
STUDI LITERATUR: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BERBAGI PENGETAHUAN

Edi

STMIK TIME

Jl. Merbabu No. 32 AA BB Medan

Email : edi_foe@yahoo.com

Abstrak

Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), pengetahuan merupakan senjata utama dalam menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Berbagi Pengetahuan (BP) adalah salah satu proses dari manajemen pengetahuan yang menjamin agar pengetahuan tetap bisa tersimpan dan digunakan kembali di dalam organisasi. Artikel ini mengulas sejumlah penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi BP. Penulis menyimpulkan ada tiga faktor utama yang mempengaruhi terjadinya BP yakni faktor individu (efikasi diri, kesenangan membantu orang lain, penghargaan, kepercayaan dan keahlian berkomunikasi), faktor organisasi (iklim organisasi dan budaya organisasi) dan faktor sosial (saling timbal balik dan kolaborasi tim).

Kata Kunci : manajemen pengetahuan, berbagi pengetahuan

1. LATAR BELAKANG

Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), pengetahuan merupakan senjata utama dalam menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Perusahaan harus memfokuskan terhadap perkembangan sumber daya manusia (SDM) jika tidak ingin digusur oleh terus berkembangnya zaman. Pengetahuan yang dimiliki SDM memegang porsi yang besar dalam menopang keberlangsungan hidup perusahaan. Delphi Research Group menyatakan sebanyak 42% pengetahuan berada di otak pegawai, 26% pengetahuan dalam bentuk dokumentasi fisik, 20% tersimpan dalam bentuk dokumentasi elektronik, dan 12% tersimpan dalam bentuk database pengetahuan elektronik (Uriarte, 2008).

Manajemen Pengetahuan (MP) atau *knowledge management* menjadi bidang yang penting dalam mengelola pengetahuan agar pengetahuan tersebut tetap *sustainable* dalam suatu organisasi. Berbagi Pengetahuan (BP) atau *knowledge sharing* merupakan salah satu dari proses MP yang menentukan keberhasilan penyebaran pengetahuan dalam organisasi/institusi. BP disebut sebagai bagian yang terpenting dari MP dan bisa dikatakan sebagai basis MP (Bock, G. & Kim, Y., 2001 in Rehman et al., 2010). Walaupun BP dianggap penting tetapi masih ada individu tidak ingin membagi pengetahuan kepada koleganya dikarenakan pengetahuan itu bisa membuat mereka tetap dihargai dalam organisasi (Davenport, T. H., 1995 in Rehman et al., 2010). Mereka tidak bisa dipaksa untuk melakukan BP tetapi bisa dimotivasi (Gibbert & Krause, 2002 in Rehman et al., 2010). Itu berarti kesuksesan BP dalam organisasi bergantung kepada perilaku dan kesediaan untuk berbagi dan kesulitan terbesar dalam BP adalah mengubah perilaku individu (Yiu & Law, 2012).

2. LANDASAN TEORI

Manajemen Pengetahuan (MP)

Pengetahuan merupakan aset yang sangat penting dalam suatu organisasi, lebih penting daripada tanah, pekerja ataupun modal dalam ekonomi modern sekarang ini (Uriarte, 2008). Sayangnya hanya beberapa organisasi yang bisa menggunakan dan mengoptimalkannya (Uriarte, 2008).

Secara umum pengetahuan dapat dibagi 2 yaitu *tacit* dan *explicit*. Pengetahuan *tacit* adalah pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman dan melekat dalam pikiran/otak seseorang. Pengetahuan *tacit* bersifat pribadi, sulit untuk dibentuk dan sukar dikomunikasikan atau dibagikan kepada orang lain (Sangkala, 2007 in Sulisthio & Yulianus, 2015). Sedangkan pengetahuan *explicit* adalah pengetahuan yang bisa diringkas dalam bentuk dokumentasi atas prosedur yang tertulis yang bertujuan agar mudah dimengerti dan dapat digunakan kembali oleh orang lain (Carrillo, 2005 in Sulisthio & Yulianus, 2015). *Explicit knowledge* berhubungan dengan dokumen atau sesuatu yang sudah diimplementasikan dari hasil pemikiran manusia (Filemon, 2008 in Sulisthio & Yulianus, 2015).

Menurut Dalkir (2005), MP dapat didefinisikan sebagai koordinasi yang sistematis dari orang, teknologi, proses dan struktur pada suatu organisasi dengan tujuan menambah nilai melalui penggunaan ulang dan inovasi.

Koordinasi ini dapat dicapai melalui penciptaan, berbagi, dan penerapan pengetahuan dan juga melalui

pemberian pelajaran berharga dan praktek terbaik ke dalam memori perusahaan untuk memajukan pembelajaran organisasi. Tidak ada definisi yang pasti tentang MP, tetapi secara sederhana MP adalah konversi dari pengetahuan *tacit* ke *explicit* dan dibagikan ke dalam organisasi (Uriarte, 2008). Menurut Rehman et al. (2010), MP berhubungan dengan proses identifikasi, memperoleh, mendistribusikan dan mempertahankan pengetahuan yang sangat penting dalam organisasi sehingga bisa menopang pertumbuhan ekonomi dan keunggulan kompetitif.

Enabler MP merupakan faktor utama yang menentukan efektivitas MP dalam suatu organisasi (Theriou, Maditinos & Theriou, 2011). Arthur Anderson Business Consulting (in Theriou et al., 2011) percaya bahwa orang, budaya perusahaan dan teknologi informasi (TI) adalah *enabler* paling utama dalam penerapan MP. Sedangkan Liebowitz (in Theriou et al., 2011) mengajukan 6 kunci kesuksesan MP dalam organisasi yakni perlunya strategi MP dengan dukungan manajemen, adanya jabatan Chief Knowledge Officer (CKO) dan sejenisnya, ontologi pengetahuan dan penyimpanannya, sistem MP beserta *tools*, insentif untuk mendorong BP dan budaya yang mendukung.

Berbagi Pengetahuan (BP)

Menurut Crossan, Lane & White; Ipe (in Asrar-ul-Haq & Anwar, 2016) BP didefinisikan sebagai transfer pengetahuan diantara individu, grup, tim, departemen, dan organisasi. BP adalah proses dimana individu bertukar pengetahuan atau ide melalui diskusi untuk menciptakan pengetahuan atau ide lainnya (Alam et al. in Saide, Trialih, Wei, Okfalisa, & Anugrah, 2017). BP termasuk kesediaan individu secara aktif berkomunikasi dengan kolega (donasi pengetahuan) dan secara aktif berkonsultasi dengan kolega dengan tujuan belajar dari koleganya (mengumpulkan pengetahuan) (Saide et al., 2017). BP dirancang untuk mengubah pengetahuan individu menjadi pengetahuan organisasi (Foss et al., 2010 in Razmerita, Nielsen, & Kirchner, 2016).

Pengetahuan yang tidak *dimanage* dengan baik dan tidak dibagikan akan “berkarat” dengan mudah terutama pengetahuan *tacit* yang terus terakumulasi dalam pikiran harus dibagikan (Asrar-ul-Haq & Anwar, 2016). Moller & Shavn (in Islam & Khan, 2014) BP tidak hanya menyangkut *sharing* informasi yang terkodefikasi seperti produksi dan spesifikasi produk, informasi pengiriman dan logistik, tetapi juga pengalaman, kesan, keyakinan manajemen, praktik kontekstual seperti pengembangan proses bisnis.

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan apabila suatu organisasi ingin menikmati keuntungan dari BP salah satunya adalah TI yang merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam BP (Tohidinia & Mosakhani, 2009). Individu dengan kuat percaya bahwa sistem informasi berbasis komputer dan media elektronik berkontribusi terhadap penyediaan informasi yang bernilai (Jarvenpaa & Staples in Tohidinia & Mosakhani, 2009). TI tidak ragu lagi memfasilitasi orang membagikan pengetahuan tetapi tidak bisa dipastikan bahwa itu alasan utama terjadinya BP (Rehman et al., 2010). Selain itu keuntungan dari teknologi akan terbatas apabila praktik BP tidak didukung di seluruh unit (De Long & Fahey in Saide et al., 2017).

Faktor lain yang mendukung terjadinya BP adalah iklim organisasi (Tohidinia & Mosakhani, 2009). Iklim organisasi adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungan dan itu merupakan mekanisme motif yang tersembunyi (Li, Zhu & Luo, 2010). Menurut Razzaq, Rehman, Dost, & Akram (2017) iklim organisasi secara signifikan dan positif mempengaruhi BP dan kepercayaan menjadi perantara yang menghubungkan iklim organisasi dengan BP.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan mempelajari 10 judul artikel jurnal yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku BP. Artikel jurnal berasal dari berbagai negara dan bidang yang berbeda.

Tabel 1. Studi literatur artikel jurnal

Penulis	Judul	Tahun	Negara
Zhihong Li, Tao Zhu & Fang Luo	A Study on the Influence of Organizational Climate on Knowledge-Sharing Behavior in IT Enterprises	2010	China
Kiran Razzaq, Wasim ul Rehman, Muhammad Khyzer Bin Dost & Muhammad Wasim Akram	Organizational Climate and Knowledge Sharing: A Moderating Role of Cognitive Based Trust among Health Care Professionals	2018	Pakistan
Chun-an Lin & Mei-chi Chen	Factors Affecting Teachers' Knowledge Sharing Behaviors and Motivation: System Functions that Work	2009	Taiwan
Maria Yiu & Rob Law	Factors Influencing Knowledge Sharing Behavior: A Social-Psychological View in Tourism	2012	Hong Kong
Eugene Okyere-Kwakye & Khalid Md Nor	Individual Factors and Knowledge Sharing	2011	Malaysia
Sunita Rega Kathiravelu, Nur Naha Abu Mansor & Kamal Kenny	Factors Influencing Knowledge Sharing Behavior among Employees of Public Services in Malaysia	2013	Malaysia

Zhang, P. & Ng, F. F.	Influential Individual Factors of Knowledge Sharing Behavior in Hong Kong Construction Teams	2010	Hong Kong
Saide, Rahmat Trialih, Hsiao-Lan Wei, Okfalisa & Wirdah Anugrah	Knowledge Sharing Behavior and Quality among Workers of Academic Institutions in Indonesia	2017	Indonesia
Md. Shiful Islam & Rajib Hossain Khan	Exploring the Factors Affecting Knowledge Sharing Practices in Dhaka University Library	2014	Bangladesh
Liana Razmerita, Pia Nielsen & Kathrin Kirchner	What factors influence knowledge sharing in organizations? A social dilemma perspective of social media communication	2016	Denmark

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Li et al. (2010) menemukan bahwa iklim organisasi, efikasi diri dan harapan hasil berkontribusi terhadap perilaku BP di perusahaan TI. Faktor iklim organisasi yang diteliti adalah hubungan yang ramah, inovasi dan keadilan dalam organisasi. Efikasi diri adalah penilaian bahwa pekerja akan melakukan pekerjaan atau BP. Harapan hasil adalah hasil antisipasi dari pekerja ketika dia membagikan pengalaman, pengetahuan dan keahlian dengan koleganya. Survei dilakukan terhadap 142 *developer* menggunakan *questionnaire*.

Razzaq et al. (2018) melakukan survei terhadap pekerja kesehatan di rumah sakit di 4 kota di Pakistan dan menemukan bahwa iklim organisasi mempengaruhi BP (donasi dan pengumpulan pengetahuan) secara signifikan. Razzaq et al. juga menemukan bahwa kepercayaan (*trust*) menjadi perantara antara iklim organisasi dengan donasi pengetahuan. Ini berarti bahwa kesediaan pekerja melakukan BP tergantung kepada derajat kedekatan antar pekerja.

Lin & Chen (2009) mengungkapkan BP diantara guru adalah efikasi diri, kesenangan membantu orang lain, tanggung jawab kognitif kolektif, harapan hasil individu dan kepercayaan berbasis identifikasi. Ketika individu berbagai pengetahuan profesional dengan yang lainnya yang menguntungkan organisasi, kepercayaan diri mereka berkembang, dan mereka cenderung memiliki keyakinan terhadap apa yang mereka bisa capai yang mana merupakan keuntungan dari efikasi diri yang berkembang (Constant et al., 1994 in Lin & Chen, 2009). Di sisi lain pemilik pengetahuan yang merasa senang membantu orang lain cenderung bersemangat dalam BP. Studi mengindikasikan kontributor pengetahuan mendapatkan kesenangan itu melalui altruisme (Wasko & Faraj, 2000 in Lin & Chen, 2009). Harapan hasil yang positif merupakan insentif utama dalam perilaku manusia yang menghasilkan pengaruh yang konstruktif terhadap BP. Menurut (Bandura, 1997 in Lin & Chen, 2009) ada tiga bentuk harapan hasil: (1) harapan hasil fisik seperti perasaan menyenangkan atau ketidaknyaman; (2) harapan hasil sosial seperti pengakuan, penghargaan finansial, kekuasaan, pujian; (3) harapan hasil evaluasi diri seperti kepuasan diri, devaluasi diri. Kepercayaan berbasis identifikasi terjadi ketika kedua belah pihak mengerti, menyetujui dan mengidentifikasi kebutuhan masing-masing. Kepercayaan (*trust*) menjadi salah satu kunci terjadinya BP diantara anggota (Hsu et al., 2007 in Lin & Chen, 2009). Di sisi lain tanggung jawab kognitif kolektif merupakan usaha kolektif yang dibuat semua anggota untuk kesuksesan grup daripada tanggung jawab individu yang terkonsentrasi pada *leader*. Menurut (Mc Andrew et al., 2004 in Lin & Chen, 2009) guru-guru suka mempelajari opini, ide, metode dan pendekatan koleganya dan berharap berdiskusi melalui konferensi atau *workshop*, menekankan pentingnya tanggung jawab kognitif kolektif.

Yiu & Law (2012) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi BP dalam dunia pariwisata adalah faktor personal, sosial, dan organisasi. Faktor personal meliputi kehilangan yang dirasakan dari kekuatan pengetahuan, penghargaan yang diharapkan, pengakuan, peningkatan status, kesenangan membantu orang lain dan efikasi diri. Faktor sosial meliputi timbal balik, kepercayaan, interaksi sosial dan kolaborasi tim. Faktor organisasi mencakup budaya organisasi, sistem penghargaan, dukungan *top management* dan gaya kepemimpinan, keterbukaan dan keadilan.

Kwakye & Nor (2011) menemukan faktor individu seperti altruisme, efikasi diri, saling timbal balik dan kepercayaan berkontribusi terhadap perilaku BP. Penelitian menggunakan survei *questionnaire* namun tidak disebutkan berapa banyak sampel dan dalam area/bidang apa penelitian dilakukan. Orang-orang mendonasikan sesuatu kepada orang lain tanpa memikirkan apa yang bisa didapatkan ketika mereka menunjukkan perilaku altruisme. Menurut (Lin, 2007 in Kwakye & Nor, 2011) wanita memiliki altruisme lebih tinggi daripada laki-laki sehingga wanita cenderung BP daripada laki-laki. Di sisi lain individu dengan efikasi diri tinggi lebih bersedia membagikan pengetahuan dan pengalaman masa lampau daripada individu dengan efikasi diri rendah karena individu dengan efikasi diri tinggi akan memformulasikan penilaian positif terhadap kemampuannya sehingga memotivasi mereka untuk membagikan pengetahuan. Saling timbal balik adalah tentang biaya (*cost*) dan keuntungan (*benefit*). Dalam konteks BP, pemberi pengetahuan akan menentukan apakah penerima memiliki potensi untuk memberikan *outcome* yang positif. Pemberi cenderung tidak mau kehilangan dalam usahanya sehingga cenderung tidak akan membagikan pengetahuan kepada seseorang yang tidak bisa menawarkan apa-apa sebagai *feedback*. Lain halnya dengan *trust*, orang akan termotivasi untuk BP ketika mereka merasa penerimanya jujur, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. *Trust* yang tinggi akan membuat individu tidak memikirkan kejadian negatif kedepannya dan akan membagikan pengetahuannya.

Penelitian yang dilakukan Kathiravelu et al. (2013) mengungkapkan faktor organisasi berpengaruh dalam BP

diantara pekerja pelayanan publik di Malaysia. Faktor organisasi meliputi budaya organisasi (kepercayaan, pembelajaran, inovasi), dukungan kolega, penghargaan (intrinsik dan ekstrinsik), teknologi dan komitmen. Budaya organisasi dimana BP terjadi akan membuat individu lebih mungkin untuk berbagi ide dan informasi karena mereka menganggap sebagai hal yang normal daripada memaksa mereka untuk BP. Menurut (Ju, Li, & Lee, 2006 in Kathiravelu et al., 2013) jika pekerja menganggap koleganya sebagai partner maka akan membantu satu sama lain dalam tugas sehingga mereka akan memandang BP akan sangat membantu. *Reward* baik yang ekstrinsik (berupa uang atau non-uang) dan intrinsik (promosi, pengakuan) diperlukan untuk mempromosikan perilaku BP yang baik diantara pekerja pelayanan publik. Menurut (Alam et al., 2009 in Kathiravelu et al., 2013) teknologi dapat membuat pekerjaan orang lebih mudah diakses dan diambil kembali ketika mereka sibuk dengan pekerjaannya. Menurut (Hislop, 2002 in Kathiravelu et al., 2013) derajat komitmen akan berpengaruh pandangan dan tindak pekerja terhadap distribusi informasi yang dimaksudkan untuk keuntungan organisasi. Di sisi lain profil demografi seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, lama bekerja tidak mempengaruhi terjadinya BP.

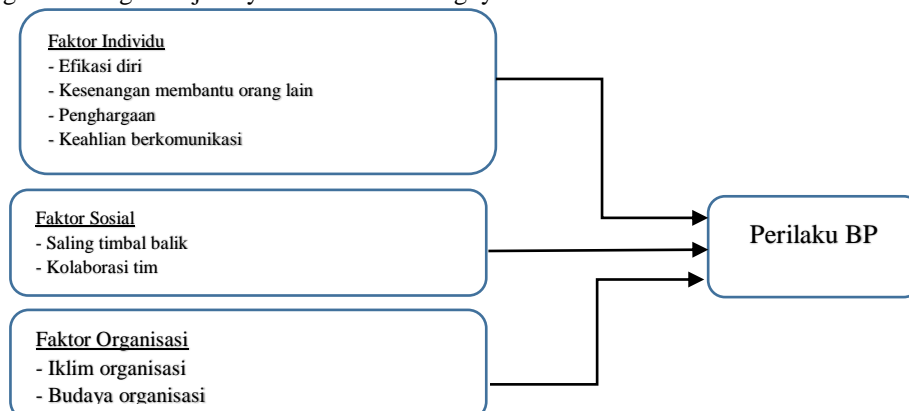
Zhang & Ng (2010) mengungkapkan faktor individu seperti keuntungan intrinsik dan ekstrinsik sebagai faktor yang mempengaruhi terjadinya BP. Penelitian dilakukan terhadap tim konstruksi di Hong Kong. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara. Motivasi ekstrinsik yang melandasi BP seperti penghargaan dari organisasi (uang, promosi), *feedback* pengetahuan, BP dapat mengurangi beban kerja mereka. Sedangkan motivasi intrinsik yang melandasi BP seperti kesenangan BP dengan lainnya, meningkatnya efikasi diri, meningkatnya hubungan *interpersonal* dan kepercayaan diri. Motivasi intrinsik dan ekstrinsik merupakan keuntungan (*benefit*) yang dirasakan dari BP. Adapun biaya (*cost*) dari BP adalah biaya waktu (*time cost*) dan kehilangan muka (*losing face*). Individu tidak bersedia BP karena BP dianggap kerja tambahan sehingga memakan waktu mereka. Di samping itu, individu merasa kehilangan muka atau malu apabila berbagi pengalaman buruk sehingga takut dianggap apa yang dibagikan tidak bermanfaat.

Saide et al. (2017) melakukan penelitian terhadap 6 institusi akademik yang tersebar di provinsi Riau. Metode yang digunakan adalah survei *questionnaire* terhadap 337 responden. Hasil penelitian menemukan bahwa *reward* (*soft* dan *hard*), keahlian berkomunikasi (*communication skills*), dan kesenangan membantu orang lain adalah kunci utama yang mempengaruhi perilaku BP. Selain itu mereka juga menemukan bahwa perilaku BP mempunyai pengaruh yang positif terhadap kualitas pengetahuan yang dibagikan diantara pekerja institusi akademik.

Islam dan Khan (2014) melakukan penelitian di perpustakaan Universitas Dhaka terhadap 30 pekerja perpustakaan. Mereka menemukan bahwa faktor individu/manusia, organisasi dan teknologi mempengaruhi perilaku BP. Faktor individu/manusia meliputi kebutuhan informasi yang beragam, hubungan timbal balik, pola perilaku, usaha kerja sama, dan dapat diandalkan. Faktor organisasi meliputi pekerja yang berkualitas, pendekatan berorientasi terhadap *user*, staf yang termotivasi, komunikasi *formal* dan *informal*, dan komitmen tinggi. Sedangkan faktor teknologi mencakup penggunaan ICT untuk pengoperasian perpustakaan, website perpustakaan yang interaktif, akses terhadap jurnal daring, *database* institusi digital dan publikasi daring dari jurnal Universitas Dhaka.

Razmerita et al. (2016) melakukan penelitian untuk mencari tahu BP pada perusahaan-perusahaan di Denmark yang berfokus kepada bentuk baru BP menggunakan media sosial. Mereka menemukan penggerak (*driver*) dan halangan (*barrier*) terjadinya BP. Penggerak faktor individu terjadinya BP adalah kesenangan membantu orang lain (intrinsik) dan mendapatkan penghargaan berupa uang (ekstrinsik) sedangkan halangan terjadinya BP adalah kurangnya kepercayaan pada kolega dan rasa takut pengetahuannya akan disalahgunakan serta kurangnya waktu untuk melakukan BP. Di sisi lain penggerak faktor organisasi terjadinya BP adalah manajemen mendorong dan memotivasi terjadinya BP dan BP diakui di organisasi sedangkan halangannya adalah perubahan perilaku dari menyimpan pengetahuan menjadi berbagi pengetahuan.

Dari hasil studi literatur diatas, terdapat 3 faktor penting yang mempengaruhi terjadinya BP yakni faktor individu, sosial, dan organisasi. Faktor individu meliputi efikasi diri, kesenangan membantu orang lain, penghargaan berupa intrinsik dan ekstrinsik, kepercayaan dan keahlian berkomunikasi. Faktor organisasi meliputi iklim organisasi dan budaya organisasi. Sedangkan faktor sosial meliputi saling timbal balik dan kolaborasi tim. Sedangkan halangan terjadinya BP adalah kurangnya waktu.



Gambar 1. Kerangka konseptual

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis mengajukan kerangka konseptual tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku BP yang terdiri dari faktor individu, sosial dan organisasi. Faktor-faktor ini berasal dari *intersection* dari beragam faktor dari studi literatur beberapa artikel jurnal. Harapan kedepannya agar organisasi bisa menciptakan penggerak terjadinya BP dengan menerapkan faktor-faktor tersebut karena BP merupakan bagian terpenting dalam implementasi MP.

Saran kedepannya adalah melakukan penelitian (studi literatur) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi BP di bidang/area yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrar-ul-Haq, M. & Anwar, S. (2016). A systematic review of knowledge management and knowledge sharing: Trends, issues, and challenges. *Cogent Business & Management*, 3(1), 1127744
- Dalkir, K. (2005). *Knowledge Management in Theory and Practice*. USA: Elsevier
- Islam, M. S. & Khan, R. H. (2014). Exploring the Factors Affecting Knowledge Sharing Practices in Dhaka University. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*
- Kathiravelu, S.R., Mansor, N.N.A., & Kenny, K. (2013). Factors Influencing Knowledge Sharing Behavior (KSB) among Employees of Public Services in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 2(3), 107-119
- Kwakye, E.O. & Nor, K.M. (2011). Individual Factors and Knowledge Sharing. *American Journal of Economics and Business Administration*, 3(1), 66-72
- Li, Z., Zhu, T., & Luo, F. (2010). A Study on the Influence of Organizational Climate on Knowledge-Sharing Behavior in IT Enterprises. *Journal of Computers*, 5(4), 508-515
- Razmerita, L., Nielsen, P., & Kirchner, K. (2016). What factors influence knowledge sharing in organizations? A social dilemma perspective of social media communication. *Journal of Knowledge Management*, 20(6), 1-31
- Razzaq, K., Rehman, W., Dost, M.K.B., & Akram, M. W. (2017). *Journal of Managerial Sciences*, 11(3)
- Rehman, M., Mahmood, B., Mahmood, A. K., Salleh, R. (2010). *Review of Factors Affecting Knowledge Sharing Behavior*. International Conference on E-business, Management and Economics. Retrieved from <http://www.ipedr.com/vol13/46-M10011.pdf>
- Saide, Trialih, R., Wei, H., Okfalisa, & Anugrah, W. (2017). Knowledge Sharing Behavior and Quality among Workers of Academic Institutions in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 18(2), 353-368
- Sulisthio, C. & Yulianus, A. (2015). Analisis Pengaruh Tacit Knowledge dan Explicit Knowledge Terhadap Kinerja Karyawan di Restoran "X" Surabaya, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(1), 153-165
- Theriou, N., Maditinos, D. & Theriou, G. (2011). Knowledge Management Enabler Factors and Firm Performance: An Empirical Research of the Greek Medium and Large Firms. *European Research Studies*, 14(2), 97-134
- Tohidinia, Z. & Mosakhani, M. (2009). Knowledge sharing behaviour and its predictors. *Industrial Management & Data Systems*, 110(4), 611-631
- Uriarte, F. A. (2008). *Introduction to Knowledge Management*. Jakarta: ASEAN Foundation
- Yiu, M. & Law, R. (2012). Factors Influencing Knowledge Sharing Behavior: A Social-Psychological View in Tourism, *Service Science*, 3(2), 11-31