PEMILIHAN MEDIA *KNOWLEDGE SHARING* DESAIN

PADA CV. SEEPHYFOUR CREASHINDO PRATAMA

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Mencapai Derajat Sarjana Strata-1

Oleh:

STEPHANIE PURNAMASARI CHITSADEVI

NIM: 06660020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2011

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga **FM-UINSK-BM-05-07/R0**

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/D.ST/PP.01.1/1194/2011

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul	:	Pemilihan Media *Knowledge Sharing* Desain Pada CV. Seephyfour Creashindo Pratama
Yang dipersiapkan dan disusun oleh	:	
Nama	:	Stephanie Purnamasari Chitsadevi
NIM	:	06660020
Telah dimunaqasyahkan pada	:	28 Juni 2011
Nilai Munaqasyah	:	A -

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Cahyono Sigit Pramudyo, M.T
NIP.19801025 200604 1 001

Penguji I

Yandra Rahadian Perdana, M.T
NIP. 19811025 200912 1 002

Penguji II

Tutik Farikhah, S.T
NIP. 19800706 200501 2 007

Yogyakarta, 1 Juli 2011
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Sains dan Teknologi
Dekan

Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, M.A, Ph.D
NIP. 19580919 198603 1 002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	: Stephanie Purnamasari Chitsadevi
NIM	: 06660020
Judul Skripsi	: Pemilihan Media Knowledge Sharing Desain Pada CV. Seephyfour Creashindo Pratama

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Bidang Teknik Industri.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Juni 2011
Pembimbing I

Pramudyo

Cahyono Sigit Pramudyo, S.T.,M.T.
NIP. 19801025 200604 1 001

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	: Stephanie Purnamasari Chitsadevi
NIM	: 06660020
Judul Skripsi	: Pemilihan Media Knowledge Sharing Desain Pada CV. Seephyfour Creashindo Pratama

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Bidang Teknik Industri.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Juni 2011
Pembimbing II

Ira Setyaningsih, S.T, M.Sc
NIP. 19790326 200604 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stephanie Purnamasari Chitsadevi

NIM : 06660020

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :

Pemilihan Media *Knowledge Sharing* Desain Pada CV. Seephyfour Creashindo Pratama

Adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Juni 2011

Yang menyatakan

METERAI TEMPEL
11EFEAAF404301203
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

Stephanie Purnamasari Chitsadevi
NIM : 06660020

KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam yang menciptakan hukum dan mekanisme yang sempurna di dunia, atas segala nikmat, rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PEMILIHAN MEDIA *KNOWLEDGE SHARING* DESAIN PADA CV SEEPHYFOUR CREASHINDO PRATAMA"** , sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Berkenaan dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis ingin menyapa sebagai tanda bahagia dengan mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas semua pertolongan, nikmat, rahmat, hidayah, serta inayah-Nya yang diberikan kepada penulis.
2. Kedua orang tuaku, Papa (H.Hasril Syakur) dan Mama (Hj. Yustika Utama) atas semua kesabaran, nasehat, do'a yang tiada henti terucap, dukungan moril dan materiil yang penulis sangat butuhkan, dan limpahan kasih sayang tanpa syarat.
3. Nenek tercinta Hj Siti Hawa, Kakak Amy dan Brenna terima kasih atas semua petuah dan do'anya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga, Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, M.A.,Ph.D
5. Dosen pembimbing Pak Cahyono Sigit Pramudyo, S.T.,M.T. dan Ibu Ira Setyaningsih, S.T., M.Sc. dengan segala kesabaran telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga yang telah membimbing penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga.
7. Seseorang yang mendampingiku, semoga bisa menuntun ke jalan yang baik dan terima kasih untuk selalu memberi "warna" selama masa perkuliahan dan selama penyelesaian skripsi ini.
8. Na'ma, Mamah, dan QQ, Terima kasih untuk bantuan, motivasi dan dukungannya.
9. Keluarga Besar Teknik Industri, khusunya angkatan 2006 atas kebersamaan dalam berjuang selama belajar di UIN Sunan Kalijaga.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuannya.

Akhirnya, penulis berharap karya ini dapat bermanfaat baik bagi diri penulis maupun bagi orang lain.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Juni 2011

Penyusun

Stephanie Purnamasari C
06660020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN..... ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

HALAMAN PERNYATAAN..... iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xiii

ABSTRAK xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 7

1.4 Tujuan Penelitian 7

1.5 Manfaat Penelitian 8

1.6 Sistematika Penulisan..... 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 10

2.1. Tinjauan Pustaka 10

2.2. Landasan Teori 13

2.2.1. Electronic Comunication Tools..... 13

2.2.2. E-Mail 15

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2.2.3. Facebook 16

2.2.4. Instant Messaging 18

2.2.5 Knowledge Management 22

2.2.6 Technology Acceptance Model 27

2.2.7 Sistem Pengembangan Produk 30

2.3 Pengembangan Hipotesis 31

2.3.1. Kegunaan Persepsian (Perceived Usefulness) 31

2.3.2. Kemudahan penggunaan Persepsian (Perceived Ease Of Use) 33

2.3.2. Kesukaan Persepsian (Perceived Enjoyment) 35

2.4 Kerangka Pikir Penelitian 37

2.4.1. Kerangka Pikir Penelitian E-Mail 37

2.4.2. Kerangka Pikir Penelitian Instant Messaging 37

2.4.3. Kerangka Pikir Penelitian Facebook 38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 39

3.1. Studi Pendahuluan 39

3.2. Pengumpulan Data 39

3.2.1. Jenis Penelitian 39

3.2.2. Populasi dan Sampel 40

3.2.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Konstruk Penelitian 41

3.2.4. Uji Pilot 43

3.3. Pengolahan Data 44

3.5. Uji Validitas 44

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3.5. Uji Validitas 44

3.6. Uji Reabilitas 45

3.7. Regresi 45

3.4.Analisa data dan Pembahasan..... 46

3.5. Diagram Alir Penelitian 47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 48

4.1. Profil Perusahaan 48

4.2. Pengumpulan Data 49

4.3. Pengolahan Data 50

4.3.1. Statistik Deskriptif 50

4.3.2. Uji Reabilitas dan Validitas 51

4.3.2.1. Uji Reabilitas dan Validitas (*Email*) 52

4.3.2.2. Uji Reabilitas dan Validitas (*Instant Messaging*) 62

4.3.2.2. Uji Reabilitas dan Validitas (*Facebook*) 72

4.3.3 Uji Hipotesis Penelitian 83

4.3.3.1.Penjelasan Kegunaan Persepsian (PU)..... 89

4.3.3.2. Penjelasan Kemudahan Pengunaan Persepsian (PEOU) 91

4.3.3.3.Penjelasan Kesukaan Persepsian (PE) 91

4.3.3.4. Penjelasan Intensi untuk berbagi knowledge desain... 94

4.3.4 Temuan Penelitian 96

4.3.4.1. Temuan Penelitian Email 96

4.3.4.2. Temuan Penelitian Instant Messaging..... 97

4.3.4.3. Temuan Penelitian Facebook..... 98

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 100

5.1. Kesimpulan 100

5.2. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA..... 104

LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Statistik Deskriptif..... 50

Tabel 4.2. Uji Reabilitas (E-Mail) 52

Tabel 4.3. Uji Korelasi Perceived Usefulness(E-Mail) 53

Tabel 4.4. Uji Korelasi Perceived Ease Of Use(E-Mail) 54

Tabel 4.5. Uji Korelasi Perceived Enjoyment(E-Mail) 55

Tabel 4.6. Uji Korelasi Intention To Share Kowledge Design (E-Mail) 56

Tabel 4.7. Hasil Pengujian Validasi Dengan Analisis faktor (E-Mail) 57

Tabel 4.8. Uji Reabilitas (IM) 63

Tabel 4.9. Uji Korelasi Perceived Usefulness(IM) 63

Tabel 4.10. Uji Korelasi Perceived Ease Of Use(IM) 64

Tabel 4.11. Uji Korelasi Perceived Enjoyment(IM)..... 65

Tabel 4.12. Uji Korelasi Intention To Share Kowledge Design (IM) 66

Tabel 4.13. Hasil Pengujian Validasi Dengan Analisis faktor (IM)..... 67

Tabel 4.14. Uji Reabilitas (Facebook) 73

Tabel 4.15. Uji Korelasi Perceived Usefulness(Facebook) 73

Tabel 4.16. Uji Korelasi Perceived Ease Of Use(Facebook) 74

Tabel 4.17. Uji Korelasi Perceived Enjoyment(Facebook) 75

Tabel 4.18. Uji Korelasi Intention To Share Kowledge Design (Facebook)..... 76

Tabel 4.19. Hasil Pengujian Validasi Dengan Analisis faktor (Facebook)..... 77

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tabel 4.20. Hasil Pengaruh Uji Regresi..... 83

Tabel 4.21. Hasil Ringkasan Pengaruh PEOU terhadap PU..... 89

Tabel 4.22. Hasil Ringkasan Pengaruh PEOU terhadap PE 92

Tabel 4.22. Hasil Pengaruh PU,PEOU dan PE terhadap ISEM,ISIM,ISFB..... 94

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. *Knowledge Management* 26

Gambar 2.2. Model Penelitian 29

Gambar 2.3. Tahapan Pengembangan Produk 30

Gambar 2.4. Kerangka Pikir Penelitian (E-Mail) 37

Gambar 2.5. Kerangka Pikir Penelitian (Instant Messaging) 37

Gambar 2.6. Kerangka Pikir Penelitian (Facebook) 38

Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian 47

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pemilihan Media *Knowledge Sharing* Desain Pada CV Seephyfour Creashindo Pratama

Stephanie Purnamasari C

06660020

Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris bahwa penerimaan teknologi untuk tiga *Electronic Communication Tools* (ECT) berupa *Electronic Mail* (Email), *Instant Messaging*, dan *Social Networking* (Facebook) yang digunakan akan mempengaruhi intensi untuk berbagi *knowledge* khususnya dalam domain *knowledge* desain. Ketiga model dalam penelitian ini menggunakan 3 konstruk *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi Heijden (2004) berupa Kegunaan Persepsian (*perceived usefulness*), Kemudahan Penggunaan Persepsian (*perceived ease of use*) dan Kesukaan Persepsian (*perceived enjoyment*) sebagai konstruk untuk mengukur penerimaan teknologi yang secara positif diprediksi akan mempengaruhi intensi untuk berbagi *knowledge* desain.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei kuesioner dengan *purposive sampling* dan *convenience sampling* untuk 46 orang pengguna setiap ECT. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji reabilitas Cronbach's Alpha, uji validitas dengan uji korelasi dan analisis faktor dengan rotasi varimax dengan pisah batas 0.35 sebagai titik terendah, dan regresi dengan program SPSS versi 15.0.

Penelitian ini, membuktikan bahwa ketiga model dalam penelitian ini mampu menunjukkan pengaruh penerimaan teknologi terhadap Intensi berbagi *Knowledge* desain secara valid kemudian dengan melihat melalui tingkat intensi *Knowledge Sharing* dalam domain desain maka akan terlihat media yang niat (intensi) penggunaannya lebih tinggi dan dipilih oleh pengguna di CV.Seephyfour Creashindo Pratama. Variabel kesukaan persepsian ialah salah satu indikator pengukur model penerimaan teknologi yang dapat memberi penjelasan yang terukur terhadap perilaku berbagi *knowledge* dalam domain desain individu penggunanya. Dari ketiga model yang ada hanya satu model yang tidak berhasil untuk memberikan bukti secara empiris bahwa kesukaan persepsian tidak berpengaruh langsung yakni penggunaan *Instant Messaging*.

Bagi para pengguna Email di CV.Seephyfour Creashindo Pratama Kesukaan Persepsian (PE) merupakan variabel yang memiliki persentase terbesar yang menyatakan bahwa mereka akan memiliki perubahan niat (intensi) untuk berbagi *knowledge* desain terbesar karena kesukaan mereka terhadap *E-mail* tersebut dengan koefisien yang dimiliki sebesar 0.555 kemudian bagi para pengguna *Facebook* (FB) di CV.Seephyfour Creashindo Pratama Kegunaan Persepsian memiliki koefisien tertinggi yakni 0.596 yang menyatakan bahwa mereka akan memiliki perubahan niat (intensi)untuk berbagi *knowledge* desain terbesar karena kebermanfaatan (variabel PU) FB tersebut.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model*, Kegunaan Persepsian, Kemudahan Penggunaan Persepsian, Kesukaan Persepsian, Intensi Berbagi *Knowledge* Desain, *Electronic Communication Tools (ECT)*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era bisnis pada saat ini sangat kompetitif sehingga memaksa organisasi dari seluruh aspek untuk siap menghadapi tantangan yang ada. Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil sehingga perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat. Dibutuhkan Tindakan berkomunikasi dimana tindakan ini telah menciptakan tren penggunaan teknologi dalam menjalin komunikasi internal. Hal ini dilakukan seiring dengan adanya automatisasi bisnis dan standarisasi organisasi yang meningkatkan kepedulian terhadap peningkatan sumber daya manusia terutama dalam hal kemampuan bekerja, pengetahuan serta pemahaman individu dalam rangka menciptakan nilai bagi organisasi (Sproull dan Kiesler, 1991; Alavi dan Leidner, 2001).

Knowledge adalah suatu bentuk keunggulan kompetitif bagi organisasi yang diatur dalam suatu sistem manajemen, sistem manajemen *knowledge* sendiri dibangun untuk mempromosikan dan mendukung kegiatan berkreasi, transfer dan mengaplikasikan pengetahuan dan pemahaman itu sendiri dalam organisasi (Alavi dan Leidner, 2001). *Knowledge* dapat dimiliki melalui sumber eksternal dan internal. Walaupun demikian, pengembangan *Knowledge* secara internal yang menjadi kunci dari ekstensifikasi pengetahuan dan pemahaman organisasi. Penelitian ini berfokus

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

pada satu aktivitas manajemen *knowledge* yaitu berbagi (*share*) yang dikenal dengan istilah *knowledge sharing.*

Berbagi *Knowledge* (*knowledge sharing*) menurut Bartol dan Srivastava (2002) didefinisikan sebagai pertukaran informasi, ide, dukungan dan keahlian antara individu satu dengan individu yang lain dalam suatu organisasi. *Knowledge* dalam literatur dibedakan antara *tacit*, implisit dan eksplisit. *Tacit* dan implisit memerlukan informasi yang sulit diekspresikan, diformalisasikan, atau dibagikan. Berbeda dengan explicit *knowledge* yang dengan sadar dapat dituangkan dalam kata-kata (Lubit, 2001). *Tacit* dan implisit *knowledge* adalah suatu *knowledge* yang belum di-kodifikasi melalui sesuatu yang eksplisit seperti kata-kata atau tulisan. Akan tetapi *tacit knowledge* merupakan *knowledge* yang tidak dapat diartikulasikan karena sesungguhnya individu yang memiliki *knowledge* ini memiliki tingkat *know-how* yang lebih tinggi dari yang dapat diartikulasi dan diekspresikan (Nickols, 2000).

Knowledge yang dimiliki dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan baik formal maupun nonformal (kursus, pelatihan, dsb). Bidang tertentu yang menjadi fokus dari penelitian ini merupakan *knowledge* dengan *domain* desain. Pengolahan informasi berbasis data dalam domain desain akan meningkatkan kinerja dan menjadi keunggulan kompetitif individu di dalam lingkungan sosial dan organisasinya. Dengan kata lain, aktivitas kreasi, komunikasi dan kolaborasi *knowledge* akan menghasilkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja yang lebih tinggi, jika diikuti dengan aktivitas berbagi *knowledge*. Pernyataan ini didukung oleh Baird

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dan Henderson (dalam Bock et.al, 2005) bahwa jika perilaku berbagi *knowledge* jarang dilakukan dalam organisasi maka tingkat perbedaan *knowledge* (*knowledge gap*) akan meningkat dan pada akhirnya akan mempengaruhi produktivitas hasil keluaran dari penugasan atau kinerja dalam organisasi tersebut. Hal ini mengindikasikan diperlukan adanya aktivitas berbagi *knowledge* oleh individu yang pada umumnya dilakukan melalu aktivitas komunikasi dengan menggunakan alat-alat komunikasi. Dalam era web 2.0 ini alat komunikasi dalam melakukan aktivitas berbagi *knowledge* bukan hanya berbasis manual/tradisional melainkan sudah berubah cukup signifikan menjadi *Electronic Communication Tools* (ECT). ECT menggunakan mediasian komputer dan mempergunakan teknologi berbasis internet. ECT berfungsi sebagai media sosial untuk berkomunikasi dalam dunia maya dan memilki kecepatan transfer data melebihi komunikasi tradisional dan biaya overhead yang lebih rendah dibandingkan komunikasi tradisional yang condong pada pengumpulan di satu tempat untuk melaksanakan komunikasi.

Fokus dari penelitian ini adalah ECT yang sering digunakan sebagai media sosial oleh masyarakat Indonesia untuk berbagi *knowledge* adalah: *E-Mail, Instant Messaging* (IM) dan *Sosial Networking* (Facebook™) . Facebook menjadi fokus karena media sosial ini mencapai popularitas yang sangat tinggi hanya dalam 5 tahun terakhir ini, Facebook merupakan situs nomor 1 paling popular di Indonesia (Alexa.com, 2010).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

E- Mail merupakan ECT yang paling mendasar dan memiliki sistem asinkron dan selalu digunakan dalam berkomunikasi di dunia maya. Akan tetapi Facebook memiliki basis platform aplikasi seperti *E-mail* dan *chat* (IM) yang menginspirasi ke 540 juta penduduk dunia menjadi pengguna situs jejaring sosial ini (Mei 2010, detik.com). Beragam teknologi yang ada membuat komunikasi dalam berbagi pengetahuan semakin mudah dan diperlukan tingkat penerimaan teknologi.

Salah satu model yang dapat memperkirakan penerimaan individu terhadap sebuah sistem informasi dengan baik adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian terdahulu, diawali oleh Davis (1989) dan Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989) telah menemukan bahwa faktor kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) atau disingkat PEOU, dan faktor kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) atau disingkat PU dalam TAM, dapat memprediksi penerimaan pengguna terhadap sebuah sistem informasi dengan baik. Kemudian penelitian Davis (1989), Davis *et al* (1989) ini dirujuk oleh banyak peneliti lain sehingga berjumlah sebanyak 689 buah penelitian (Lee, Kozar, & Larsen, 2003). Dengan demikian TAM, telah diterima sebagai salah satu model umum yang mampu memperkirakan penerimaan individu terhadap sebuah sistem informasi dengan baik (Taylor & Todd, 1995; Teo *et al*. 1999 dalam Hartono, 2007). Pengembangan ketiga ECT di atas tidak terlepas dari unsur *entertainmet* yang mereka miliki, bahkan pengembang *E-mail* dari awal pembuatnya telah menyisipkan penggunaan *emmoticons* (mimik bergambar) sebagai salah satu fitur pada *E-mail* (Martin, 1994). Dengan kata lain, pengembang software

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

yang digunakan sebagai alat komunikasi elektronik ingin agar pengguna menikmati sistem yang mereka kembangkan agar komunikasi lebih terasa nyata. Perasaan senang ini dikategorikan sebagai suatu konstruk yang disebut *perceived enjoyment.* Kesukaan persepsian (*perceived enjoyment*) didefinisikan sebagai sejauh mana aktivitas penggunaan komputer dipersepsikan menyenangkan menurut diri pengguna, yang terpisah dari konsekuensi kinerja yang telah diidentifikasi sebelumnya (Davis *et al*., 1992). Heijden (2004) memasukan konstruk ini sebagai modifikasi dari TAM. Dengan ketiga konstruk (PU,PEOU dan PE) diharapkan dapat memperkirakan penerimaan individu terhadap ketiga situs di atas, apabila individu telah menerima maka komunikasi yang dijalankan dengan ketiga ECT ini akan mengarahkan kepada aktivitas berbagi *knowledge*. Hal ini di dukung oleh Bock, et al (2005) yang menyatakan bahwa aktivitas berbagi *knowledge* dapat dilakukan secara langsung dengan berkomunikasi maupun secara tidak langsung dengan menggunakan dokumen tertulis.

CV. Seephyfour Creashindo Pratama merupakan usaha kecil menengah dimana dalam dunia bisnis saat ini harus siap menghadapi segala tantangan yang ada. Salah satu hal yag dilakukan adalah menerapkan sistem informasi yang dapat meningkatkan kinerja menghasilkan informasi untuk kepentingan organisasi yang banyak melibatkan tindakan berkomunikasi, kolaborasi dan aktivitas koordinasi (Grover V., dan Davenport, 2001). ECT yang ada dapat memfasilitasi semua kegiatan berbagi *knowledge* baik secara langsung (contoh: berkomunikasi) maupun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tidak langsung (contoh: berbagi dokumen tertulis yang telah diolah berdasarkan pengetahuan/pemahaman). Dengan kata lain, apabila tingkat penerimaan ECT positif maka tingkat berbagi *knowledge* akan menjadi positif juga (Merelyne,2010). Oleh karena itu, penelitian ini mencoba membandingkan tingkat penerimaan teknologi ketiga ECT yang paling sering digunakan dalam berbagi *knowledge* dengan domain desain dan mencoba untuk melihat situs mana yang paling tinggi tingkat penerimaannya yang digunakan sebagai alat untuk berbagi *knowledge* khususnya di domain desain pada CV. Seephyfour Creashindo Pratama.

1.2 Rumusan Masalah

Penalaran berdasarkan latar belakang di atas merujuk terhadap rumusan masalah yang akan diuji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kemudahan penggunaan persepsian, kegunaan persepsian dan kesukaan persepsian alat komunikasi elektronik berupa *Email* berpengaruh positif terhadap intensi berbagi *knowledge* khususnya dalam domain desain di CV. Seephyfour Creashindo Pratama?
2. Apakah kemudahan penggunaan persepsian, kegunaan persepsian dan kesukaan persepsian alat komunikasi elektronik berupa *Instant Messaging* berpengaruh positif terhadap intensi berbagi *knowledge* khususnya dalam domain desain di CV. Seephyfour Creashindo Pratama?

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3. Apakah kemudahan penggunaan persepsian, kegunaan persepsian dan kesukaan persepsian alat komunikasi elektronik berupa *Facebook* berpengaruh positif terhadap intensi berbagi *knowledge* khususnya dalam domain desain di CV. Seephyfour Creashindo Pratama?

4. Apakah pemilihan alat komunikasi elektronik berpengaruh terhadap tingkat intensi berbagi *knowledge* khususnya dalam domain desain di CV. Seephyfour Creashindo Pratama?

1.3 Batasan Masalah

Batasan penelitian dimaksudkan agar penelitian lebih fokus, sehingga mendapatkan hasil yang maksimal sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan. Fokus penelitian ini pada aspek penerimaan teknologi *Electronic Communication Tools* (ECT) berupa *Electronic Mail, Instant Messaging,* dan *Social Networking (Facebook)* ketika pengguna ingin melakukan *knowledge sharing* desain di CV. Seephyfour Creashindo Pratama bukan pada penyebab pengguna ingin melakukan *knowledge sharing* desain yang dikarenakan oleh *ECT* di CV. Seephyfour Creashindo Pratama.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk memberi bukti empiris bahwa penerimaan teknologi untuk setiap *Electronic Comunication Tools* (ECT) yang digunakan akan mempengaruhi intensi untuk *Knowledge Sharing* desain di CV. Seephyfour Creashindo Pratama kemudian dengan melihat melalui tingkat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

intensi *Knowledge Sharing* dalam domain desain maka akan terlihat media yang intensi penggunaannya lebih tinggi dan dipilih oleh pengguna di CV. Seephyfour Creashindo Pratama.

1.5 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian ini memberikan pengetahuan bagaimana penerimaan teknologi mempengaruhi intensi berbagi *knowledge* khusnya dalam domain desain. Manfaat penelitian ini bagi tiap-tiap elemen diuraikan sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini dapat dijadikan dukungan empiris terhadap penelitian *knowledge management* dan diharapkan dapat mengembangan variabel- variabel lain yang mempengaruhi tingkat aktivitas berbagi *knowledge*, serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan penelitian pengujian model TAM.

b. Bagi Pengguna

Penelitian ini bermanfaat dalam kaitannya memberikan pandangan bagi pengguna dalam rangka pemilihan alat/media komunikasi elektronik yang sering di gunakan dalam aktivitas berbagi *knowledge*. Pemilihan alat komunikasi yang tepat dapat menjadi kontribusi positif dari individu terhadap organisasi karena jika kegiatan berbagi *knowledge* dilakukan maka aktivitas dalam organisasi akan lebih efektif dan sejatinya keunggulan kompetitif akan dimiliki pula oleh organisasi tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan dalam lima bagian sebagai berikut:

Bab pertama berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua membahas mengenai tinjauan pustaka yang di dalamnya mengemukakan hal-hal yang berkaitan dengan telaah teori dan penelitian sebelumnya yang digunakan untuk membangun hipotesis, kerangka pemikiran dan menurunkan hipotesis penelitian.

Bab ketiga membahas metoda penelitian yang berisikan rincian mengenai desain penelitian; populasi dan sampel; variabel penelitian dan definisi operasional variabel; instrumen penelitian; dan teknik analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Bab keempat mengulas tentang hasil penelitian disertai dengan pembahasan. Hasil penelitian meliputi data penelitian, pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima berisi tentang kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian implikasi, keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian .

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu memberikan bukti empiris bahwa penerimaan teknologi dengan menggunakan model modifikasi TAM oleh Heidjen (2004) untuk setiap *Electronic Communication Tools* (ECT) berupa *Email, Instant Messaging*, dan *Facebook* yang digunakan akan mempengaruhi intensi untuk berbagi knowledge khususnya dalam domain knowledge desain yang merupakan fokus dalam penelitian ini. Dengan kata lain, ingin menguji pengaruh kegunaan persepsian (PU), kemudahan penggunaan persepsian (PEOU) dan kesukaan persepsian (PE) terhadap intensi berbagi knowledge dalam domain desain di CV Seephyfour Creashindo Pratama dan melakukan validasi empiris bahwa model TAM yang dimodifikasi ini dapat digunakan untuk melihat level tingkat penerimaan setiap teknologi (ECT) berdasarkan intensinya.

Dari Penelitian ini didapatkan hasil uji kausalitas untuk masing-model berdasarkan penggunaan ketiga ECT dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian berasosiasi positif langsung dan secara statistik signifikan dengan intensi berbagi knowledge dalam domain desain. Dengan kata lain,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

intensi berbagi knowledge dipengaruhi oleh usaha/*effort* yang dibutuhkan dalam menggunakan *Email, Instant Messaging* dan *Facebook* sebagai alat untuk berbagi knowledge, dan apakah ECT (Email, IM dan FB) bermanfaat dalam meningkatkan kinerja apabila akan digunakan untuk berbagi knowledge.

2. Kesukaan Persepsian untuk penggunaan Email, IM dan FB dalam penelitian ini hanya berpengaruh secara langsung terhadap intensi pengguna *Email* dan *Facebook* untuk berbagi knowledge dalam domain desain. Hal ini berarti bahwa para pengguna Email, IM dan FB merasa membutuhkan kesukaan/*familiaritas* yang lebih apabila ingin berbagi knowledge. Khusus Pengguna IM, kesukaan persepsian tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara langsung terhadap intensi pengguna IM untuk berbagi knowledge dalam domain desain (5b) pada tabel 4.20 yakni dengan signifikansi sebesar 0.242, keadaaan ini dimungkinkan terjadi karena pengguna tidak merasa bahwa IM cukup menyenangkan untuk digunakan sebagai alat untuk berbagi knowledge.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Bagi para pengguna *Email* Kesukaan Persepsian (PE) merupakan variabel yang memiliki persentase terbesar yang menyatakan bahwa mereka akan memiliki perubahan intensi untuk berbagi knowledge desain terbesar karena kesukaan mereka terhadap *E-mail* tersebut hal ini terlihat pada tabel 4.20 disini terlihat bahwa koefisien

yang dimiliki sebesar 0.555. Tingginya tingkat kesukaan dalam menggunakan *Email* ini tercipta oleh bawaan dari responden yang sudah lebih lama menggunakan email dibandingkan ECT yang lainnya, sehingga penggunanya merasa lebih familiar dalam melakukan aktivitas berbagi knowledge. Hal ini juga turut membuktikan bahwa kesukaan persepsian merupakan salah satu elemen modifikasi penting dalam model penerimaan teknologi yang dapat digunakan untuk mengukur level intensi untuk berbagi knowledge. Untuk pengguna FB yang menjadi perhatian utama para penggunanya justru terletak pada variabel kegunaan persepsian. Hasil pengujian pada table 4.20 menyatakan bahwa mereka akan memiliki perubahan intensi untuk berbagi knowledge desain terbesar karena kebermanfaatan (variabel PU) FB tersebut yakni sebesar 0.596. Tingginya tingkat Kebermanfaatan FB ini sesuai dengan bawaan dari teknologinya yang memiliki banyak fitur, aplikasi dan unsur jaringan pertemanan yang lebih luas dibandingkan ketiga ECT lainnya, sehingga penggunanya akan memiliki banyak opsi dalam melakukan aktivitas berbagi knowledge dan mereka juga percaya bahwa hal ini akan meningkatkan kinerjanya dalam berbagi knowledge.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

5.2 Saran

Berikut ini saran untuk penelitian yang akan datang, yakni :

1. Pengujian dengan sampel yang lebih banyak dan memperlibatkan semua komponen dalam pengguna ketiga ECT tidak terbatas pada CV. Seephyfour Creashindo Pratama maupun konteks usaha kecil menengah saja tapi juga

konteks lain yang menerapkan aplikasi ECT berupa *Email, Instant Messaging,* dan *Facebook* dalam proses berbagi knowledge.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih menjelaskan model TAM untuk penggunaan *Email, Instant Messaging,* dan *Facebook* untuk knowledge sharing sampai dengan penggunaan aktual tidak terbatas pada tingkat intensi saja. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat mendesain pengukuran penggunaan aktual yang tepat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Alavi, M. ,Leidner, D, E. 2001. Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, Vol. 25, (No 1), pp. 107-136.

Alexa.com. Top 20 Site di Indonesia http://www.alexa.com. (*diakses pada 12/05/2010*).

Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., dan Lee, J. N. 2005. Behavioral Intention Formation in Knowledge sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social- Psychological Forces, and Organizational Climate. *MIS Quarterly* 29(1):87-111.

Branzburg, J. 2002. Using Instant Messaging Service. Technology and Learning, Vol.23, (No.4), pp.48.

Castro, J. D. 2005. Breaking The Language Barrier. UCL.

Cooke,D. Affective,Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity. Journal of Vocational Behavior, 49,3 (December 1997), 252-276

Darsono,Li. 2005.Examining Information Technology Acceptance By Individual Profesionals. Gadjah Mada International Journal Of Business,pp.155-178

Davis, F. D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, Vol. 13, (No. 3), pp. 319-339.

Davis, F. D., Bagozzi, R.P., Warshaw, P,R. 1989. User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. Management Science, 35, (8), 982-1003.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P., Warshaw, P,R. 1992 Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace, Joutnal of Applied Social Psychology (22:14), pp.1111-1132.

Detik.com.http://www.detikinet.com/read/2010/05/30/103402/1366071/398/nomor-satu-facebook-diakses-540-juta-orang/?i991102105 diakses pada Mei 2010

Facebook.com. Facebook-statistic. http://www.facebook.com/statistic diakses pada 09/05/2010.

Fong, P. S. W. ,Chu,L. 2006. Exploratory Study of Knowledge Sharing in Contracting Companies: A Sociotechnical Perspective. *Journal of Construction Engineering and Management*, Vol. 132, (No. 9).

Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Ghozali, Imam. 2008. Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Heijden, H. V. D. 2004. User Acceptance Of Hedonic Information Systems. *MIS Quarterly*, Vol. 28 (No. 4), pp. 695-704.

Heizer,J.,Barry,R.2006 .*Operation Management* Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat: Jakarta

Hong, S. J., et al. 2006. Understanding continued information technology usage behavior: A comparison of three models in the context of mobile internet. Decision Support Systems (No. 42), pp. 1819 - 1834.

Jogiyanto, H.M. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Penerbit Andi. : Yogyakarta.

Jogiyanto, H.M. 2008a. Metodologi penelitian sistem informasi. Edisi I, Andi Offset, Yogyakarta.

Jogiyanto, H.M. 2008b. Pedoman Survey Kuisioner: Mengembangkan Kuisioner, mengatasi bias dan meningkatkan respon.

Kallinen, K., Ravaja,N. 2007. Comparing Speakers Versus Headphones in Listening to News from a Computer – Individual Differences and Psychophysiological Responses. Computers in Human Behavior, (No. 23), pp. 303-317.

King, V., et al. 2006 . "IM: Instant Messaging - An information resource for Oregon libraries ", (August 11).

Lee, Younghwa., Kozar, Kenneth. A., Larsen, Kai R.T. 2003. The Technology Acceptance Model: Past, Present, And Future, Communications of the Association for Information Systems (Volume 12, Article 50) 752-780.

Lancaster, S., et al. 2007. The selection of instant messaging or e-mail: College students' perspective for computer communication. Information Management & Computer Security, Vol. 15, (No. 1), pp. 5-22.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Law, C. C. H. & E. W. T. Ngai. 2007. "An Empirical Study of the Effects of Knowledge Sharing and Learning Behaviors on Firm Performance." Expert Systems with Applications.

Martin, E., W., DeHayes, D., W., Hoffer, J., A., Perkins, W., C. 1994. Managing Information Technology. What Managers Need To Know.

Merelyne,R.A.2010. Intensi Berbagi Knowledge Akuntansi dengan penggunaan Electronic Communication Tools berupa Electronic Mail, Instant Messaging, Social Networking(Facebook) dan Micro Blogging(Twitter). Thesis. Universitas Gadjah Mada.

Nickols, F. W. 2000. The knowledge in knowledge management. In Cortada, J.W. &Woods, J.A. (Eds) The knowledge management yearbook 2000-2001(pp. 12-21). Boston, MA:Butterworth-Heinemann.

O'Reilly, T. What is Web 2.0? *Oreillynet.com*. September 30 2006. oreillynet.com /pub/a/oreilly/tim/news /2005/09/30/what-is-web-20.html (diakses desember 2010).

Pablos,D,O,P. 2001. Knowledge Management and Organizational Learning. *MIS Quarterly*, Vol. 6, (No 1), pp. 52-62.

Sekaran, Uma. 2000. Research Methods for Business: A Skill - Building Approach. New york, John Weley & Sons, Inc.

Setiarso, B. 2006 . Berbagi Pengetahuan: Siapa yang Mengelola Pengetahuan ?. IlmuKomputer.Com (diakses pada tanggal 10/11/2010).

Subagyo, H. 2007. Pengantar Knowledge Sharing untuk Community Development. Modul Pelatihan Knowledge Management, disampaikan pada Knowledge Management Training oleh Bursa Pengetahuan Kawasan Timur Indonesia (BaKTI) : Makasar 8-9 Mei 2007.

Szajna, B. 1996. Empirical Evaluation Of The Revised Technology Acceptance Model, Management & Science, 42(1), 85–92.

Turban, E., King, D., McKay, Marshall, Lee, J. & Viehland, D. (2008), *Electronic Commerce A Managerial Perspective,* International edn, Pearson Education, Inc., New Jersey.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Venkatesh, V. 2000. Determinants of Perceived Ease of Use Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. Information System Research (11:4). Pp.115-139.

Venkatesh, V., Davis,F.D. 2000. A Theoritical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field. Management Science .

Yang, J. t. 2008. Individual Attitudes And Organisational Knowledge Sharing. Tourism Management (No. 29), pp. 345-353.

Wikipedia. Instant Messaging. http://en.wikipedia.org/wiki/Instant_messaging. Diakses pada : 12/12/2010.

Wilson, Jonathan. 2009. *Engineering And Technology*. Social Networking: The Business Case http://www.theiet.org/magazine.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA