

EDITORIAL TEAM

RELEVANCE Journal of Management and Business
Vol. 1, No. 1, January - Juni 2018
e-ISSN: 2615 – 8590 | p-ISSN: 2615 - 6385

Editorial in Chief

Datien Eriska Utami

Editorial Boards

Musa As'arie

Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Surakarta, Indonesia

Jamal Othman

Faculty of Islamic Economics and Management The National University Of Malaysia

Ahmad Ikhwan Setiawan

Faculty of Economics and Business, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Imronudin

Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Fitri Wulandari

Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Surakarta, Indonesia

Awan Kostrad Diharjo

Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Surakarta, Indonesia

Managing Editor

Zakky Fahma Auliya
Asep Maulana Rohimat

Assistant Editor

Khairul Imam
Rina Hastuti
Ika Yoga
Septi Kurnia Prastiwi
Moh. Rifqi Khairul Umam

Daftar Isi

Nadia Irhamna Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Budaya Tim Pada Kinerja Inovasi Pelayanan	1
Afan Nurcahyo Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome	15
Zumrotul Riza Muthoharoh Peran Mediasi Kepuasan Kerja atas Hubungan Etika Kerja Islam dan Kinerja Karyawan pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta	35
Afni Andita Puteri <i>Islamic Value Marketing</i> dalam keputusan Pembelian Konsumen Onlineshop	53
Ratna Sari Efek Faktor Makroekonomi pada Harga Saham: Metode Regresi Panel	63
Ganisya Kirana Dinamika Abnormal Return Saham Pada Perusahaan Terdaftar di BEI	77

Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Budaya Tim Pada Kinerja Inovasi Pelayanan

Nadia Irhamna

Manajemen Bisnis Syariah, FEBI, IAIN Surakarta

ARTICLES INFORMATION

RELEVANCE

Vol.1, No. 1, Juni 2018

Halaman : 1-14

ISSN (online) : 2615 - 8590

ISSN (print) : 2615 - 6385

Keywords :

*Service Innovation, Performance,
Knowledge Sharing Behaviour, Team
Culture*

Contact Author :

nadya.irhamna@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to find out the direct influence of knowledge sharing behavior and the team culture on the service innovation performance. This research uses three variables that are knowledge sharing behavior as an independent variable, team culture as an intervening variable and service innovation performance as a dependent variable. The research uses primary data that is processed using SPSS software. Population in this research is employees of PT. Pos Indonesia branch offices Surakarta, with criteria that have been determined by researchers. The measurements in this questionnaire use a scale of 1 up to 10 intervals and this study used a total of 80 respondents. The result of research indicates that: 1) Knowledge sharing behavior has a significant effect on team culture, 2) Knowledge sharing behavior has a significant effect on service innovation performance, 3) team culture has a significant effect on service innovation performance.

PENDAHULUAN

Sekarang ini semua dituntut untuk mengikuti perkembangan jaman, terutama bagi para pelaku bisnis, mereka harus selalu mengupdate apa saja yang dibutuhkan masyarakat di era *high-tech*, Seperti halnya PT. Pos Indonesia yang bergerak dalam bisnis jasa ekspedisi. Saat ini semakin banyak bermunculan bisnis secara online yang menawarkan berbagai macam produk, dengan mudahnya akses jual beli online secara luas antar daerah dan bahkan antar Negara merupakan peluang besar bagi perusahaan jasa ekspedisi untuk berlomba-lomba dalam hal inovasi pelayanannya.

fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia telah banyak melakukan inovasi dalam pelayanannya, dibuktikan pada tahun 2013 dengan melakukan pengembangan sentra layanan paket untuk penggarapan kawasan di industry area Jakarta dan Jawa Barat dan penambahan outlet kantor pos. (PT. Pos Indonesia, 2013). Tahun 2014, PT. Pos Indonesia *melaunching* 3 fasilitas layanan terbarunya yaitu Pos ekspor, Kartu giropos dan Kiosk pos non tunai, khusus transaksi kiosk pos non tunai yang 24 jam non-stop dapat diakses (PT. Pos Indonesia, 2014). Tahun 2015, ditahun ini PT. Pos Indonesia berinovasi dalam bidang *e-commerce* dengan strategi *joint venture* bersama beberapa perusahaan *e-commerce* seperti Aliexpress dan MatahariMall.com (PT. Pos Indonesia, 2015). Ditahun 2016, PT. Pos sedang banyak melakukan inovasi salah satunya yang terjadi di kantor pos cabang Surakarta dengan inovasinya di bagian pelayanan yaitu dengan mengeluarkan sistem *One Day Delivery* yang diterapkan untuk pengiriman Solo-Jogja dan Solo-Semarang saat ini memang sedang dijalankan tetapi juga terus dilakukan pengoptimalan dalam sistem tersebut (Budiman, 2016)

Dapat dilihat kinerja inovasi pelayanan pada PT. Pos Indonesia selalu ditingkatkan dari tahun ke tahun, tapi gerakan perubahan tersebut berbanding terbalik dengan hasil *annual report* kantor pos pada tahun 2015.

Grafik 1.1

Data Produksi Surat Pos tahun 2013-2015



Sumber : Data *annual report* tahun 2015 PT. Pos Indonesia.

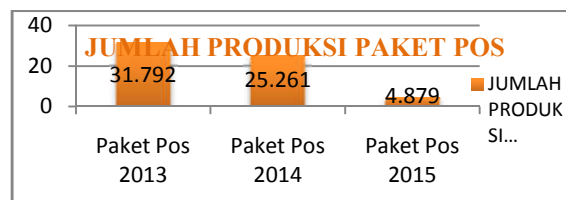
Sebaliknya bila melihat data *annual report* dari PT. Pos Indonesia dari tahun 2013 hingga 2015. Pada grafik 1.1 terlihat sangat jelas bahwa produksi surat pos menurun sejak

tahun 2014, dengan jumlah 322,349 turun hingga 78,775 dari jumlah produksi ditahun 2013 yang berjumlah 401,124. ditahun 2015 jumlah produksi bukannya naik lebih banyak daripada tahun sebelumnya, tetapi menurun hingga 209,829, jumlah menjadi 112,520(PT. Pos Indonesia, 2015).

Semakin berkurangnya minat masyarakat akan mengirim surat lewat kantor pos lah yang menyebabkan penurunan produksi surat dikantor pos. Hal ini tidak aneh lagi terjadi, lantaran perkembangan tekhnologi sangat pesat. Sekarang ini masyarakat lebih memilih menggunakan media sosial berupa layanan *chatting online* untuk saling memberikan kabar,dibanding harus menulis surat dan mengirimnya pun memakan waktu yang lama dibanding aplikasi pengirim pesan menggunakan alat telekomunikasi (Yovanda, 2016).

Grafik 1.2

Data Produksi Paket Pos tahun 2013-2015



Sumber : Data *annual report* tahun 2015 PT. Pos Indonesia.

Dilihat pada grafik batang diatas, dapat diketahuai bahwa terjadi penurunan ditahun 2014 yang semula ditahun 2013 jumlahnya 31,792 menjadi 25,261 untuk produksi paket, penurunan kembali terjadi di tahun 2015, bahkan sangat drastic penurunannya produksi paket dari tahun 2014 ke 2015 menjadi 4,879(PT. Pos Indonesia, 2015). Tidak menutup kemungkinan ini terjadi dikarenakan semakin banyaknya pesaing swasta yang bergerak dibidang yang sama dengan PT. Pos Indonesia.

Fenomena yang tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana kinerja inovasi pelayanan yang ada di PT. Pos Indonesia. Peneliti melihat dari penelitian sebelumnya yang membahas tentang kinerja inovasi pelayan, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Kinerja Inovasi Pelayanan.

PT. Pos Indonesia saat ini perlu melakukan peningkatan kinerja inovasi pelayanan dalam perusahaannya seperti dalam penelitian yang dilakukan Molose & Ezeuduji(2015) menunjukkan juga bahwa perilaku berbagi pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu meningkatkan kinerja inovasi pelayanan, dengan adanya hubungan kausalitas, saling berbagi pengetahuan antar atasan dan bawahan dalam sebuah tim mampu meningkatkan kinerja inovasi pelayanan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan Monica Hu *et.al* (2009) juga menunjukan perilaku

berbagi pengetahuan termasuk salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan kinerja inovasi pelayanan, dalam sebuah organisasi atau perusahaan jika ingin mencapai kinerja inovasi pelayanan tinggi, maka terlebih dahulu harus mengembangkan perilaku berbagi pengetahuan didalam tim yang lebih baik.

Dalam penelitian yang dilakukan Hussain *et.al*(2016) menyebutkan bahwa terdapat dua faktor Perilaku Berbagi Pengetahuan dan Budaya Tim yang dominan mempengaruhi kinerja inovasi pelayanan dan akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dijelaskan juga bahwa membangun budaya tim yang lebih baik menjadi sebab adanya peningkatan kinerja inovasi pelayanan, untuk membangun budaya tim yang lebih baik adalah dengan adanya kesadaran bahwa tujuan dalam tim harus dipenuhi setiap individu yang ada didalam tim. Dijelaskan juga di dalam penelitian Paton & McLaughlin (2008) terdapat bukti yang berkembang untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan kompetitif dari inovasi pelayanan melalui berbagi ilmu dan pengetahuan. Ritala *et.al* (2015) juga menunjukkan dalam penelitiannya bahwa berbagi pengetahuan memiliki efek positif pada kinerja inovasi.

Oliveira *et al.*, (2015) dalam penelitian menunjukkan bahwa perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap inovasi. Penelitian Ramadhan *et al.*(2013) juga menunjukan hasil bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap inovasi pelayanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kedua faktor tersebut, yaitu Perilaku Berbagi Pengetahuan dan budaya tim dapat berpengaruh terhadap kinerja inovasi pelayanan.

KAJIAN TEORI

Kinerja Inovasi Pelayanan

Kinerja dijelaskan sebagai tolak ukur baik atau buruknya aktivitas suatu individu didalam organisasi, dilihat dari hasil pencapaian yang harus sesuai dengan tujuan organisasi (Sofyan & Masalah, 2013:19; Uha, 2013:212). Sedangkan inovasi merupakan komponen dari sumber daya suatu organisasi bisnis, guna meningkatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan (Lin, 2013:1604-1605).

Inovasi pelayanan didefinisikan sebagai sesuatu pemikiran baru atau ide baru yang belum pernah diterapkan didalam suatu organisasi untuk memperbaiki dan memperbarui pemikiran sebelumnya (Anggraeny, 2013:89). Inovasi pelayanan juga diterangkan dengan banyak pendapat dari para peneliti sebelumnya, seperti Inovasi adalah tentang bagaimana mengembangkan layanan yang baru atau model bisnis yang benar-benar baru dimulai atau baru diterapkan (Gremyr *et.al* 2010:169). Selain itu inovasi pelayanan diartikan sebagai objek yang menghasilkan gaya baru dibidang jasa dalam prakteknya (Fernandez Donoso, 2017:3).

Kinerja dan inovasi pelayanan merupakan rancangan yang memiliki kesanggupan dalam melakukan pekerjaan dan dapat digunakan bersama-sama dalam rangka mengetahui hasil perkembangan yang telah terjadi dan dampak yang semakin kompetitif, tujuan utamanya adalah menciptakan banyak peluang dari inovasi (Ferraz & Santos, 2016:251).

Faktor utama dari meningkatnya kinerja inovasi pelayanan atau (*Service Innovation Performance*) adalah terus membangun hubungan yang lebih dekat dengan mitra bisnis. Mitra bisnis yang dimaksud seperti halnya pemasok dan pelanggan. Hubungan baik dan lebih dekat yang dimaksudkan berdasar pada tingkat kepercayaan antara satu sama lain (Hsueh *et.al* 2010:1733).

Penelitian dari Serrano-Bedia *et.al* (2012:570) menyatakan bahwa kinerja inovasi adalah kegiatan melengkapi sesuatu yang sudah ada, dan bukannya mengganti dengan yang baru. Selain itu dengan inovasi pelayanan yang seimbang antara eksplorasi dan eksploitasi dapat meningkatkan kemampuan untuk pelayanan yang berkualitas (Sok & O’Cass, 2015:139). Dalam Penelitiannya Dharmayanti(2006:37) menyimpulkan bahwa kinerja pelayanan adalah evaluasi hasil yang didapat oleh konsumen secara keseluruhan terhadap pelayanan yang sudah dilakukan oleh penyediaan jasa.

Menurut Sari, (2014); J.-S. Chen *et. al*, (2009). Kinerja inovasi pelayanan adalah kemampuan menciptakan nilai tambah dalam berbagai aspek pelayanan dengan ide-ide dan gagasan terbaru, guna meningkatkan kualitas kinerja pelayanan. Selain itu kemampuan inovasi pada kinerja pelayanan dapat dipilih dari 4 hal berikut :

- 1.) Kemampuan yang dapat diperbarui,
- 2.) Kemampuan yang dapat diciptakan,
- 3.) Kemampuan yang terpadu, dan
- 4.) Kemampuan yang dapat diubah.

Ke-empat kemampuan tersebut setidaknya dapat dipilih tiga kemampuan untuk dijadikan kekuatan pendorong inovasi pelayanan yang kuat.

Perilaku Berbagi Pengetahuan

Perilaku Berbagi Pengetahuan atau *Knowledge Sharing Behaviour* dijelaskan sebagai komunikasi atau interaksi yang berlangsung baik antar karyawan dengan karyawan maupun karyawan dengan pelanggan, dan secara tidak langsung menghasilkan transfer pengetahuan (Hussain *et.al* 2016:37; Monica Hu *et.al* 2009:42).

Perilaku Berbagi Pengetahuan dapat diartikan sebagai niat saling berbagi pengetahuan antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, menciptakan rasa saling mempercayai dan

memecahkan suatu masalah serta memberikan suatu solusi yang efektif yang berkaitan dengan kegiatan kerja sehari-hari (Rahman et. al, 2016:67). Daripada itu tujuan dari berbagi pengetahuan adalah mengekspos individu untuk pengetahuan yang baru, karena pengetahuan memiliki keterkaitan dengan strategi yang ada didalam organisasi (Oliveira et.al/2015:133-134).

Perilaku berbagi pengetahuan merupakan salah satu bagian penting dalam suatu organisasi, dengan adanya sumber daya yang bermanfaat dapat membantu meningkatkan kualitas kerja, karena karyawan yang unggul dapat memberikan pengaruh positif kepada karyawan lainnya (Chen & Cheng, 2012:474). Perilaku berbagi pengetahuan berkaitan dengan hubungan antara sikap seseorang untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan atau mengumpulkan pengetahuan dari orang lain, dan akan menyumbangkannya ke orang lainnya (Kim & Lee, 2013:328).

Pentingnya Perilaku berbagi pengetahuan juga diajarkan dalam agama sesuai dengan hadits dalam kitab: Imam Muslim - Wasiat, bab : amalan yang bisa sampai kepada mayit setelah meninggal, kitab terjemahan (“Shahih Muslim,” 2010:1575) berikut : *“Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara yaitu: sedekah jariyah, ilmu yang dimanfaatkan, atau do’a anak yang sholeh”* (HR. Muslim).

Perilaku berbagi pengetahuan atau *Knowledge sharing behavior* dapat dijelaskan sebagai dialog aktif antara individu satu dengan individu lainnya yang bersedia belajar membagi ilmu pengetahuannya dan juga bersedia menerima ilmu pengetahuan dari orang lain (Yang, 2007:531).

Berbagi Pengetahuan hanya bisa dilaksanakan apabila setiap anggotanya memiliki banyak peluang untuk mengapresiasi pendapat, ide, kritik dan komentar kepada anggota yang lain (Setyanti et.al/2013:19). Menyampaikan apa saja yang ada di dalam pikiran termasuk bagian pendukung dalam berbagi pengetahuan tetapi hal yang disampaikan harus ada dasarnya, karena pengetahuan tacit memang dianggap sulit untuk diutarakan tanpa dasar tertulis (Yu et. al, 2013:146). Akan tetapi dalam penelitian Yang (2007:531) yang menyatakan adanya kecenderungan berbagi pengetahuan didalam organisasi menerapkan pengetahuan tacit kepada anggotanya.

Perilaku berbagi pengetahuan sendiri tidak dapat diciptakan oleh sebuah organisasi melainkan didapat dari hasil pengetahuan individu yang disebarkan dan dibagikan pengetahuannya antara satu individu ke individu lainnya. pengetahuan dibagi menjadi 2 bagian yaitu tacit dan eksplisit (Yu et. al, 2013:146). Biasanya yang mudah untuk dijelaskan atau dibagikan adalah pengetahuan eksplisit, karena dinyatakan dalam bentuk teks dan bahasa,

sedangkan pengetahuan tacit tidak dapat dibagikan melalui interaksi sosial karena pengetahuan ini berada didalam angan-angan seorang anggota (Tamjidyamcholo et. al, 2014:29; Yu et. al, 2013:146).

Perilaku Berbagi Pengetahuan bagian darifaktor penting dalam meningkatkan kinerja inovasi pelayanan pada suatu perusahaan seperti hasil dalam penelitian Ramadhan *et.al* (2013) yang menunjukkan bahwa kedua indikator dari perilaku berbagi pengetahuan (*Knowledge Sharing Behaviour*) yaitu *Knowledge donating* dan *Knowledge collecting* berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi.

Melalui Perilaku Berbagi Pengetahuan anggota memiliki harapan dari hasil berbagi pengetahuan yaitu untuk pribadi dan komunitas. Harapan pribadi yang dimaksudkan adalah semacam mendapatkan pengakuan dan penghormatan yang lebih, mendapatkan kerjasama yang lebih baik, sedangkan harapan komunitas yang dimaksud ialah seperti tercapainya tujuan komunitas, memperkaya pengetahuan dasar dari komunitas, dan komunitas terus-menerus beroperasi dengan lebih baik (Hsu et. al, 2007:156).

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H_1 = Ada pengaruh Perilaku Berbagi Pengetahuan terhadap Kinerja Inovasi Pelayanan

Budaya Tim

Budaya Tim atau *Team Culture* adalah sebuah interaksi antar anggota tim yang terdiri dari aturan, harapan, dan peran. Dalam budaya tim tidak diharuskan mempunyai keseragaman karakteristik dalam diri masing-masing individu untuk membangun budaya tim yang kuat, karena pada dasarnya nilai-nilai budaya beragam di antara anggota masyarakat tetapi tetap dapat kuat (Monica Hu et. al, 2009:42).

Budaya Tim memiliki pedoman dengan nilai-nilai, tujuan dan cita-cita. Budaya tim juga diartikan sebagai kerangka untuk menciptakan dialog antara orang satu dengan lainnya, tetapi dalam pandangan sisi yang berbeda, sesuai diamana dan dengan siapa orang tersebut berdialog, akan menempatkan sesuai lawan bicaranya (Krecic & Ivanus Grmek, 2008:61-62).

Didalam Budaya tim anggota tim harus memiliki kesadaran bahwa tujuan bersama dalam tim yang harus dipenuhi oleh setiap individu didalam tim diamana mereka akan banyak menghabiskan waktu bersama untuk meningkatkan kinerja tim (Hussain et. al, 2016:38). Tim kerja adalah suatu kelompok yang usaha setiap individunya menciptakan suatu kinerja yang lebih besar dibanding dengan jumlah usulan pendapat individualnya. Selain itu melalui suatu upaya yang terorganisir, tim kerja dapat menjadi penghasil dari sebuah operasi gabungan yang positif (Robbins & Judge, 2016:206; Suwanto, 1999:153).

Budaya tim yang kuat adalah tim yang berasal dari tumpang tindih atau bercampur aduknya karakteristik yang sudah melekat pada diri individu sebelum masuk dalam anggota tim dan pola baru yang dikembangkan melalui interaksi dari anggota tim. Harapan dari budaya tim yang kuat adalah kinerja tim dan komunikasi yang baik dan lancar antar sesama anggota tim (Earley & Mosakowski, 2000:27).

Tim Kerja adalah sekumpulan individu yang bekerja bersama-sama, memiliki keahlian dan ketrampilan untuk mencapai tujuan yang sama (Harapan Tarigan et. al, 2012:25). Salah satu keunggulan dalam kinerja tim adalah didalamnya anggota tim diberikan keleluasaan dan fleksibilitas dalam melakukan apapun yang perlu dilakukan, dengan tetap pada tujuan yang sama dalam tim (Sorensen, 2002:54).

Tim kerja juga harus bisa membangun suasana kolaboratif tinggi, memunculkan ide baru dari anggota lain, memiliki sesi belajar interaksi dalam tim, dan jaringan extra kolaborasi, yang akan sangat membantu untuk peningkatan kualitas dalam tim dan untuk kinerja pelayanan (Goh C et.al2011:425).

Tidak hanya kerja tim yang baik saja yang dihasilkan dari budaya tim, tetapi komunikasi yang baik pun juga hasil dari budaya tim. Komunikasi dijlaskan secara singkat oleh Robbins(1996b:5) sebagai “proses pentransferan dan pemahaman makna”. Pemikiran yang masih diangan-angan atau pun sudah tertulis tidak memeprdulikan seberapa besar pemikiran tersebut, tidak akan berguna jika hanya disimpan untuk diri sendiri, sebelum disampaikan atau diteruskan dan dipahami orang lain (Robbins, 1996b:5).

Didalam budaya tim komunikasi keterbukaan juga menjadi unsur penting demi kelancaran aktivfitas didalam tim. Keterbukaan komunikasi diartikan sebagai perilaku komunikator dan komunikan yang bersedia membagikan informasi yang dimiliki dan juga mau menerima segala informasi yang dari orang lain untuk saling interaksi antar pribadi (Restano & Grace, 2011:3).

$H_2 =$ Ada pengaruh Budaya Tim terhadap Kinerja Inovasi Pelayanan

METODOLOGI

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif pada pengujian hipotesis.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana pengaruh perilaku berbagi pengetahuan dan budaya tim terhadap kinerja inovasi pelayanan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dipilih adalah teknik angket (kuisisoner). Penelitian ini menggunakan skala interval 1 sampai 10.

Populasi dari penelitian ini adalah pegawai PT. Pos Indonesia kantor cabang Surakarta yang bekerja minimal 3 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 80 responden, dengan teknik *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda, dan menggunakan SPSS 20 sebagai alat analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian dilakukan dengan analisis regresi berganda, hasil dari olah data menggunakan SPSS 20 menunjukkan bahwa keseluruhan uji asumsi klasik multikolonieritas terpenuhi dengan hasil nilai *tolerance* dari variabel perilaku berbagi pengetahuan diatas 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 berarti variabel perilaku berbagi pengetahuan yang mempengaruhi budaya tim, tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas, selanjut dilihat juga dari hasil uji normalitas pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.75956722
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.058
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.643
Asymp. Sig. (2-tailed)		.803
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data Primer, diolah 2017

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal, diketahui besarnya nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,803 menunjukkan bahwa $0,803 > 0,05$.

Selanjutnya uji ketepatan model (uji R^2) dan (uji f) keduanya uji tersebut hasilnya semua terpenuhi dengan hasil *adjusted r square* sebesar 0,555 hal ini berarti 55,5% variasi kinerja inovasi pelayanan dapat menjelaskan variasi kedua variabel independen perilaku

berbagi pengetahuan dan budaya tim. Dari hasil uji f menunjukkan nilai f hitung sebesar 50.193 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai f tabel sebesar 3,11. Dapat disimpulkan bahwa nilai f hitung $50.193 > 3,11$ dari f tabel yang berarti adanya pengaruh secara bersama-sama antara perilaku berbagi pengetahuan dan budaya tim terhadap kinerja inovasi pelayanan

Tabel berikut ini hasil dari uji hipotesis (t) :

Tabel 1.2

Uji Hipotesis

Coefficients		
Model	T	Sig.
(Constant)	1,540	0,128
PBP Rata-rata	6,387	0,000
BT Rata-rata	3,293	0,001
a. Dependent Variable: KIP Rata-rata		

Sumber : Data Primer, diolah 2017

Dari hasil uji hipotesis di atas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara perilaku berbagi pengetahuan terhadap kinerja inovasi pelayanan dan budaya tim terhadap kinerja inovasi pelayanan, dibuktikan bahwa nilai t hitung perilaku berbagi pengetahuan (PBP Rata-rata) $6,387 > 1,665$ dan t hitung dari budaya tim (BT Rata-rata) $3,293 > 1,665$ dari hasil t tabel. Jadi dapat diketahui bahwa semakin sering antar individu berkomunikasi dan berbagi pengetahuan satu dengan yang lainnya maka kemampuan dalam memunculkan ide kreatif, memunculkan ide yang inovatif, bersikap dengan efektif, dan memiliki dedikasi yang tinggi akan muncul, dan selanjutnya mampu menjadikan kinerja inovasi pelayanan semakin baik. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang juga menyebutkan bahwa perilaku berbagi pengetahuan merupakan faktor kuat dalam mempengaruhi kinerja inovasi pelayanan, seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hussain *et.al* 2016; Monica Hu *et.al* 2009). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Molose & Ezeuduji (2015) menunjukkan juga bahwa perilaku berbagi pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu meningkatkan kinerja inovasi pelayanan agar lebih baik.

Hasil uji regresi di atas juga membuktikan bahwa budaya tim juga mampu menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kinerja inovasi dengan menerapkan kebiasaan sikap saling mendukung, membantu, menjalin komunikasi, menyempatkan waktu untuk

bersosialisasi antar anggota guna menciptakan kinerja pelayanan yang kreatif, inovatif, efektif, dan berdedikasi tinggi.

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang juga menyebutkan bahwa budaya tim merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi kinerja inovasi pelayanan agar lebih baik (Hussain et al., 2016; Monica Hu et al., 2009).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi pelayanan. Hal ini berarti semakin sering antar individu berkomunikasi dan berbagi pengetahuan satu dengan yang lainnya maka kemampuan dalam memunculkan ide kreatif, yang inovatif, bersikap dengan efektif, dan memiliki dedikasi yang tinggi akan muncul, dan selanjutnya mampu menjadikan kinerja inovasi pelayanan semakin baik.

Budaya tim berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi pelayanan. Hal ini berarti jika suatu perusahaan atau organisasi menerapkan kebiasaan sikap saling mendukung, membantu, menjalin komunikasi, menyempatkan waktu untuk bersosialisasi antar anggota guna menciptakan kinerja pelayanan yang kreatif, inovatif, efektif, dan berdedikasi tinggi dalam perusahaan atau organisasi.

Saran

Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel perilaku berbagi pengetahuan dan budaya tim untuk mengetahui pengaruh kinerja inovasi pelayanan. Oleh karena itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menemukan variabel lain yang juga mampu mempengaruhi kinerja inovasi pelayanan yang lebih baik. Dari penelitian ini perilaku berbagi pengetahuan memiliki tingkat koefisien regresi sejumlah 0,554 lebih tinggi dibanding budaya tim. Sehingga bagian pengelola manajemen dapat lebih memperhatikan aspek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeny, C. (2013). Inovasi Pelayanan Kesehatan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Puskesmas Jagir Kota Surabaya. *Kebijakan Dan Manajemen Publik, 1*, 85–93.
- Budiman, A. (2016). Kantor Pos Bersaing Tingkatkan Layanan. Retrieved from <http://radarsolo.jawapos.com/read/2016/08/27/3352/kantor-pos-bersaing-tingkatkan-layanan>
- Chen, J.-S., Hung Tai, T., Hung Tai Tsou, & Huang, A. Y.-H. (2009). Service Delivery Innovation Antecedents and Impact on Firm Performance. *Journal of Service Research, 12*(1), 36–55. <https://doi.org/10.1177/1094670509338619>
- Chen, W. J., & Cheng, H. Y. (2012). Factors affecting the knowledge sharing attitude of hotel service personnel. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 468–476. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.005>
- Dharmayanti, D. (2006). Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran, 1*, 35–43.
- Earley, P. C., & Mosakowski, E. (2000). Creating Hybrid Team Cultures: an Empirical Test of Transnational Team Functioning. *Academy of Management Journal, 43*(1), 26–49. <https://doi.org/10.2307/1556384>
- Fernandez Donoso, J. (2017). A simple index of innovation with complexity. *Journal of Informetrics, 11*(1), 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2016.10.009>
- Ferraz, I. N., & Santos, N. D. M. (2016). The relationship between service innovation and performance : a bibliometric analysis and research agenda proposal. *RAI Revista de Administração E Inovação, 13*(4), 251–260. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.09.005>
- Goh C., S., Chan, C., Kuziemsky, C., & Goh, S. C. (2011). Teamwork, organizational learning, patient safety and job outcomes. *International Journal of Health Care Quality Assurance (09526862), 26*, 420–432. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-05-2011-0032>
- Gremyr, I., Löfberg, N., & Witell, L. (2010). Service innovations in manufacturing firms. *Managing Service Quality, 20*, 161–175. <https://doi.org/10.1108/09604521011027589>
- Harapan Tarigan, Ubud Salim, Eka Afnan Troena, & Margono Setiawan. (2012). Pengetahuan Individu dan Pengembangan Kerja Tim Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan di Kawasan Industri MM2100 Cikarang, Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 14*(1), 23–43. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.23-43>
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human Computer Studies, 65*(2), 153–169. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.09.003>
- Hsueh, J., Lin, N., & Li, H. (2010). The effects of network embeddedness on service innovation performance. *The Service Industries Journal, 30*, 1723–1736. <https://doi.org/10.1080/02642060903100398>
- Hussain, K., Konar, R., & Ali, F. (2016). Measuring Service Innovation Performance through Team Culture and Knowledge Sharing Behaviour in Hotel Services: A PLS Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 224*(August 2015), 35–43. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.397>
- Kim, T. T., & Lee, G. (2013). Hospitality employee knowledge-sharing behaviors in the

- relationship between goal orientations and service innovative behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 324–337.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.04.009>
- Krečič, M. J., & Ivanuš Grmek, M. (2008). Cooperative learning and team culture in schools: Conditions for teachers' professional development. *Teaching and Teacher Education*, 24(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2007.02.011>
- Lin, L. (2013). The impact of service innovation on firm performance. *The Service Industries Journal*, 33(15–16), 1599–1632. <https://doi.org/10.1080/02642069.2011.638712>
- Molose, T., & Ezeuduji, I. O. (2015). Knowledge sharing , team culture , and service innovation in the hospitality sector : the case of South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1).
- Monica Hu, M. L., Horng, J. S., & Christine Sun, Y. H. (2009). Hospitality teams: Knowledge sharing and service innovation performance. *Tourism Management*, 30(1), 41–50.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.009>
- Muslim, I. (2010). Shahih Muslim. In *26. Kitab : Wasiat* (pp. 1568–1580). Retrieved from <https://imnasution.files.wordpress.com/2013/11/shahih-muslim.pdf>
- Oliveira, M., Curado, C. M. M., Maçada, A. C. G., & Nodari, F. (2015). Computers in Human Behavior Using alternative scales to measure knowledge sharing behavior : Are there any differences ? *Computers in Human Behavior*, 44, 132–140.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.042>
- Paton, R. A., & McLaughlin, S. (2008). Services innovation:. Knowledge transfer and the supply chain. *European Management Journal*, 26(2), 77–83.
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.01.004>
- PT. Pos Indonesia. (2013). *Annual Report 2013*. Retrieved from <http://www.posindonesia.co.id/wp-content/uploads/2016/01/Pos-Indonesia-Annual-Report-2013.pdf>
- PT. Pos Indonesia. (2014). *Annual Report 2014*. Retrieved from <http://www.posindonesia.co.id/wp-content/uploads/2016/01/Pos-Indonesia-Annual-Report-2014.pdf>
- PT. Pos Indonesia. (2015). *Annual Report 2015*. Retrieved from <http://www.posindonesia.co.id/wp-content/uploads/2016/10/Pos-Indonesia-Annual-Report-2015.pdf>
- Restano, A., & Grace, F. (2011). Keterbukaan Komunikasi Antar Pimpinan Dan Bawahan Ditinjau Dari Tingkat Kepangkatan Pada Sat Obvit Polresta Yogyakarta. *Jurnal Spirit*, 2(1), 1–10.
- Ritala, P., Olander, H., Michailova, S., & Husted, K. (2015). Knowledge sharing, knowledge leaking and relative innovation performance: An empirical study. *Technovation*, 35, 1–9.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.07.011>
- Robbins, S. P. (1996a). *Perilaku Organisasi Jilid 1*. (T. Iskandarsyah, Ed.) (7th ed.). Jakarta: PT. Prenhallindo Jakarta.
- Robbins, S. P. (1996b). *Perilaku Organisasi Jilid 2*. (B. Molan, Ed.) (1st ed.). Jakarta: PT. Prenhallindo Jakarta.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2016). *Perilaku Organisasi*. (P. P. Lestari, Ed.) (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Sabbir Rahman, M., M. Osmangani, A., Mat Daud, N., & Abdel Fattah, F. A. M. (2016). Knowledge sharing behaviors among non academic staff of higher learning institutions Attitude, subjective norms and behavioral intention embedded model. *Library Review*, 65, 65–83. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/LR-02-2015-0017> Downloaded
- Sari, M. A. P. (2014). Inovasi Pelayanan Publik Di Badan Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Borneo Administrator*, 10(2), 214–233.
- Serrano-Bedia, A. M., Lopez-Fernandez, M. C., & Gracia-Piqueres, G. (2012). Complementarity between innovation activities and innovation performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 23(5), 557–577. <https://doi.org/10.1108/17410381211234408>
- Setyanti, S. W. L. H., Troena, E. A., Nimran, U., & Rahayu, M. (2013). Innovation Role in Mediating the Effect of Entrepreneurship Orientation , Management Capabilities and Knowledge Sharing Toward Business Performance : Study at Batik SMEs in East Java Indonesia. *Journal of Business and Management*, 8(4), 16–27.
- Sofyan, D. K., & Masalah, L. B. (2013). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Kerja Pegawai BAPPEDA. *Malikussaleh Industrial Engineering Journal*, 2(1), 18–23.
- Sok, P., & O’Cass, A. (2015). Achieving service quality through service innovation exploration - exploitation: the critical role of employee empowerment and slack resources. *Journal of Services Marketing*, 29(2), 137–149. <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2014-0085>
- Sorensen, D. P. (2002). *INOVASI Kunci Menuju Sukses Bisnis*. (M. P. Widodo, Ed.) (1st ed.). Jakarta: PT. Prenhallindo Jakarta.
- Suwarto. (1999). *Perilaku Keorganisasian* (1st ed.). Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Tamjidyamcholo, A., Sapiyan, M., Baba, B., Liyana, N., Shuib, M., & Ali, V. (2014). ScienceDirect Evaluation model for knowledge sharing in information security professional virtual community. *Computers & Security*, 43, 19–34. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2014.02.010>
- Uha, I. N. (2013). *Budaya Organisasi Kepemimpinan & Kinerja (Proses Terbentuk, Tumbuh Kembang, Dinamika, dan Kinerja Organisasi)* (pertama). Kencana Prenadamedia Group.
- Wahyuni, R. R. T., & Kistyanto, A. (2013). Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Kinerja Departemen Melalui Inovasi Jasa/Pelayanan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 1076–1088.
- Yang, J. Te. (2007). Knowledge sharing: Investigating appropriate leadership roles and collaborative culture. *Tourism Management*, 28(2), 530–543. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.08.006>
- Yovanda, Y. R. (2016). Inovasi PT Pos Indonesia Menghadapi Layanan Digital. Retrieved January 3, 2017, from <http://ekbis.sindonews.com/read/1153408/34/inovasi-pt-pos-indonesia-menghadapi-layanan-digital-1478511545>
- Yu, C., Yu-Fang, T., & Yu-Cheh, C. (2013). Knowledge Sharing, Organizational Climate, and Innovative Behavior: A Cross-Level Analysis of Effects. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 41(1), 143–156. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.1.143>