

Hubungan antara *Trust* dan Kepribadian *Agreeableness* dengan Intensi Berbagi Pengetahuan pada karyawan perusahaan berbasis *Knowledge Management* di PT. Pertamina Balikpapan

Helena Mariani
Fakultas Psikologi
Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

ABSTRACT

This research aims to determine whether there are significant relationships between trust and agreeableness personality with knowledge sharing intention. The independent variables of this research are trust and agreeableness personality, meanwhile the dependent variable is knowledge sharing intention. The hypotheses of this research are; (1) there is a relationship between trust and knowledge sharing intention, (2) there is a relationship between agreeableness personality and knowledge sharing intention and (3) simultaneously, there are relationships between trust and agreeableness personality with knowledge sharing intention.

This research was addressed to employees on Knowledge Management based company and surveyed 101 employees of PT. Pertamina Balikpapan especially in the Marketing Unit of Region VI. This research used the random sampling by Slovin formula.

Data analysis technique used multiple regression analysis. The results showed that there were positive and significant relationship between trust and knowledge sharing intention with $\beta = 0.238$, $R^2 = 0.482$, $t = 4.860$ and $p = 0.000$. There was a relationship between agreeableness personality with knowledge sharing intention with the value of $\beta = 0.759$, $t = 15.509$, $R^2 = 0.814$ and $p = 0.000$. Then there were significant relationships between trust and agreeableness personality with knowledge sharing intention, with $F = 278.033$, $R^2 = 0.847$, and $p = 0.000$.

Keywords :

Trust, Agreeableness Personality, Knowledge Sharing Intention.

Pendahuluan

Berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* telah diakui sebagai kekuatan positif bagi kelangsungan hidup organisasi. Menurut Connelly dan Kelloway (2003) berbagi pengetahuan merupakan seperangkat perilaku yang melibatkan pertukaran informasi atau bantuan kepada rekan kerja lainnya.

Berbagi pengetahuan merupakan perilaku karyawan dimana karyawan

memberikan kontribusi pada organisasi dengan menggunakan pengetahuan organisasi, meningkatkan kinerja, berinovasi dan akhirnya meningkatkan keunggulan kompetitif pada organisasi (Jackson, Chuang dan Harden, 2006).

Berbagi pengetahuan adalah proses bertukar ide, pengalaman dan pengetahuan untuk menciptakan pengetahuan baru (Hislop, 2002).

Berbagi pengetahuan dapat dilihat dari dua perspektif teoritis yaitu Teori Pembelajaran Organisasi dan Teori Komunikasi (Cummings, 2003).

Sementara menurut Van den Hoof & De Ridder (2004) berbagi pengetahuan adalah proses dimana individu saling bertukar pengetahuan (*tacit* dan *explicit*) dan bersama-sama menciptakan pengetahuan baru. Definisi berbagi pengetahuan ini menyiratkan bahwa setiap proses berbagi pengetahuan terdiri dari *donating* yang berarti menyumbangkan atau memberikan pengetahuan dan *collecting* yang berarti mengumpulkan atau meminta pengetahuan.

Seorang individu yang ingin berbagi pengetahuan, ia harus memiliki intensi atau niat untuk melakukannya (Wan-Yih dan Badri, 2010). Zhihong dan Tao (2010) mencatat bahwa intensi atau niat untuk berbagi pengetahuan merupakan pertanda atau isyarat utama perilaku berbagi pengetahuan. Niat berbagi pengetahuan mengacu pada sejauh mana seorang karyawan bersedia untuk berbagi keterampilan atau keahliannya yang berguna bagi rekan kerjanya dalam organisasi.

Sementara beberapa penelitian menggunakan istilah intensi berbagi pengetahuan sebagai kemauan (*willingness*) atau keinginan untuk berbagi pengetahuan (Brock dan Kim, 2002) atau sekedar kemauan pekerja dalam menyumbangkan pengetahuan dengan rekan-rekan sekerjanya (Baharim, 2008). Ini adalah keinginan atau kemauan untuk berbagi pengetahuan *tacit*.

Menurut Icek, Azjen dan Fishbein Martin (2010) intensi adalah indikasi-indikasi atau isyarat kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Kesiapan untuk bertindak,

tergambar oleh niat atau maksud, diekspresikan dalam pernyataan-pernyataan sebagai berikut: saya akan terlibat dalam perilaku ini; saya berniat untuk terlibat dalam perilaku ini; saya berharap untuk terlibat dalam perilaku ini; saya berencana untuk terlibat dalam perilaku ini; saya akan mencoba untuk terlibat dalam perilaku ini. Intensi juga merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk menampilkan suatu perilaku (Azjen, 2005).

Intensi seseorang adalah prediktor terbaik dari perilaku mereka (Ajzen, 2005). Intensi berbagi pengetahuan merupakan tingkat keyakinan seseorang yang akan terlibat dalam perilaku berbagi pengetahuan. Individu yang memandang positif terhadap aktivitas berbagi pengetahuan akan semakin besar niatnya untuk melakukan aktivitas tersebut.

Niat atau keinginan seseorang untuk berbagi pengetahuan dapat terhambat jika individu tersebut tidak memiliki *trust* dengan rekan kerjanya. Karena kegiatan berbagi pengetahuan yang berjalan dengan maksimal tidak lepas dari adanya *trust* di antara rekan kerja karena pemilik pengetahuan lebih memilih untuk membagi pengetahuan yang dimilikinya dengan orang yang dapat dipercayai.

Trust adalah syarat penting yang berhubungan dengan intensi berbagi pengetahuan dalam organisasi. Karena perilaku berbagi pengetahuan mustahil akan terjadi jika tidak ada *trust* yang terbangun di antara individu dalam organisasi (Szulanski dan Jensen, 2004).

Menurut Hsu, Bi Fen et al (2009) ketika di dalam organisasi karyawan mulai dapat saling *trust* satu sama lain, karyawan menjadi lebih bersedia untuk

membagikan sumber daya atau keahliannya tanpa khawatir akan diambil keuntungannya oleh pihak lain.

Menurut Chen et al, (2010) *trust* adalah suatu keadaan psikologis yang terdiri dari niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan positif mengenai niat atau perilaku orang lain tanpa kemampuan untuk memantau atau mengontrol pihak lain.

Sementara Searle dan Skinner (2011) mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan menjadi rentan terhadap yang orang lain, didasarkan pada keyakinan bahwa orang lain itu dapat dipercaya, terbuka, kompeten dan peduli.

Trust merupakan hasil dari persepsi positif seseorang untuk melakukan perilaku berbagi pengetahuan. Sikap positif berbagi pengetahuan dapat mengakibatkan persepsi positif dalam menerima dan mentransfer pengetahuan dalam sebuah organisasi yang mendukung perasaan kemudahan untuk berbagi pengetahuan dengan orang lain (Lam, 2010).

Menurut Jones dan George (1998) *trust* sebagai konstruksi psikologi merupakan pengalaman hasil dari interaksi nilai, sikap, *mood* dan emosi.

Senge (dalam debowski, 2006) yakin bahwa *trust* adalah faktor kunci intensi berbagi pengetahuan dalam suatu organisasi. Ia juga mengatakan bahwa *trust* mengarah kepada komitmen pemberi pengetahuan terhadap si penerima informasi, yang artinya bahwa si pemberi pengetahuan akan mau lebih menunjukkan perilaku berbagi pengetahuan. Karena perilaku berbagi pengetahuan mustahil akan terjadi jika tidak ada *trust* yang terbangun di antara individu dalam organisasi.

Sementara menurut Johnson & Johnson (2008) dalam suatu kelompok yang kooperatif, komponen *trust* yang

terpenting adalah keterbukaan, berbagi, penerimaan, dukungan dan intensi bekerjasama. Bekerja secara kooperatif dengan orang lain membutuhkan keterbukaan, berbagi dan pengekspresian penerimaan, dukungan dan intensi bekerjasama dalam kelompok tersebut.

Menurut Cook dan Wall (dalam Kim, 2000) *trust* antara individu ataupun kelompok dalam organisasi adalah suatu hal yang sangat penting dalam kestabilan hubungan jangka panjang antara sesama anggotanya. Ketika *trust* hadir dalam sebuah hubungan antar rekan kerja, hampir setiap hal menjadi lebih mudah dan lebih nyaman untuk diraih. Jadi dengan kata lain, *trust* membentuk suatu dasar terhadap komunikasi yang efektif, menggabungkan ingatan, motivasi dan kontribusi pekerja (Heathfield dalam Becton, 2002).

Trust merupakan suatu hal yang berperan dalam suatu hubungan yang sukses dan memperlancar hubungan kerjasama, dan semakin tinggi tingkat *trust* semakin besar pula kemungkinan untuk menjalin suatu kerjasama (Robert Putnam dalam Scholefield, 2000).

Menurut Lin (2007) apabila karyawan di perusahaan memiliki keinginan untuk bekerjasama dengan sesama rekan kerjanya untuk saling berkontribusi pengetahuan yang dimiliki dalam organisasi maka kegiatan berbagi pengetahuan akan berjalan dengan efektif.

Sementara menurut Teori Pertukaran Sosial (Wasko & Faraj, 2005) *trust* adalah faktor penting dalam hubungan pertukaran sosial. Dalam pertukaran sosial seorang individu senang membangun hubungan pertukaran dengan orang lain, memberikan keuntungan bagi orang lain

dan kemudian mengharapkan mendapatkan imbalan dimasa depan. Dalam hal ini, *trust* akan menciptakan dan mempertahankan hubungan pertukaran sosial yang pada akhirnya dapat membuat kedua belah pihak lebih bersedia untuk terlibat dalam kegiatan berbagi pengetahuan (Nahapiet dan Ghosal, 1998).

Intensi berbagi pengetahuan berhubungan juga dengan kepribadian si pemberi pengetahuan. Salah satu kepribadian yang memiliki indikator *trust* adalah kepribadian *agreeableness*. Kepribadian *agreeableness* dengan indikator *trust* terkait dengan keramahan dan menghindari konflik. Orang dengan skor tinggi cenderung mudah percaya, murah hati, mengalah, mudah menerima dan memiliki perilaku yang baik. Orang yang memiliki skor rendah pada *agreeableness* umumnya mudah curiga, pelit, tidak bersahabat, tidak ramah, mudah kesal dan suka mengkritik orang lain, lebih agresif dan kurang kooperatif (Feist dan Feist, 2008).

Karakteristik di atas menjelaskan mengapa beberapa individu memiliki intensi berbagi pengetahuan sementara yang lain tidak. Selama interaksi berlangsung seorang *agreeableness* dapat membangun hubungan yang kuat dan hubungan seperti ini bahkan dapat meningkatkan *trust*. Tingkat *trust* memutuskan tingkat berbagi pengetahuan (Cheng dan Li, 2001).

Intensi untuk berbagi pengetahuan adalah asosiasi positif dengan persahabatan (Wu, 2000). Pemilik pengetahuan bersedia untuk berbagi adalah dasar *trust* mereka pada orang lain.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Avin Fadilla Helmi dan Imam Arisudana (2009) dikatakan bahwa kenyataannya memang ada karakteristik

kepribadian yang memang berkorelasi dengan berbagi pengetahuan. *Altruism* sebagai indikator kepribadian *agreeableness* tergolong dalam motivasi internal didasarkan atas empati sehingga tujuan akhirnya adalah mensejahterakan rekan kerja atau kelompok lain. Bagi orang dengan kepribadian altruistik, berbagi pengetahuan merupakan kebutuhan karena berbagi pengetahuan sendiri merupakan pengakuan terhadap pengetahuan yang dimilikinya. Berbagi pengetahuan sendiri merupakan penghargaan. Seseorang dengan motivasi internal akan lebih bersedia berbagi pengetahuan.

Selain itu menurut Lin (2007) individu dengan perilaku kooperatif yang merupakan indikator lain dalam kepribadian *agreeableness* juga akan lebih bersedia untuk berbagi pengetahuan.

Berdasarkan permasalahan di atas didukung dengan teori yang relevan, maka hipotesis penelitian yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut “Ada hubungan antara *trust* dan kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan”.

Metode

Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah kuantitatif Sugiyono (2011) dengan pendekatan korelasional. Pendekatan korelasional dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan hubungan antar variabel-variabel (Reksoatmodjo, 2007). Karena tujuan dari penelitian ini adalah ingin mencari hubungan antara *trust* dan kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini 101 karyawan PT. Pertamina Balikpapan Unit Pemasaran Region VI. Adapun variabel penelitian ini terdiri atas 3 variabel. Variabel penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri atas *trust* dan kepribadian *agreeableness* dan variabel terikat yaitu intensi berbagi pengetahuan. Adapun definisi operasional variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Intensitas berbagi pengetahuan diartikan sebagai keinginan atau kemauan individu untuk berbagi pengetahuan baik *tacit* (pengetahuan yang didapatkan dari pengalaman, kegiatan-kegiatan yang dilakukan, dan biasanya dibagikan lewat diskusi-diskusi, cerita-cerita) maupun *explicit* (pengetahuan berupa pernyataan yang didokumentasikan) dalam bentuk memberi pengetahuan maupun meminta pengetahuan kepada orang lain.
2. *Trust* adalah suatu keadaan psikologis yang terdiri dari niat untuk menerima kerentanan yang dibangun melalui perilaku mempercayai (*trusting*) dan dipercayai (*trustworthy*). Kerentanan di sini dimaksudkan sebagai mudah diserang, dikhianati, dilukai, rawan.
3. Kepribadian *agreeableness* ini terkait dengan orang-orang yang menghindari konflik. Orang dengan skor tinggi cenderung mudah percaya, murah hati, mengalah, mudah menerima dan memiliki perilaku yang baik. Orang yang memiliki skor rendah pada *agreeableness* umumnya mudah curiga, pelit, tidak bersahabat, tidak ramah, mudah kesal dan suka mengkritik orang lain, lebih agresif dan kurang bekerjasama.

Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi yakni untuk meramalkan hubungan satu atau dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat yaitu untuk mengetahui hubungan antara *trust* dan faktor kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan. Maka analisis regresi yang digunakan adalah regresi ganda/*multiregression* (Gulo, 2010) karena variabel bebas (*independent*) yang berhubungan dengan variabel terikat (*dependent*) lebih dari satu. Perhitungan statistik dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Packade for Social Science*) 13 for Windows.

Pengukuran

Di dalam penelitian ini digunakan 3 skala pengukuran. Adapun rincian dari skala yang digunakan adalah :

1. Skala intensitas berbagi pengetahuan diukur menggunakan teori menurut Ajzen (2005) dan Van den Hoof & De Ridder (2004) yang terdiri dari 1). Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh 2 indikator yaitu : *Behavioral Beliefs* dan *Outcome Evaluation*. 2). Norma Subjektif terdiri dari 2 indikator yaitu: *Normatif Beliefs* dan *Motivation to comply*. 3). Persepsi kontrol perilaku terdiri dari 2 indikator yaitu : *Control beliefs* dan *Power of control beliefs*. 4). *Knowledge donating* dan 5). *Knowledge collecting*. Sedangkan cara untuk mengetahui validitas item ini yaitu dengan menggunakan teknik korelasi *corrected item-total correlation*. Taraf kepercayaan yang digunakan dalam uji validitas item pada penelitian ini adalah 95% dengan nilai *corrected item* yang memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,194). Skala intensitas berbagi pengetahuan yang berjumlah 50 item didapatkan 44 yang memenuhi indeks daya diskriminasi

item dan 6 item dinyatakan gugur. Besar nilai *corrected item total correlation* antara 0,240 - 0,663. Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,941. Hasil ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas skala intensi berbagi pengetahuan telah melebihi batas minimal koefisien reliabilitas 0,700. Maka berdasarkan hal tersebut skala intensi berbagi pengetahuan dapat dikatakan reliabel.

2. *Skala Trust* karyawan diukur dengan menggunakan skala *trust* yang terdiri dari lima aspek yang disusun berdasarkan teori Johnson & Johnson (2008). Adapun Skala *trust* Menurut Johnson & Johnson (2008), terdiri dari 2 aspek yaitu : 1). aspek percaya (*trust*) melibatkan keterbukaan (*openness*) dan berbagi (*sharing*). Dan 2). aspek dipercayai (*trustworthy*) yang melibatkan penerimaan (*acceptance*), dukungan (*support*) dan intensi bekerjasama (*cooperative intentions*). Skala *trust* yang berjumlah 44 item didapatkan yang 39 memenuhi indeks daya diskriminasi item dan 5 item dinyatakan gugur. Besar nilai *corrected item total correlation* antara 0,244 - 0,643. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada skala *trust* diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,937. Hasil ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas skala *trust* telah melebihi batas minimal koefisien reliabilitas 0,700. Maka berdasarkan hal tersebut skala *trust* dapat dikatakan reliabel.

3. Goldberg memelopori adanya bank item mengenai inventori kepribadian yang dipublikasikan dalam *International Personality Item Pool* (IPIP), website IPIP merupakan suatu usaha secara internasional untuk mengembangkan sebuah inventori kepribadian yang berasal dari item-item domain publik

dan skala tersebut dapat digunakan untuk tujuan ilmiah maupun tujuan komersil (<http://ipip.ori.org/>). Skala kepribadian *agreeableness* tersebut adalah : Kepercayaan (*Trust*), Moralitas (*Morality*), Berperilaku menolong (*Altruism*), Kemampuan bekerjasama (*Cooperation*), Kerendahan hati (*Modesty*), Simpatik (*Sympathy*). Skala kepribadian *agreeableness* yang berjumlah 60 item didapatkan 45 yang memenuhi indeks daya diskriminasi item dan 15 item dinyatakan gugur. Besar nilai *corrected item total correlation* antara 0,217 - 0,550. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada skala kepribadian *agreeableness* diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,887. Hasil ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas skala kepribadian *agreeableness* telah melebihi batas minimal koefisien reliabilitas 0,700. Maka berdasarkan hal tersebut skala kepribadian *agreeableness* dapat dikatakan reliabel.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa regresi bertahap untuk mengetahui hipotesis pertama, diperoleh nilai $\beta = 0.238$, $R^2 = 0.482$, $t = 4.860$ dan $p = 0.000$. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *trust* dengan intensi berbagi pengetahuan pada karyawan PT. Pertamina Balikpapan Unit Pemasaran Region VI. Jadi hipotesis pertama diterima.

Dari hasil uji regresi model bertahap untuk mengetahui hipotesis kedua, diperoleh nilai $\beta = 0.759$, $t = 15.509$, $R^2 = 0.814$ dan $p = 0.000$. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ berarti bahwa terdapat hubungan antara kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan pada karyawan PT. Pertamina Balikpapan Unit Pemasaran

Region VI. Jadi Hipotesis kedua diterima.

Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji hipotesis terdapat hubungan antara *trust* dan kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan pada karyawan perusahaan berbasis *knowledge management* di PT. Pertamina Balikpapan Unit Pemasaran Region VI. Dari hasil analisa regresi model penuh atas variabel-variabel bebas *trust* dan kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan secara bersama-sama didapatkan nilai $F = 278.033$, $R^2 = 0.847$, dan $p = 0.000$. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *trust* dan kepribadian *agreeableness* dengan intensi berbagi pengetahuan pada karyawan PT. Pertamina Balikpapan Unit Pemasaran Region VI. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Dengan nilai $R^2 = 0.847$ berarti bahwa didapatkan sumbangan efektif variabel *trust* dan kepribadian *agreeableness* terhadap intensi berbagi pengetahuan sebesar 84,7%, sisanya 15,3% terdapat pada variabel lain yang mempengaruhi intensi berbagi pengetahuan seperti faktor lingkungan organisasi, komitmen, interaksi sosial, kepribadian *extraversion*, *emotional stability*, *conscientiousness*, dan *openness to experience*.

Pembahasan

Intensi berbagi pengetahuan dapat terhambat jika tidak adanya *trust*. Karena *trust* akan mendorong kerelaan masing-masing individu untuk berbagi pengetahuan. Berdasarkan Teori Perilaku Terencana, perilaku seseorang ditentukan oleh niat untuk melakukan suatu perilaku. Tujuannya itu sendiri

ditentukan oleh sikap seseorang dan norma subjektif terhadap perilaku yang didefinisikan sebagai “persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir bahwa individu harus melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Sikap berbagi pengetahuan adalah tingkat perasaan positif seseorang tentang berbagi pengetahuan (Brock et al, 2010). Dalam hal ini *trust* merupakan bagian dari persepsi positif seseorang.

Trust dalam kelompok dapat berubah sesuai dengan kemampuan dan kemauan setiap anggota untuk percaya (*trust*) dan dapat dipercayai (*trustworthy*). Karyawan dengan *trust* yang tinggi membangun dan mempertahankan *trust* dengan menjadi dipercayai (*trustworthy*). Semakin menerima, mendukung dan adanya keinginan untuk bekerjasama dengan orang lain, maka orang lain akan semakin dapat mengemukakan pemikiran-pemikirannya, ide-ide, teori-teori, kesimpulan-kesimpulan, perasaan dan reaksinya. Apabila *trust* terhadap rekan kerja tinggi, maka rekan kerja bukan dipandang sebagai ancaman ketika memiliki kekayaan pengetahuan. Begitupun sebaliknya, pekerja tidak akan enggan bertanya kepada rekannya untuk menggali pengetahuan penting karena telah percaya dengan kualitas dan kemampuan rekan kerja tersebut.

Intensi berbagi pengetahuan berhubungan juga dengan kepribadian si pemberi pengetahuan. Kepribadian *agreeableness* yang memiliki indikator *trust*, *altruism* (berperilaku menolong) dan perilaku kooperatif. Karakteristik kepribadian yang memang berkorelasi dengan intensi berbagi pengetahuan.

Penelitian lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Joen et al (2011) menemukan bahwa motivasi intrinsik

seperti senang membantu dan kebutuhan berteman (*affiliation*) memiliki pengaruh positif dalam sikap terhadap perilaku berbagi pengetahuan. Karakteristik orang yang memiliki *need of affiliation* ada kesamaan dengan karakteristik kepribadian *agreeableness* antara lain selalu berusaha untuk menghindari konflik, lebih suka bersama dengan orang lain dibandingkan sendiri.

Sementara menurut penelitian yang dilakukan oleh Zhihong et al (2010) menemukan bahwa motivasi intrinsik (*need for affiliation*) karyawan untuk memuaskan kebutuhannya sedapat mungkin jelas akan membuat individu menampilkan intensi untuk berbagi pengetahuan. Hal ini berkaitan dengan hasrat atau keinginan untuk berbagi pengetahuan *tacit*.

Selama interaksi berlangsung, seorang *agreeableness* dapat membangun hubungan yang kuat dan hubungan seperti ini bahkan dapat meningkatkan *trust*. Intensi berbagi pengetahuan adalah asosiasi positif dengan persahabatan (Wu, 2000). Pemilik pengetahuan bersedia untuk berbagi adalah dasar *trust* mereka pada orang lain dan tingkat *trust* memutuskan tingkat berbagi pengetahuan (Cheng dan Li, 2001).

Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya meneliti satu variabel kepribadian *agreeableness* padahal masih terdapat empat variabel kepribadian dalam kepribadian *big five*. Selain itu peneliti hanya meneliti karyawan Pertamina di unit Pemasaran padahal masih banyak unit-unit lain yang dapat dijadikan sampel penelitian.

Saran

Mengingat sumbangan *trust* dan kepribadian pada karyawan, maka peneliti menyarankan hal-hal berikut :

1). Bagi perusahaan. Dengan sudah adanya wadah berbagi pengetahuan diharapkan Pertamina dapat memanfaatkannya secara optimal sehingga dapat lebih menumbuhkan kembangkan aktivitas berbagi pengetahuan yang bersifat informal. Maka diharapkan Pertamina dapat lebih memahami karakteristik manusia sebagai penentu dan pelaku berbagi pengetahuan seperti variabel *trust* dan kepribadian *agreeableness*. Apabila perusahaan mampu menciptakan suasana dimana akan mendorong *trust* dan memahami kepribadian karyawan, maka individu akan lebih mau untuk membagi pengetahuannya.

2). Bagi karyawan. Karyawan tentunya ingin merasakan manfaat yang potensial dari keterlibatannya dalam kegiatan berbagi pengetahuan. Selain adanya sistem penghargaan (*reward*) yang bersifat *monetary* (keuangan) bagi karyawan. Dengan berbagi pengetahuan, karyawan juga akan mendapatkan umpan balik yang akan memperoleh keahlian baru dan meningkatkan kemampuan kerjanya. Untuk itu karyawan disarankan untuk aktif terlibat di dalam kegiatan berbagi pengetahuan.

3). Peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini masih mengandung keterbatasan karena penelitian ini sangat terbatas pada faktor individu khususnya mengenai variabel *trust* dan kepribadian *agreeableness*. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain dengan pendekatan faktor sosial, faktor organisasi, faktor motivasi, faktor kepemimpinan dan faktor lain yang

dapat mempengaruhi intensi berbagi pengetahuan.

Daftar Pustaka

- Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality and Behaviour*. New York: Open University Press.
- Ajzen, Icek and Fishbein, Martin. 2010. *Predicting and Changing Behavior : The Reasoned Action Approach*. New York : Taylor Francis Group LLC. p. 39.
- Baharim, S. B. 2008. *The Influence of Knowledge Sharing on Motivation to Transfer Training: A Malaysian Public Sector Context*. Australia: Victoria University.
- Bock, G. W., Lee, J. Y., and Lee, J. 2010. Cross Culture Study on Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing. *Asia Pasific Journal of Information Systems*, Vol. 20, No. 3.
- Chen, T. Y., Chen, Y. M., Lin, C. J. And Chen, P. Y. 2010. A Fuzzy Trust Evaluation Method for Knowledge Sharing in Virtual Enterprise. *Computers Industrial Engineering*. 59 (4), pp.853-864.
- Cheng, J. W. & Li, S. C. 2001. The Relationship of Organization Justice, Trust and Knowledge Sharing Behaviors. *Journal of Human Resource Management*, Fall, 1(2), 69-93.
- Connelly, C. A., Kelloway, E. K., 2003. Predictors of Employees Perception of Knowledge Sharing Culture, Leadership and Organizational Development. *Journal*. 24 (5) 294-301.
- Cumming, Jeffrey. 2003. *Knowledge Sharing : A Review of The Literature*. The World Bank. Washington DC.
- Debowski, S. 2006. *Knowledge Management*. Singapore : Seng Lee Press Pte Ltd.
- Feist, J. & Feist Gregory J. 2008. *Theories of Personality Seventh Edition*. New York : McGraw Hill.
- Gulo. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Analisis Butir untuk Instrumen*. Yogyakarta : Andi.
- Helmi, Avin Fadilla dan Arisudana, Imam. 2009. Kepemimpinan Transformasional, Kepercayaan dan Berbagi Pengetahuan dalam Organisasi. *Jurnal Psikologi*, Vol. 36, No. 2. 95-105.
- Hsu, Bi Fen., Wu, Wei L.. & Yeh, Song Ryh. 2009. Interpersonal Trust and Knowledge Sharing: Moderating Effects Of Individual Altruism and Social Interaction Environment. *Social Behavior and Personality*, Vol 37, No. 1.
- Johnson, D and Johnson, F. 2008. *Joining Together, Group Theory and Group Skills 10th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kim, D. H. 2000. The Link Between Individual and Organizational

- Learning. *Sloan Management Review (Fall 1993)* : 37 - 50.
- Lam, P. T. H. 2010. *An Empirical Study on Factors Affecting Knowledge Sharing Intention in Vietnam*. Thesis. (<http://ir.lib.stu.edu.tw/ir/retrieve/1042/stu-99-S97631220-1.pdf>, diakses 14 Januari 2014).
- Lin, C. P. 2007. Share or not to Share: Modeling Tacit Knowledge Sharing, its Mediators and Antecedent. *Journal of Business Ethics*. 70,41-428. ideas.repec.org diakses dari pada tanggal 14 Januari 2014.
- Nahapiet, J., & Ghosal, S. 1998. Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, Vol. 23, 243-266.
- Reksoatmodjo, T. N. 2007. *Statistika untuk Psikologi dan Pendidikan*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- S. Jeon, Y. G. Kim, and J. Koh. 2011. An Intregative Model for Knowledge Sharing in Communities-of-Pratice. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 15, pp. 251 - 269.
- Scholefield, M. 2000. *Trust - A review*. http://www.relationship.org/research_papers/Trust.pdf diakses 14 Januari 2014.
- Searl, Rosalind H., & Skinner, Denise. 2011. *Trust and Human Resource Management*. USA : Edward Elgar Publishing, Inc. p. 430.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Szulanski, G., Cappetta, R., & Jensen, R. J. 2004. When and How Trustworthiness Matters: Knowledge Transfer and Moderating Effect of Causal Ambiguity. *Organization Science*, 15, 600-613.
- Van Den Hoof, B & De Ridder, JA. 2004. Knowledge Sharing in Context : The Influence of Organizational Commitment, Communication Climate Use on Knowledge Sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117 -130.
- Wan-Yih, Wu., Badri, Munir. 2010. Why should I share? Examining Consumers' Motives and Trust on Knowledge Sharing. *Journal of Computer Systems*, Vol. 59. Issue 4. p.11.
- Wasko, M. M., & Faraj, S. 2005. Why should I share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly* 29(1), 35-57.
- Wu, Y. S. 2000. *Knowledge Sharing in the Network Community, Business Administration National Cheng Chi University unpublished master dissertation*.
<http://ipip.ori.org/> diakses 5 Oktober 2013.