hasil nilai AVE dari kelima variabel.

Tabel 1. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	AVE
<i>Extrinsic Reward</i>	0,649
<i>Intrinsic Reward</i>	0,670
<i>Knowledge Self-Efficacy</i>	0,646
<i>Moderating Effect 1</i>	1,000
<i>Moderating Effect 1</i>	1,000
<i>Moderating Effect 1</i>	1,000
<i>Online Knowledge Sharing Behavior</i>	0,734
<i>Organizational Innovation</i>	0,655

Selanjutnya ada pengujian reliabilitas yang akan dilakukan dengan menggunakan metode PLS, perhatian khusus akan diberikan pada nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang diharapkan memiliki nilai lebih dari 0,7. Oleh karena itu, tabel dibawah ini menyajikan hasil dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* untuk setiap variabel:

Tabel 2. Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability

Konstruk	AVE	Composite Reliability
<i>Extrinsic Reward</i>	0,864	0,902
<i>Intrinsic Reward</i>	0,876	0,910
<i>Knowledge Self-Efficacy</i>	0,863	0,901
<i>Moderating Effect 1</i>	1,000	1,000
<i>Moderating Effect 1</i>	1,000	1,000
<i>Moderating Effect 1</i>	1,000	1,000
<i>Online Knowledge Sharing Behavior</i>	0,909	0,932
<i>Organizational Innovation</i>	0,952	0,958

Analisa Inner Model

Pengujian *inner model* dilakukan untuk memperluas suatu model berdasarkan konsep dan teori guna menganalisis hubungan antara variabel endogen dan eksogen. Untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, peneliti dapat menilai nilai R-Square. Kekuatan hubungan tersebut dapat dinilai dengan memeriksa nilai R-Square yang diperoleh. Apabila nilai R-Square berada di bawah 0,3, dianggap sebagai hubungan yang lemah. Sebaliknya, jika berada dalam rentang antara 0,5 dan 0,6, dianggap sebagai hubungan yang cukup kuat. Sedangkan jika nilai R-Square melebihi 0,6, dianggap sebagai hubungan yang sangat kuat.

Hasil dari penelitian ini *online knowledge sharing behavior* memiliki R-Square sebesar 0,934, yang menggambarkan bahwa kombinasi faktor-faktor seperti *knowledge self-efficacy*, *intrinsic reward* dan *extrinsic reward* memberikan penjelasan yang sangat signifikan atau kuat terhadap *online knowledge sharing behavior* dilingkungan kerja PT. XYZ.

Pengaruh Knowledge Self-Efficacy Terhadap Online Knowledge Sharing Behavior

Hasil ini mengidentifikasi bahwa *knowledge self-efficacy* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap *online knowledge sharing behavior* di PT. XYZ. Temuan ini didukung oleh nilai p-value yang diperoleh sebesar 0,955 untuk hubungan antara *knowledge self-efficacy* dan *online knowledge sharing behavior*, yang dimana nilai tersebut melebihi batas signifikansi konvensional 0,05. Hasil dari temuan ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan T. M. Nguyen & Malik (2020), yang mengatakan bahwa kunci berhasil dari *online knowledge sharing* disuatu perusahaan adalah ketika karyawan memiliki *knowledge self-efficacy* yang tinggi, sedangkan hasil dari temuan ini mengatakan bahwa karyawan di PT. XYZ salah satu perusahaan swasta ini memiliki pengaruh yang sangat kecil antara *knowledge self-efficacy* terhadap *online knowledge sharing behavior*. Dengan begitu, dapat dikatakan *knowledge self-efficacy* bukan salah satu faktor kuat yang mempengaruhi karyawan dalam melakukan *online knowledge sharing*. Tetapi temuan ini sejalan dengan Marwan et al (2021) yang menyatakan *knowledge self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing*, dikarenakan banyak karyawan yang masih belum maksimal menjalankan budaya *knowledge sharing*, para karyawan juga belum mempunyai *self-efficacy* yang cukup untuk melaksanakan *knowledge sharing*.

Pengaruh Extrinsic Reward Terhadap Online Knowledge Sharing Behavior

Extrinsic reward memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *online knowledge sharing behavior*, temuan ini diperkuat oleh nilai p-value yang tercatat sebesar 0,001 dalam analisis, dimana *extrinsic reward* dan *online knowledge sharing behavior* memiliki nilai p-value yang lebih kecil dari batas signifikansi konvensional 0,05. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa terdapat bukti statistik yang kuat untuk mendukung hubungan yang signifikan antara *extrinsic reward* dan *online knowledge sharing behavior* dalam penelitian yang dilakukan di PT. XYZ. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh T. M. Nguyen & Malik (2020). Dalam penelitian itu ditegaskan bahwa variabel *extrinsic reward* memiliki pengaruh signifikan

terhadap *online knowledge sharing behavior*, menunjukkan bahwa karyawan akan termotivasi untuk melaksanakan *online knowledge sharing* jika diberikan *extrinsic reward* atau penghargaan dalam bentuk nyata yang biasanya berupa finansial atau promosi. Peneliti ini juga mengatakan bahwa karyawan yang bekerja di perusahaan swasta cenderung lebih tertarik dengan *extrinsic reward* seperti kenaikan gaji, bonus atau promosi. Serta temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan M. Nguyen et al (2020) dimana mereka mengatakan bahwa adanya hubungan positif antara *extrinsic reward* dengan *online knowledge sharing*, peneliti setuju bahwa pemberian *extrinsic reward* membuat karyawan terdorong untuk melakukan *online knowledge sharing*. Tetapi hasil ini tidak sejalan dengan peneliti Zhao et al (2022) yang menyatakan *extrinsic reward* tidak berpengaruh terhadap *explicit knowledge sharing*, dan juga *extrinsic* memiliki dampak negatif dalam *tacit knowledge*. Dengan diberikan *extrinsic reward* tidak pengaruh bagi karyawan untuk mereka membagikan informasi atau pengetahuannya melalui file dan memberikan dampak negatif pada karyawan untuk membagikan pengalamannya, karena karyawan menjadi saling bersaing, karyawan merasa pengalamannya tidak dapat dibeli dengan uang atau sebagainya.

Pengaruh *Intrinsic Reward* Terhadap *Online Knowledge Sharing Behavior*

Temuan ini menunjukkan bahwa *intrinsic reward* tidak memiliki dampak secara signifikan pada *online knowledge sharing behavior* di PT. XYZ. Hasil ini juga diperkuat oleh *p-value* sebesar 0,830 yang diperoleh untuk hubungan antara *intrinsic reward* dan *online knowledge sharing behavior*, nilai tersebut melampaui batas signifikansi konvensional yang sebesar 0,05. Hasil ini berbeda dengan teori yang telah diungkapkan dalam penelitian sebelumnya oleh T. M. Nguyen & Malik (2020) yang mengatakan bahwa faktor kunci yang mempengaruhi *online knowledge sharing behavior* di perusahaan negeri adalah *intrinsic reward*, serta ini juga dikatakan juga akan berhasil di perusahaan swasta. Dalam teori itu juga dijelaskan bahwa karyawan akan termotivasi jika diberikan *intrinsic reward*, karyawan akan menantikan pengakuan dari sesama rekan kerjanya ataupun dari atasannya untuk menjadi pendorong bagi dirinya untuk melakukan *online knowledge sharing*. Tetapi hasil di dalam penelitian T. M. Nguyen & Malik (2020) yang telah meneliti industri perbankan negeri dan swasta di Vietnam menemukan hasil *intrinsic reward* lebih berpengaruh kuat di perusahaan negeri dibanding perusahaan swasta. Dengan begitu hasil temuan penelitian ini sama dengan hasil temuan T. M. Nguyen & Malik (2020), bahwa di perusahaan swasta *intrinsic reward* memiliki pengaruh yang lemah di perusahaan swasta, dikarenakan karyawan di perusahaan swasta lebih tertarik dengan penghargaan dalam bentuk uang atau kenaikan jabatan. Temuan dari Zhao et al (2022) tidak sejalan juga dengan temuan ini, peneliti itu menjelaskan bahwa *intrinsic reward* dapat mendukung karyawan dalam membagikan *tacit* atau *explicit knowledge sharing*, yang berarti *intrinsic reward* dapat mendorong karyawan melaksanakan *online knowledge sharing*, baik dalam membagikannya melalui file ataupun pengetahuan dari pengalamannya.

Pengaruh *Organizational Innovation* Dalam Memoderasi Hubungan *Knowledge Self-Efficacy* Terhadap *Online Knowledge Sharing Behavior*

Hasil ini memperoleh *p-value* sebesar 0,704, nilai tersebut melampaui batas signifikansi konvensional yang sebesar 0,05. Hal ini menandakan bahwa *organizational innovation* memiliki pengaruh lemah dalam memoderasi pengaruh antara variabel independen *knowledge self-efficacy* terhadap variabel dependen *online knowledge sharing behavior*. Artinya, saat karyawan memiliki ataupun tidak memiliki *knowledge self-efficacy* ditambah dengan adanya *organizational innovation*, tidak dapat menjadi patokan karyawan akan melakukan *online knowledge sharing*. Berbeda dengan hasil penelitian dari T. M. Nguyen & Malik (2020) yang mengatakan *organizational innovation* dapat memoderasi hubungan antara *knowledge self-efficacy* dengan *organizational innovation*, dikarenakan jika karyawan memiliki *knowledge self-efficacy* yang tinggi dan perusahaan termasuk perusahaan yang inovatif, maka karyawan akan cenderung melakukan *online knowledge sharing* untuk memberikan pengetahuannya yang berharga untuk mendukung peningkatan *organizational innovation*. *Knowledge self-efficacy* karyawan di PT. XYZ dikatakan tidak memiliki pengaruh

signifikan terhadap *online knowledge sharing behavior*, kemungkinan ini yang membuat *organizational innovation* tidak dapat berpengaruh kuat dengan hubungan kedua variabel itu.

Pengaruh *Organizational Innovation* Dalam Memoderasi Hubungan *Extrinsic Reward* Terhadap *Online Knowledge Sharing Behavior*

Hasil ini juga diperkuat oleh *p-value* sebesar 0,652, nilai tersebut melampaui batas signifikansi konvensional yang sebesar 0,05. Hal ini menandakan bahwa *organizational innovation* memiliki pengaruh lemah dalam memoderasi pengaruh antara variabel independen *extrinsic reward* terhadap variabel dependen *online knowledge sharing behavior*. Berbeda dengan hasil penelitian dari T. M. Nguyen & Malik (2020) yang mengatakan *organizational innovation* dapat memoderasi hubungan antara *extrinsic reward* dengan *organizational innovation*, dikarenakan perusahaan seharusnya mempertimbangkan *organizational innovation* dalam pemberian *extrinsic reward*. Di PT. XYZ mungkin belum mempertimbangkan *organizational innovation* dalam memberi *extrinsic reward* kepada karyawannya, untuk memotivasi para karyawan melaksanakan *online knowledge sharing*, sehingga *organizational innovation* belum dapat memoderasi atau memberi pengaruh kuat antar variabel *extrinsic reward* terhadap *online knowledge sharing behavior*.

Pengaruh *Organizational Innovation* Dalam Memoderasi Hubungan *Intrinsic Reward* Terhadap *Online Knowledge Sharing Behavior*

Hasil ini juga diperkuat oleh *p-value* sebesar 0,632 yang diperoleh untuk hubungan antara *moderating effect 3* dan *online knowledge sharing behavior*, nilai tersebut melampaui batas signifikansi konvensional yang sebesar 0,05. Hal ini menandakan bahwa *organizational innovation* memiliki pengaruh lemah dalam memoderasi pengaruh antara variabel independen *intrinsic reward* terhadap variabel dependen *online knowledge sharing behavior*. Artinya, saat karyawan diberikan atau tidak diberikan *intrinsic reward* ditambah dengan adanya *organizational innovation*, tidak dapat menjadi patokan karyawan akan melakukan *online knowledge sharing*. Berbeda dengan hasil penelitian dari T. M. Nguyen & Malik (2020) yang mengatakan *organizational innovation* dapat memoderasi hubungan antara *intrinsic reward* dengan *organizational innovation*, dikarenakan karyawan mempersepsikan *intrinsic reward* sebagai sebuah dorongan atau motivasi untuk dapat meningkatkan inovasi melalui *online knowledge sharing*. Sedangkan yang terjadi di PT. XYZ adalah *intrinsic reward* yang tidak memiliki dampak signifikan terhadap *online knowledge sharing*, maka membuat *organizational innovation* tidak dapat memoderasi atau mempengaruhi secara kuat hubungan kedua variabel ini.

Simpulan

Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong *online knowledge sharing behavior* karyawan adalah *extrinsic reward*, karyawan yang bekerja di perusahaan swasta akan lebih terdorong dalam melakukan *online knowledge sharing* jika diberikan *extrinsic reward* seperti kenaikan gaji, bonus, promosi dan lain sebagainya. Sedangkan, *knowledge self-efficacy* dan *intrinsic reward* tidak memiliki hubungan signifikan terhadap *online knowledge sharing behavior*, karyawan di PT. XYZ tidak menganggap *knowledge self-efficacy* sebagai faktor penting untuk mendorong mereka melakukan *online knowledge sharing*, *knowledge self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing* juga dikarenakan oleh banyaknya karyawan yang masih belum maksimal menjalankan budaya *knowledge sharing*, para karyawan juga belum mempunyai *self-efficacy* yang cukup untuk melaksanakan *knowledge sharing* dan tingkat *self-efficacy* karyawan juga belum tinggi secara umum. Selain itu, karyawan di PT. XYZ merasa *intrinsic reward* tidak cukup dalam memotivasi mereka melakukan *online knowledge sharing*, *intrinsic reward* yang diberikan atasan ataupun rekan kerja juga masih kurang cukup, jika karyawan diberikan *intrinsic reward* atau pengakuan yang cukup atas pengetahuan yang telah dibagikan, maka karyawan

otomatis akan lebih termotivasi lagi untuk terus melakukan *online knowledge sharing*, karena dengan begitu mereka akan merasa sedikit atau banyaknya kontribusi yang mereka bagikan akan tetap dihargai oleh atasan ataupun rekan kerja lainnya. Selanjutnya, *organizational innovation* memiliki pengaruh lemah dalam memoderasi hubungan antar seluruh variabel dalam penelitian ini. Karyawan merasa dengan adanya *knowledge self-efficacy* ditambah *organizational innovation* tidak menjadi patokannya dalam melakukan *online knowledge sharing*, perusahaan juga belum mempertimbangkan *organizational innovation* dalam pemberian *extrinsic reward*, serta karyawan tidak mempresepsikan *intrinsic reward* sebagai sebuah dorongan atau motivasi untuk dapat meningkatkan inovasi melalui *online knowledge sharing*, yang membuat *organizational innovation* memiliki pengaruh lemah dalam memoderasi hubungan antar *intrinsic reward* dengan *online knowledge sharing behavior*.

Daftar Pustaka

- Al Hawamdeh, N., & AL-edenat, M. (2022). Investigating the moderating effect of humble leadership behaviour on motivational factors and knowledge-sharing intentions: evidence from Jordanian public organisations. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. <https://doi.org/10.1108/VJKMS-07-2021-0111>
- Hosseini, E., Saeida Ardekani, S., Sabokro, M., & Salamzadeh, A. (2022). The study of knowledge employee voice among the knowledge-based companies: the case of an emerging economy. *Revista de Gestao*, 29(2), 117–138. <https://doi.org/10.1108/REGE-03-2021-0037>
- Jotabá, M. N., Fernandes, C. I., Gunkel, M., & Kraus, S. (2022). Innovation and human resource management: a systematic literature review. In *European Journal of Innovation Management* (Vol. 25, Issue 6, pp. 1–18). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2021-0330>
- Li, X., Xu, Z., & Hu, Y. (2022). How time pressure is associated with knowledge sharing: a dual-path mechanism study. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2022-0256>
- Marwan, M., Radjak, A., & Taufik, T. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Motivasi Terhadap Kinerja Dengan Knowledge Sharing Sebagai Intervening Variabel. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 10. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.496>
- Nguyen, M., Malik, A., & Sharma, P. (2020). How to motivate employees to engage in online knowledge sharing? Differences between posters and lurkers. *Journal of Knowledge Management*, 25(7), 1811–1831. <https://doi.org/10.1108/JKM-08-2020-0649>
- Nguyen, T. M., & Malik, A. (2020). Cognitive processes, rewards and online knowledge sharing behaviour: the moderating effect of organisational innovation. *Journal of Knowledge Management*, 24(6), 1241–1261. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2019-0742>
- Nguyen, T. M., Ngo, L. V., & Gregory, G. (2022). Motivation in organisational online knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 26(1), 102–125. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2020-0664>
- Nguyen, T. M., Nham, T. P., Froese, F. J., & Malik, A. (2019). Motivation and knowledge sharing: a meta-analysis of main and moderating effects. *Journal of Knowledge Management*, 23(5), 998–1016. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2019-0029>
- Phung, V. D., Hawryszkiewicz, I., & Chandran, D. (2019). How knowledge sharing leads to innovative work behaviour: A moderating role of transformational leadership. *Journal of*

Systems and Information Technology, 21(3), 277–303. <https://doi.org/10.1108/JSIT-11-2018-0148>

Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>

Zhao, R., Feng, N., Wei, F., & Wang, Y. (2022). Rewards and knowledge sharing in the CoPS development context: the moderating role of transformational leadership. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2021-0780>