



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**PENGARUH *PERSON-ENVIRONMENT FIT* PADA PERILAKU  
BERBAGI PENGETAHUAN SECARA *ONLINE* MELALUI  
KOMITMEN AFEKTIF SEBAGAI PEMEDIASI  
(Studi pada Karyawan Bank Syariah Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh  
**Agus Budiawan**  
NIM. 7311413236

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2018**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke Sidang  
Panitia Ujian Skripsi pada

Hari : Kamis

Tanggal : 22 Februari 2018



Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing



Rini Setyo Witiastuti, S.E., M.M.

NIP. 197610072006042002

Nury Ariani Wulansari, S.E., M.Sc

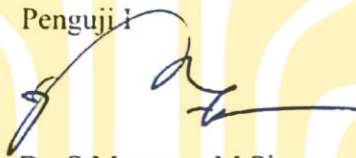
NIP. 198501082009122004

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 8 Maret 2018

Penguji I



Dr. S Martono, M.Si  
NIP. 196603081989011001

Penguji II



Dr. Ketut Sudarma, M.M.  
NIP. 195211151978031002

Penguji III



Nury Ariani Wulansari, S.E., M.Sc.  
NIP. 198501082009122004



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Wahyono, M.M.  
NIP. 195601031983121001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Budiawan

NIM : 7311413236

Tempat Tanggal Lahir : Temanggung, 16 Agustus 1994

Alamat : Jurang (04/03), Desa Canggal,

Kec. Candiroto, Kab. Temanggung 56257

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya, pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip dan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, 22 Februari 2018



Agus Budiawan  
7311413236

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

*“Knowing is not enough, we must apply. Willing is not enough, we must do”.*

(Johann Wolfgang von Goethe)

### Persembahan

1. Skripsi ini dipersembahkan kepada: Ibu Rohmini dan Bapak Suroso selaku orang tua tercinta, adikku, serta seluruh keluarga tersayang.
2. Almamaterku Universitas Negeri Semarang.

## PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini mengambil judul **“Pengaruh *Person-Environment Fit* pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara *Online* melalui Komitmen Afektif sebagai Pemediasi (Studi Pada Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang)”**.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, saran, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu hingga menyelesaikan studi strata satu di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti perkuliahan program studi Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Rini Setyo Witiastuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan pengesahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Nury Ariani Wulansari, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan dalam penyusunan Skripsi.
5. Dr. S Martono, M.Si., selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan saran untuk skripsi ini.

6. Dr. Ketut Sudarma, M.M., selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan saran untuk skripsi ini.
7. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kemudahan dalam hal administrasi maupun sarana prasarana dalam mempermudah penyusunan skripsi.
8. Kepala HRD dan semua karyawan Bank Syariah di Kota Semarang.
9. Orang tua tercinta dan segenap keluarga tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa baik secara moral maupun material.
10. M. Fauzi Annur, Fajar Maulana dan M. Najib Asyrof yang selalu membantu dan memberikan dukungan sekaligus telah menjadi keluarga kedua saya selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
11. Antun Sari, Dyas Rinandhi, Siti Sovika, Noor Indah, Dini Auliasari, Afida, Dita Ratnasari, Istiana, dan Arif Widaryanto, kawan-kawan seperjuangan yang saling membantu dalam segala urusan yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu dan telah turut membantu kelancaran dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala memberikan balasan atas segala kebaikannya dan tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang budiman.

Semarang, 22 Februari 2018  
Penulis,



Agus Budiawan  
NIM. 7311413236



## SARI

**Budiawan, Agus.** 2018. Pengaruh *Person-Environment Fit* pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara *Online* melalui Komitmen Afektif sebagai Pemediasi (Studi pada Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang). Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Nury Ariani wulansari, S.E., M.Sc.

**Kata Kunci :** Komitmen Afektif, Perilaku Berbagi Pengetahuan, *Person-Environment Fit*

Berbagi pengetahuan merupakan proses organisasi yang berperan penting dalam menghasilkan peluang bisnis dari penciptaan ide-ide baru sebagai peningkatan kinerja seseorang di dalam sebuah lingkungan kerja. Dengan adanya kesesuaian antara nilai-nilai lingkungan organisasi dengan nilai-nilai karyawan, maka SDM yang memiliki karakteristik personal akan menyesuaikan dirinya dengan lingkungan kerja. Kesesuaian orang dengan lingkungan kerja merupakan kekuatan yang dapat menilai karyawan dalam mencapai kepuasan dan menciptakan ikatan emosional karyawan dengan organisasinya. Ikatan secara emosional inilah yang menjadi kunci dalam berbagi pengetahuan yang dapat membangun organisasi lebih baik lagi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* melalui peran mediasi komitmen afektif.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan bank syariah di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik data *proportionate random sampling* dan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin*. Jumlah sampel sebanyak 132 karyawan. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Metode Analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis jalur. Analisis data menggunakan *software SPSS for Windows* versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dan komitmen afektif. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen afektif dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*. Selanjutnya penelitian ini menemukan bahwa *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* melalui komitmen afektif.

Simpulan dari penelitian ini yaitu *Person-Environment Fit* yang dimiliki oleh karyawan cenderung meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* jika karyawan bank syariah di Kota Semarang memiliki komitmen afektif terhadap bank tempat bekerja. Karyawan yang memiliki kesesuaian atas nilai-nilai pribadi dengan lingkungan organisasinya akan meningkatkan ikatan emosional dengan organisasi dan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*. Saran bagi seluruh bank syariah di Kota Semarang yaitu untuk meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan maka manajemen bank syariah harus meningkatkan *Person-Environment Fit* dan juga komitmen afektif karyawan.



## ABSTRACT

**Budiawan, Agus.** 2018. The Influence of Person-Environment Fit on Online Knowledge Sharing: The Mediating Effect of Affective Commitment (Study On Employees of Islamic Bank in Semarang City). Final Project. Management Department. Economics Faculty. Semarang State University. Advisor: Nury Ariani Wulansari, S.E., M.Sc.

**Keywords: Affective Commitment, Person-Environment Fit, Knowledge Sharing Behavior**

Knowledge sharing is an organizational process that plays an important role to generate business opportunities from creating new ideas as an improvement of person's performance in their environment. Given the conformity between the organization's environmental values and employee values, the human resources that have personal characteristics will adapt to their work environment. Person-Environment fit is a strength that can assess employees in achieving satisfaction and create emotional bonds of employees with the organization. This emotional bond is the key to share knowledges that can build a better organization. The purpose of this study was to determinate the influence of Person-Environment Fit on online knowledge sharing behavior through the mediating role of affective commitment.

The population of this study are employees of Islamic bank in Semarang City. Sampling technique of data collection used propotionate random sampling and calculation the number of samples used Slovin formula. A total samples is 132 employees. Methods of data collection used observation, interviews, and quetionnaires. Methods of data analysis used descriptive analysis, classical assumption test, regression analysis, and path analysis. Data analysis used SPSS software for windows version 21.

The results shows that Person-Environment Fit have a significant positive effect on online knowledge sharing behavior and affective commitment. In addition, the results also shows that affective commitment have a significant positive effect on online knowledge sharing behavior. Furthermore, this study finds that the influence of Person-Environment Fit on online knowledge sharing can be mediated by affective commitment.

The conclusion of this study is Person-Environment Fit owned by employees tends to increase online knowledge sharing behavior if employees of Islamic bank in Semarang City have affective commitment. Employees who are in conformity with the organization can easily have compability with their environment. Suggestions for all of Islamic bank in Semarang City is to increase employees's online knowledge sharing behavior, management of Islamic bank must improve the Person-Environment Fit and also employees's affective commitment.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>SARI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	12
1.3. Cakupan Masalah .....	12
1.4. Perumusan Masalah .....	13
1.5. Tujuan Penelitian .....	14
1.6. Kegunaan Penelitian .....	15
1.6.1. Kegunaan Teoritis .....	15
1.6.2. Kegunaan Praktis .....	15
1.7. Orisinalitas Penelitian .....	16

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
2.1. Kajian Teori Utama ( <i>Grand Theory</i> ).....	18
2.1.1. Teori Pertukaran Sosial ( <i>Social Exchange Theory</i> ) .....	18
2.1.2. Teori Penyesuaian Pekerjaan ( <i>Theory of Work Adjustment</i> ) .....	20
2.1.3. Teori Identitas Sosial ( <i>Social Identity Theory</i> ) .....	23
2.2. Kajian Variabel Penelitian .....	25
2.2.1. Berbagi Pengetahuan .....	25
2.2.1.1 Definisi Berbagi Pengetahuan .....	25
2.2.1.2. Jenis-Jenis Berbagi Pengetahuan .....	27
2.2.1.3. Dimensi Berbagi Pengetahuan .....	27
2.2.1.4. Indikator Berbagi Pengetahuan .....	28
2.2.2. <i>Person-Environment Fit</i> .....	28
2.2.2.1. Definisi <i>Person-Environment Fit</i> .....	28
2.2.2.2. Dimensi <i>Person-Environment Fit</i> .....	29
2.2.2.3. Indikator <i>Person-Environment Fit</i> .....	30
2.2.3. Komitmen Organisasional .....	31
2.2.3.1. Definisi Komitmen Organisasional .....	31
2.2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasional	33
2.2.3.3. Indikator Komitmen Organisasional .....	34
2.3. Penelitian Terdahulu .....	34
2.4. Kerangka Berpikir .....	38
2.4.1. Hubungan <i>Person-Environment Fit</i> pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	38

2.4.2. Hubungan <i>Person-Environment Fit</i> pada Komitmen Afektif...	39
2.4.3. Hubungan Komitmen Afektif pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	40
2.4.4. Komitmen Afektif Memediasi Hubungan <i>Person-Environment Fit</i> pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	41
2.5. Hipotesis Penelitian .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Jenis Penelitian dan Desain Penelitian .....	46
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	46
3.2.1. Populasi .....	46
3.2.2. Sampel .....	48
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	49
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	52
3.3.1. Variabel Penelitian .....	52
3.3.1.1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variabel</i> ) .....	52
3.3.1.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variabel</i> ) .....	52
3.3.1.3. Variabel Mediasi ( <i>Intervening Variabel</i> ) .....	52
3.3.2. Definisi Operasional Variabel .....	53
3.3.2.1. <i>Person-Environment Fit</i> (X) .....	53
3.3.2.2. Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> (Y2).....	53
3.3.2.3. Komitmen Afektif (Y1).....	54
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	55
3.4.1. Metode Observasi.....	56

3.4.2. Metode Wawancara.....	56
3.4.3. Metode Kuesioner .....	57
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian .....	58
3.5.1. Uji Validitas .....	58
3.5.2. Uji Realibilitas .....	60
3.6. Metode Analisis Data .....	61
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	62
3.6.2. Uji Asumsi Klasik .....	63
3.6.2.1. Uji Normalitas .....	63
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas .....	64
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	65
3.6.3. Pengujian Hipotesis .....	67
3.6.3.1. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)...	66
3.6.3.2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
4.1. Gambaran Umum Hasil Penelitian .....	71
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.1.2. Gambaran Umum Responden .....	71
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Responden.....	71
4.1.2.2. Karakteristik Responden .....	71
4.1.3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	77
4.1.3.1. <i>Person-Environment Fit</i> .....	78
4.1.3.2. Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	82

4.1.3.3. Komitmen Afektif .....	84
4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	87
4.1.4.1. Uji Normalitas .....	87
4.1.4.2. Uji Multikolinieritas .....	89
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....	90
4.1.5. Pengujian Hipotesis .....	92
4.1.5.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	92
4.1.5.2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	95
4.2. Pembahasan .....	102
4.2.1 <i>Person-Environment Fit</i> pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	102
4.2.2. <i>Person-Environment Fit</i> pada Komitmen Afektif .....	104
4.2.3. Komitmen Afektif pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	105
4.2.4. Komitmen Afektif Memediasi Hubungan antara <i>Person- Environment Fit</i> pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	106
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
5.1. Simpulan .....	109
5.2. Saran .....	110
5.2.1 Teoritis .....	110
5.2.2. Praktis .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

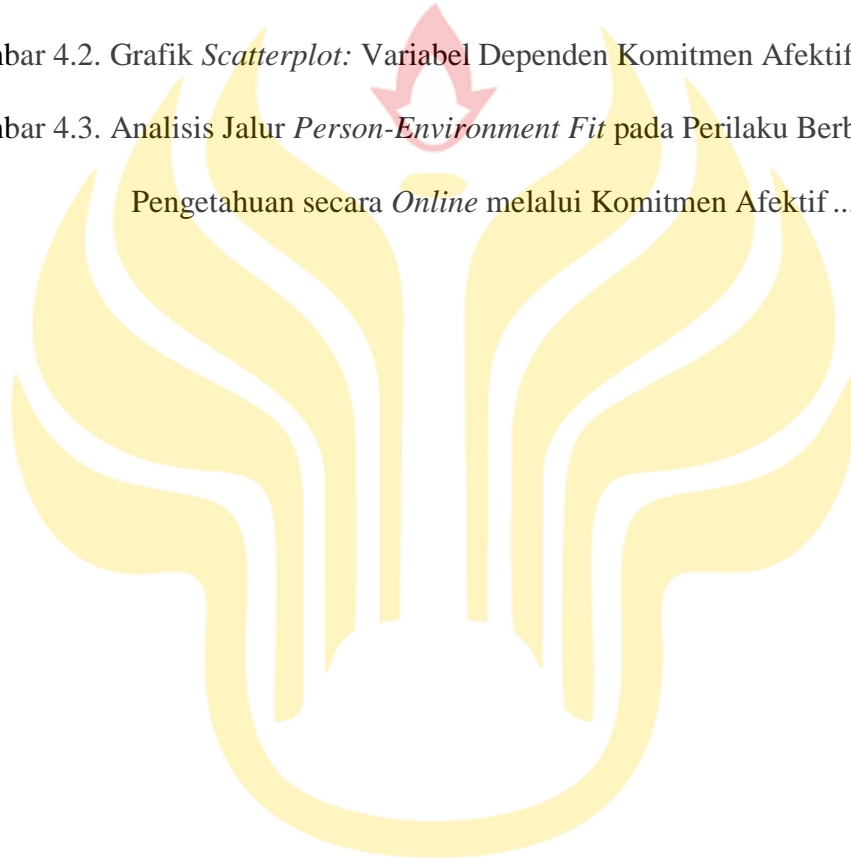
Tabel 1.1. <i>Research Gap</i> .....	5
Tabel 1.2. Hasil Survei Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang .....	10
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1. Bank Syariah di Kota Semarang per September 2017 .....	47
Tabel 3.2. Populasi Bank Syariah di Kota Semarang .....	48
Tabel 3.3. Ukuran Sampel Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang .....	50
Tabel 3.4. Ukuran Sampel Karyawan BNI Syariah .....	50
Tabel 3.5. Ukuran Sampel Karyawan BTN Syariah .....	51
Tabel 3.6. Ukuran Sampel Karyawan Bank OCBC NISP Syariah .....	51
Tabel 3.7. Ukuran Sampel Karyawan Maybank Syariah Indonesia .....	51
Tabel 3.8. Ukuran Sampel Karyawan Bukopin Syariah .....	51
Tabel 3.9. Variabel dan Indikator Pengukuran .....	57
Tabel 3.10. Pengukuran Skala <i>Likert</i> .....	57
Tabel 3.11. Uji Validitas Variabel <i>Person-Environment Fit</i> .....	59
Tabel 3.12. Uji Validitas Variabel Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	59
Tabel 3.13. Uji Validitas Variabel Komitmen Afektif .....	60
Tabel 3.14. Uji Reliabilitas Variabel .....	62
Tabel 3.15. Kriteria Nilai Interval .....	63
Tabel 4.1. Frekuensi Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.2. Frekuensi Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4.3. Frekuensi Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	75



Tabel 4.4. Frekuensi Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	76
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Person-Environment Fit</i> .....	78
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	82
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Komitmen Afektif.....	84
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>One Sampel Kolmogrov-Smirnov</i> .....	89
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4.10. Hasil Uji Glesjer.....	92
Tabel 4.11 Pengaruh <i>Person-Environment Fit</i> pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	93
Tabel 4.12. Pengaruh <i>Person-Environment Fit</i> pada Komitmen Afektif .....	94
Tabel 4.13. Pengaruh Komitmen Afektif pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	94
Tabel 4.14. Output SPSS R Square 1 .....	96
Tabel 4.15. Regresi 2: Hasil Uji <i>Person-Environment Fit</i> pada Komitmen Afektif <i>Online</i> .....	97
Tabel 4.16. Output SPSS R Square 2 .....	98
Tabel 4.17. Regresi 2: <i>Person-Environment Fit</i> dan Komitmen Afektif pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> .....	98
Tabel 4.18. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, Dan Total.....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir .....	45
Gambar 3.1. Model Analisis .....	69
Gambar 4.1. Grafik Normal <i>P-Plot</i> : Variabel Dependen Komitmen Afektif.....	88
Gambar 4.2. Grafik <i>Scatterplot</i> : Variabel Dependen Komitmen Afektif.....	91
Gambar 4.3. Analisis Jalur <i>Person-Environment Fit</i> pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara <i>Online</i> melalui Komitmen Afektif .....	101



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian .....	120
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	126
Lampiran 3 Hasil <i>Back Translation</i> .....	130
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	135
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	144
Lampiran 6 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas).....	155
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	164
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	169



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, pengetahuan adalah salah satu aset paling bernilai dari sebuah organisasi dan menjadi faktor penting yang memicu adanya persaingan ketat dalam dunia bisnis. Organisasi menempatkan pengetahuan sebagai faktor penting di dalam pembentukan, penggunaan, dan distribusi informasi untuk memperkuat modal pengetahuan di dalam organisasi tersebut dalam persaingan global. Organisasi yang sukses adalah organisasi yang berhasil menciptakan pengetahuan baru, menyebarkannya di dalam organisasi dan mendorong penciptaan produk dan layanan baru (Siakas *et al.*, 2010: 380). Untuk itu, pengelolaan sumber daya manusia melalui pengetahuan yang dimiliki, dapat dijadikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan kelangsungan hidup dari sebuah perusahaan atau organisasi.

Pengetahuan dikenal luas sebagai sumber utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Teh & Yong, 2011: 11). Sehingga organisasi cenderung akan meningkatkan pengetahuan yang berhubungan dengan kompetensi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif organisasi (Jantunen, 2005: 337). Akan tetapi, aliran pengetahuan pada individu dan seluruh anggota organisasi sangat bergantung pada perilaku individu (Tohidinia & Mosakhani, 2010: 612). Menciptakan dan mempertahankan berbagai pengetahuan merupakan kesulitan dan tantangan yang dihadapi bagi setiap individu untuk berbagi pengetahuan dengan rekan-rekan sekerja (Teh & Sun, 2012: 77). Hal ini tercermin

dalam kehidupan sehari-hari bahwa ada beberapa karyawan yang cerdas dan memiliki pengetahuan tidak semuanya mau untuk berbagi pengetahuan. Dalam beberapa keadaan tertentu terdapat karyawan yang diam dan tidak mau tahu dengan keadaan sekitarnya (Teh & Sun, 2012: 77-78).

Pada abad 21 ini, keberhasilan organisasi sangat bergantung dari pengetahuan dan cara memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki oleh SDM. Pengetahuan merupakan aset intelektual, sehingga proses belajar, kreativitas dan inovasi merupakan kemampuan dasar dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, agar bisa menjadi salah satu faktor daya saing yang sangat penting (Khosravi, 2013: 1-2). Kemajuan arus globalisasi yang semakin cepat, mendorong manusia untuk berpikir lebih tepat dan cepat dan membawa seseorang ke dalam situasi persaingan di segala bidang usaha. Persaingan usaha ini akan menuntut seseorang untuk belajar dalam mengembangkan pengetahuan dan kemampuannya. Perkembangan kemampuan seseorang tidak datang begitu saja, melainkan melalui proses pembelajaran yang secara sadar maupun tidak sadar dialami (Tepeci, 2001: 9).

Dalam ruang lingkup perusahaan, pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh setiap SDM, menjadi sangat penting untuk kemajuan usaha perusahaan (King & Marks, 2008: 131). Berbagi pengetahuan merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan dalam menggunakan pengetahuan yang dimiliki, sebagai aset untuk meraih keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Kemampuan perusahaan untuk mentransformasikan pengetahuan, menjadi suatu strategi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Sistem pengelolaan pengetahuan,

menjadi penentu utama proses berbagi pengetahuan di suatu organisasi (King & Marks, 2008: 133). Menurut penelitian (He & Wei, 2009: 827) disebutkan bahwa *Person-Environment Fit* berpengaruh dalam meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan. Hal ini menunjukkan bahwa mempelajari kesesuaian antara individu dengan lingkungan dapat berpotensi menyebabkan pemahaman yang lebih luas lagi mengenai pengaruh faktor lingkungan dan individu pada perilaku berbagi pengetahuan di antara karyawan (Hoffman & Woehr, 2006: 340).

Selain *Person-Environment Fit* yang dapat mempengaruhi perilaku berbagi pengetahuan seseorang, beberapa penelitian juga menyebut variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku berbagi pengetahuan, salah satunya yaitu Badar dan Seniaty, (2017) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa komitmen afektif mempunyai pengaruh positif dan menjadi faktor penentu munculnya perilaku berbagi pengetahuan. Hal tersebut didukung penelitian oleh Chiang *et.al.*, (2011) dari hasil penelitian dipastikan bahwa ada korelasi kuat positif yang signifikan antara dua variabel yaitu komitmen organisasional dan perilaku berbagi pengetahuan. Hal tersebut berlaku untuk menunjukkan ada hubungan langsung antara komitmen afektif dan perilaku berbagi pengetahuan. Ini berarti bahwa jika seseorang memiliki komitmen afektif terhadap organisasi maka akan cenderung menunjukkan beberapa perilaku berbagi pengetahuan begitu sebaliknya.

Beberapa penelitian menyebutkan prediktor yang kuat untuk komitmen afektif salah satunya adalah *Person-Environment Fit*. Cable dan Judge (1994: 318) menegaskan bahwa ketika karyawan percaya bahwa nilai-nilai yang dimiliki telah sesuai dengan nilai-nilai organisasi dan juga nilai-nilai karyawan lain di organisasi

tersebut, karyawan akan merasa terlibat dengan organisasinya, serta cenderung memiliki sikap dan perilaku yang dapat mendorongnya untuk mendefinisikan diri dalam organisasi. Antara sikap dan perilaku tersebut harus rasional dan konsisten agar dapat membentuk komitmen secara emosional pada karyawan (Palupiningdyah, 2011: 191). Perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dapat terwujud dengan baik ketika komitmen afektif seseorang terbangun dengan baik, karena pemilik pengetahuan lebih memilih untuk membagi pengetahuan yang dimiliki kepada rekan kerja yang berada di lingkungan dengan nilai dan tujuan yang sama (Wang & Noe, 2010: 117). Pada kenyataannya, berbagi pengetahuan ini bukan hanya sekedar transfer informasi yang sederhana, tetapi juga mencakup proses berbagi ide, sikap, nilai, dan asumsi yang selanjutnya hasil pertukaran pengetahuan ini digunakan untuk kepentingan organisasi yang dilakukan secara *online* (Johannessen *et al.*, 2001: 12).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya, yang menguji mengenai *Person-Environment Fit* dan perilaku berbagi pengetahuan dengan melakukan beberapa penambahan dan pembaruan. Penelitian ini menarik diteliti karena penelitian tentang perilaku berbagi pengetahuan secara *online* masih jarang diteliti dan masih terdapat perbedaan pendapat. Menurut Xue *et al.*, (2011: 302) menjelaskan bahwa perilaku berbagi pengetahuan merupakan proses organisasi yang berperan penting dalam menghasilkan peluang bisnis dan keunggulan kompetitif organisasi dari penciptaan ide-ide baru sebagai peningkatan kinerja seseorang di dalam lingkungan kerja melalui proses pertukaran pengetahuan. Namun dalam keadaan tertentu masih terdapat karyawan yang hanya



diam dan tidak mau tahu dengan keadaan sekitarnya, meskipun berada dalam satu komunitas atau grup komunikasi *online* (Teh & Sun, 2012: 77-78).

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Person-Environment Fit*, komitmen afektif dan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* menjadi topik bahasan yang penting dan telah digambarkan melalui beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh para ahli. Beberapa penelitian mengungkapkan adanya hasil pengaruh dan tidak pengaruh pada beberapa variabel yang dirangkum ke dalam *research gap*. Berikut ini merupakan hasil dari berbagai penelitian yang terangkum dalam tabel 1.1. *Research Gap*.

**Tabel 1.1**  
**Research Gap**

	<b>Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Kesimpulan</b>
1.	Pee dan Min, (2017)	<i>Employees' Online Knowledge Sharing: The Effect of Person Environment Fit</i>	<p>a. Indikator dari <i>PE Fit</i> (identitas pekerjaan) tidak berpengaruh secara signifikan pada perilaku berbagi pengetahuan secara <i>online</i></p> <p>b. Komitmen afektif berpengaruh positif pada perilaku berbagi pengetahuan secara <i>online</i></p>
2.	Sabetzadeh dan Eric (2011)	<i>Social Motives Polarity and Its Impact on Knowledge Sharing</i>	Norma kolaboratif tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap

			motif perilaku berbagi pengetahuan
3.	Wang dan Noe (2010)	<i>Knowledge Sharing: A Review and Directions for Future Research</i>	a. <i>Environmental Factors (Interpersonal and Team Characteristics, Interpersonal and Organization, Cultural Characteristic)</i> berpengaruh pada perilaku berbagi pengetahuan. b. Komitmen afektif dan <i>Motivasional Factors</i> meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan
4.	Xue <i>et al.</i> , (2011)	<i>Team Climate, Empowering Leadership, And Knowledge Sharing</i>	Situasi kultur Tim dan kepemimpinan yang memperdayakan secara signifikan memiliki efek langsung pada perilaku berbagi pengetahuan.
5.	Badar dan Seniati (2017)	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Berbagi Pengetahuan melalui Mediasi Komitmen Organisasi pada Dosen Perguruan Tinggi.	Terdapat hubungan positif antara Komitmen Afektif dosen pada berbagi pengetahuan
6.	Chiang <i>et al.</i> , (2011)	<i>The Relationship between High-Commitment HRM and Knowledge Sharing Behavior and its Mediators</i>	Komitmen organisasional dan POS memediasi <i>Knowledge Sharing Behavior</i>

7.	Cheema dan Farheen (2017)	<i>Predictors of Knowledge Sharing in The Pakistani Educational Sector: A Moderated Mediation Study</i>	Komitmen afektif meningkatkan hubungan kepuasan karir dan perilaku berbagi pengetahuan secara <i>online</i> .
----	---------------------------	---	---

Sumber: Penelitian terdahulu

Dari tabel diatas menunjukkan adanya *gap*/perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* serta *research gap* antara *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dimediasi oleh komitmen afektif.

Berdasarkan *research gap* mengenai pengaruh *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, Pee dan Min, (2017) dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa *Person-Environment Fit* sebagai variabel desain organisasi belum sepenuhnya mampu mempengaruhi perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, serta penelitian oleh Wang dan Noe, (2010) yang juga menunjukkan bahwa faktor lingkungan (karakteristik individu-tim, individu-organisasi, dan karakteristik budaya) masih terlalu jauh dalam mempengaruhi perilaku berbagi pengetahuan secara *online*. Penelitian Wang dan Noe, (2010) didukung oleh penelitian Sabetzadeh dan Eric (2011) bahwa Norma kolaborasi sebagai salah satu indikator *Person-Environment Fit* tidak memiliki pengaruh terhadap motif perilaku berbagi pengetahuan. Oleh karena itu membutuhkan variabel yang lebih dekat, yaitu Badar dan Seniati, (2017) disebutkan bahwa komitmen afektif diteliti sebagai mediasi antara pengaruh *Trust* terhadap perilaku berbagi pengetahuan dan dari penelitian tersebut komitmen afektif merupakan mediator yang baik bagi penentu munculnya perilaku berbagi pengetahuan.

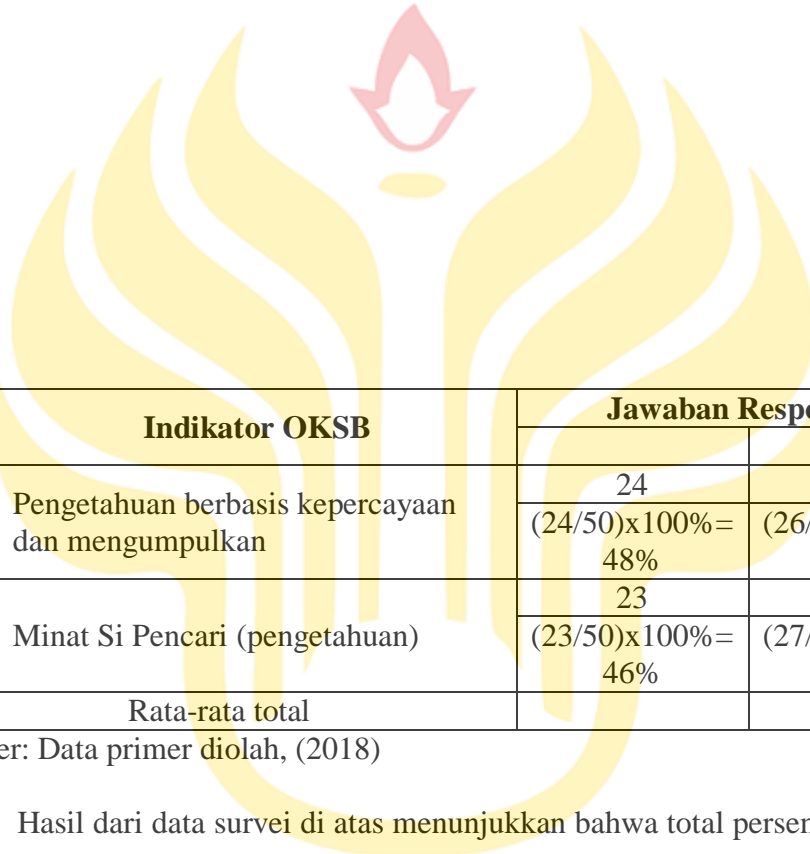
Penelitian yang mendasari hubungan ini adalah dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Pee dan Min, (2017) yang telah meneliti pengaruh *Person-Environment* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* yang dimediasi oleh komitmen afektif.

Indonesia adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Mayoritas penduduk yang beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam pengembangan keuangan syariah. Sebagai ibu kota Jawa Tengah, Kota Semarang memainkan peran sentral sebagai penyedia jasa pelayanan perbankan syariah. Di Kota Semarang laju pertumbuhan bank dengan prinsip syariah mulai berkembang dengan pesat. Hal ini menunjukkan bahwa industri perbankan syariah di Kota Semarang, saat ini mulai merata dan menampakkan jati dirinya ditengah-tengah banyaknya bank konvensional yang ada (Ika Yuli, 2016, [www.kompasiana.com/ikayulip/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia](http://www.kompasiana.com/ikayulip/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia)).

Dalam perkembangan perbankan syariah, era digital memainkan peran penting pada proses pertukaran pengetahuan dimana pengetahuan ini akan berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah organisasi. Kemajuan teknologi saat ini juga menjadi tuntutan bagi karyawan sebagai *human capital* maupun organisasi dalam berbagi pengetahuan secara *online*. Sebagian besar organisasi saat ini sedang fokus terhadap manajemen *Human Capital*. Dimana karyawan dianggap sebagai modal utama dalam menentukan keunggulan kompetitif suatu organisasi. Untuk itu, karyawan harus dikelola dan dikembangkan baik secara kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki.

Berdasarkan pada observasi awal dan wawancara dengan kepala bagian SDM dan Umum bank syariah di Kota Semarang (BNI Syariah, BTN Syariah, Maybank Syariah Indonesia, Bank Bukopin Syariah, dan Bank OCBC NISP Syariah) yang dilakukan dari rentang waktu 22-24 Januari 2018 didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* yang terdapat di bank syariah Kota Semarang sudah ada, namun masih belum optimal. Karyawan belum sepenuhnya mampu dalam mengelola pengetahuan yang dimiliki. Contohnya adalah dari beberapa bank syariah yang telah disebutkan, diantaranya telah memfasilitasi karyawan dengan berbagai media dan jaringan *online* (*email, whatsapp, telegram, internet* dan *teleconference*) untuk saling berbagi pengetahuan. Tujuan kantor adalah supaya antar karyawan dapat saling berkoordinasi perihal pekerjaan dan mendapatkan informasi terbaru seputar bisnis perbankan atau mengenai *client* bank yang dapat dilakukan secara *online* tanpa harus bertatap muka. Hal itu akan menguntungkan bagi mobilitas karyawan dari padatnya pekerjaan. Selain untuk efisiensi dan efektivitas pekerjaan, perilaku berbagi pengetahuan dapat meningkatkan tingkat kemandirian seseorang dalam bekerja dan akan menambah rasa percaya diri dalam pribadi karyawan tersebut.

Akan tetapi, kondisi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal oleh karyawan bank syariah. Dari hasil wawancara, hal tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor seperti, kecocokan individu-lingkungan tempat bekerja, kepercayaan seseorang terkait dengan mencari sumber untuk mengumpulkan pengetahuan dan minat dari karyawan itu sendiri dalam menambah repositori pengetahuan yang dimiliki. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa keberadaan



	Indikator OKSB	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Pengetahuan berbasis kepercayaan dan mengumpulkan	24	
		$(24/50) \times 100\% = 48\%$	$(26/50) \times 100\% = 52\%$
	Minat Si Pencari (pengetahuan)	23	
		$(23/50) \times 100\% = 46\%$	$(27/50) \times 100\% = 54\%$
Rata-rata total			53%

Sumber: Data primer diolah, (2018)

Hasil dari data survei di atas menunjukkan bahwa total persentase perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, secara keseluruhan menunjukkan nilai rata-rata untuk yang menjawab “Ya” sebesar 47% lebih sedikit dari yang menjawab “Tidak” sebesar 53%. Dari kedua indikator tersebut menunjukkan bahwa masih kurang maksimalnya perilaku berbagi pengetahuan secara *online* pada karyawan bank syariah di Kota Semarang, yang ditandai dengan kurang minatnya karyawan dalam mencari dan menambah pengetahuan terkait dengan pekerjaan baik yang dilakukan secara mandiri melalui jaringan *online* seperti *website*, *chatgroup* dan *teleconferences*.

Perilaku berbagi pengetahuan secara *online* yang dimiliki oleh karyawan akan tetap terwujud ketika karyawan memiliki ikatan secara emosional dengan bank tempat bekerja yang pada akhirnya akan mewujudkan komitmen secara afektif dalam diri karyawan tersebut. Dengan keberadaan komitmen afektif ini akan berpengaruh pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan. Hal ini sesuai dengan penelitian Wang dan Noe, (2010: 117) yang memberikan temuan bahwa perilaku berbagi pengetahuan akan berjalan dengan maksimal jika komitmen afektif seseorang terbangun dengan baik, karena pemilik pengetahuan lebih memilih untuk membagi pengetahuan yang dimiliki kepada rekan kerja yang berada di lingkungan yang memiliki nilai dan tujuan yang sama. Dari sini, dapat dikatakan bahwa komitmen afektif memegang peran mediasi yang dapat memberi solusi supaya perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dapat terwujud atau bahkan menjadi kebiasaan baik yang membudaya dalam organisasi, sesuai dengan tuntutan bisnis jaman sekarang.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Person-Environment Fit* pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara *Online* melalui Komitmen Afektif sebagai Pemediasi (Studi pada Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang)”**.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Perilaku berbagi pengetahuan merupakan topik menarik untuk diteliti di berbagai organisasi. Meskipun beberapa fasilitas penunjang pada bank



syariah di Kota Semarang untuk meningkatkan kinerja karyawan telah tersedia, namun perilaku berbagi pengetahuan secara *online* di beberapa bank syariah masih kurang optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kesesuaian nilai-nilai individu-lingkungan dan komitmen afektif yang perlu di eksplor lebih dalam lagi.

2. Perilaku berbagi pengetahuan secara *online* di beberapa perbankan syariah di Kota Semarang pada dasarnya sudah ada. Selain memudahkan bagi karyawan untuk berbagi pengetahuan secara tanpa harus tatap muka, hal ini dapat membantu karyawan dalam mengumpulkan dan membagikan pengetahuan yang dimiliki, yang diperoleh melalui jaringan *online* atau sekedar *sharing* dengan rekan kerjanya, serta memudahkan karyawan dalam berbagi pengetahuan secara efektif dan efisien.
3. Terdapat perbedaan hasil-hasil penelitian terdahulu (*research gap*) yang masih diperlukan studi empiris lanjutan untuk mengetahui keterikatan hubungan antara *Person-Environment Fit*, perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dan komitmen afektif pada karyawan bank syariah di Kota Semarang.

### 1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dikaji untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang. Penelitian ini difokuskan pada permasalahan mengenai:

2. Perilaku berbagi pengetahuan secara *online* antar karyawan belum dimaksimalkan dengan baik, meskipun beberapa fasilitas telah mendukung karyawan dalam meningkatkan pengetahuan yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan karyawan dalam mencari dan mengumpulkan berbagai pengetahuan. Karyawan bank Syariah di Kota Semarang memiliki kebiasaan dalam mencari dan mengumpulkan pengetahuan terkait pekerjaan secara langsung atau tatap muka, misalnya melalui diklat dan seminar yang diadakan oleh kantor maupun yang diikuti secara mandiri.
3. Penyesuaian nilai-nilai yang dimiliki oleh karyawan dengan nilai-nilai yang ada di lingkungan bank syariah, seperti nilai-nilai antar individu, nilai-nilai individu-pekerjaan, dan nilai-nilai individu-organisasi baik itu secara *supplementary* maupun *compelementary*.
4. Hubungan antara *Person-Environment Fit* dengan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang yang dimediasi oleh variabel komitmen afektif.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dengan permasalahan yang terjadi pada karyawan bank syariah di Kota Semarang, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah variabel apa yang mempengaruhi kurang maksimalnya perilaku berbagi pengetahuan secara *online*. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan sebagai berikut:

1. Apakah *Person-Environment Fit* berpengaruh pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang?

2. Apakah *Person-Environment Fit* berpengaruh pada komitmen afektif karyawan bank syariah di Kota Semarang?
3. Apakah komitmen afektif berpengaruh pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang?
4. Apakah komitmen afektif memediasi pengaruh tidak langsung *Person-Environment Fit* dan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* pada karyawan bank syariah di Kota Semarang.
2. Untuk menguji pengaruh *Person-Environment Fit* pada komitmen afektif pada karyawan bank syariah di Kota Semarang.
3. Untuk menguji pengaruh komitmen afektif pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* pada karyawan bank syariah di Kota Semarang.
4. Untuk menguji pengaruh tidak langsung *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* melalui mediasi komitmen afektif pada karyawan bank syariah di Kota Semarang.

## 1.6 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi berbagai pihak. Adapun kegunaan dari penelitian yang diharapkan, yaitu:

### 1.6.1. Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang konsep dan teori *Person-Environment Fit*, komitmen afektif dan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*.
2. Penelitian ini dapat dijadikan bukti empiris serta penjelasan mengenai hubungan *Person-Environment Fit*, perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, dan komitmen afektif.
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya tentang hubungan *Person-Environment Fit*, perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, dan komitmen afektif.

### 1.6.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis merupakan kegunaan secara langsung dari hasil penelitian yang dapat digunakan oleh masyarakat atau pihak terkait.

Bagi Manajemen Perusahaan (Bank Syariah di Kota Semarang)

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran untuk pihak manajemen dalam mengelola dan meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, dengan memperhatikan faktor-faktor kesesuaian individu-lingkungan serta menciptakan pengetahuan-pengetahuan baru dari hasil proses berbagi pengetahuan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2. Jika terbukti bahwa *Person-Environment Fit* dan komitmen afektif dapat meningkatkan meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, maka penting bagi perusahaan untuk menerapkan lebih baik lagi mengenai *Person-Environment Fit* dan komitmen afektif untuk mencapai perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dalam diri karyawan diharapkan.
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pihak manajemen tentang pentingnya menyatukan atau menggabungkan visi dan nilai-nilai yang dimiliki karyawan dengan perusahaan, untuk menciptakan hubungan yang kuat serta mendukung berbagai aktivitas atau kegiatan yang dilakukan perusahaan.

### **1.7 Orisinalitas Penelitian**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

1. Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian Pee & Min, (2017) yang menguji hubungan antara *Person-Environment Fit*, *employee online knowledge sharing*, dan komitmen afektif yang dilakukan 218 karyawan *intensive professional work* (Pengacara, Dokter, dan Teknisi) di Singapore. Namun penelitian kali ini dilakukan pada negara dengan pengguna internet terbanyak kelima dunia, yaitu Indonesia khususnya pada sektor perbankan syariah dengan karakteristik karyawan hampir merata dan homogen.
2. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu tentang hubungan *Person-Environment Fit* dengan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, dengan beberapa perbedaan hasil penelitian, maka penelitian

ini mencoba mengaji dan mengeksplor kembali terkait komitmen afektif sebagai variabel mediasi. Beberapa penelitian telah menggunakan keseluruhan dimensi komitmen organisasional sebagai mediator, namun dalam penelitian ini menggunakan salah satu dimensi dari variabel komitmen organisasional, yaitu komitmen afektif yang merupakan komponen yang paling banyak dipelajari dalam komitmen organisasi serta masih sangat terbatas penelitian yang menggunakan dimensi dari komitmen organisasi (Huhtala & Feldt, 2016: 10). Dengan melibatkan komitmen afektif, secara spesifik akan diketahui keterlibatan seseorang secara emosional pada organisasi tempatnya bekerja.

3. Objek dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Syariah di Kota Semarang. Beberapa penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang *Person-Environment Fit* dan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* pada perusahaan manufaktur, institusi pendidikan, dan *intensive professional work*. Namun masih terdapat hal-hal yang perlu dikaji lebih lanjut mengenai kesesuaian individu dengan lingkungan yang berpengaruh pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* seseorang.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### 2.1. Kajian Teori Utama (*Grand Theory*)

##### 2.1.1 Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*)

Teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*) mengusulkan bahwa perilaku sosial adalah hasil dari suatu proses pertukaran. Tujuan pertukaran ini adalah untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya. Blau (1987: 241) seseorang akan mengatur interaksi dengan orang lain berdasarkan pada analisis kepentingan biaya dan manfaat. Manfaat ini tidak perlu harus nyata, karena individu dapat terlibat dalam interaksi timbal balik di masa depan yang diatur dengan kepercayaan (Gouldner, 1960: 162).

Berdasarkan teori yang dikemukakan Molm (1994: 164), orang mempertimbangkan manfaat potensial dan risiko hubungan sosial. Ketika risiko lebih besar daripada manfaat, orang akan menghentikan atau meninggalkan hubungan tersebut. Dalam hal ini, biaya melibatkan hal-hal yang dipandang sebagai sesuatu yang negatif bagi individu seperti harus menaruh uang, waktu dan usaha dalam suatu hubungan pertukaran sosial. Sedangkan manfaat merupakan hal-hal yang dianggap individu sebagai sesuatu yang didapatkan dari suatu hubungan, seperti kesenangan, persahabatan dan dukungan sosial. Teori pertukaran sosial menunjukkan bahwa seseorang pada dasarnya mempertimbangkan manfaat dan biaya untuk menentukan seberapa banyak suatu hubungan itu bernilai. Hubungan yang positif adalah yang manfaatnya lebih besar daripada biaya, sedangkan



hubungan negatif terjadi ketika biaya lebih besar dari manfaatnya (Molm, 1994: 165-166).

Davenport & Prusak (1998: 32) telah menganalisis berbagi pengetahuan dari berbagai perspektif dengan menyatakan bahwa beberapa persepsi keuntungan yang diharapkan dapat mengatur perilaku timbal balik pada masa depan (*future reciprocity*), status, keamanan kerja atau prospek promosi. Berdasarkan perspektif ini, berbagi pengetahuan akan memberikan pengaruh positif ketika seorang individu percaya (*trust*) bahwa perilaku ini akan dibalas dengan beberapa manfaat di masa depan (Cabrera & Cabrera, 2002: 687).

Studi sebelumnya juga menyebutkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan teori pertukaran sosial berhasil menjelaskan perilaku berbagi pengetahuan di antara individu-individu, antara lain kognisi pribadi, interaksi interpersonal dan konteks organisasi (Molm, 1994: 166). Sebagai contoh, Kankanhalli *et al.*, (2005: 115) percaya bahwa persepsi manfaat seorang individu merupakan salah satu faktor utama yang mendorong karyawan untuk menyumbangkan pengetahuan untuk repositori pengetahuan elektronik. Ma & Agarwal (2007: 42) juga menunjukkan bahwa jumlah pengetahuan seseorang akan memberikan kontribusi pada komunitas maya tergantung pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota pada komunitas tersebut.

Definisi perilaku berbagi pengetahuan dari Connelly & Kelloway (2003: 294) selaras dengan konsep pertukaran sosial dari Blau (1987: 109). Blau menekankan bahwa dasar dari pertukaran sosial adalah kepercayaan diantara kedua belah pihak. Kepercayaan merupakan faktor penentu komitmen dalam hubungan.

Pertukaran pengetahuan merupakan hubungan yang bersifat relasional dibandingkan bersifat transaksional. Pertukaran yang bersifat relasional merupakan ciri dari pertukaran sosial. Pertukaran ini melibatkan kepercayaan yang bersifat jangka panjang. Seseorang yang bersedia berbagi pengetahuan dengan rekan kerja dikarenakan ada keyakinan pada dirinya bahwa pengetahuan yang dibagikannya tidak akan disalah gunakan. Semakin tinggi kepercayaan kepada seseorang maka semakin sering seseorang berbagi pengetahuan kepada orang lain (Elita, 2010: 13).

### **2.1.2. Teori Penyesuaian Pekerjaan (*Theory of Work Adjustment*)**

Teori Penyesuaian Pekerjaan (TWA) dikembangkan oleh Rene V. Dawis dan Loyd H. Lofquist dalam dua tahap selama tahun 1960an dan 1970an. Teori ini tumbuh dan berkembang di *University of Minnesota* dan kemudian dipublikasikan dalam beberapa buletin, artikel dan buku. Sejak pertengahan tahun 1970an, penelitian ini masuk dalam ranah penelitian psikologi. Mulai pada saat itu pula penelitian ini telah menjadi luas untuk diteliti dan dikembangkan. TWA didasarkan pada sifat psikologis interaksi antara gaya kepribadian individu dan lingkungannya, dan merupakan proses kontinyu dan dinamis dimana seorang pekerja berusaha untuk mencapai dan memelihara korespondensi dengan lingkungan kerjanya (Dawis & Loftquist, 1984: 237).

Teori penyesuaian pekerjaan (TWA) termasuk kelas teori yang mengaitkan perbedaan perilaku individu dalam memilih pekerjaan yang sesuai dengan lingkungan. Teori ini melihat pilihan karir merupakan proses pengembangan dan penyesuaian antara: (a) *Person* (P) yang merupakan individu yang mencari penyesuaian dengan lingkungan kerjanya, dan (b) *Environment* (E) yang

merupakan lingkungan tempat seseorang tersebut bekerja. Hubungan keduanya dapat digambarkan dengan hubungan yang harmonis antara individu dengan lingkungan, kecocokan individu dengan lingkungan, begitupun juga sebaliknya, serta hubungan saling melengkapi antara individu dengan lingkungannya. *Theory of work adjustment* diawali dengan tiga asumsi dasar sebagai berikut:

- a. Sebagai *living organism*, individu memiliki persyaratan yang harus dipenuhi, banyak atau bahkan sebagian besar melalui lingkungan.
- b. Individu memiliki kemampuan yang memungkinkan untuk memenuhi persyaratan, dan
- c. Banyak perilaku individu yang dapat berinteraksi dengan lingkungan.

Pada teori ini, karyawan dan lingkungan kerja dipandang memiliki hubungan timbal balik yang sama-sama mempengaruhi masa kerja. Suatu pekerjaan membutuhkan karyawan yang memiliki kemampuan tertentu, dan karyawan mengharapkan pekerjaan serta penghargaan yang layak diterima. Dalam teori ini, kesesuaian dipandang sebagai proses yang dinamis. Individu dianggap memiliki gaya penyesuaian tertentu yang ditandai dengan *flexibility* (kemampuan untuk mentolerir diskorespondensi), *activeness* (aktif bertindak untuk menyesuaikan pada lingkungan), *reactiveness* (bertindak atas kemauan diri sendiri untuk menyesuaikan), dan *perseverance* (lamanya waktu bagi individu untuk bertahan dalam penyesuaian). Keempat gaya penyesuaian ini telah digunakan untuk pengambilan keputusan karir, konseling penyesuaian kerja, dan saran perubahan karir (Dawis & Lofquist, 1984).

Seiring berjalannya waktu, beberapa ahli turut mengembangkan teori ini, seperti Schneider (1983, 1987) yang mengemukakan bahwa *fit* dapat terjadi pada berbagai tingkat analisis sebagai sebuah konstruksi. Chatman (1989, 1991) juga menganggap bahwa nilai-nilai sebagai aspek yang paling penting dalam menentukan kesesuaian individu dengan lingkungan. Namun Kristof (1996: 2) menyatakan bahwa terlepas dari upaya yang dilakukan oleh beberapa peneliti dalam mengklasifikasikan bentuk dari *Person-Environment Fit*, masih terdapat garis-garis yang tidak jelas.

Edwards dan Billsberry (2010: 481) menyatakan bahwa *Person-Environment Fit* memiliki kombinasi dari tiga perspektif meliputi: *Person-Job Fit*, *Person-Group Fit*, dan *Person-Organization Fit*. Hal ini dapat dikatakan bahwa, karyawan akan mencapai kecocokan atau kesesuaian dengan pekerjaan, rekan kerja dan organisasi. Selain itu, Ballout, (2007: 742) dalam penelitiannya yaitu secara menonjol dengan catatan khusus tentang Person-Environment Fit meliputi: *Person-Job Fit*, *Person-Organization Fit*, and *Person-Culture Fit*. Hal ini dapat dikatakan bahwa, karyawan dapat mencapai kecocokan atau kesesuaian individu dengan lingkungan diukur melalui kecocokan pekerjaan, organisasi dan budaya.

Menurut Muchinsky dan Monohan, (1987: 268), sebagai orang pertama yang menyelidiki perbedaan kategori bentuk *fit*, pada dasarnya dibedakan menjadi dua kategori *fit*: *supplementary fit* dan *complementary fit*. Muchinsky dan Monohan, (1987: 269-271) menjelaskan *supplementary fit*, terjadi ketika seseorang individu memiliki karakteristik yang sama dengan individu lain di tempat kerja. Dalam menentukan apakah seseorang itu mempunyai kesesuaian secara

*supplementary*, seseorang yang bersangkutan akan membuat penilaian terhadap orang lain di tempat kerjanya dan memutuskan apakah dia cocok atau tidak dengan rekan sekerjanya. Seseorang yang mempresepsikan secara *supplementary*, terjadi ketika seseorang melihat bahwa dirinya memiliki kesamaan *values*, norma, budaya iklim, dan tujuan dengan anggota organisasi yang lain. *Supplementary fit* ini mempengaruhi seseorang dalam bertindak untuk mencapai tujuannya. *Complementary fit*, terjadi ketika kebutuhan atau keinginan seseorang dipenuhi dengan lingkungannya demikian juga sebaliknya. Dengan kata lain, akan terjadi *complementary fit* ketika organisasi menawarkan *reward* atau sumber daya yang diinginkan oleh seseorang, begitupun sebaliknya, seseorang memiliki keterampilan atau kemampuan yang dibutuhkan oleh organisasi.

### **2.1.3. Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*)**

Teori identitas sosial mulai diperkenalkan oleh seorang tokoh yang bernama Henry Tajfel yang merupakan keturunan Yahudi Polandia dan lahir di Wloclawek pada 22 Juni 1919. Tajfel tertarik belajar Psikologi pada Universitas Bristol dan menetap di sana sampai kematian menjemputnya pada tahun 1982. Di Universitas Bristol, Tajfel bekerjasama dengan peneliti-peneliti muda seperti Michael Billing, Dick Eisier, Jonathan Turner dan Glyns Breakwell. Pada 1974, Tajfel berhasil mengajukan proposal ke *Social Science Research Council (SSRC)* mengenai identitas sosial, kategori sosial, dan perbandingan sosial dalam tingkah laku hubungan antar kelompok. Selanjutnya bersama Turner, Tajfel mempopulerkan teori identitas sosial tersebut (Reicher, 1993: 79).

Menurut Tajfel (1982: 18), *social identity* adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan yang dimiliki tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. *Social Identity* berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli, dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu. Tajfel (1982: 35) mengembangkan *Social Identity Theory* yang terdiri dari tiga komponen sebagai berikut:

a. *Cognitive Component*

Kesadaran kognitif akan keanggotaannya dalam kelompok, seperti *self categorization*. Individu mengkategorisasikan dirinya dengan kelompok tertentu yang akan menentukan kecenderungan seseorang untuk berperilaku dengan keanggotaan kelompoknya.

b. *Evaluative Component*

Merupakan nilai positif atau negatif yang dimiliki oleh individu terhadap keanggotaannya dalam kelompok, seperti *group self esteem*. *Evaluative component* ini menekankan pada nilai-nilai yang dimiliki individu terhadap keanggotaan kelompoknya.

c. *Emotional Component*

Merupakan perasaan keterlibatan emosional terhadap kelompok, seperti *affective commitment*. *Emotional commitment* ini lebih menekankan pada seberapa besar perasaan emosional yang dimiliki individu terhadap kelompoknya (*affective commitment*).



Didasarkan pada *emotional component* menekankan pada komitmen atau keterlibatan karyawan, beberapa ahli seperti Mowday *et al.*, (1982: 62) yang menggambarkan komitmen organisasional sebagai perilaku yang berkaitan dengan proses dimana individu menjadi terikat dalam organisasi tertentu. Begitupun juga Allen dan Meyer (1990: 6) yang awalnya memandang komitmen organisasional berisi dua dimensi, yaitu komitmen afektif dan kontinuan. Meyer dan Allen (1984: 375) mendefinisikan komitmen afektif sebagai perasaan positif yang diidentifikasi dengan keterikatan dan keterlibatan dalam organisasi secara emosional. Sedangkan komitmen kontinuan lebih memperhitungkan kerugian ketika keluar dari pekerjaannya. Setelah penelitian lebih lanjut, Meyer dan Allen (1991: 62) menambahkan dimensi lain yaitu komitmen normatif sebagai perasaan berkewajiban yang dimiliki karyawan untuk tetap tinggal didalam organisasi. Dengan demikian, konsep komitmen organisasional digambarkan sebagai konsep tri-dimensional yang ditandai dengan dimensi afektif, kontinuan dan normatif (Meyer & Allen, 1991: 68).

## **2.2 Kajian Variabel Penelitian**

### **2.2.1 Berbagi Pengetahuan**

#### **2.2.1.1. Definisi Berbagi Pengetahuan**

Perilaku berbagi pengetahuan didefinisikan oleh Cheng dan Chen (2007: 369) sebagai kesediaan seseorang untuk berbagi pengetahuan yang diperoleh dari anggota lain didalam suatu organisasi. Selain itu, Chiang *et al.*, (2011: 613) mendefinisikan perilaku berbagi pengetahuan sebagai frekuensi karyawan menyebarkan dan berbagi pengetahuan terkait pekerjaan dengan rekan kerjanya.



Sedangkan Ryu *et al.*, (2003: 134) mendefinisikan perilaku berbagi pengetahuan sebagai perilaku untuk menyebarkan dan berbagi pengetahuan yang diperoleh dari anggota lain dalam organisasi. Pengetahuan yang dibagikan tersebut berkaitan dengan pekerjaan, hal ini dimaksudkan agar karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

Rozaq (2012: 3) berpendapat bahwa perilaku berbagi pengetahuan dipengaruhi oleh faktor individu, faktor organisasi, dan faktor teknologi informatika. Faktor individu terdiri dari kenikmatan membantu orang lain, dan pengetahuan efikasi diri. Sedangkan faktor organisasi terdiri atas dukungan manajemen puncak dan penghargaan organisasi. Niat untuk berbagi secara umum dapat didefinisikan sebagai kesediaan atau kemauan untuk berbagi pengetahuan baik *tacit* atau eksplisit dalam bentuk memberi (*donating*) pengetahuan maupun meminta pengetahuan kepada orang lain (*collecting*) (Nonaka, 1994: 17).

Perilaku berbagi pengetahuan dapat didefinisikan sebagai budaya interaksi sosial, yang melibatkan pertukaran pengetahuan karyawan, pengalaman dan keterampilan melalui seluruh departemen atau organisasi. Berbagi pengetahuan terdiri dari seperangkat pemahaman bersama terkait untuk menyediakan akses karyawan untuk informasi yang relevan dan membangun dan menggunkan jaringan pengetahuan dalam organisasi (Hogel *et al.*, 2003: 716). Selain itu, berbagi pengetahuan terjadi pada tingkat individu dan organisasi. Untuk karyawan individu, berbagi pengetahuan yaitu berbicara kepada rekan-rekan untuk membantu mereka dalam menyelesaikan sesuatu menjadi lebih baik, lebih cepat atau lebih efisien. Untuk Sebuah organisasi, berbagi pengetahuan adalah menangkap,

pengorganisasian, menggunakan kembali dan mentransfer pengetahuan berbasis pengalaman yang berada dalam organisasi dan membuat pengetahuan yang tersedia bagi orang lain dalam bisnis (Rozaq, 2012: 3).

### **2.2.1.2. Jenis-Jenis Berbagi Pengetahuan**

Menurut Nonaka (1994: 37) terdapat dua jenis pengetahuan yaitu sebagai berikut:

a. Tacit

Pengetahuan tacit merupakan pengetahuan yang tidak dapat dikomunikasikan secara manual atau teori. Pengetahuan ini diperoleh seseorang melalui pengalaman hidupnya.

b. Eksplisit

Pengetahuan eksplisit merupakan pengetahuan yang dikomunikasikan secara manual dan bahan-bahan atau materinya bias dicetak. Pengetahuan ini diungkapkan dengan kata-kata dan angka.

### **2.2.1.3. Dimensi Berbagi Pengetahuan**

Menurut Hoof dan Rider (2004: 118) terdapat dua proses utama dalam berbagi pengetahuan, diantaranya yaitu:

1. *Knowledge Donating* (Sumbangan Pengetahuan)

Merupakan kesediaan untuk mengomunikasikan pengetahuan kepada orang lain.

2. *Knowledge Collecting* (Mengumpulkan Pengetahuan)

Merupakan kesediaan untuk berkonsultasi dengan orang lain, belajar, dan mendorong orang lain agar berbagi pengetahuan yang dimiliki.

#### 2.2.1.4. Indikator Berbagi Pengetahuan

Penelitian ini menggunakan indikator yang digunakan oleh Ko *et al.*, (2005: 74) yaitu:

1. Pengetahuan berbasis kepercayaan dan mengumpulkan (*Knowledge Based-Trust and Collect*)

Adanya perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang dalam mendapatkan informasi dan pengetahuan untuk meningkatkan kinerja.

2. Minat si pencari (*Interest of The Seekers*)

Keinginan dan upaya seseorang dalam proses meningkatkan kualitas diri melalui pembelajaran dimana akan berpengaruh pada sikap seseorang dalam memotivasi anggota lain untuk berbagi pengetahuan yang dimiliki.

#### 2.2.2. *Person-Environment Fit*

##### 2.2.2.1. Definisi *Person-Environment Fit*

Kecocokan individu dengan lingkungan (*Person-Environment Fit*) mengacu pada tingkat kecocokan atau kesesuaian antara karakteristik pribadi dengan karakteristik lingkungan kerja seseorang. Secara konsisten kesesuaian individu dengan lingkungan (*Person-Environment Fit*) berkaitan dengan sejumlah sikap yang berhubungan dengan pekerjaan dan perilaku seperti kepuasan, komitmen terhadap organisasi (Edwards *et al.*, 2006: 805). Kecocokan individu dengan lingkungan (*Person-Environment Fit*) didefinisikan sebagai sejauh mana individu dan lingkungan memiliki kesesuaian (Kristof & Brown., 2000: 645). Dapat dikatakan bahwa Kecocokan individu dengan lingkungan (*Person-Environment*

*Fit*) merupakan kesesuaian antara kebutuhan dari setiap individu dengan hal-hal yang diberikan oleh organisasinya.

*Person-Environment Fit* terjadi ketika ada kecocokan seseorang dengan bakat individu dan kebutuhan yang sesuai dengan lingkungan (Muchinsky & Monahan, 1987: 268). Selain itu, *Person-Environment Fit* juga dipandang sebagai catatan komprehensif yang meliputi kesesuaian seseorang dengan berbagai sistem dalam lingkungan kerja (Kristof & Brown, 2000). Edwards dan Billsberry (2010: 481) menyatakan bahwa *Person-Environment Fit* memiliki kombinasi dari tiga perspektif meliputi: *Person-Job Fit*, *Person-Group Fit*, dan *Person-Organization Fit*. Hal ini dapat dikatakan bahwa, karyawan akan mencapai kecocokan atau kesesuaian dengan pekerjaan, rekan kerja dan organisasi. Selain itu, Ballout (2007: 742) dalam penelitiannya yaitu secara menonjol dengan catatan khusus tentang kesesuaian *Person-Environment Fit* meliputi: *Person-Job Fit*, *Person-Organization Fit*, and *Person-Culture Fit*. Hal ini dapat dikatakan bahwa, karyawan dapat mencapai kecocokan atau kesesuaian individu dengan lingkungan diukur melalui kecocokan pekerjaan, organisasi dan budaya.

#### **2.2.2.2. Dimensi *Person-Environment Fit***

Menurut Muchinsky dan Monahan (1987: 269-271), sebagai orang pertama yang menyelidiki perbedaan kategori bentuk *fit*, pada dasarnya dibedakan menjadi dua kategori *fit*:

### 1. *Supplementary fit*

Kesesuaian yang terjadi ketika seseorang individu memiliki karakteristik yang sama dengan individu lain di tempat kerja. Dalam menentukan apakah seseorang itu mempunyai kesesuaian secara *supplementary*, seseorang yang bersangkutan akan membuat penilaian terhadap orang lain di tempat kerjanya dan memutuskan apakah dia cocok atau tidak dengan rekan sekerjanya. Seseorang yang mempresepsikan secara *supplementary*, terjadi ketika individu melihat bahwa dirinya memiliki kesamaan *values*, norma, budaya iklim, dan tujuan dengan anggota organisasi yang lain. *Supplementary fit* ini mempengaruhi seseorang dalam bertindak untuk mencapai tujuannya.

### 2. *Complementary fit*

Kesesuaian yang terjadi ketika kebutuhan atau keinginan seseorang dipenuhi dengan lingkungannya demikian juga sebaliknya. Dengan kata lain, akan terjadi *complementary fit* ketika organisasi menawarkan *reward* atau sumber daya yang diinginkan oleh seseorang, begitupun sebaliknya, seseorang yang memiliki keterampilan atau kemampuan yang dibutuhkan organisasi.

#### 2.2.2.3. **Indikator *Person-Environment Fit***

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya, maka *Person-Environment Fit* memiliki indikator sebagai berikut:

##### 1. *Supplementary fit*

- a. Norma kolaborasi, mengacu pada sejauh mana anggota dalam organisasi diharapkan untuk bekerja sama satu dengan yang lain dan terlibat dalam kerja sama tim (Kankanhalli *et al.*, 2005)

- b. Inovasi, mengacu pada sejauh mana anggota organisasi diharapkan kreatif, menekankan pembelajaran, terbuka terhadap suatu masalah, dan terlibat dalam pengambilan keputusan. Inovasi juga mengacu pada keterbukaan terhadap ide-ide baru. (Kankanhalli *et al.*, 2005).

## 2. *Complementary fit*

- a. Variasi keterampilan, mengacu pada sejauh mana suatu pekerjaan memerlukan berbagai kegiatan yang berbeda sehingga pekerja dapat menggunakan sejumlah keterampilan dan bakat yang berbeda (Hackman & Oldham, 1976).
- b. Identitas tugas, mengacu pada tingkat sejauh mana suatu pekerjaan menuntut penyelesaian dari seluruh bagian tugas yang dapat diidentifikasi (Hackman dan Oldham, 1976:257).
- c. Otonomi pekerjaan, mengacu pada sejauh mana suatu pekerjaan memberikan kebebasan substansial, kemerdekaan, dan keleluasaan untuk individu dalam penjadwalan pekerjaan dan dalam menentukan prosedur yang akan digunakan untuk melaksanakannya (Hackman dan Oldham, 1976).

### 2.2.3. **Komitmen Afektif**

#### 2.2.3.1. **Definisi Komitmen Organisasional**

Meyer *et al.*, (1993: 540) memberikan pengertian bahwa komitmen terhadap organisasi pada umumnya didefinisikan dengan sejauh mana keterlibatan seseorang dalam organisasi dan kekuatan identifikasinya terhadap suatu organisasi tertentu. Komitmen organisasional menurut Williams dan Hazer (1986: 220)

didefinisikan sebagai tingkat kekerapan identifikasi dan keterikatan individu terhadap organisasi yang dimasukinya, dimana karakteristik komitmen organisasional antara lain adalah loyalitas seseorang terhadap organisasinya, kemauan untuk mempergunakan usaha atas nama organisasi, kesesuaian antara tujuan seseorang dengan tujuan organisasi. Sedangkan Fitriastuti (2013: 105) mengartikan komitmen sebagai kemampuan seseorang dalam menjalankan kewajiban, bertanggungjawab dan janji yang membatasi seseorang untuk melakukan sesuatu.

Komitmen organisasional merupakan sikap yang menunjukkan loyalitas dan merupakan proses berkelanjutan seseorang dalam mengekspresikan perhatiannya untuk kesuksesan organisasi (Chalimah, 2014: 2). Sebagai definisi yang umum, Luthans (1995: 433) mengartikan komitmen organisasional merupakan sikap yang menunjukkan loyalitas karyawan dan merupakan proses berkelanjutan bagaimana seorang anggota organisasi mengekspresikan perhatian kepada kesuksesan dan kebaikan organisasinya. Komitmen organisasional sendiri dibedakan dalam tiga jenis, yaitu komitmen afektif yang ditandai dengan keterlibatan karyawan secara emosional, komitmen normatif yang ditandai dengan keterlibatan karyawan karena merasa berkewajiban, dan komitmen kontinyu yang memikirkan kerugian ketika keluar dari pekerjaan (Meyer & Allen, 1991: 64).



### 2.2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasional

Allen dan Meyer (1991: 519) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen afektif pada karyawan sebagai berikut:

1. Karakteristik Individu (*Personal Characteristic*)

Karakteristik Individu yang mempengaruhi adalah *gender*, status pernikahan, tingkat pendidikan, kebutuhan untuk berprestasi, etos kerja dan persepsi individu mengenai kompetensinya.

2. Karakteristik Organisasi (*Structural Characteristics*)

Karakteristik structural yang mempengaruhi adalah adanya jalinan hubungan yang diberikan oleh pimpinan, perlakuan pimpinan mengenai pekerjaan.

3. Karakteristik Hubungan Pekerjaan (*Job Relation Characteristic*)

Karakteristik yang berhubungan dengan pekerjaan meliputi jalinan hubungan yang diberikan oleh pimpinan, perlakuan pimpinan mengenai pekerjaan, tantangan pekerjaan, konflik peran, dan ambiguitas peran.

4. Pengalaman Kerja (*Work Experience*)

Pengalaman kerja individu yang mempengaruhi proses terbentuknya komitmen afektif ini adalah beberapa karakteristik yang menunjukkan kepuasan individu yang diberikan oleh organisasi dan variasi kemampuan yang digunakan individu.

### 2.2.3.3. Indikator Komitmen Afektif

Indikator komitmen afektif menurut Allen dan Meyer (1990: 6) sebagai berikut:

1. Rasa senang

Perasaan positif yang muncul dalam diri seseorang terhadap organisasi.

2. Rasa memiliki

Perasaan seseorang yang menganggap organisasi adalah hak miliknya sehingga merasa bertanggungjawab atas apa yang terjadi dengan organisasi.

3. Keterikatan emosional

Perasaan mengikat seseorang secara emosional terhadap organisasi.

4. Makna pribadi

Berkaitan dengan arti secara personal organisasi bagi seseorang.

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dalam penyusunan penelitian ini. Kegunaan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus menjadi perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian selanjutnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

	<b>Judul</b>	<b>Penulis (Tahun)</b>	<b>Objek Penelitian</b>	<b>Hasil</b>
	<i>Employees' Online Knowledge Sharing: The Effect of Person Environment Fit</i>	Pee dan Min, (2017)	218 Intensive <i>Professional work</i> (Pengacara, Dokter dan Insinyur) di Singapore	<p>a. Indikator dari <i>PE Fit</i> (identitas pekerjaan) tidak berpengaruh secara signifikan pada perilaku berbagi pengetahuan secara <i>online</i></p> <p>b. Komitmen afektif berpengaruh positif pada perilaku berbagi pengetahuan secara <i>online</i></p>
	<i>Social Motives Polarity and Its Impact on Knowledge Sharing</i>	Sabetzadeh dan Eric (2011)	130 Responden yang mengisi kuesioner <i>online</i> di Hongkong (dengan beberapa kriteria sesuai)	Norma kolaboratif tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap motif perilaku berbagi pengetahuan
	<i>Knowledge Sharing: A Review and Directions for Future Research</i>	Wang dan Noe (2010)	<i>Organizational online community</i> di Las Vegas yang diteliti secara kualitatif	<p>a. <i>Environmental Factors (Interpersonal and Team Characteristics, Interpersonal and Organization, Cultural Characteristic)</i> berpengaruh pada perilaku berbagi pengetahuan</p> <p>b. Komitmen afektif dan <i>Motivasional</i></p>

				<i>Factors</i> meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan
	<i>Team Climate, Empowering Leadership, And Knowledge Sharing</i>	Xue <i>et al.</i> , (2011)	650 Mahasiswa yang mengambil kursus bisnis di sebuah Universitas besar di Amerika Serikat	Situasi kultur Tim dan kepemimpinan yang memperdayakan secara signifikan memiliki efek langsung pada perilaku berbagi pengetahuan.
	<i>Testing Multidimensional Theory of Person-Environment Fit.</i>	Edwards dan Billsberry (2010)	1.875 Karyawan perusahaan di United States	<p><i>a. Person-Environment Fit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi</p> <p><i>b. Dua dimensi dari P-E Fit (P-J Fit dan P-O Fit)</i> signifikan berpengaruh pada <i>Intention to Leave</i> dan <i>Job Satisfaction</i></p>
	Pengaruh <i>Human Capital</i> dan <i>Person Environment Fit</i> terhadap Komitmen Organisasi.	Sukarti dan Kistyanto (2014)	50 Karyawan PT. Aplikanusa Lintasarta Surabaya	<p><i>a. Human Capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi.</p> <p><i>b. Person-Environment Fit</i> berpengaruh positif dan signifikan</p>

				terhadap komitmen organisasi
	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Berbagi Pengetahuan melalui Mediasi Komitmen Organisasi pada Dosen Perguruan Tinggi.	Badar dan Seniati (2017)	150 Dosen Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Indonesia	<p>a. <i>Trust</i> berpengaruh positif pada berbagi pengetahuan</p> <p>b. Terdapat hubungan positif antara Komitmen Afektif dosen pada berbagi pengetahuan</p> <p>c. <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap komitmen afektif dosen</p>
	<i>The Relationship between High-Commitment HRM and Knowledge Sharing Behavior and its Mediators</i>	Chiang et al., (2011)	198 Paktisi yang terdaftar dalam program MBA eksekutif pada sebuah Universitas di Taiwan Utara	<p>a. <i>High-Commitment HRM</i> berhubungan positif pada <i>Perceived Organizational Support</i></p> <p>b. <i>Perceived Organizational Support</i> berhubungan positif pada komitmen organisasional</p> <p>c. Komitmen organisasional berhubungan positif pada perilaku berbagi pengetahuan</p> <p>d. Komitmen organisasional dan <i>POS</i> memediasi <i>High-</i></p>

				<i>Commitment HRM</i>
	<i>Predictors of Knowledge Sharing in The Pakistani Educational Sector: A Moderated Mediation Study</i>	Cheema dan Farheen (2017)	273 praktisi pendidikan (Dosen, asisten profesor, profesor, dan asosiasi profesor) di Pakistan	Komitmen afekif meningkatkan hubungan kepuasan karir dan perilaku berbagi pengetahuan secara <i>online</i> .
	Pengaruh Komitmen Afektif, Persepsi Saling Ketergantungan Tugas dan Keterlibatan Kerja terhadap <i>Sharing Pengetahuan Pada Auditor</i>	Indriasari (2013)	145 Akuntan profesional yang bekerja sebagai auditor eksternal di Kantor Akuntan Publik di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen afektif tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap aktivitas <i>sharing</i> pengetahuan pada auditor

Sumber: Penelitian terdahulu

#### 4.2. Kerangka Berpikir

Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis menggunakan tiga variabel, yaitu *Person-Environment Fit*, perilaku berbagi pengetahuan secara *online*, dan komitmen afektif. Masing-masing variabel saling berhubungan satu sama lain, hubungan tersebut akan dijelaskan melalui poin-poin berikut:

##### 2.4.1. Hubungan *Person-Environment Fit* pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara *Online*

Kecocokan individu dengan lingkungan (*Person-Environment Fit*) mengacu pada tingkat kecocokan atau kesesuaian antara karakteristik pribadi dengan karakteristik lingkungan kerja seseorang (Edwards *et al.*, 2006: 805). Pemahaman terhadap *Person-Environment Fit* (*Person-Environment Fit*) dapat membantu perusahaan untuk memilih para karyawan dengan karakteristik yang

sesuai dengan lingkungan kerja dan membentuk pengalaman-pengalaman yang dapat memperkuat kesesuaian tersebut. Kesesuaian antara individu dengan lingkungan kerja akan memberikan dampak terhadap hasil kerja karyawan yang lebih baik untuk perusahaan (Kristof, 1996: 4).

Yan *et al.*, (2011: 409) berpendapat bahwa memperkaya pekerjaan dengan meningkatkan karakteristik pekerjaan seperti, keahlian, identitas tugas, dan otonomi pekerjaan dapat meningkatkan kinerja dan *sharing* pengetahuan diantara para pekerja. Tett dan Guterman (2000: 400), berpendapat bahwa mempelajari kesesuaian antara individu dengan lingkungan dapat berpotensi memberikan dampak positif terhadap pemahaman yang lebih luas lagi mengenai pengaruh faktor lingkungan dan individu pada perilaku berbagi pengetahuan di antara karyawan. Seseorang yang memiliki kesesuaian antara nilai-nilai yang dimiliki dengan nilai-nilai organisasi atau rekan sekerjanya cenderung akan mudah dalam betukar informasi baik itu langsung atau secara *virtual* terkait dengan pekerjaan. Alasan ini menunjukkan bahwa *Person-Environment Fit* akan meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* pada karyawan.

#### **2.4.2. Hubungan *Person-Environment Fit* pada Komitmen Afektif**

*Person-Environment Fit* merupakan kesesuaian yang menunjukkan bahwa seorang karyawan akan merasa nyaman bekerja di sebuah organisasi dimana nilai-nilai penting untuk karyawan juga signifikan kepada anggota lain dalam organisasi (O'Reilly *et al.*, 1991: 489). Kesesuaian antara individu dengan lingkungan kerja akan memberikan dampak terhadap hasil kerja karyawan yang lebih baik untuk perusahaan (Kristof, 1996: 4). Tingkat kesesuaian ini dapat berkontribusi pada



sikap dan perilaku individu, baik positif ataupun negatif. Ketika terdapat kesesuaian antara nilai-nilai pribadi dengan nilai-nilai organisasi, individu akan merasa gambaran peran yang ada pada organisasi sudah sesuai dengan gambaran dirinya, sehingga individu akan melibatkan diri secara emosional dan mempertahankan keanggotaannya di dalam organisasi tersebut karena sudah merasa nyaman berada di dalamnya. Hal inilah yang mendorong terciptanya komitmen afektif dalam diri karyawan (Unal, 2014: 279).

Behery (2009: 189) juga menyatakan bahwa organisasi dapat meningkatkan hasil yang positif dengan memastikan tingginya kesesuaian seseorang terhadap organisasi dan pekerjaannya. Pendapat lain mengatakan bahwa individu yang memiliki nilai-nilai dan keyakinan yang sama dengan organisasinya dapat berinteraksi dengan mudah pada sistem nilai organisasi serta dapat mengurangi ketidakpastian dan konflik, serta dapat meningkatkan loyalitas atau komitmennya pada organisasi tersebut (Meglino *et al.*, 1989: 424). Individu yang telah berkomitmen secara afektif cenderung memperkuat struktur yang ada dalam nilai-nilai pada lingkungan organisasi baik secara *supplementary* maupun *complementary*, sehingga pada akhirnya akan mengantarkan pada pencapaian tujuan organisasi tersebut. Hal inilah yang mendasari pentingnya *Person-Environment Fit* dalam membentuk komitmen afektif karyawan.

#### **4.2.3. Hubungan Komitmen Afektif pada Perilaku Berbagi Pengetahuan secara *Online***

Allen dan Meyer (1990: 2) menjelaskan bahwa komitmen afektif merupakan salah satu bentuk komitmen organisasional yang menunjukkan

komitmen seseorang yang dianggap terikat secara afektif atau emosional pada organisasi sehingga individu dapat mengidentifikasi, terlibat dan menikmati keanggotannya di dalam organisasi tersebut. Seorang yang terikat secara emosional dengan organisasi akan merasa senang untuk melanjutkan keanggotannya dalam organisasi dan menghargai masalah organisasi seperti masalah sendiri (Ahmadi *et al.*, 2014: 36).

Semakin tinggi komitmen afektif yang dimiliki seseorang dalam sebuah organisasi maka akan terdapat kecenderungan yang sangat besar bagi seseorang untuk melakukan berbagi pengetahuan (Hooff & Weenen, 2004: 14). Berbagi pengetahuan akan berjalan dengan maksimal jika komitmen afektif seseorang terbangun dengan baik, karena pemilik pengetahuan lebih memilih untuk membagi pengetahuan yang dimiliki kepada rekan kerja yang berada di lingkungan yang memiliki nilai dan tujuan yang sama (Wang & Noe, 2010: 117). Hal inilah yang mendasari pentingnya komitmen afektif dalam menciptakan perilaku berbagi pengetahuan pada karyawan.

#### **4.2.4. Hubungan antara *Person-Environment Fit*, Perilaku Berbagi Pengetahuan secara *Online*, dan Komitmen Afektif**

Nilai-nilai, sikap dan perilaku dibentuk oleh lingkungan dimana individu hidup. Selain itu, nilai-nilai juga berdampak pada kehidupan pribadi individu (Unal, 2014: 272). Kesesuaian antara individu dengan lingkungan kerja akan memberikan dampak terhadap hasil kerja karyawan yang lebih baik untuk perusahaan (Kristof, 1996: 4). Tingkat kesesuaian ini dapat berkontribusi pada sikap dan perilaku individu, baik positif ataupun negatif. Ketika terdapat kesesuaian antara nilai-nilai

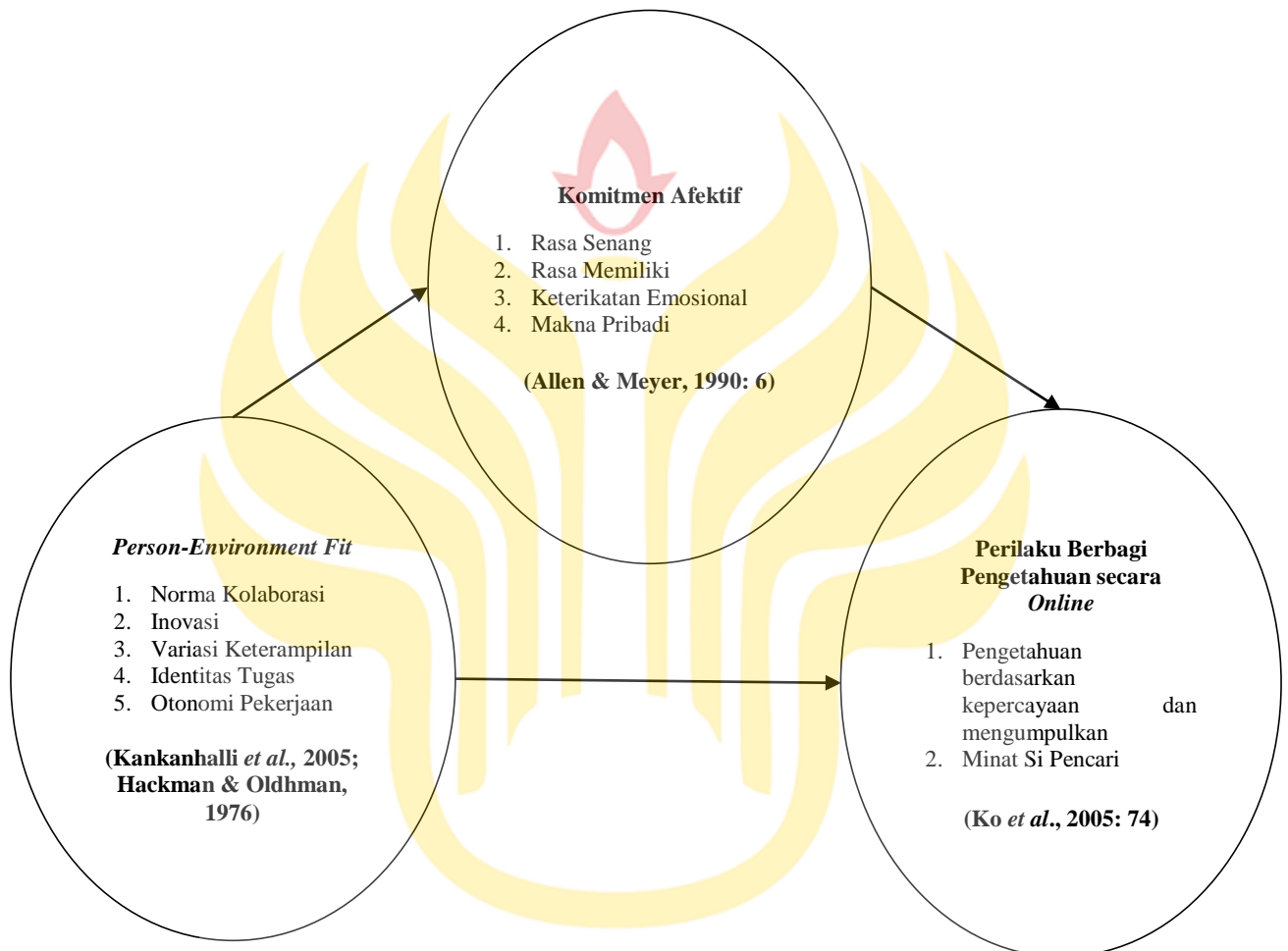
pribadi dengan nilai-nilai organisasi, maka akan berdampak positif, seperti terwujudnya identifikasi organisasi, peningkatan kinerja serta terbentuknya komitmen afektif. Sebaliknya, jika tidak terdapat keselarasan antara nilai individu dengan lingkungan, tentunya akan berdampak negatif seperti penurunan motivasi, tingkat absensi tinggi, serta *turnover intention* (Iplik *et al.*, 2013: 647; Kristof-Brown *et al.*, 2005: 285; Zoghbi & Lara, 2008: 82).

*Person-Environment Fit* bergantung pada hubungan antara karakteristik dasar dari suatu individu dan lingkungan bekerja, meliputi rekan kerja, tim kerja, dan organisasi. Karakteristik tersebut secara tradisional memuat budaya, iklim, nilai-nilai, tujuan, dan norma-norma yang sesuai antara individu dengan organisasinya (Mete *et al.*, 2016: 875). Tett dan Guterman, (2000: 400) menegaskan bahwa mempelajari kesesuaian antara individu dengan lingkungan dapat berpotensi memberikan dampak positif terhadap pemahaman yang lebih luas lagi mengenai pengaruh faktor lingkungan dan individu pada perilaku berbagi pengetahuan di antara karyawan. Seseorang yang memiliki kesesuaian antara nilai-nilai yang dimiliki dengan nilai-nilai organisasi atau rekan sekerjanya cenderung akan mudah dalam betukar informasi baik itu langsung atau secara *virtual* terkait dengan pekerjaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pee & Min (2017), menunjukkan bahwa *Person-Environment Fit* dapat mempengaruhi perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan di Singapore melalui komitmen afektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk menciptakan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* tidak hanya dibutuhkan kesesuaian individu dengan lingkungannya, untuk bekerjasama dalam

menyelesaikan tugas dan kewajiban, karyawan harus mampu untuk mengesampingkan kepentingan individu demi kepentingan bersama. Pendapat tersebut didukung oleh Finkelstein (2014: 4) yang menyatakan bahwa kerjasama tim harus dibangun agar dapat saling mendukung, meningkatkan kekompakan, serta menciptakan komitmen karyawan secara afektif. Komitmen erat kaitannya dengan berbagi pengetahuan secara *online* karena hal ini merupakan peran ekstra dan perilaku pro-sosial yang berusaha untuk menguntungkan organisasi dan anggotanya pada umumnya. Pengetahuan dibagikan secara *online* seperti halnya barang publik yang dapat dimanfaatkan oleh karyawan lain (Carbera & Carbera, 2002: 688). Semakin tinggi tingkat kecocokan individu dengan karakteristik lingkungan kerjanya, akan meningkatkan komitmen afektif karyawan terhadap organisasinya, yang pada akhirnya akan mendorong adanya perilaku berbagi pengetahuan secara *online*.

Berdasarkan pemikiran teoritis tersebut, maka kerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka berpikir

### 4.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Ferdinand, 2014: 27). Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan penjelasan keterkaitan antar variabel dan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu:

- H1: *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*.
- H2: *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan komitmen afektif
- H3: Komitmen afektif dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online*.
- H4: *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan berbagi pengetahuan secara *online* melalui komitmen afektif.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* melalui komitmen afektif karyawan bank syariah di Kota Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang, hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien *t*-hitung sebesar 8,056 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Artinya semakin tinggi *Person-Environment Fit* yang dimiliki karyawan maka akan meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* yang dimiliki karyawan bank syariah di Kota Semarang.
2. *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan komitmen afektif karyawan bank syariah di Kota Semarang, hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien *t*-hitung sebesar 7,543 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Artinya semakin tinggi *Person-Environment Fit* yang dirasakan oleh karyawan, akan meningkatkan komitmen afektif yang dimiliki karyawan bank syariah di Kota Semarang.
3. Komitmen afektif dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang, hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien *t*-hitung sebesar 9,485 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Artinya, semakin tinggi komitmen afektif yang dimiliki oleh karyawan maka



akan meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* yang dimiliki karyawan bank syariah di Kota Semarang.

4. Komitmen afektif memediasi hubungan *Person-Environment Fit* pada perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang, hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai standar koefisien beta yang dilakukan sebelumnya, diketahui nilai jalur langsung yaitu  $0,322 < \text{nilai total jalur tidak langsung } 0,577$  yang berarti bahwa *Person-Environment Fit* dapat meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

### 5.2.1 Teoritis

Penelitian mendatang diharapkan mampu mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain dan masih perlu dilakukan penelitian pada aspek yang sama untuk menguji konsistensi hasil penelitian ini, karena penelitian tersebut masih jarang dilakukan sehingga perlu untuk mengeneralisasikan penelitian ini.

### 5.2.2 Praktis

Beberapa hal yang penulis sarankan di dalam penelitian ini bagi pihak manajemen bank syariah di Kota Semarang antara lain sebagai berikut:

1. *Person-Environment Fit* dalam penelitian ini termasuk dalam kategori “sedang”. Artinya, *Person-Environment Fit* karyawan bank syariah di Kota

Semarang masih belum optimal, terutama pada indikator inovasi yang memiliki rata-rata nilai indeks terendah. Oleh karena itu, pihak manajemen perusahaan hendaknya mampu meningkatkan fasilitas-fasilitas yang menunjang karyawan untuk meningkatkan pengetahuan yang dimiliki, lebih terbuka terhadap perbedaan pendapat karyawan, dan berani mengambil risiko terhadap beberapa ide baru yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. Perilaku berbagi pengetahuan secara *online* dalam penelitian ini termasuk dalam kategori “sedang”. Artinya, perilaku berbagi pengetahuan secara *online* karyawan bank syariah di Kota Semarang belum sepenuhnya maksimal, terutama pada indikator minat si pencari yang memiliki rata-rata nilai indeks terendah. Pihak manajemen bank syariah di Kota Semarang hendaknya mampu memanfaatkan dan mengembangkan teknologi informasi seperti jejaring sosial untuk meningkatkan minat karyawan dalam berbagi pengetahuan secara *online*, baik itu antar karyawan, karyawan dengan organisasi, atau antar organisasi yang bermanfaat untuk saling berbagi dan bertukar pengetahuan. Selain menjadi bahan referensi dan pengetahuan baru, hasil dari berbagi pengetahuan ini dapat dijadikan sebagai alat untuk menganalisis dan mengevaluasi serta mengembangkan sebuah perusahaan atau organisasi.
3. Komitmen afektif dalam penelitian ini termasuk dalam kategori “sedang”. Pihak manajemen bank syariah di Kota Semarang seharusnya mampu menstimulus karyawan untuk meningkatkan komitmen secara afektif pada organisasi. Misalnya dengan memberikan penghargaan kepada karyawan yang rajin dan memberikan sanksi pada karyawan yang sering terlambat masuk atau

tidak hadir tanpa keterangan. Dengan adanya kebijakan tersebut, lambat laun karyawan akan menyadari pentingnya kedisiplinan, sehingga dapat menumbuhkan komitmen secara emosional dalam diri karyawan bank syariah di Kota Semarang.



### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, S. A. A., Mohammadpour, B., Rajabi, M., & Baghbani, F. (2014). Effect of Person-Organization Fit on Organizational Commitment. *International Journal of Information Technology and Management Studies*, 1(1), 33–43.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1–18.
- Badar, E. F., & Seniati, A. N. L. (2017). Pengaruh Trust terhadap Berbagai Pengetahuan melalui Mediasi Komitmen Organisasi pada Dosen Perguruan Tinggi. *Jurnal Indigenous*, 2(1), 7–27.
- Ballout, H. I. (2007). Career Success the Effects of Human Capital, Person Environment Fit, and Organization Support. *Journal of Managerial Psychology*, 22(8), 741–765.
- Blau, G. J. (1987). Using A Person-Environment Fit Model to Predict Job Involvement and Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 30(3), 240–257.
- Cabrera, A., & Cabrera, E. (2002). Knowledge Sharing Dilemmas. *Organization Studies*, 23(5), 687–710.
- Cable, D. M., & Judge, T. A. (1994). Pay Preferences and Job Search Decisions: A Person-Organization Fit Perspective. *Personnel Psychology*, 47, 317–348.
- Chalimah, A. S. (2014). Implementasi Dual Identity Anggota Koperasi sebagai Wujud Komitmen Organisasional. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(1), 90–99.
- Chatman, J. A. (1989). Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-Organization Fit. *Academy of Management Review*, 14(3), 333–349.
- Chatman, J. A. (1991). Matching People and Organizations: Selection and Socialization in Public Accounting Firms. *Administrative Science Quarterly*, 36(1), 459–484.
- Cheema, Sadia dan Farheen Javed. (2017). Predictors of Knowledge Sharing In The Pakistani Educational Sector: A Moderated Mediation Study. *Cogent Business & Management*, 4(1314109), 1-16.
- Cheng, C. M., & Chen, L. J. (2007). A Study on The Knowledge Sharing of Health Technology for Technological College Students' Mobile Learning. *International Journal of Education and Information Technologies*, 1(1), 24–39.
- Chiang, Hsu-Hsin Tzu-Shian Han, Ju-Sung Chuang, (2011). The Relationship between High-Commitment HRM and Knowledge-Sharing Behavior and Its Mediators. *International Journal of Manpower*, 32(5/6), 604-622.

- Connelly, C. E., & Kelloway, E. K. (2003). Predictors of Employees' Perceptions of Knowledge Sharing Culture. *Leadership & Organization Development Journal*, 24(5), 294–301.
- Dawis, R. V., & Lofquist, L. H. (1984). *A Psychological Theory of Work Adjustment*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How Organization What They Know*. (M. Boston, Ed.). Harvard Business Scholl Press.
- Edwards, J. R., & Billsberry, J. (2010). Testing a Multidimensional Theory of Person-Environment Fit. *Journal of Managerial Issues*, 22(4), 476–493.
- Edwards, J. R., Cable, D. M., Williamson, I. O., Lambert, L. S., & Shipp, A. J. (2006). The phenomenology of fit: Linking the Person and Environment tot The Subjective Experience of Person-Environment Fit. *Journal of Applied Psychology*, 91 (4), 802–827.
- Elita, Y. (2010). Pengaruh Rasa Saling Percaya di Antara Kolega terhadap Perilaku Berbagi Pengetahuan: Meta-Analisis. *Jurnal Humanitas*, 7(2), 158-174.
- Fadzilah, & Martono, S. (2016). Pengaruh Ketidakamanan Kerja, Komitmen Organisasional dan Kepercayaan Organisasional pada Keinginan Berpindah. *Management Analysis Journal*, 5(3), 167–177
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finkelstein, M. A. (2014). Individual Differences in OCB : The Contributions of Organizational Commitment and Individualism / Collectivism. *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1), 1–8.
- Fitriastuti, T. (2013). Pengaruh Kecerdasan Emosional Komitmen Organisasional, dan Organizational Citizenship Behavior terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 103–114.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gouldner, A. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25, 161–178.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. . (2011). The Differential Effects of Job Design on Knowledge Workers and Manual Workers: A Quasi-Experimental Field Study in China. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250–279.
- He, W., & Wei, K.-K. (2009). What Drives Continued Knowledge Sharing? An Investigation of Knowledge-Contribution and Seeking Beliefs. *Decision Support System*, 46(4), 826–838.
- Hogel, M., Parboteeah, K.P. and Munson, C.L. (2003). Team-Level Antecedents of

- Individuals' Knowledge Networks. *Decision Sciences*, 34(4), 741-70.
- Hoffman, B. J., & Woehr, D. J. (2006). A Quantitative Review of the Relationship between Person-Organization Fit and Behavioral Outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 68(3), 389–399.
- Hooff, B. v. d., & Weenen, F. d. L. (2004). Committed to Share: Commitment and CMC Use as Antecedents of Knowledge Sharing. *Knowledge and Process Management*, 11, 13–24.
- Hoof, B. V., & Ridder, J. A. (2004). Knowledge Sharing In Context: The Influence of Organizational Commitment, Communication Climate and CMC Use on Knowledge Sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117-130.
- Huhtala, M., & Feldt, T. (2016). The Path from Ethical Organisational Culture to Employee Commitment : Mediating Roles of Value Congruence and Work Engagement. *Scandinavian Journal of Work and Organizational Psychology*, 1(1).
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.
- Indriasari, Ika. (2013). Pengaruh Komitmen Afektif, Persepsi Saling Ketergantungan Tugas dan Keterlibatan Kerja terhadap *Sharing* Pengetahuan Pada Auditor. *Jurnal Dinamika dan Bisnis*, 10(2), 146-166.
- Iplik, F. N., Kilic, K. C., & Yalcin, A. (2011). The Simultaneous Effects of Person Organization and Person-Job Fit on Turkish Hotel Managers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 644–661.
- Jantunen, A. (2005). Knowledge-Processing Capabilities and Innovative Performance: An Empirical Etudy. *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 336–349.
- Jansen, B.J., Sobel, K. and Cook, G. (2011). Classifying Ecommerce Information Sharing Behaviour by Youths on Social Networking Sites. *Journal of Information Science*, 37(2), 120-136.
- Jayasingam, Sharmila, Muhiniswari Govindasamy ,Sharan Kaur Garib Singh. (2016). Instilling Affective Commitment: Insights on What Makes Knowledge Workers Want to Stay. *Management Research Review*, 39(3), 1-40.
- Johannessen, J. A., Olaisen, J., & Olsen, B. (2001). Mismanagement of Tacit Knowledge: The Importance of Tacit Knowledge, The Danger of Information Technology, and What to Do About It. *Journal International Journal Of Information Management*, 21(1), 3–20.
- Kankanhalli, A., Tan, B.C.Y., and Wei, K.K. (2005). Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation. *MIS Quarterly*, 29(1), 113-143.



- Khosravi, A. (2013). *The Effect of Personal Values, Organizational Culture, Person Organization Fit on Individual Outcomes in Restaurant Industry*. The Pennsylvania State University.
- King, W. R., & Marks, P. V. (2008). Motivating Knowledge Sharing Through A Knowledge Management System. *Omega: The International Journal of Management Science*, 36(1), 131–146.
- Ko, D.-G., Kirsch, L. J., & King, W. R. (2005). Antecedents of Knowledge Transfer and Knowledge Sharing from Consultants to Clients in Enterprise System Implementations. *Management Information System Quarterly*, 29(1), 59-85.
- Kristof, A. L. (1996). Person-Organization Fit: An Integrative Review of Its Conceptualization, Measurement, And Implications. *Personnel Psychology*, 49, 1–49.
- Kristof, A. L., & Brown. (2000). Perceived Applicant Fit: Distinguishing Between Recruiters' Perceptions of Person–Job and Person–Organization Fit. *Personnel Psychology*, 53(3), 643–671.
- Liao, Chechen, Fang-Chih Hsu and Pui-Lai To. (2013). Exploring Knowledge Sharing in Virtual Communities. *Emerald Insight*, 37(6), 891-909.
- Lin, S.-L., & Hsieh, A.-T. (2002). Constraints of Task Identity on Organizational Commitment. *International Journal of Manpower*, 23(2), 151–165.
- Luthans, F. (1995). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Ma, M., & Agarwal, R. (2007). Through a Glass Darkly: Information Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities. *Information Systems Research*, 18, 18–32.
- Meglino, B. M. (1996). *Work Values In L. H. Peters, S. A. Youngblood & C. R. Greer. The Blackwell Encyclopedic Dictionary of Human Resource Management*. Oxford, England: Blackwell Publishers.
- Mete, E. S., Sökmen, A., & Biyik, Y. (2016). The Relationship between Organizational Commitment, Organizational Identification, PersonOrganization Fit and Job Satisfaction: A Research on IT Employees. *International Review of Management and Business Research*, 5(3), 870–901.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1984). Testing The “Side-Bet Theory” of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372–378.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538–551.
- Meyer, J. P., & Maltin, E. R. (2010). Employee Commitment and Well-Being: A Critical Review, Theoretical Framework and Research Agenda. *Journal of Vocational Behavior*, 77(2), 323–337.



- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Jackson, T. A., Mcinnis, K. J., Maltin, E. R., & Sheppard, L. (2012). Affective, Normative, and Continuance Commitment Levels Across Cultures: A Meta-Analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 80(2), 225–245.
- Mittendorff, K., Geijsel, F., Hoeve, A., de Laat, M., & Nieuwenhuis, L. (2006). Community of Practice as Stimulating Forces For Collective Learning. *Journal of Workplace Learning*, 18(5), 298–312.
- Molm, L. D. (1994). Dependence and Risk: Transforming The Structure of Social Exchange. *Social Psychology Quarterly*, 57, 163–176.
- Morris, MG dan Venkatesh, V. (2010). Job Characteristics and Job Satisfaction: Understanding The Role of Enterprise Resource Planning System Implementation. *MIS Quarterly*, 34(1), 143-161.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). *Employee-Organization Linkages*. London: Academic Press.
- Muchinsky, P. M., & Monohan, C. J. (1987). What is Person-Environment Congruence? Supplementary Versus Complementary Models of Fit. *Journal of Vocational Behavior*, 31, 268–277.
- Murniasih, E., & Sudarma, K. (2016). Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi dan Kompetensi pada Kinerja Karyawan Dimediasi Komitmen Afektif. *Management Analysis Journal*, 5(1), 24–35.
- Nonaka, Ikujiro. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- O'Reilly, C.A., Chatman, J., and Caldwell, D. F. (1991). People and Organizational Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 487–516.
- Palupiningdyah. (2011). Komitmen Pedagang Pasar Bulu Kota Semarang Pasca Relokasi Penjualan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(2), 181–193
- Pee, L. G., & Min, J. (2017). Employees' Online Knowledge Sharing: The Effects of Person-Environment Fit. *Journal of Knowledge Management*, 21(2), 432–453.
- Pratiwi, Ika Yuli. (2016). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. [www.kompasiana.com/ikayulip/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia.com](http://www.kompasiana.com/ikayulip/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia.com). (diunduh pada 7 September 2017)
- Reicher, S. (1993). Psychology Politics Resistance The Birth of A New Organization. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 3(1), 77–80.
- Rejeki, A. T., & Wulansari, N. A. (2014). Pengaruh Keadilan Organisasional pada Komitmen Organisasional dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel

- Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(4), 319–326.
- Roscoe. (1975). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rozaq, Khoirur. (2012). Antecedent Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Pengaruhnya pada Kemampuan Inovasi Perusaaa. *Tesis. Fakultas Ekonomi: Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Ryu, S., Ho, S.H., Han, I. (2003). Knowledge Sharing Behavior of Physicians In Hospitals. *Expert Systems with Applications*, 25(1), 113–122.
- Sabetzadeh, Farzad and Eric Tsui. (2011). Social Motives Polarity and Its Impact on Knowledge Sharing. *VINE*, 41(1), 76-88
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis* (7th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Schneider, B. (1987). The People Make The Place. *Personnel Psychology*, 40 (1), 437–453.
- Siakas, Kerstin V, Georgiadou Elli, B. B. (2010). Cultural Impacts on Knowledge Sharing: Empirical Data from EU Project Collaboration. *VINE: The Journal of Information and Knowledge Management System*, 40(3/4), 376–389.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarti dan Anang Kistyanto. (2014). Pengaruh Human Capital dan Person Environment Fit terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmi Manajemen*, 2(2), 648-659
- Szulanski, G., Cappetta, R., & Jensen, R. J. (2004). When and How Trustworthiness Matters: Knowledge Transfer and The Moderating Effect of Causal Ambiguity. *Organization Science*, (15), 600–613.
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Reviews Psychology*, 33(1), 1–39.
- Teh, P. & Yong, C. (2011). Knowledge Sharing in is Personnel: Organizational Behavior's Perspective. *Journal of Computer Information Systems*, 51(4), 11–21.
- Teh, P., & Sun, H. (2012). Knowledge Sharing, Job Attitudes and Organisational Citizenship Behaviour. *Industrial Management & Data Systems*, 112(1), 64–82.
- Tepeci, M. (2001). The Effect of Personal Values, Organizational Culture, Person Organization Fit on Individual Outcomes in Restaurant Industry. *Organization*, (May), 134.
- Tett, R.P. and Guterman, H.A. (2000). Situation Trait Relevance, Trait Expression, and CrossSituationalConsistency: Testing a Principle of Trait Activation. *Journal of Research in Personality*, 34 (4), 397-423.

- Tohidinia, Z., & Mosakhani, M. (2010). Knowledge Sharing Behaviour and its Predictors. *Industrial Management & Data Systems*, 110(4), 611–631.
- Tsai, B. P. C., & Yen, Y.-F. (2012). Study of the Relationship of Workplace Person-Environment Fit, Country Identification and Affective Commitment Evidence of Chinese Immigrant Wives in Taiwan. *Athens Journal of Business and Economics*, X(Y), 1–22.
- Unal, Z. M. (2014). Does Affective Commitment Mediate the Relationship between Person-Organization Fit and Organizational Identification? *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(3), 270–283.
- Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A Review and Directions for Future Research. *Human Resource Management Review*, 20, 115–135.
- Williams, L. J., & Hazer, J. T. (1986). Antecedents and Consequences of Satisfaction and Commitment in Turnover Models: A Reanalysis Using Latent Variable Structural Equation Methods. *Journal of Applied Psychology*, 71(2), 219–231.
- Yan, M., K.Z., P., & Francesco, A. . (2011). The Differential Effects of Job Design on Knowledge Workers and Manual Workers: A Quasi-Experimental Field Study in China. *Human Resource Management*, 50(3), 407–424.
- Xue, Yaijong , John Bradley, H. L. (2011). Team Climate, Empowering Leadership, and Knowledge Sharing. *Journal of Knowledge Management*, 15(2), 299–312.
- Zoghbi, P., & Lara, M. de. (2008). Should Faith and Hope be Included in The Employees' Agenda Linking P-O Fit and Citizenship Behavior. *Journal of Managerial Psychology*, 23(1), 73–88.