

Abstract

An effective and appropriate organizational knowledge management will help support the company's successful. Knowledge sharing activities among the employees in organization need to be developed so that tacit knowledge that individually owned can flow out and then used as an intangible asset that is beneficial for the organization itself. This research was aimed to determine the impact of trust and affective commitment on knowledge sharing. Research carried out by using data collection tools in the form of scale, which consists of trust scale, affective commitment scale, and knowledge sharing scale. The sample was selected using convenience sampling techniques and got a total of 102 respondents who are employees of PT. R Banks who have worked for at least one year and does not include basic workers. Data were analyzed using multiple regression techniques. The results show that trust and affective commitment together to have a very significant influence on knowledge sharing ($R = 0.695$, $R^2 = 0.483$, $F = 46.280$, $p < 0.01$). The results showed that the best predictors to look at sharing knowledge is affective commitment ($p < 0.01$), while trust does not have a significant relationship with the sharing of knowledge ($p = 0.178$ or $p > 0.05$).

Keyword: trust, affective commitment, knowledge sharing

Pengelolaan pengetahuan organisasional yang tepat dan efektif akan membantu mendukung kemajuan perusahaan. Kegiatan berbagi pengetahuan yang dilakukan antar karyawan dalam organisasi penting untuk dikembangkan agar pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki secara individual bisa mengalir keluar dan kemudian dimanfaatkan sebagai *intangible asset* yang besar manfaatnya bagi perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan dan komitmen afektif terhadap berbagi pengetahuan. Penelitian dilakukan menggunakan alat pengumpulan data berupa skala, yang terdiri atas skala kepercayaan, skala komitmen afektif, dan skala berbagi pengetahuan. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *convenience sampling* sehingga diperoleh total 102 orang responden yang merupakan karyawan dari PT. Bank R yang telah bekerja selama minimal satu tahun dan tidak termasuk pekerja dasar. Data dianalisis dengan menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan komitmen afektif secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap berbagi pengetahuan ($R=0,695$, $R^2 = 0,483$, $F=46,280$, $p<0,01$). Hasil menunjukkan bahwa predictor terbaik untuk melihat berbagi pengetahuan adalah komitmen afektif ($p<0,01$), sedangkan kepercayaan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan berbagi pengetahuan ($p=0,178$ atau $p>0,05$).

Kata kunci: kepercayaan, komitmen afektif, berbagi pengetahuan