

## PENGARUH KEARIFAN LOKAL DALAM BERBAGI PENGETAHUAN DI PERUSAHAAN JAWA TENGAH

Teddy Siswanto<sup>1)</sup>, M. Najih<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Trisakti

Jl Kiai Tapa 1 Grogol, Jakarta, 11440

Telp : (021) 5663232 ext 8436, Fax : (021) 5631003

E-mail : teddysiswanto@yahoo.com<sup>1)</sup>

---

### Abstrak

Berbagi pengetahuan merupakan salah satu faktor utama dalam manajemen pengetahuan. Tanpa ada kemauan untuk berbagi pengetahuan maka tidak akan tercipta manajemen pengetahuan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan di Jawa Timur yang mengadopsi metodologi dari Soonhee dan Hyangsoo kurang bisa menampilkan hipotesis faktor-faktor yang diduga ada dalam penelitian yang dilakukan. Hal ini bisa dimungkinkan faktor-faktor berbagi pengetahuan di Korea berbeda dengan di Indonesia. Untuk itulah kemudian penelitian lanjutan ini perlu dilakukan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauh faktor kearifan lokal dapat mempengaruhi kemauan karyawan guna berbagi pengetahuan diantara rekan-rekan pekerja di wilayah Jawa Tengah. Terdapat 3 dimensi yang mempengaruhi karyawan mau berbagi pengetahuan yaitu culture, organizational structure dan information technology. Kearifan lokal dimasukkan dalam dimensi culture yang dalam penelitian ini diduga memiliki pengaruh. Dengan mengetahui prioritas faktor berbagi pengetahuan tersebut maka perusahaan dapat merencanakan langkah-langkah strategis dalam pembinaan karyawan untuk menjalankan sistem manajemen pengetahuan yang akan menghasilkan efektifitas dan efisiensi dalam operasional kerja di perusahaan. Metode penelitian menggunakan hipotesis Soonhee dan Hyangsoo yang telah dimodifikasi dengan penambahan variable Local Wisdom dalam dimensi Culture untuk menentukan Knowledge Sharing Capabilities. Perolehan data menggunakan data primer melalui penyebaran questionnaire baik secara langsung maupun secara online, kemudian dilanjutkan dengan pengolahan data dan analisa olahan data. Penelitian ini menghasilkan  $Knowledge\ Sharing = -0.396 + 0.196\ Vision\ Goal + 0.141\ Trust + 0.071\ Local\ Wisdom + 0.084\ Social\ Network + 0.027\ Centralization + 0.216\ Formalization + 0.174\ Performance\ Reward + 0.261\ End-user\ Focus - 0.004\ Application$ , yang berarti Kearifan Lokal memiliki pengaruh moderat dalam Berbagi Pengetahuan secara bersama-sama dengan variable Vision & Goal, Trust, Social Network, Centralization, Formalization, Performance Based Reward System dan End-user Focus

**Kata kunci:** kearifan lokal, berbagi pengetahuan, Jawa Tengah, sistem manajemen pengetahuan

### Abstract

Sharing knowledge is one of the major factors in knowledge management. Without a willingness to share knowledge there is not a knowledge management. Previous research conducted in East Java, which adopted the methodology of Soonhee and Hyangsoo less can display hypothesis suspected factors in the study conducted. It could be possible factors in the Korean knowledge sharing different in Indonesia. For that then further research is needed. The purpose of this study to determine how much factor of local wisdom can affect the willingness of employees to share knowledge among fellow workers in Central Java. There are three dimensions that affect employees are willing to share their knowledge, culture, organizational structure and information technology. Local wisdom included in the dimensions of the culture in this study is thought to have influence. Which identifies priorities for knowledge sharing these factors, the company can plan strategic steps in coaching employees to implement knowledge management system which will result in operational effectiveness and efficiency of work in the company.

Research methods use Soonhee and Hyangsoo hypotheses that have been modified with the addition of variable Local Wisdom in the dimension of Culture to determine Knowledge Sharing Capabilities. Acquisition of data using primary data by distributing questionnaire either in person or online, followed by data processing and analysis of the data processed. This research resulted in the  $Knowledge\ Sharing = -0.396 + 0.196\ Vision\ Goal + 0.141\ Trust + 0.071\ Local\ Wisdom + 0.084\ Social\ Network + 0.027\ Centralization + 0.216\ Formalization + 0.174\ Performance\ Reward + 0.261\ End-user\ Focus - 0.004\ Application$ , which means the Local Wisdom has a moderating influence Sharing Knowledge together with variable Vision & Goal, Trust, Social Network, Centralization, formalization, Performance Based Reward System and End-user Focus

**Keywords:** local wisdom, share knowledge, Central Java, knowledge management systems

## 1. PENDAHULUAN

Pengetahuan dan manajemen pengetahuan adalah sesuatu hal penting dalam meningkatkan kinerja karyawan dalam bekerja. Dengan pengetahuan, karyawan akan bekerja lebih efektif dan efisien sehingga bisa meningkatkan produktifitas hasil kerjanya.. Pentingnya memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam organisasi, sekarang ini diakui secara luas tidak hanya dikalangan lembaga pendidikan tetapi juga di perusahaan besar dan perusahaan kecil. Sumber daya manusia dan pengetahuan yang berharga akan sia-sia kecuali apabila pihak manajemen secara terbuka menerima dan mendukung upaya untuk mengumpulkan, menyortir, mengubah, dan merekam berbagai pengetahuan untuk dimanfaatkan guna meningkatkan kinerja perusahaan. Saat ini banyak organisasi berinisiatif untuk memberdayakan manajemen pengetahuan, namun belum semuanya optimal dalam melakukan pemberdayaan pengetahuan. Manajer secara konsisten mencari cara yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja dan hasil bisnis perusahaan dengan memperoleh pemahaman baru pengetahuan yang mendasari tetapi mekanisme yang kompleks pada pengetahuan dan manajemen pengetahuan membuat kurang efektifnya pembelajaran perusahaan. Memang telah diakui bahwa manajemen pengetahuan itu luas dan multi-dimensi dan mencakup sebagian besar aspek kegiatan perusahaan. Oleh karena itu untuk menjadi kompetitif dan sukses, perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan portofolio yang seimbang dalam modal intelektual. Manajer harus mengatur prioritas dan mengintegrasikan tujuan mengelola modal intelektual dan efektifitas proses pengetahuan). Selain itu tidak hanya pengetahuan dan manajemen pengetahuan saja yang menjadi fokus dan wacana bagi pengusaha dan manajer dalam organisasi, tetapi hal ini juga menarik perhatian dalam dunia akademis untuk menciptakan model manajemen pengetahuan yang sesuai dengan kondisi di suatu wilayah. Model manajemen pengetahuan telah banyak terlihat di bidang ekonomi, manajemen, teknologi informasi, antropologi, sosiologi, epistemologi, psikologi dan disiplin ilmu lainnya.

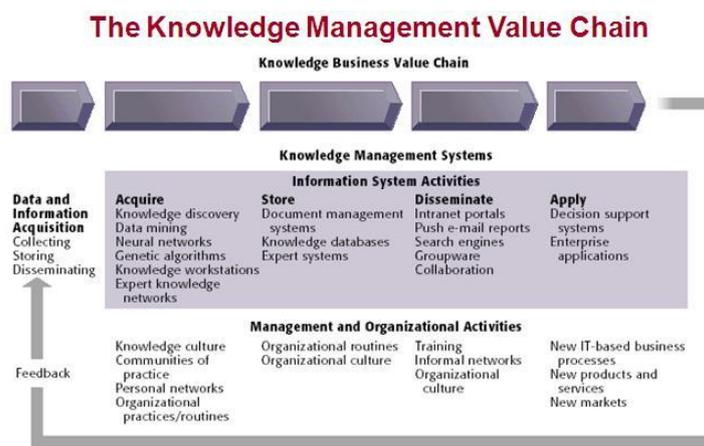
Budaya Jawa memiliki kearifan lokal yang sangat kaya dalam semua aspek kehidupan. Gotong royong, urun rembug ataupun tepo seliro merupakan contoh kearifan lokal yang bisa mempengaruhi orang dalam berbagi pengetahuan sehingga manajemen pengetahuan dapat berhasil dilaksanakan dalam perusahaan. Kekayaan dan keberagaman kearifan lokal inilah yang akan dikembangkan dalam penelitian ini. Selain kandungan kearifan lokal yang sangat menarik, saat ini juga ada anjuran UNESCO untuk memperkenalkan dan menyebar luaskan kearifan lokal kepada masyarakat dunia yang dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam menangani permasalahan kehidupan. Untuk itu, kearifan lokal budaya Jawa perlu diangkat, didokumentasikan dan dilestarikan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Berbagi pengetahuan merupakan bagian penting dalam sistem manajemen pengetahuan yang terdiri dari 4 langkah kegiatan utama yaitu : akuisisi pengetahuan, menyimpan, menyebarkan dan mengaplikasikan pengetahuan. Walaupun aplikasi manajemen pengetahuan sangat berdaya guna namun tanpa didasari oleh keinginan berbagi pengetahuan maka sistem tersebut akan tidak bermanfaat.

### 2.1. Manajemen Pengetahuan

Pengetahuan bersama-sama dengan informasi sangat diperlukan untuk proses pengambilan keputusan yang benar. Lastres (2011) mendefinisikan manajemen pengetahuan sebagai "leveraging dari organisasi" dengan menciptakan sistem dan proses untuk mendukung dan memfasilitasi identifikasi, menangkap (capture), menyebarkan (disseminate) dan penggunaan (apply) pengetahuan organisasi untuk memenuhi tujuan bisnisnya. Alavi & Leidner (2001) mendefinisikan manajemen pengetahuan sebagai suatu proses sistemik dan organisatoris dalam memperoleh, mengorganisasikan dan berkomunikasi secara baik untuk pengetahuan tacit maupun eksplisit sehingga karyawan lain memanfaatkannya menjadi lebih efektif dan produktif dalam pekerjaan mereka. Malhotra (2001) berpendapat bahwa manajemen pengetahuan melayani masalah adaptasi, kelangsungan hidup, dan kompetensi organisasi dalam menghadapi semakin banyak perubahan lingkungan. Sehingga secara luas manajemen pengetahuan adalah seperangkat hal-hal yang melibatkan berbagai kegiatan yang meliputi teori, proses dan teknologi yang mendukung perlindungan, pengembangan dan eksplotasi aset pengetahuan. Dengan mengelola modal intelektual berbentuk eksplisit dan tacit, manajemen pengetahuan meningkatkan kemampuan organisasi untuk belajar dari lingkungan dan untuk memasukkan pengetahuan ke proses bisnis ini akan menciptakan nilai baru bagi organisasi dengan meningkatkan efisiensi, efektifitas dan daya saing. Selanjutnya Tiwana (2000) berpendapat bahwa manajemen pengetahuan adalah pengelolaan pengetahuan organisasi untuk nilai bisnis dan menghasilkan keunggulan kompetitif dan memungkinkan penciptaan, komunikasi dan penerapan semua jenis pengetahuan untuk mencapai tujuan bisnis dan menurut Laudon & Laudon (2006), rantai nilai Knowledge Management terdiri dari 2 (dua) aktifitas yaitu Information System activity dan Management & Organization activities untuk keberhasilan implementasinya seperti yang terlihat dalam gambar 1.



Gambar 1. Knowledge Management Value Chain

## 2.2. Berbagi Pengetahuan

Berbagi pengetahuan (*sharing knowledge*) dapat didefinisikan sebagai pengiriman informasi yang spesifik untuk organisasi dan melibatkan wawasan subyektif, instuisi dan pengetahuan (Endres, 2007). Pengetahuan organisasi sering dipandang sebagai perluasan dari teori berbasis sumber daya perusahaan. Pengetahuan organisasi dianggap sebagai sumber daya yang berharga dari kemampuan dan kompetensi untuk inovasi dan pengembangan produk baru. Pengetahuan terdiri dari informasi, teknologi dan ketrampilan. Transformasi pengetahuan individu ke organisasi sangat penting untuk menjadi dasar kemampuan organisasi. Transfer pengetahuan dari individu ke individu adalah cara yang paling efektif untuk membagikan pengetahuan yang kompleks. Namun cara ini tidak efisien mengingat yang membutuhkan pengetahuan adalah semua karyawan dan juga perusahaan. Berbagi pengetahuan bermanfaat untuk memecahkan masalah bisnis. Ditekankan bahwa database pengetahuan, pengetahuan sistem dan inisiatif pengetahuan perlu memiliki tujuan bisnis yang jelas. Ada beberapa pengalaman bahwa manajemen pengetahuan dapat gagal karena kurangnya hubungan yang jelas dengan tujuan bisnis (McDermott & O'Dell, 2001). Mereka membagi pengetahuan dalam bisnis melalui 3 (tiga) cara yaitu:

- a) Berbagi pengetahuan menjadi bagian dari strategi bisnis, bahkan terintegrasi dalam bisnis
- b) Saling mendukung berbagi pengetahuan merupakan kunci bisnis inisiatif.
- c) Berbagi pengetahuan secara rutin adalah sebagai cara kerjanya. Berbagi pengetahuan merupakan bagian dari kegiatan perusahaan untuk memecahkan masalah bisnis yang spesifik. Seperti misalnya mengembangkan software yang inovatif sehingga mendapatkan hasil yang maksimal.

## 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah :

### 3.1. Tujuan Penelitian :

- a) Mengetahui seberapa jauh faktor kearifan lokal dapat mempengaruhi berbagi pengetahuan sebagai dasar keberhasilan implementasi manajemen pengetahuan dalam perusahaan?
- b) Melengkapi User Requirement untuk sistem manajemen pengetahuan yang akan dikembangkan.

### 3.2. Manfaat Penelitian :

- a) Perusahaan akan dapat meningkatkan kerjasama antar karyawan melalui faktor-faktor yang berpengaruh dalam berbagi pengetahuan.
- b) Untuk implementasi Sistem Manajemen Pengetahuan, selain dari faktor teknis teknologi maka perusahaan akan bisa mengelola sistem dengan lebih baik melalui penerapan manajemen yang berbasis kearifan lokal dalam perusahaan.

## 4. METODOLOGI PENELITIAN

Penyusunan Questionnaire menggunakan *Knowledge Sharing Capabilities* dengan metode hipotesis Soonhee dan Hyangsoo yang telah dimodifikasi dengan penambahan Local Wisdom dalam dimensi Culture, seperti yang terlihat di gambar 2. *Vision and Goals, Trust, Social Network, Local Wisdom, Performance Based Reward System, Infrastructure & Application, End User Focus* diduga memiliki hipotesis positif, sedangkan *Centralization, Formalization* diduga memiliki hipotesis negatif.

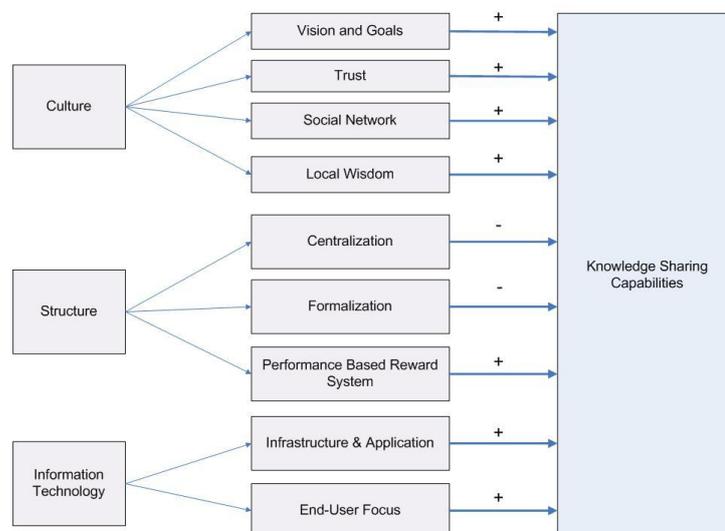
### 4.1. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan di daerah Jawa Tengah kota Pati, Semarang, Yogyakarta dan sekitarnya melalui cara kunjungan langsung ke perusahaan maupun melalui questionnaires online. Jumlah responden yang diperoleh berjumlah 58 orang dari 5 perusahaan terpilih (perusahaan yang telah memiliki sarana teknologi informasi yang standar).

## 4.2 Variabel dan Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 dimensi yaitu:

- Culture* : Vision and Goals, Trust, Social Network, Local Wisdom
- Structure* : Centralization, Formalization, Performance Based Reward System
- Information Technology* : Infrastructure & Application, End User Focus



Gambar 2. Dimensi dan Variabel Penelitian

## 5. OLAHAN DATA

Untuk menguji persyaratan data maka diadakan beberapa pengujian yaitu : Uji Validitas, Uji Reliabilitas,

### 5.1. Uji Validitas

Digunakan untuk menguji item-item pertanyaan dalam Questionnaires, dari semua pertanyaan sudah valid kecuali yang ada dalam variable Centralization dan Application.

Jumlah responden, N = 58, R Tabel untuk N58 = 0.260 signifikansi 5% dan 0.337 signifikansi 1%

Tabel 1. Centralization Correlations

		CE1	CE2	CE3	CEX
CE1	Pearson Correlation	1	-.207	.056	.558**
	Sig. (2-tailed)		.118	.676	.000
	N	58	58	58	58
CE2	Pearson Correlation	-.207	1	-.339**	.129
	Sig. (2-tailed)	.118		.009	.333
	N	58	58	58	58
CE3	Pearson Correlation	.056	-.339**	1	.692**
	Sig. (2-tailed)	.676	.009		.000
	N	58	58	58	58
CEX	Pearson Correlation	.558**	.129	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.333	.000	
	N	58	58	58	58

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pertanyaan CE2 tidak valid karena nilai Pearson Correlation dibawah 0.260 sehingga data CE2 tidak diproses, seperti yang terlihat dalam tabel 1.

Tabel 2. Application Correlations

AP6		.050	.076	-.036	-.021	-.085	1	.108	.154
	Pearson Correlation	.050	.076	-.036	-.021	-.085	1	.108	.154
	Sig. (2-tailed)	.711	.569	.786	.875	.528		.421	.247
	N	58	58	58	58	58	58	58	58

Pertanyaan AP6 tidak valid karena nilai Pearson Correlation dibawah 0.260, sehingga data AP6 tidak diproses, terlihat dalam tabel 2.

## 5.2. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Dari olahan data diperoleh : Nilai Alpha > R Tabel -> Reliabel/Konsisten; sehingga semua isian data konsisten.

## 5.3. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian Normalitas (Asymp.Sig > 0.05) membuktikan data terdistribusi secara normal.

## 5.4. Uji F

Digunakan untuk pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Pada tabel penilaian sig = 0.000 < 0.05, sehingga Hipotesa 0 ditolak, yang berarti variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## 5.5. Uji T

Untuk menentukan apakah sampel memiliki nilai rata-rata yang berbeda dengan nilai rata-rata acuan.

- Nilai sig variabel VGZ = 0.066 > 0.05 sehingga H0 tidak ditolak, yang berarti variabel independen VGZ secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel VGZ. Sehingga tidak bisa disimpulkan, makin tinggi VGZ makin tinggi KSZ, demikian juga yang ada pada TRZ, LWZ, SNZ, CEZ dan FOZ
- Nilai sig variabel PRZ= 0.035 < 0.05 sehingga H0 ditolak, yang berarti variabel independen PRZ secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel KSZ. Makin tinggi PRZ, makin tinggi KSZ. Demikian juga sebaliknya. Hal yang sama ada pada faktor EFZ

## 5.6. R Square

- Nilai R square = 0.677 dari tabel di atas menunjukkan bahwa 67.7% dari varians Knowledge Sharing dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variable-variable independen. Sedangkan 32.3 % sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

## 5.7. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk meniai kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel independen dalam model regresi. Berdasarkan nilai VIF yang berada di bawah 10, dan nilai tolerance > 0.1, disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

## 5.8. Uji Korelasi

untuk meguji ada/tidaknya hubungan serta arah hubungan dari dua variabel atau lebih. Untuk Local Wisdom diperoleh Pearson Correlation terhadap Knowledge Sharing = 0.475 masuk kategori Moderate

## 5.9. Regressi Linier Berganda

Tabel 3. Regression Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	-.396	.509		-.780	.439		
VGZ	.196	.105	.197	1.879	.066	.612	1.634
TRZ	.141	.122	.120	1.159	.252	.629	1.591
LWZ	.071	.106	.074	.672	.505	.557	1.796
SNZ	.084	.060	.128	1.400	.168	.799	1.251
CEZ	.027	.058	.043	.461	.647	.764	1.309
FOZ	.216	.110	.211	1.967	.055	.586	1.705
PRZ	.174	.080	.231	2.166	.035	.592	1.688
EFZ	.261	.101	.269	2.588	.013	.621	1.610
APZ	-.004	.110	-.003	-.032	.975	.599	1.671

a. Dependent Variable: KSZ

$$KSZ = -0.396 + 0.196.VGZ + 0.141.TRZ + 0.071.LWZ + 0.084.SNZ + 0.027.CEZ + 0.216.FOZ + 0.174.PRZ + 0.261.EFZ - 0.004.APZ$$

## 6. SIMPULAN DAN SARAN

Dari olahan data dan hasil penelitian dapat disimpulkan hal sebagai berikut :

### 6.1 Simpulan

1. Analisa regresi linier berganda menghasilkan :  
Knowledge Sharing =  $-0.396 + 0.196$  Vision Goal  $+0.141$  Trust  $+0.071$  Local Wisdom  $+0.084$  Social Network  $+0.027$  Centralization  $+0.216$  Formalization  $+0.174$  Performance Reward  $+0.261$  End-user Focus  $-0.004$  Application.
2. Kearifan Lokal (Local Wisdom) memiliki pengaruh moderat dalam Berbagi Pengetahuan secara bersama-sama dengan variable Vision & Goal, Trust, Social Network, Centralization, Formalization, Performance Based Reward System dan End-user Focus, sehingga kearifan lokal memiliki cukup pengaruh dalam keinginan berbagi pengetahuan sebagai dasar untuk keberhasilan implementasi manajemen pengetahuan dalam perusahaan.
3. Application bernilai negatif karena instansi/perusahaan responden belum benar-benar mengembangkan aplikasi Sistem Manajemen Pengetahuan, yang ada dalam perusahaan responden masih berupa aplikasi Sistem Informasi Manajemen.
4. User Requirement untuk sistem manajemen pengetahuan harus bisa menampung diskusi berbagi pengetahuan dari dalam dan luar personal perusahaan.
5. Untuk keberhasilan penerapan Sistem Manajemen Pengetahuan selain teknologi yang sesuai dengan kebutuhan user perlu dilakukan langkah-langkah manajemen dan organisasi untuk memperkuat kebersamaan antar karyawan melalui sosialisasi kearifan lokal budaya Indonesia (berdasarkan isian responden dalam isian pernyataan bebas).

### 6.2 Saran

Untuk mendapatkan hasil data yang akurat maka sebaiknya :

1. Daftar pertanyaan dalam kuesioner harus dilakukan serangkaian uji coba terlebih dahulu untuk mendapatkan persepsi yang sama.
2. Target responden akan lebih baik berasal dari perusahaan yang sudah sangat mapan bidang teknologi informasinya.

## 7. DAFTAR RUJUKAN

- [1] Lastres, S. A. (2011). Aligning through knowledge management. *Information Outlook*, 15(4), 23- 25.
- [2] Alavi, M. and Leidner, D., (2001). Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(6), 95-116.
- [3] McDermott, R. and O'Dell, C. (2001). Overcoming cultural barriers to sharing knowledge. *Journal of Knowledge Management Volume 5 . Number 1 . pp. 76±85*
- [4] Laudon & Laudon (2006), *Management Information System*, 9<sup>th</sup> edition, Prentice Hall
- [5] Malhotra, Y. (2001). *Knowledge Management and Business Model Innovation*, Idea Group Publishing, London.
- [6] Soonhee Kim and Hyangsoo Lee (2004), *Organizational Factors Affecting Knowledge Sharing Capabilities in E-Government: An Empirical Study*, Syracuse University New York USA and National Computerization Agency Seoul
- [7] Tiwana, A. (2002). *The Knowledge Management Toolkit: Orchestrating IT, Strategy, And Knowledge Platforms*. PrenticeHall, Upper Saddle River.