

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1.1.1 Profil

PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan perusahaan perbankan berbasis syariah yang mayoritas sahamnya (99,99%) dimiliki Bank Mandiri. BSM lahir pada tahun 1999 ketika Indonesia masih dilanda krisis moneter. Krisis ini membuat banyak perusahaan tumbang, termasuk perusahaan perbankan. Pada 30 Juli 1999 pemerintah akhirnya melakukan merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) menjadi PT Mandiri. Dalam proses merger, sambil melakukan konsolidasi, Bank Mandiri membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah setelah berlakunya UU No. 10/1998 yang memberi peluang bagi bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Senin, 1 November 1999, menjadi hari pertama beroperasinya BSM. Aset dan Laba BSM tumbuh signifikan, total aset tahun 2013, misalnya, mencapai Rp 63,96 triliun, tumbuh 17,95 % dibandingkan aset tahun di tahun 2012 sebesar Rp54,23 triliun.

Dalam memperkuat struktur pendanaan, BSM meningkatkan porsi dana konsumen dan *low cost fund*. Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dihimpun BSM pun terus meningkat secara signifikan mencapai Rp 56,46 triliun, tumbuh 19,09 % dibandingkan Dana Pihak Ketiga di tahun 2012 sebesar Rp 47,41 triliun. Selain itu dalam mencapai strategi utama sebagai bank syariah yang tumbuh sehat dan berkesinambungan, BSM mengubah segmen utama dari *corporate banking* menuju *go retail & micro banking*.

BSM memiliki tiga macam produk dan layanan yaitu : produk pendanaan, produk pembiayaan dan produk layanan. Produk pendanaan adalah produk perbankan yang menampung berbagai macam pendanaan dari para nasabah. Produk pendanaan ini meliputi: Tabungan BSM, BSM Tabungan Berencana,

BSM Tabungan Simpatik, BSM Tabungan Mabror, BSM Tabungan Junior, BSM Tabungan Dollar, BSM Tabungan Investa Cendikia (TIC), BSM Tabungan Perusahaan, BSM Tabungan Kurban, BSM Tabungan Pensiun, BSM Tabunganku, BSM Deposito, BSM Deposito Valas, BSM Giro, BSM Giro Valas, BSM Giro Singapore Dollar, BSM Giro Euro, dan BSM Obligasi.

Produk Pembiayaan yaitu produk permodalan BSM bagi para nasabah. Produk ini meliputi : BSM Pembiayaan Mudharabah, BSM Pembiayaan Musyarakah, BSM Pembiayaan Murabahah, BSM Pembiayaan Tabungan Haji, BSM Pembiayaan Talangan Haji, BSM Pembiayaan *Istishna*, Pembiayaan dengan Skema IMBT (*Ijarah Muntahiyah Bittamlik*), Pembiayaan *Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet*, BSM *Customer Network Financing*, BSM Pembiayaan Resi Gudang, BSM Pembiayaan Edukasi, Pembiayaan Kepada Koperasi Pegawai untuk Para Anggota (PKPA), BSM Implan, Pembiayaan Dana Berputar, BSM Optima Pembiayaan Pemilikan Rumah, Pembiayaan Umrah, BSM Pembiayaan Griya BSM, BSM Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi, BSM Sistem Pembayaran *Offline*, Pembiayaan dengan Agunan Investasi Terikat Syariah, Pembiayaan Kepada Pensiunan, Pembiayaan Peralatan Kedokteran.

Produk Layanan yaitu produk layanan atau jasa yang memudahkan proses transaksi dan keuangan nasabah. Produk layanan ini meliputi : BSM Card, BSM Sentra Bayar, BSM *Mobile Banking*, BSM *Net Banking*, BSM *Mobile Banking GPRS*, PPBA (Pembayaran melalui menu Pemindahbukuan di ATM), BSM *Pooling Fund*, BSM Pertukaran Valas, BSM Bank Garansi, BSM Electronic Payroll, BSM SKBDN, BSM *Letter of Credit*, BSM Transfer *Western Union*, BSM Kliring, BSM Inkaso, BSM Intercity Clearing, BSM RTGS (*Real Time Gross Settlement*), Transfer Dalam Kota (LLG), Transfer D.U.I.T (Dana Untuk Indonesia Tercinta), BSM Pajak Online, BSM Pajak Impor, BSM Referensi Bank, BSM *Standing Order*, BSM *Autosave*, BSM Transfer Valas.

### **1.1.2 Visi dan Misi**

Berikut adalah Visi dan Misi dari PT Bank Syariah Mandiri :

**Visi** : Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia.

**Misi :**

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
3. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
4. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
5. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

*Sumber :* <http://www.syariahmandiri.co.id/>

**1.1.3 Logo Perusahaan**

Bank Syariah Mandiri secara kuat menonjolkan warna hijau sebagai logo perusahaan yang mencerminkan dunia islam yang Universal. Berikut makna dan filosofi dibalik logo Bank Syariah Mandiri :

1. Makna Umum

- a. Pemilihan huruf kecil untuk huruf logo mencerminkan kedekatan kepada nasabah dengan tetap rendah hati.
- b. Ramah terhadap semua segmen bisnis dari semua kalangan.
- c. Kedua tulisan logo (mandiri dan syariah) sebagai satu kesatuan, namun boleh berganti warna bilamana diperlukan.

2. Warna Huruf

- a. Hijau melambangkan kesuburan, kemakmuran, kesejukan.
- b. Warna hijau juga identik dengan dunia Islam yang universal.

3. Gelombang Emas Cair (*liquid gold*)

- a. Gelombang emas cair menyimbolkan kekayaan, kesejahteraan, dan kejayaan.
- b. Lengkung emas simbol karakter yang *agile*, progresif, pandangan ke depan, *excellent* segala kemungkinan yang akan datang.

**Gambar 1.1 Logo PT Bank Syariah Mandiri**



Sumber: <http://www.syariahamandiri.co.id>

#### **1.1.4 Nilai Perusahaan**

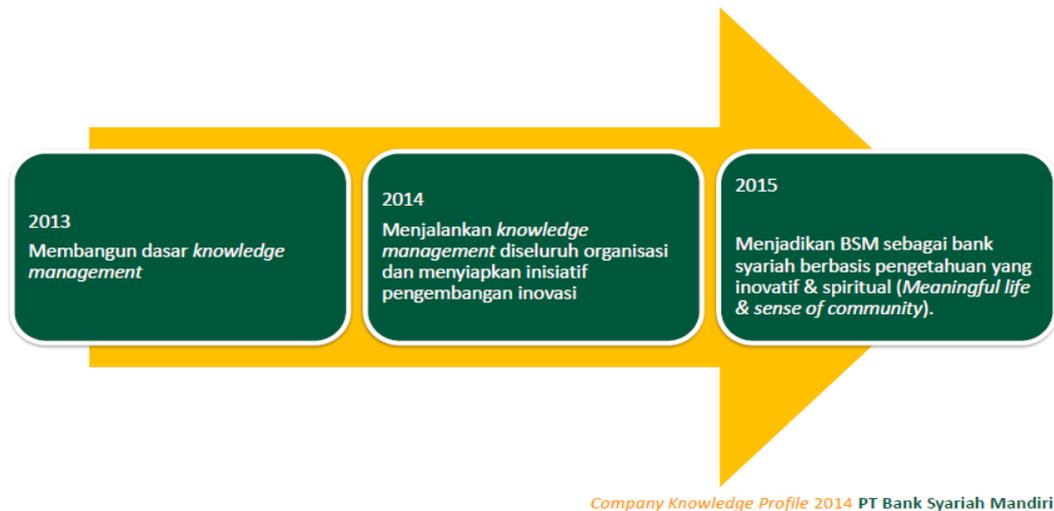
Dalam mendukung pencapaian Visi dan Misi Perusahaan, PT Bank Syariah Mandiri merumuskan nilai-nilai utama perusahaan yang disebut dengan *shared values* melalui Surat Edaran Direksi No. 10/001/UMM, tanggal 30 Januari 2008. BSM *shared values* adalah *ETHIC (Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity dan Customer Focus)* : *Excellence*, yaitu usaha mencapai hasil yang mendekati sempurna (*perfect result-oriented*); *Teamwork*, yaitu mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi; *Humanity*, yaitu mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan ; *Integrity*, yaitu berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi ; *Customer Focus*, yaitu mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal).

Sumber : <http://www.syariahamandiri.co.id/>

#### **1.1.5 Tinjauan Umum Objek Penelitian**

BSM menyadari bahwa proses penyebaran ilmu pengetahuan harus dikelola serta diatur secara terstruktur dan menyeluruh. Untuk mendukung proses penyebaran ilmu pengetahuan tersebut, Bank melaksanakan *Knowledge Management (KM) project* sejak tahun 2012. Implementasi *Knowledge Management* ditandai dengan *kick off Program KM* yang dilakukan pada tanggal 19 Juni 2013. Tujuan implementasi KM di Bank adalah menjadikan BSM sebagai Bank Syariah yang inovatif dan berbasis pengetahuan. Berdasarkan hal tersebut, BSM telah merumuskan *Roadmap Implementasi Knowledge Management* dengan gambaran sebagai berikut:

**Gambar 1.2 Roadmap Implementasi Knowledge Management BSM**

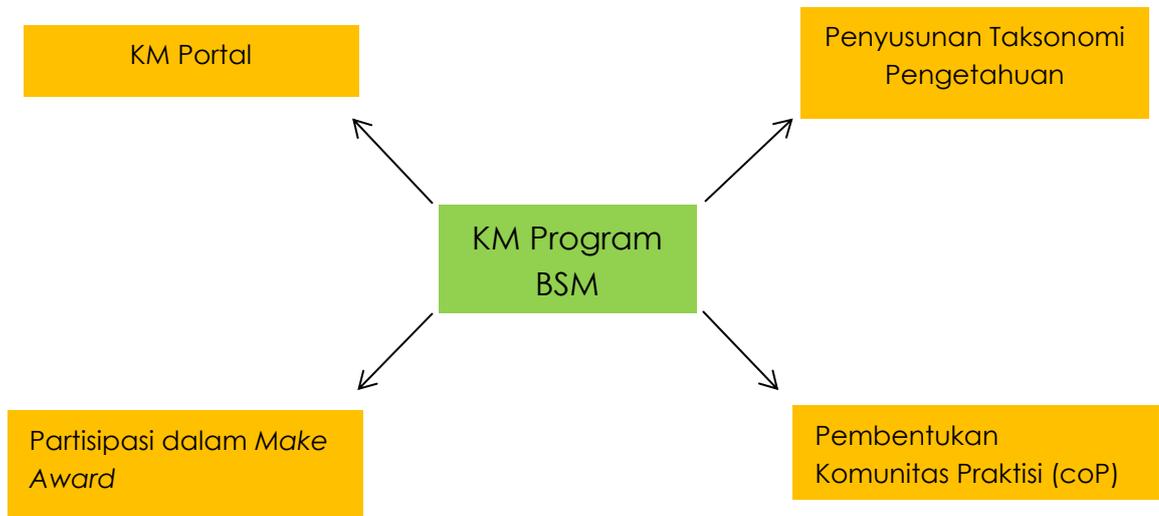


Sumber : Data Perusahaan

BSM KM *Roadmap* ini menjadi arahan dan acuan pergerakan KM di BSM. Dunamis *Organization Services* dan Teleos-Inggris menginisiasi pengukuran implementasi KM di perusahaan-perusahaan Indonesia atas tingkat komitmen dan kematangan organisasi yang berbasis pengetahuan melalui *Indonesian MAKE (Most Admire Knowledge Enterprise) Study*. Pada tahun 2013, BSM menjadi salah satu jajaran perusahaan finalis sepuluh besar penerima *Indonesian MAKE Awards*.

BSM menjadikan pengetahuan sebagai sesuatu yang penting sehingga BSM menobatkan perusahaannya sebagai organisasi yang terus menjadi pembelajar (*learning organization*). Hasil dari pembelajaran tersebut adalah BSM telah membuat suatu keputusan besar yaitu merubah haluan fokusnya dari *corporate banking* menjadi *retail banking*. BSM membidik kalangan usaha mikro kecil yang ramah lingkungan dengan label *Debt for Nature Swap*- Kementerian Negara Lingkungan Hidup (DNS-KLH). Hal ini merupakan penciptaan *core competency* baru sehingga BSM menjadi berbeda dari bank-bank lainnya.

**Gambar 1.3 Program KM BSM**



*Sumber : Annual Management Report 2013 (<http://www.syariahamandiri.co.id/>)*

Secara tertulis, BSM telah menyatakan beberapa program penerapan KM diperusahaan, hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.3. Beberapa program KM yang telah dilaksanakan adalah :

1. Pengembangan KM Portal, merupakan aplikasi berbasis web yang berfungsi untuk memfasilitasi seluruh pegawai dalam melakukan *knowledge sharing*, berkolaborasi, berdiskusi, bertanya kepada *expert* dan mencari pengetahuan yang dibutuhkan dalam mendukung penyelesaian pekerjaan para pegawai.
2. Penyusunan Taksonomi Pengetahuan, taksonomi pengetahuan merupakan system klasifikasi pengetahuan yang memungkinkan pembagian konsep dan turunannya secara hirarki. BSM telah menyusun taksonomi pengetahuan penting yang berfungsi sebagai rujukan dan panduan dalam mengevaluasi kesenjangan pengetahuan yang dimiliki dan yang dibutuhkan oleh BSM, dan berfungsi sebagai referensi dalam menjalankan kegiatan-kegiatan KM seperti *knowledge sharing* di CoP.
3. Pembentukan Komunitas Praktisi (CoP) *Community of Practice* (CoP) merupakan sekelompok pegawai yang berbagi kepedulian, masalah dan hasrat yang menyangkut suatu topik dan ingin memperdalam pengetahuan

serta keahlian mereka dengan cara berinteraksi secara rutin. Kelompok CoP BSM secara rutin menjalankan kegiatan *sharing* ataupun melakukan diskusi secara informal. Hasil notulensi kegiatan tersebut dimuat di menu CoP pada KM Portal. Ada 13 jumlah CoP pada tahun 2013 salah satunya adalah Kopabum (Komunitas Pegawai Sarapan Bubur Ayam) yang bergerak untuk meningkatkan keahlian dalam bidang pemasaran pembiayaan konsumen dan Clubing (*Club Marketing*) yang juga bergerak untuk meningkatkan keahlian dalam bidang pemasaran.

4. Keikutsertaan dalam MAKE (*Most Admired Knowledge Enterprise Award*). Pada tahun 2013 BSM terpilih sebagai salah satu pemenang 2013 *Indonesian MAKE Award* bersama 10 perusahaan lainnya.

Selain itu, BSM memiliki KM *Blueprint* dan *Knowledge Mapping*. Program-program KM di BSM, dikelola oleh bagian *Learning Centre Division* (LCD) yang struktur dan posisinya berada di bawah *Compliance & People Management Directorate*. LCD ini hanya terdapat di kantor BSM Pusat Jakarta. Pelaksanaan proses KM secara keseluruhan dilaksanakan oleh divisi-divisi *Pilot Project* yaitu divisi-divisi yang dijadikan percobaan dan percontohan yang dirancang untuk menguji dan menunjukkan dampak serta keefektifan pelaksanaan program-program KM. Divisi-divisi pilot project tersebut antara lain : *Business Banking 1 Group, Consumer Deposits Group, Consumer Finance Group, Financing Operation Group, Human Capital Group, Learning Center Group, Pawning Group, Treasury and International Banking Group, Transaction, Remittance and Electronic Banking Group dan Micro Banking Group*.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Di era ekonomi pengetahuan (*knowledge economy*), pekerjaan dengan basis pengetahuan akan menggantikan pekerjaan konvensional (tidak berbasis pengetahuan), karena tuntutan pekerjaan dan ketidakpastian yang semakin tinggi, serta kompleks (Shieh-Cheih et al dalam Kharabsheh, 2007:419). Pada era ini, pengetahuan menjadi suatu sumber daya yang sangat penting bagi generasi ekonomi pengetahuan, hal ini diperkuat dengan sebuah pernyataan yang

diungkapkan oleh Syed-Ikhsan, Rowland, Alavi, Leidner, Van den Hooff, De Ridder, dan Yang dalam Cheng (2009:313) bahwa pengetahuan (*knowledge*) merupakan aset yang sangat penting bagi suatu individu maupun organisasi agar dapat sukses dalam meraih keunggulan bersaing. Selain itu, informasi dalam bentuk pengetahuan harus dianalisis dan ditindaklanjuti secara akurat agar selanjutnya menjadi referensi bagi perusahaan atau organisasi dalam proses pengambilan keputusan. Saat ini pengetahuan menjadi kunci kesuksesan dan keberlanjutan suatu perusahaan karena hasil akhir dari pemanfaatan pengetahuan adalah inovasi. Inovasi dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan bersaing (Aulawi, 2009:175). Oleh karena itu penerapan *Knowledge Management* (KM) menjadi sebuah urgensi bagi perusahaan.

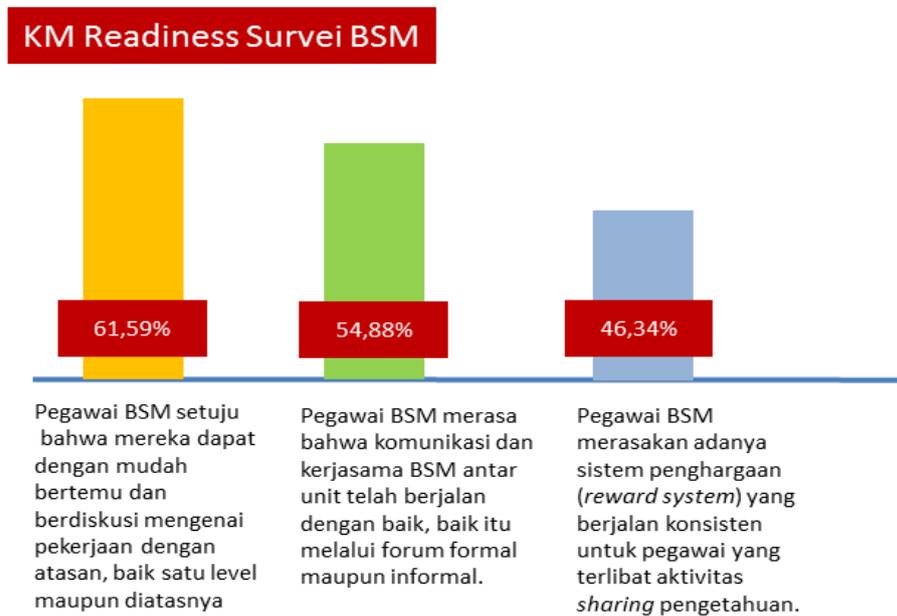
Salah satu proses *knowledge management* yang menjadi penting dalam organisasi adalah mendorong individu untuk melakukan *knowledge sharing* (Orr dan Persson dalam Aulawi, 2009:175). Reid dalam Lin (Lin, 2007:315) mengatakan bahwa *Knowledge sharing* dapat menciptakan peluang untuk meningkatkan kemampuan organisasi agar memenuhi kebutuhannya dan membantu menjadi solusi serta efisiensi sehingga menciptakan daya saing. Aulawi (2009:175) menambahkan bahwa melalui *knowledge sharing*, suatu pengetahuan dapat disebar, diimplementasikan, serta dikembangkan. Lindsey dalam Aulawi (2009:175) menyatakan bahwa kegiatan *sharing* mampu merangsang individu dalam organisasi untuk dapat berpikir secara kritis dan kreatif sehingga dapat menghasilkan pengetahuan baru yang berguna bagi perusahaan karena dalam kegiatan *sharing* ada aktivitas *re-used* dan regenerasi pengetahuan.

*Knowledge sharing* merupakan budaya interaksi sosial, yang menyertakan pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan *skill*, antar pegawai melalui seluruh departemen atau organisasi (Lin, 2007:315). Lin (2007:317) dalam penelitiannya mengkaji faktor-faktor terjadinya *knowledge sharing* berdasarkan *knowledge sharing enabler* yang menjelaskan antara faktor individu, faktor organisasi dan faktor teknologi saling berkorelasi. Sebagian besar *knowledge* melekat pada diri manusia, dan ini menjadi salah satu sumber daya tidak terlihat (*intangible asset*) bagi suatu organisasi. Suatu pengetahuan itu dibagikan atau tidak itu tergantung

dari individu yang bersangkutan. Connelly dan Kelloway dalam Lin (Lin, 2007:316) mengatakan bahwa sebuah perusahaan dapat sukses mempromosikan budaya *knowledge sharing* bukan hanya dengan secara langsung menghubungkan *knowledge management* dengan strategi bisnisnya, tapi juga dengan merubah perilaku dan kebiasaan pegawai untuk mempromosikan keinginan dan konsistensi pelaksanaan *knowledge sharing*. Oleh karena itu faktor individu dan organisasi menjadi *enabler* dalam kegiatan *knowledge sharing*. Individu merupakan objek serta subjek yang berbagi pengetahuan, sedangkan organisasi menjadi pendorong untuk menciptakan lingkungan dan budaya yang dapat mempengaruhi keberjalanan *knowledge sharing*. Faktor Individu terdiri dari *Enjoyment in helping others*, dan *Knowledge self-efficacy*, lalu Faktor Organisasi terdiri dari *Top management support* dan *Organizational reward*. Selain itu beberapa jurnal mengatakan bahwa penggunaan ICT memiliki peranan penting dalam melakukan *sharing* (Alawi et al, 2007:31; Sharrat dan Abel Usro, 2003:193; Lin, 200:317), karena itu peneliti memasukan faktor teknologi yaitu *ICT use* dalam keberjalanan *knowledge sharing*.

Wawancara telah dilakukan dengan salah satu staff ahli penyelenggara *Knowledge Management* di BSM, M Robie Riva'i pada tanggal 02 Februari 2015 terkait penyelenggaraan *knowledge management* di BSM, terutama untuk pelaksanaan *knowledge sharing*. Berdasarkan hasil wawancara tersebut didapatkan informasi bahwa pelaksanaan *knowledge sharing* didukung oleh individu dalam organisasi hal ini dibuktikan oleh data *KM readiness survey* BSM sebanyak 61,59% pegawai BSM setuju bahwa mereka dapat dengan mudah bertemu dan berdiskusi mengenai pekerjaan dengan atasan, baik satu level maupun di atasnya. Selain itu 54,88% pegawai BSM merasa bahwa komunikasi dan kerjasama BSM antar unit telah berjalan dengan baik, baik itu melalui forum formal maupun informal.

Gambar 1.4 *KM Readiness Survei BSM*



Sumber : *Data Internal Perusahaan*

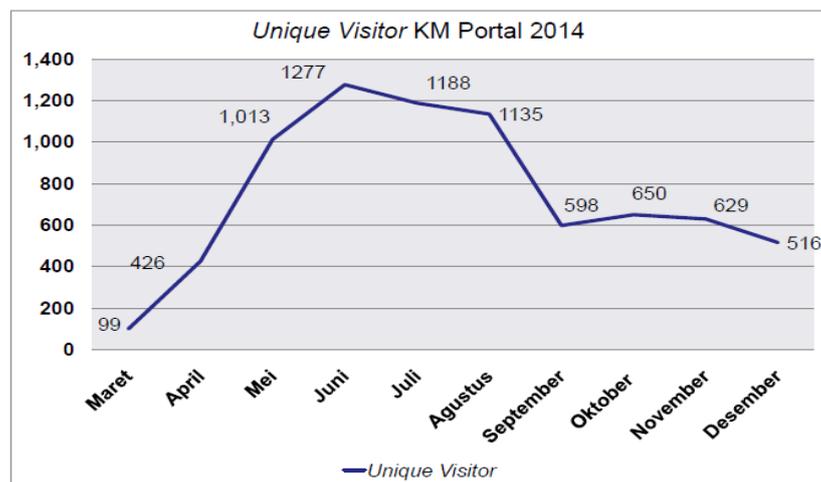
Namun, belum ada dorongan berupa *reward* (penghargaan) dari perusahaan untuk melancarkan kegiatan *sharing*, hal ini diperkuat dengan data hasil survei yang menyatakan bahwa hanya sebanyak 46,34% pegawai BSM yang merasakan adanya sistem penghargaan (*reward system*) yang berjalan konsisten untuk pegawai yang terlibat aktivitas *sharing* pengetahuan, padahal Syed-Ikhsan dan Rowland dalam Alawi et.al (2007:25) mengatakan bahwa pegawai memerlukan motivator atau penggerak yang kuat untuk berbagi pengetahuan. Hasil dari penelitian Alawi et.al menunjukkan bahwa *reward system* baik itu insentif berupa *financial reward* maupun *non-financial reward* (penghargaan dan pengakuan) dapat menggerakkan pegawai untuk berbagi pengetahuan. Selain itu, data *KM readiness survey* di PT Bank Syariah Mandiri memperlihatkan bahwa prioritas utama implementasi pengelolaan pengetahuan (KM) ialah mengembangkan kesadaran dan budaya untuk melakukan *sharing* dan berbagi pengetahuan artinya, secara organisasi dan budaya, BSM belum sepenuhnya mendukung keberjalanan *sharing*.

Teknologi dan sistem informasi merupakan sebuah fasilitas bagi suatu individu atau organisasi dalam melakukan *sharing* (Alawi et.al 2007: 25). Chung dalam Sharrat dan Abel Usoro (2003:190) mengatakan bahwa teknologi informasi

dapat memfasilitasi kerja kolaboratif dan memungkinkan proses transfer pengetahuan. Tentu saja sistem dan teknologi informasi yang dibuat harus berkualitas karena hal ini mempengaruhi partisipasi para pengguna atau komunitas online (Yoo dalam Sharrat dan Abel Usro, 2003:193). Dari data KM *readiness survey* didapatkan bahwa hanya 39,02% persen yang setuju bahwa KM system BSM telah digunakan untuk melakukan aktivitas berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing*.

Menurut penuturan M. Robie Riva'i, dari segi teknologi dan media informasi untuk *Sharing*, BSM telah meluncurkan sebuah platform yaitu KM Portal, namun masih ada beberapa kendala yang dirasakan oleh pihak manajemen dalam mengelola KM Portal yaitu menyelaraskan Platform utama BSM dengan KM Portal, selain itu untuk mengembangkan KM Portal ini BSM masih menggunakan vendor dan belum memiliki *programmer* sendiri sehingga ketika terjadi kendala teknis, maka tidak dapat diselesaikan dengan segera. Saat KM Portal ini diluncurkan, KM Portal ini menjadi *default* dalam tampilan *explorer* komputer pegawai, berikut adalah data *tren* penggunaan KM Portal pada tahun 2014 dari bulan Maret hingga Desember.

**Gambar 1.5 Grafik Jumlah Pengunjung KM Portal**

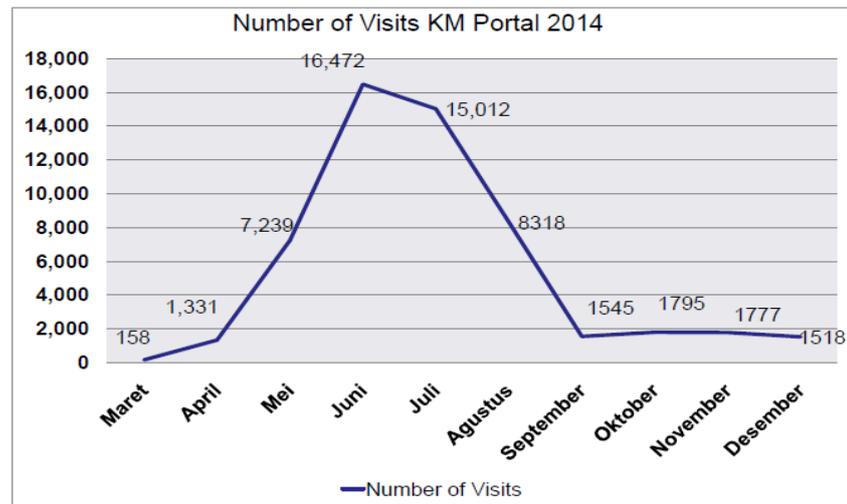


*Sumber : Data Internal Perusahaan*

Grafik 1.5 menggambarkan jumlah pengunjung KM Portal yaitu jumlah pegawai yang melakukan login dan masuk ke dalam KM Portal, sedangkan gambar 1.6 adalah jumlah kunjungan halaman KM Portal, yaitu seberapa kali klik pegawai dalam mengakses halaman yang tersedia di KM Portal. Pada bulan Maret

hingga September, KM Portal masih menjadi *Default* yang muncul ketika pegawai membuka halaman *browser* atau *explorer*, hal ini dilakukan untuk mensosialisasikan KM Portal kepada seluruh pegawai serta meningkatkan *awareness* atau kesadaran dari para pegawai akan kehadiran KM Portal.

**Gambar 1.6 Grafik Jumlah Kunjungan KM Portal**



*Sumber : Data Internal Perusahaan*

Pada bulan September hingga akhir Desember KM Portal sudah tidak menjadi *default* di halaman web browser pegawai, sehingga terjadi penurunan jumlah pengunjung dan kunjungan di KM Portal, serta muncul data asli pengguna KM Portal yang secara alami mengakses KM Portal bukan karena *default*. M. Robie Riva'i mengakui bahwa masing-masing implementasi pada program *Knowledge Sharing* memiliki tantangan tersendiri, dalam pelaksanaan CoP, tantangannya adalah menjaga konsistensi pelaksanaannya, CoP sendiri baru berjalan dan disosialisasikan di kantor pusat BSM dan belum menyeluruh hingga ke cabang.

Berdasarkan hasil pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa secara individu, pegawai BSM telah memiliki kecenderungan untuk melakukan aktivitas *sharing*, namun secara budaya dan organisasi, BSM belum sepenuhnya mendukung keberjalanan *sharing*, sedangkan secara teknologi masih terdapat beberapa kendala sehingga masih sedikit yang menggunakan *KM System* untuk melakukan aktivitas *sharing*, peneliti berkesimpulan bahwa individu dalam BSM

adalah faktor dominan yang menjadikan kegiatan *sharing* di BSM menjadi kuat. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut diantara ketiga faktor (Individu, Organisasi dan Teknologi), faktor apa yang berperan lebih dominan dalam mendukung kegiatan *sharing* dan faktor apa yang kurang berpengaruh signifikan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan terhadap apa yang perlu ditingkatkan.

Selain itu, penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Permadi (2013:18) dengan kerangka pemikiran yang sama yaitu mengadopsi jurnal Lin (2007:317) dan menghilangkan pengaruh terhadap inovasi. Ada suatu hal yang menarik dari hasil penelitian yang dilakukan di perusahaan PT. Krakatau Steel tersebut, yaitu faktor teknologi berpengaruh negatif terhadap *knowledge sharing*. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa kemungkinan teori yang digunakan oleh Lin di perusahaan-perusahaan Taiwan tidak kompatibel dan berbeda dengan Indonesia. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji hal ini lebih lanjut. Peneliti akan mengkaji penelitian Permadi jika dilakukan kembali di perusahaan perbankan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa perlu adanya kajian lebih mendalam bagaimana pengaruh *knowledge sharing enabler* dari Lin (2007:317) yang terdiri dari faktor individu, organisasi dan teknologi dan pengaruhnya terhadap *knowledge sharing* di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Individu, Organisasi, dan Teknologi terhadap *Knowledge sharing* di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat ”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini. Masalah yang menjadi fokus penulis adalah:

1. Bagaimana *individual factor to share* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat?

2. Bagaimana *organizational factor to share* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat?
3. Bagaimana *technology factor to share* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat?
4. Bagaimana *knowledge sharing* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat?
5. Bagaimana pengaruh *individual factor*, *organizational factor*, dan *technology factor* terhadap *knowledge sharing* secara parsial dan simultan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui *individual factor to share* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat.
2. Mengetahui *organizational factor to share* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat.
3. Mengetahui *technology factor to share* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat.
4. Mengetahui *knowledge sharing* pegawai PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat.
5. Mengetahui pengaruh *individual factor*, *organizational factor*, dan *technology factor* terhadap *knowledge sharing* di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat secara parsial dan simultan.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Bagi Perusahaan**

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sarana bagi BSM untuk membangun organisasi yang mengedepankan peningkatan yang berkelanjutan (*continuously improvement*) dalam menjamin keberhasilan *knowledge management* sehingga terciptanya organisasi pembelajar yang efektif.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menganalisis keberjalanan *knowledge sharing* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan kemampuan berinovasi.

### **1.5.2 Bagi Akademik**

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah pengetahuan untuk perkembangan kajian literasi di bidang *knowledge management*, khususnya *knowledge sharing* dan manfaatnya bagi perkembangan organisasi di era *knowledge economy*.
2. Memberikan sebuah gambaran kesesuaian antara teori dan praktik yang terjadi di perusahaan, analisa diharapkan mampu menjadi penghubung dan solusi dalam menghadapi isu-isu yang terjadi seputar implementasi *knowledge sharing*.

### **1.5.3 Bagi Penulis**

Memperdalam pemahaman kajian seputar *knowledge management* dan implementasinya dari segi teori maupun secara praktik di perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk memperlihatkan gambaran umum penelitian. Kerangka, tujuan, arah, hingga hasil penelitian agar mudah dipahami, berikut sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab awal memaparkan seputar tinjauan terhadap objek pustaka, latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua memaparkan rangkuman teori-teori yang digunakan yaitu seputar perilaku organisasi, *organizational development*, definisi *knowledge*, definisi *knowledge management*, proses *knowledge sharing*,

definisi *knowledge sharing*, manfaat *knowledge sharing*, *knowledge sharing enabler*, *knowledge collecting* dan *knowledge donating* penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat membahas analisa data-data yang telah diproses selama penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima berisi kesimpulan akhir hasil penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.