

Pengaruh Mediasi Mutu Berbagi Pengetahuan terhadap Inovasi Tim pada Pekerja TI di Jakarta

Agus Panamahika Pujarwanto¹, Fransiskus Afri Susanto¹, Suherman^{1*}

¹Sekolah Tinggi Manajemen Labora, Jakarta

¹Jl. Palem Raja B7/7 Taman Modern Cakung, Jakarta Timur

*E-mail: mansuher161@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menguji hubungan antara empat variabel yang mempengaruhi penciptaan modal intelektual, yaitu kesempatan untuk pertukaran (KUP), antisipasi nilai (AN), motivasi untuk terlibat (MUT), dan kemampuan kombinasi (KK), serta pengaruhnya terhadap inovasi tim (IT) melalui efek dual mediasi dari kualitas pengetahuan (KP) dan kualitas dimensi berbagi pengetahuan (KBP). Data dikumpulkan dari 348 karyawan sektor teknologi informasi (TI) di Jakarta. Analisis jalur dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan menggunakan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa selain kuantitas berbagi pengetahuan, ada dimensi kualitas penting lainnya yang mempengaruhi inovasi tim.

Kata Kunci: inovasi, mediasi, kualitas berbagi pengetahuan, berbagi pengetahuan, Jakarta

Abstract

The research examined the relationship between four variables that influence intellectual capital creation, namely opportunity for exchange (KUP), value anticipation (AN), motivation to engage (MUT), and combination ability (KK), as well as its effect on team innovation (IT) through the dual mediation effect of knowledge quality (KP) and quality of knowledge sharing dimension (KBP). Data was collected from 348 employees of the information technology (IT) sector in Jakarta. Path analysis is performed to test proposed hypotheses using AMOS software. The results revealed that in addition to the quantity of knowledge sharing, there are other important quality dimensions that influence team innovation.

Keywords: innovation, mediation, quality of knowledge sharing, knowledge sharing, Jakarta

Pendahuluan

Semakin banyak organisasi yang memprioritaskan inovasi dan kemauan untuk menerima pendekatan baru dalam mengembangkan produk, meningkatkan layanan, dan mengelola operasi. Karenanya praktik manajemen pengetahuan menjadi penting untuk terus meningkatkan kemampuan inovasi dan daya saing organisasi. Menurut teori berbasis pengetahuan perusahaan (Grant, 1996), perusahaan berbagi pengetahuan memaksimalkan nilai aset tidak berwujud dan berwujud dan profitabilitas dengan secara aktif mengidentifikasi, mengumpulkan, menyimpan dan berbagi pengetahuan. Ide ini juga telah didukung oleh penelitian yang mengacu pada berbagi pengetahuan sebagai alat utama untuk mengembangkan modal intelektual (Davenport & Prusak, 1998; Nonaka, Toyama, & Konno, 2000; Staples & Webster, 2008; van Dijk, Hendriks, & Romo-Leroux, 2016).

Namun, beberapa peneliti telah mengambil pendekatan hati-hati untuk menyelidiki berbagi pengetahuan, mengakibatkan keraguan tentang pengaruh positifnya terhadap kinerja perusahaan. Haas & Hansen (2007) menemukan bahwa kelebihan pengetahuan menurunkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan jumlah waktu yang dibutuhkan untuk memproses informasi. Cameron Cockrell & Stone (2010) menyoroti masalah pengetahuan semu yang muncul ketika organisasi menerapkan inisiatif berbagi pengetahuan secara luas. Pada saat yang sama, dalam studi mereka tentang hubungan antara kepemimpinan transformasional dan inovasi melalui berbagi pengetahuan, Liu & Phillips (2011) menunjukkan bahwa organisasi yang ingin meningkatkan inovasi melalui berbagi pengetahuan harus melakukannya dengan

memastikan bahwa pengetahuan yang 'benar' dibagikan. Kemudian, Ellwart et al. (2015) bersama Tang & Marinova (2020) telah mengungkap masalah kelebihan informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana berbagi pengetahuan mempengaruhi inovasi tim, apa dimensi kualitas berbagi pengetahuan yang penting untuk hubungan itu, dan apa yang dilakukan oleh dimensi kualitas berbagi pengetahuan ini. Sejauh ini kualitas berbagi pengetahuan tidak dijelaskan dengan baik dalam literatur akademik. Tinjauan literatur dari Fauzi (2019) tentang berbagi pengetahuan di komunitas online, misalnya, telah menganalisis 50 artikel tentang topik tersebut dari tahun 2006 hingga 2019. Dari jumlah tersebut, 29 tidak mempertimbangkan kualitas sama sekali, 11 menyebutkan kualitas berbagi pengetahuan, tetapi tidak memberikan rincian apa pun, 4 menyebutkan dan merujuk ke DeLone (Gang & Ravichandran, 2015; Shan, Xin, Wang, Li, & Li, 2013), 5 menyebutkan dan merujuk ke Chiu et al. (2006) dan Hsu et al. (2011) yang merujuk pada DeLone, dan 1 mengacu pada Wasko & Faraj (2005).

Dengan demikian, penelitian ini telah meneliti bagaimana berbagi pengetahuan mempengaruhi inovasi tim menggunakan model mediasi paralel. Tujuh dimensi kualitas berbagi pengetahuan digunakan sebagai mediator, inovasi tim adalah variabel dependen, dan empat anteseden berbagi pengetahuan adalah variabel independen. Dimensi kualitas yang diusulkan dari berbagi pengetahuan diuji validitas dan reliabilitas. Analisis SEM dilakukan menggunakan perangkat lunak AMOS.

Tinjauan Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Berbagi pengetahuan – hubungan inovasi tim

Berbagi pengetahuan dianggap sebagai faktor penting untuk inovasi tim karena berbagi ide, pengetahuan, dan keahlian meningkatkan modal organisasi (Grant, 1996; Nahapiet & Ghoshal, 1998) melalui integrasi pengetahuan individu menciptakan sinergi. Dalam proses kerja yang kompleks, terlalu sulit bagi satu orang untuk melakukan tugas inovasi dimana hanya dengan mengorganisir tim dengan keahlian yang berbeda adalah mungkin untuk mencapai itu (Swan, Newell, Scarbrough, & Hislop, 1999; Zárraga & Bonache, 2003). Selain itu, inovasi tim terkait erat dengan kemampuan anggota tim untuk berbagi visi kelompok kerja (Pearce & Ensley, 2004).

Dalam penelitian sebelumnya, para peneliti (Ahuja, 2000; Dougherty, 1992; Subramaniam & Venkatraman, 2001; W. Tsai & Ghoshal, 1998) meneliti inovasi umumnya menggunakan pengetahuan atau modal intelektual sebagai variabel independen dan sering menggunakan inovasi sebagai variabel hasil. Sedangkan Van de Ven (1986) mengamati, 'Sementara penemuan atau konsepsi ide-ide inovatif mungkin merupakan aktivitas individu, inovasi (penemuan dan penerapan ide-ide baru) adalah pencapaian kolektif'. Kemampuan untuk berinovasi terkait erat dengan modal intelektual organisasi, dan kemampuan mereka untuk memanfaatkan sumber daya pengetahuannya. Beberapa penelitian telah menggarisbawahi bahwa pengembangan produk baru mewujudkan pengetahuan organisasi (Lyu et al., 2022) menggambarkan inovasi sebagai proses manajemen pengetahuan (Guckenbiehl, Corral de Zubielqui, & Lindsay, 2021; Madhavan & Grover, 1998) dan mencirikan perusahaan inovatif sebagai penciptaan pengetahuan (Nonaka, 1994).

Namun, sejumlah peneliti telah menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan tidak selalu bermanfaat bagi inovasi tim atau kinerja tim, dan pada gilirannya bahkan dapat merugikan mereka (Cameron Cockrell & Stone, 2010; Haas & Hansen, 2007; Liu & Phillips, 2011). Dengan diakuinya masalah kualitas berbagi pengetahuan, beberapa upaya telah dilakukan untuk menyelesaikannya, termasuk pengenalan dan penerapan istilah kualitas pengetahuan (Chiu et al., 2006), efektivitas berbagi pengetahuan (Raab, Ambos, & Tallman, 2014) dan kualitas berbagi pengetahuan (van Dijk et al., 2016). Meskipun demikian, hubungan

antara berbagi pengetahuan dan kinerja organisasi masih belum jelas, seperti halnya jenis ukuran yang solid dan dapat dibenarkan yang dapat diterapkan padanya.

Berbagi Pengetahuan sebagai Mediator

Penelitian ini menganggap berbagi pengetahuan menjadi konstruksi kompleks yang mungkin memiliki efek berbeda pada modal sosial, intelektual dan manusia dari suatu organisasi tergantung pada apa yang dibagikan dan bagaimana dibagikan. Mempertimbangkan banyak penelitian sebelumnya yang mengangkat pertanyaan serupa (Chiu et al., 2006; Ghobadi, 2015; McKinney, Yoon, & Zahedi, 2002; Raab et al., 2014; van Dijk et al., 2016), hal itu mengadopsi pendekatan yang dirancang sebelumnya. Secara khusus, kualitas pengetahuan diukur dengan kuantitatif, kebebasan dari bias, dapat diverifikasi, mata uang dan relevansi dan kualitas berbagi pengetahuan diukur dengan pemahaman dan ketepatan waktu.

Penelitian ini juga mengadopsi model mediasi paralel (Hayes & Preacher, 2014). Anehnya, dalam penelitian sebelumnya, berbagi pengetahuan dianggap sebagai variabel terikat (Cavaliere, Lombardi, & Giustiniano, 2015; van Dijk et al., 2016). Namun dalam beberapa penelitian, hal itu diambil sebagai variabel independen (Safa & Von Solms, 2016) atau mediator yang mempengaruhi inovasi dan kinerja (Dong & Yang, 2016; Liu & Phillips, 2011; Soto-Acosta & Cegarra-Navarro, 2016).

Antesenden berbagi pengetahuan

Seperti disebutkan sebelumnya, penelitian tentang faktor-faktor apa yang mungkin mempengaruhi berbagi pengetahuan dan bagaimana memperkaya hal tersebut. Karena dianggap bahwa hasil dari berbagi pengetahuan berkualitas tinggi adalah penciptaan modal intelektual (van Dijk et al., 2016), penelitian ini mengadopsi empat variabel yang disarankan oleh Nahapiet & Ghoshal (1998) yang mempengaruhi penciptaan modal intelektual: kesempatan untuk pertukaran (KUP), antisipasi nilai (AN), motivasi untuk terlibat (MUT) dan kemampuan kombinasi (KK). Modal intelektual termasuk modal manusia (misalnya pengetahuan, keahlian dan pengalaman atau pengetahuan tacit), modal organisasi (misalnya paten, deskripsi proses dan cetak biru atau pengetahuan eksplisit) dan modal sosial (misalnya kepercayaan, memori transaktif, dan visi bersama).

Konsep KUP mengacu pada adanya media tertentu untuk transfer pengetahuan (Al Saifi, Dillon, & McQueen, 2016). Teori kehadiran sosial (Li & Kent, 2021) dan teori kekayaan media (Daft & Rengel, 1986) menunjukkan bahwa tugas tertentu memerlukan jenis saluran media tertentu; ini belum tentu yang paling maju atau paling kaya, melainkan yang dapat menyediakan sumber daya yang cukup untuk mengirim dan menerima informasi dengan tepat.

Pihak-pihak terkait harus memahami nilai dari terlibat dalam komunikasi dan berbagi pengetahuan. Dalam teori manajemen pengetahuan, konsep yang relevan dari antisipasi timbal balik ditemukan memiliki hubungan positif yang tinggi dengan perilaku berbagi pengetahuan (Lai & Chen, 2014; Ye & Feng, 2016). Pada saat yang sama, antisipasi risiko menghambat berbagi pengetahuan (Tamjidyamcholo, Bin Baba, Shuib, & Rohani, 2014).

Untuk melakukan berbagi pengetahuan berkualitas tinggi, seseorang harus memiliki niat individu sehingga dia dapat menambah nilai bagi tim, berguna dan ingin membantu orang lain. Studi Wang & Hou (2015) telah menghubungkan niat berbagi pengetahuan dengan teori penentuan nasib sendiri.

Bahkan jika pihak-pihak merasakan nilai dalam berbagi pengetahuan dan termotivasi untuk melakukannya, pihak penerima harus dapat memahami pesan yang masuk dan dengan tepat memasukkannya ke dalam konstruksi yang ada. Ruiz-Jiménez et al. (2016) menemukan bahwa kemampuan kombinasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi.

Model mediasi paralel

Dalam model mediasi paralel satu langkah yang digunakan dalam penelitian ini, hanya dua mediator yang disertakan; namun, secara teori, sejumlah mediator dimungkinkan. Istilah 'paralel' mengacu pada hubungan antara mediator: meskipun beberapa mediator terlibat, tidak satupun dari mereka mempengaruhi yang lain. Hanya dibutuhkan satu langkah untuk berpindah dari variabel independen ke variabel dependen hanya melalui salah satu mediator (yaitu kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan di sini). Sementara model lain yang melibatkan banyak mediator tersedia (Cheung, 2007), hanya model satu langkah yang digunakan dalam penelitian ini (Gambar 1).

Pengembangan hipotesis

Berbagi pengetahuan ditemukan memiliki efek positif pada penciptaan ketiga dimensi modal intelektual (Z. Wang, Wang, & Liang, 2014). Dengan demikian, empat variabel yang diperkenalkan oleh Nahapiet & Ghoshal (1998) ditemukan memiliki hubungan positif dengan penciptaan modal intelektual (Al Saifi et al., 2016; Ruiz-Jiménez et al., 2016; W. T. Wang & Hou, 2015; Ye & Feng, 2016) harus memiliki efek positif pada kualitas berbagi pengetahuan, sehingga empat hipotesis berikut diajukan:

H1a: KUP memiliki hubungan positif dengan kualitas pengetahuan.

H1b: KUP memiliki hubungan positif dengan kualitas berbagi pengetahuan.

H2a: AN memiliki hubungan positif dengan kualitas pengetahuan.

H2b: AN memiliki hubungan positif dengan kualitas berbagi pengetahuan.

H3a: MUT memiliki hubungan positif dengan kualitas pengetahuan.

H3b: MUT memiliki hubungan positif dengan kualitas berbagi pengetahuan.

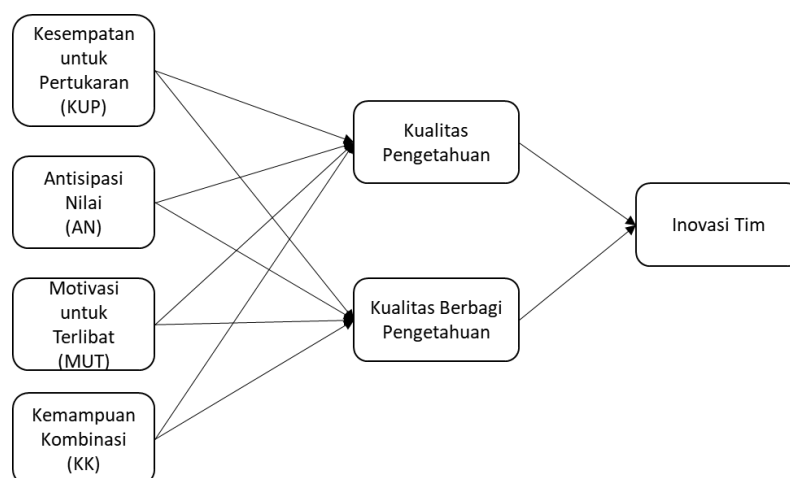
H4a: KK memiliki hubungan positif dengan kualitas pengetahuan.

H4b: KK memiliki hubungan positif dengan kualitas berbagi pengetahuan.

Seperti yang disarankan oleh teori, berbagi pengetahuan tidak selalu berhubungan positif dengan inovasi tim (Tang & Marinova, 2020). Namun, penciptaan modal intelektual merupakan prasyarat yang terbukti dari inovasi tim (Barrena-Martínez, Cricelli, Ferrándiz, Greco, & Grimaldi, 2020). Karena hasil dari berbagi pengetahuan berkualitas tinggi dianggap sebagai peningkatan modal intelektual, dua hipotesis berikut diajukan:

H5: Kualitas pengetahuan memiliki hubungan positif dengan inovasi tim.

H6: Kualitas berbagi pengetahuan memiliki hubungan positif dengan inovasi tim.



Gambar 1. Model Penelitian

Kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan masing-masing diwakili oleh 5 dan 2 dimensi kualitas yang diadopsi dari penelitian sebelumnya tentang topik tersebut (Y. H. Tsai, Ma, Lin, Chiu, & Chen, 2014; van Dijk et al., 2016) yang menyarankan dimensi ini memainkan peran penting dalam penciptaan modal intelektual. Dengan demikian, kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan harus menjadi mediator penting antara inovasi tim dan pendahulu dari penciptaan modal intelektual, karena terkadang berbagi pengetahuan itu sendiri tidak (Ellwart et al., 2015; Tang & Marinova, 2020). Jadi, hipotesis berikut diusulkan:

- H7a:** Hubungan antara KUP dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas pengetahuan.
H7b: Hubungan antara KUP dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas berbagi pengetahuan.
H8a: Hubungan antara AN dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas pengetahuan.
H8b: Hubungan antara AN dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas berbagi pengetahuan.
H9a: Hubungan antara MUT dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas pengetahuan.
H9b: Hubungan antara MUT dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas berbagi pengetahuan.
H10a: Hubungan antara KK dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas pengetahuan.
H10b: Hubungan antara KK dan inovasi tim akan dimediasi oleh kualitas berbagi pengetahuan.

Model Penelitian

Studi Pendahuluan

Sebelum penelitian, uji coba dilakukan pada sampel 30 responden dari populasi sasaran untuk memastikan kejelasan, penerapan, dan relevansi kontekstual dari survei. Setelah memperoleh izin dari pihak terkait, data penelitian utama dikumpulkan dari 348 karyawan sektor teknologi informasi (TI) di Jakarta yang dianggap sebagai pusat ekonomi dan keuangan di Indonesia. Data percontohan dikeluarkan dari penelitian. Untuk mengkonfirmasi validitas dan reliabilitasnya, survei disajikan dalam bahasa Indonesia. Responden diminta untuk mengatakan jika ada kata atau istilah yang sulit dipahami atau tidak jelas. Setelah menerima kuesioner, ditentukan bahwa tidak ada perubahan signifikan pada teks yang diperlukan. Untuk memastikan konsistensi internal dan reliabilitas kuesioner, *Cronbach's alpha* ($C\alpha$) diukur. Nilai $C\alpha$ untuk KUP adalah 0,892, AN adalah 0,897, MUT adalah 0,941 dan KK adalah 0,946. Nilai yang sama untuk kualitas pengetahuan adalah 0,919, untuk kualitas berbagi pengetahuan adalah 0,856, dan untuk inovasi tim adalah 0,898. Nilai $C\alpha$ ini dianggap dapat diandalkan dan dengan demikian tidak ada perubahan yang diperlukan (Nounally dan Bernstein 1994).

Seleksi Data

Sebelum melakukan analisis statistik, data harus disaring (Karam & Ralston, 2016) karena data yang tidak terdistribusi normal dapat menyebabkan hasil yang salah. Mengikuti aturan umum, *outlier* dihapus dari data. Selain itu, ketika pengkodean data, kasus dengan nilai hilang yang lebih tinggi untuk konstrukts dihilangkan. Hasil dari SPSS menegaskan bahwa tidak ada data yang hilang. Hasil ini menunjukkan bahwa data memiliki poin yang cukup untuk menghitung perkiraan lebih lanjut.

Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis faktor konfirmatori dilakukan untuk mengevaluasi model yang diusulkan dan struktur faktor (Hinkin, 1995). Mengikuti penelitian sebelumnya (Barr & Glynn, 2004; Graves & Elsass, 2005), berikut ini digunakan untuk menilai kecocokan model: rasio chi-kuadrat terhadap derajat kebebasan (χ^2/df), yang kurang sensitif terhadap ukuran sampel daripada chi-kuadrat saja (Mohapatra, 2019), *root mean square error of approximation* (RMSEA), indeks

Tucker–Lewis (TLI), dan indeks kesesuaian komparatif (CFI). Untuk kesesuaian yang baik, χ^2/df harus di bawah 3 (Kline, 1998), dengan RMSEA 0,95 (Hu & Bentler, 1999). Untuk menunjukkan kesesuaian yang memadai atau masuk akal, χ^2/df harus kurang dari 5 (Marsh, Barnes, & Hocevar, 1985), dengan RMSEA < 0,08 (Browne & Cudeck, 1992), dan TLI dan CFI > 0,90 (McDonald & Ho, 2002). Penilaian awal model nilai *goodness-of-fit* untuk kualitas pengetahuan adalah $\chi^2/df = 469,308$, DF = 199, CFI = 0,944, TLI = 0,935 dan RMSEA = 0,062, menunjukkan bahwa data cukup diwakili oleh struktur faktorial hierarkis. Perangkat lunak AMOS digunakan untuk mengkonfirmasi dimensi skala.

Studi ini juga menggunakan pendekatan aditif untuk membuat indeks kesatuan untuk kualitas pengetahuan dengan menggabungkan set lengkap item menjadi lima faktor dan kemudian menggabungkannya menjadi satu ukuran kualitas pengetahuan agregat. Tabel 1 menyajikan hasil analisis faktor konfirmatori terhadap kualitas pengetahuan.

Penilaian awal model nilai *goodness-of-fit* untuk kualitas berbagi pengetahuan adalah $\chi^2/df = 918,938$, DF = 8, $p > 0,00$, CFI = 0,993, TLI = 0,986 dan RMSEA = 0,063, sekali lagi menunjukkan bahwa data memadai diwakili oleh struktur faktorial hierarkis. Demikian pula, dua faktor tingkat pertama dari kualitas berbagi pengetahuan dijelaskan oleh struktur tingkat tinggi dan dihitung sebagai indeks kesatuan. Pendekatan yang sama diadopsi dengan kualitas pengetahuan (Tabel 2).

Indeks kecocokan menunjukkan dukungan yang masuk akal dan menegaskan kualitas konstruksi berbagi pengetahuan sebagai indeks kesatuan. Indeks kecocokan adalah sebagai berikut: $\chi^2/df = 18,938$, DF = 8, $p > 0,000$, CFI = 0,993, TLI = 0,986 dan RMSEA = 0,063.

Ukuran Model

Dalam model pengukuran, reliabilitas dan validitas item dan konstruk diperiksa. Analisis model pengukuran mengarah pada pembebanan, yang memberi peneliti indikasi kekuatan pengukuran. Sifat psikometrik model pengukuran dinilai dengan mengevaluasi reliabilitas, validitas konvergen dan validitas diskriminan (Fornell & Larcker, 1981).

Tabel 1. Indikator *Goodness-of-fit* untuk kualitas pengetahuan

Indeks	Parameter	Model Pengukuran
Indeks Absolut	χ^2/df	2,440
	RMSEA	0,064
	<i>p-value</i>	0,008
Indeks <i>incremental</i>	CFI	0,938
	TLI	0,931
	GFI	0,887
	AGFI	0,856
	PCLOSE	0,003

Tabel 2. Indikator *Goodness-of-fit* untuk kualitas berbagi pengetahuan

Indeks	Parameter	Model Pengukuran
Indeks Absolut	χ^2/df	2,367
	RMSEA	0,063
	<i>p-value</i>	0,015
Indeks <i>incremental</i>	CFI	0,993
	TLI	0,986
	GFI	0,982
	AGFI	0,954
	PCLOSE	0,029

Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Joseph F. Hair, Sarstedt, & Ringle, 2019). Karena reliabilitas internal mengacu pada korelasi antar-item rata-rata (Clark & Watson, 1995) pada skala yang digunakan untuk mengkonfirmasi apakah setiap item mengukur masalah yang sama. Hal ini dapat dinilai dengan *Cronbach's alpha* ($C\alpha$) dan *composite reliability* (CR). $C\alpha$ digunakan untuk menguji reliabilitas item dan CR memeriksa keandalan konstruk (Hoque, 2016). Meskipun $C\alpha$ telah digunakan secara luas dalam ilmu sosial karena memberikan hasil yang konservatif, para peneliti telah menyarankan CR sebagai alternatif (Wong, 2013). Hair et al. (2014) menyarankan bahwa 0,90 ke atas menunjukkan keandalan yang sangat baik, nilai antara 0,70 dan 0,90 keandalan tinggi, nilai antara 0,50 dan 0,70 keandalan sedang, dan nilai kurang dari 0,50 keandalan rendah. Namun, nilai reliabilitas yang memuaskan adalah antara 0,60 dan 0,95 (Bagozzi & Yi, 1988; Hair et al., 2014). $C\alpha$ dianggap sebagai kriteria dasar untuk semua ukuran. Hal ini mengidentifikasi persentase total varians yang disebabkan oleh varians sistematis dalam nilai tes. Nilai koefisien $C\alpha$ sebesar 0,70 atau lebih menunjukkan reliabilitas skala yang baik (Hair et al., 2011). Tabel 3 menyajikan nilai $C\alpha$ untuk variabel penelitian.

Analisis Regresi

Meskipun efek langsung yang signifikan dari variabel eksogen pada variabel endogen tidak diperlukan untuk menguji mediasi (MacKinnon et al., 2002; MacKinnon et al., 2004; MacKinnon et al., 2007), kami menjalankan regresi analisis untuk menguji hubungan langsung antara KUP, AN, MUT dan KK serta kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan ($\beta = 0,17; 0,14; 0,12; 0,33, p < 0,005$), menemukan hubungan yang signifikan antara konstruksi ini (Tabel 4).

Tabel 3. Nilai $C\alpha$

Konstruk	$C\alpha$
Kesiapan untuk Pertukaran (KUP)	0,892
Antisipasi Nilai (AN)	0,897
Motivasi untuk Terlibat (MUT)	0,941
Kesiapan Kombinasi (KK)	0,946
Kualitas Pengetahuan	0,919
Kualitas Berbagi Pengetahuan	0,856
Inovasi Tim	0,898

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi

Hubungan	Beta	SE
H1a: KUP → Kualitas Pengetahuan	0,170***	0,03
H2a: AN → Kualitas Pengetahuan	0,140***	0,03
H3a: MUT → Kualitas Pengetahuan	0,120***	0,03
H4a: KK → Kualitas Pengetahuan	0,330**	1,00
H1b: KUP → Kualitas Berbagi Pengetahuan	0,360***	0,04
H2b: AN → Kualitas Berbagi Pengetahuan	0,330***	0,04
H3b: MUT → Kualitas Berbagi Pengetahuan	0,330***	0,04
H4b: KK → Kualitas Berbagi Pengetahuan	0,270**	0,10

Catatan: $SE = Standard\ of\ Error$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Demikian pula, kami memeriksa hubungan langsung antara konstruksi ini ($\beta = 0,36; 0,33; 0,33; 0,27; p < 0,005$). Selanjutnya, kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi

pengetahuan juga ditemukan memiliki hubungan yang signifikan dengan inovasi tim ($\beta = 0,24$; $0,37$, $p < 0,005$). Lihat Tabel 5 untuk lebih jelasnya.

Analisis Jalur

Sebuah model jalur diuji untuk menyelidiki apakah kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan memediasi hubungan antara KUP, AN, MUT, KK dan inovasi tim. Hipotesis mediasi diuji dengan menggunakan prosedur simulasi Monte Carlo. Prosedur ini telah digunakan untuk secara tepat mencerminkan sifat asimetris dari distribusi sampling dari efek tidak langsung (Preacher, Zyphur, & Zhang, 2010). Tabel 6 menyajikan analisis jalur KUP, AN, MUT, KK dan inovasi tim melalui kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan.

Dengan 10.000 replikasi Monte Carlo, penelitian ini menemukan bahwa efek tidak langsung KUP melalui kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan pada inovasi tim adalah positif ($0,032^*$; $0,060^*$) dengan 95% interval kepercayaan bootstrap terkoreksi bias $[0,007-0,068]$ dan $[0,015-0,113]$, masing-masing.

Demikian pula, analisis jalur AN, MUT dan KK melalui kualitas pengetahuan dan kualitas pengetahuan tentang inovasi tim adalah positif ($0,026^*$, $0,043^*$, $0,027$, $0,057^*$, $0,037^*$, $0,045$) dengan kepercayaan bootstrap terkoreksi bias 95% interval $[0,007-0,056]$, $[0,007-0,087]$, $[0,008-0,059]$, $[0,015-0,107]$, $[0,013-0,076]$ dan $[0,015-0,081]$, masing-masing.

Temuan ini menunjukkan bahwa KUP, AN, MUT dan KK berhubungan positif dan signifikan dengan inovasi tim baik melalui kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi

Hubungan	Beta	SE
H5: Kualitas Pengetahuan (KP) → Inovasi Tim (IT)	0,24***	0,05
H6: Kualitas Berbagi Pengetahuan (KBP) → Inovasi Tim (IT)	0,37***	0,06

Catatan: *SE* = Standard of Error; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Tabel 6. Uji Hubungan Tidak Langsung (Analisis Jalur)

Hubungan	Beta	SE
KUP → KP → IT	0,032	0,015
KUP → KBP → IT	0,060	0,025
AN → KP → IT	0,026	0,012
AN → KBP → IT	0,043	0,020
MUT → KP → IT	0,027	0,013
MUT → KBP → IT	0,057	0,023
KK → KP → IT	0,037	0,016
KK → KBP → IT	0,045	0,017

Catatan: KP = Kualitas Pengetahuan; KBP = Kualitas Berbagi Pengetahuan; $p < 0,05$

Pembahasan

Hasil Penelitian dan Kontribusi Teoritis

Hasil analisis jalur telah dengan jelas mengungkapkan ketergantungan inovasi tim pada dimensi kualitas berbagi pengetahuan. Fakta ini menjelaskan mengapa studi tertentu menemukan berbagi pengetahuan berhubungan negatif dengan kinerja tim atau organisasi (Liu & Phillips, 2011; Tang & Marinova, 2020) sementara sebagian besar penelitian menunjukkan hubungan positif masih belum ada konsensus yang jelas tentang bagaimana mengukur berbagi pengetahuan. Beberapa penelitian menerapkan ukuran kuantitatif (jumlah laporan, jumlah umpan balik, dan lain-lain) (Hau & Kang, 2016), beberapa menggunakan ukuran persepsi

unilateral atau bilateral (kepuasan hasil, persepsi proses, dan lain-lain) (Ghobadi, 2015), atau niat (Liao, 2017), sedangkan studi yang sebenarnya telah melihat lebih dalam apa yang membuat berbagi pengetahuan bermanfaat dari sudut pandang kualitas.

Seperti yang disarankan oleh Nonaka et al. (2000), pengetahuan dibuat melalui serangkaian 4 proses. Dalam hal ini, kualitas pengetahuan dapat dipahami sebagai kualitas proses kodifikasi, dan kualitas berbagi pengetahuan sebagai kualitas proses eksternalisasi. Jadi, semakin baik kedua proses ini dilakukan, semakin baik hasilnya dalam hal penciptaan modal intelektual dan inovasi tim selanjutnya. Pengetahuan apa (kuantitatif, bebas dari bias, keterverifikasian, mata uang dan relevansi) dan bagaimana (dapat dipahami dan ketepatan waktu) dibagikan, keduanya merupakan komponen penting untuk memahami sifat berbagi pengetahuan dalam penelitian masa depan.

Studi ini menentukan bagaimana sifat ganda dari berbagi pengetahuan berkontribusi pada inovasi tim dalam bentuk mediasi paralel. Penelitian ini memberikan pengukuran kuantitatif kualitas pengetahuan dan kualitas berbagi pengetahuan untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut. Secara khusus, hal ini menggarisbawahi bahwa berbagi pengetahuan itu sendiri bukanlah sesuatu yang selalu memiliki efek positif pada kemampuan inovasi, melainkan kualitas pengetahuan itu sendiri dan kualitas bagaimana hal itu dibagikan.

Dalam hal ini, studi yang sebenarnya telah mengambil upaya untuk menguji bagaimana ditentukan anteseden sebelumnya dari penciptaan modal intelektual mempengaruhi inovasi tim melalui dimensi kualitas berbagi pengetahuan dan ditemukan bahwa hubungan mediasi kuat. Dengan demikian, penelitian ini juga menghubungkan teori modal sosial (*social capital theory*) dengan inovasi tim.

Implikasi Praktis

Studi ini memberikan implikasi praktis yang penting dari sudut pandang manajemen pengetahuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pengetahuan dan kualitas bagaimana pengetahuan itu dibagikan, semakin tinggi dampaknya terhadap inovasi tim. Ini berarti bahwa organisasi harus mencari cara untuk meningkatkan kualitas berbagi pengetahuan daripada menerapkan langkah-langkah yang menyebabkan peniruan kerja tim dan berbagi pengetahuan. Dalam studi ini, teori modal sosial dianggap sebagai pendorong utama di balik proses ini, yang menggambarkan sifat kontekstual dari penciptaan modal intelektual dan inovasi tim.

Penelitian telah menyarankan bahwa perlu bagi organisasi untuk berhati-hati dengan inisiatif berbagi pengetahuan yang ditargetkan hanya pada hasil kuantitatif, seperti jumlah laporan yang dibuat atau jumlah pesan umpan balik yang dikirim. Langkah-langkah tersebut mungkin hanya memprovokasi berbagi demi berbagi praktik tanpa hasil apa pun untuk tim atau kinerja organisasi. Sebaliknya, penelitian ini membawa perhatian pada fakta bahwa kualitas berbagi pengetahuan daripada kuantitasnya memberikan manfaat.

Manajemen pengetahuan telah menjadi salah satu disiplin kunci yang harus diperhatikan oleh organisasi modern untuk memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dalam hal inovasi dan kinerja organisasi. Hasil studi membuka sudut pandang yang lebih rinci tentang proses berbagi pengetahuan untuk semua jenis organisasi, termasuk yang intensif pengetahuan seperti pendidikan tinggi, TI, perbankan dan banyak lagi.

Keterbatasan dan Penelitian Selanjutnya

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, responden hanya berbasis di Jakarta yang menyiratkan faktor geografis dan budaya tertentu. Selain itu, mereka sebagian besar bekerja di industri TI, yang dianggap padat pengetahuan dan relatif baru. Masalah keterwakilan ini membatasi kemampuan kita untuk menggeneralisasi temuan penelitian. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut dapat diperluas ke wilayah geografis dan industri yang berbeda. Kedua,

membangun instrumen yang solid dalam literatur manajemen pengetahuan masih merupakan proses pengembangan, pengujian, dan penyempurnaan yang berkelanjutan. Meskipun reliabilitas dan validitas diuji secara empiris dalam kumpulan data kami, studi konfirmasi lebih lanjut diperlukan untuk menentukan validitas eksternal dari hasil. Ketiga, penelitian ini didasarkan pada tanggapan subjektif skala Likert dari anggota tim sehingga akan menarik untuk mengevaluasi konstruk dengan pendekatan multi-level serta memasukkan ukuran objektif tertentu. Mempertimbangkan keterbatasan yang disebutkan sebelumnya, antededen lain dari berbagi pengetahuan dapat diuji dengan konstruks berbasis kualitas yang diusulkan.

Kesimpulan

Semua hipotesis yang diajukan didukung yang berarti bahwa selain kuantitatif, dimensi kualitas lain dari berbagi pengetahuan penting untuk mencapai produktivitas yang lebih tinggi dalam hal inovasi dalam sebuah tim. Selain itu, penelitian ini telah mengungkapkan bahwa empat prasyarat penciptaan modal intelektual yang diusulkan oleh Nahapiet & Ghoshal (1998) berhubungan positif dengan semua dimensi kualitas berbagi pengetahuan yang dievaluasi.

Minat dalam berbagi pengetahuan telah meningkat pesat dalam dekade terakhir. Fokus penelitian ini adalah dimensi kualitas berbagi pengetahuan. Tujuan penelitian ini adalah membawa literatur berbagi pengetahuan ke arah yang baru dengan memberikan perspektif kualitas kepada para peneliti mengenai fenomena berbagi pengetahuan. Menggambar pada perspektif teoretis yang sebelumnya tidak digunakan dalam literatur berbagi pengetahuan, makalah ini menyoroti pengaruh kualitas berbagi pengetahuan yang dapat dimiliki kelompok kerja dalam hal inovasi tim. Hasil kami juga menunjukkan bahwa KUP, antisipasi nilai, MUT, dan KK dapat berfungsi sebagai elemen penting dalam proses ini.

References

- Ahuja, G. (2000). Collaboration Networks, Structural Holes, and Innovation: A Longitudinal Study. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), 425–455.
- Al Saifi, S. A., Dillon, S., & McQueen, R. (2016). The relationship between face to face social networks and knowledge sharing: an exploratory study of manufacturing firms. *Journal of Knowledge Management*, 20(2), 308–326. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2015-0251>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94.
- Barr, P. S., & Glynn, M. A. (2004). Cultural variations in strategic issue interpretation: Relating cultural uncertainty avoidance to controllability in discriminating threat and opportunity. *Strategic Management Journal*, 25(1), 59–67. <https://doi.org/10.1002/smj.361>
- Barrena-Martínez, J., Cricelli, L., Ferrándiz, E., Greco, M., & Grimaldi, M. (2020). Joint forces: Towards an integration of intellectual capital theory and the open innovation paradigm. *Journal of Business Research*, 112(October 2019), 261–270. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.029>
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230–258. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Cameron Cockrell, R., & Stone, D. N. (2010). Industry culture influences pseudo□knowledge sharing: a multiple mediation analysis. *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 841–857. <https://doi.org/10.1108/13673271011084899>
- Cavaliere, V., Lombardi, S., & Giustiniano, L. (2015). Knowledge sharing in knowledge-intensive manufacturing firms. An empirical study of its enablers. *Journal of Knowledge Management*, 19(6), 1124–1145. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2014-0538>

- Cheung, M. W. L. (2007). Comparison of approaches to constructing confidence intervals for mediating effects using structural equation models. *Structural Equation Modeling*, 14(2), 227–246. <https://doi.org/10.1080/10705510709336745>
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872–1888. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>
- Clark, L. A., & Watson, D. (1995). Constructing Validity: Basic Issues in Objective Scale Development. *Psychological Assessment*, 7(3), 309–319.
- Daft, R. L., & Rengel, L. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness, and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554–571.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press. Boston: Harvard Business Press. <https://doi.org/10.5860/choice.35-5167>
- Dong, J. Q., & Yang, C. H. (2016). Being central is a double-edged sword: Knowledge network centrality and new product development in U.S. pharmaceutical industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 113, 379–385. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.07.011>
- Dougherty, D. (1992). Interpretive Barriers to Successful Product Innovation in Large Firms. *Organization Science*, 3(2), 179–202. <https://doi.org/10.1287/orsc.3.2.179>
- Ellwart, T., Happ, C., Gurtner, A., & Rack, O. (2015). Managing information overload in virtual teams: Effects of a structured online team adaptation on cognition and performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24(5), 812–826. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2014.1000873>
- Fauzi, M. A. (2019). Knowledge sharing in Asia Pacific via virtual community platform: A systematic review. *International Journal of Web Based Communities*, 15(4), 368–394. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2019.103186>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- Gang, K. W., & Ravichandran, T. (2015). Exploring the determinants of knowledge exchange in virtual communities. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 62(1), 89–99. <https://doi.org/10.1109/TEM.2014.2376521>
- Ghobadi, S. (2015). What drives knowledge sharing in software development teams: A literature review and classification framework. *Information and Management*, 52(1), 82–97. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.10.008>
- Grant, R. M. (1996). Knowledge and the firm: overview. *Strategic Management Journal*, 17, 5–9.
- Graves, L. M., & Elsass, P. M. (2005). Sex and sex dissimilarity effects in ongoing teams: Some surprising findings. *Human Relations*, 58(2), 191–221. <https://doi.org/10.1177/0018726705052181>
- Guckenbiehl, P., Corral de Zubielqui, G., & Lindsay, N. (2021). Knowledge and innovation in start-up ventures: A systematic literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 172(July), 121026. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121026>
- Haas, M. R., & Hansen, M. T. (2007). Different knowledge, different benefits: toward a productivity perspective on knowledge sharing in organizations. *Strategic Management Journal*, 28(11), 1133–1153. <https://doi.org/10.1002/smj.631>
- Hair, Joe F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Hair, Joe F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, Joseph F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European Journal of Marketing*, 53(4), 566–584. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2018-0665>
- Hau, Y. S., & Kang, M. (2016). Extending lead user theory to users' innovation-related knowledge sharing in the online user community: The mediating roles of social capital and perceived behavioral control. *International Journal of Information Management*, 36(4), 520–530. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.02.008>
- Hayes, A. F., & Preacher, K. J. (2014). Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 67(3), 451–470. <https://doi.org/10.1111/bmsp.12028>
- Hinkin, T. R. (1995). A Review of Scale Development Practices in the Study of Organizations. *Journal of Management*, 21(5), 967–988. <https://doi.org/10.1177/014920639502100509>
- Hoque, M. R. (2016). An empirical study of mHealth adoption in a developing country: The moderating effect of gender concern. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12911-016-0289-0>
- Hsu, M. H., Chang, C. M., & Yen, C. H. (2011). Exploring the antecedents of trust in virtual communities. *Behaviour and Information Technology*, 30(5), 587–601. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2010.549513>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Karam, C. M., & Ralston, D. A. (2016). A failure before analysis: The soup to nuts of preparing for multicountry analyses. *Cross Cultural and Strategic Management*, 23(4), 590–612. <https://doi.org/10.1108/CCSM-05-2016-0105>
- Kline, R. B. (1998). Software Review: Software Programs for Structural Equation Modeling: Amos, EQS, and LISREL. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 16(4), 343–364. <https://doi.org/10.1177/073428299801600407>
- Lai, H. M., & Chen, T. T. (2014). Knowledge sharing in interest online communities: A comparison of posters and lurkers. *Computers in Human Behavior*, 35, 295–306. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.004>
- Li, C., & Kent, M. L. (2021). Explorations on mediated communication and beyond: Toward a theory of social media. *Public Relations Review*, 47(5), 102112. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102112>
- Liao, T. H. (2017). Developing an antecedent model of knowledge sharing intention in virtual communities. *Universal Access in the Information Society*, 16(1), 215–224. <https://doi.org/10.1007/s10209-016-0452-5>
- Liu, Y., & Phillips, J. S. (2011). Examining the antecedents of knowledge sharing in facilitating team innovativeness from a multilevel perspective. *International Journal of Information Management*, 31(1), 44–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.002>
- Lyu, C., Zhang, F., Ji, J., Teo, T. S. H., Wang, T., & Liu, Z. (2022). Competitive intensity and new product development outcomes: The roles of knowledge integration and organizational unlearning. *Journal of Business Research*, 139(381), 121–133. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.049>
- MacKinnon, D. P., Fairchild, A. J., & Fritz, M. S. (2007). Mediation analysis. *Annual Review of Psychology*, 58, 593–614. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.58.110405.085542>
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, J. M., West, S. G., & Sheets, V. (2002). A

- Comparison of Methods to Test Mediation and Other Intervening Variable Effects. *Psychological Methods*, 7(1), 83.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., & Williams, J. (2004). Confidence Limits for the Indirect Effect: Distribution of the Product and Resampling Methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99–128. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3901_4
- Madhavan, R., & Grover, R. (1998). From Embedded Knowledge to Embodied Knowledge: New Product Development as Knowledge Management. *Journal of Marketing*, 62(4), 1–12.
- Marsh, H. W., Barnes, J., & Hocevar, D. (1985). Self-Other Agreement on Multidimensional Self-Concept Ratings. Factor Analysis and Multitrait-Multimethod Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(5), 1360–1377. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.5.1360>
- McDonald, R. P., & Ho, M. H. R. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological Methods*, 7(1), 64–82. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.1.64>
- McKinney, V., Yoon, K., & Zahedi, F. M. (2002). The Measurement of web-Customer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach. *Information Systems Research*, 13(3), 296–315.
- Mohapatra, P. K. J. (2019). *Supplementary Research Methods: DEA, ISM, AHP and Non-Parametric Statistics. Methodological Issues in Management Research: Advances, Challenges, and the Way Ahead*. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-973-220191013>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Creating organizational capital through intellectual and social capital. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14–37. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>
- Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. *Long Range Planning*, 33(1), 5–34. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(99\)00115-6](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(99)00115-6)
- Pearce, C. L., & Ensley, M. D. (2004). A reciprocal and longitudinal investigation of the innovation process : the central role of shared vision in product and process innovation teams (PPITs). *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 259–278. <https://doi.org/10.1002/job.235>
- Preacher, K. J., Zyphur, M. J., & Zhang, Z. (2010). A general multilevel SEM framework for assessing multilevel mediation. *Psychological Methods*, 15(3), 209–233. <https://doi.org/10.1037/a0020141>
- Raab, K. J., Ambos, B., & Tallman, S. (2014). Strong or invisible hands? - Managerial involvement in the knowledge sharing process of globally dispersed knowledge groups. *Journal of World Business*, 49(1), 32–41. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.02.005>
- Ruiz-Jiménez, J. M., Fuentes-Fuentes, M. del M., & Ruiz-Arroyo, M. (2016). Knowledge Combination Capability and Innovation: The Effects of Gender Diversity on Top Management Teams in Technology-Based Firms. *Journal of Business Ethics*, 135(3), 503–515. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2462-7>
- Safa, N. S., & Von Solms, R. (2016). An information security knowledge sharing model in organizations. *Computers in Human Behavior*, 57, 442–451. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.037>
- Shan, S., Xin, T., Wang, L., Li, Y., & Li, L. (2013). Identifying Influential Factors of Knowledge Sharing in Emergency Events: A Virtual Community Perspective. *Systems Research and Behavioral Science*, 30(3), 367–382. <https://doi.org/10.1002/sres.2181>
- Soto-Acosta, P., & Cegarra-Navarro, J. G. (2016). New ICTs for Knowledge Management in Organizations. *Journal of Knowledge Management*, 20(3), 417–422.

- <https://doi.org/10.1108/JKM-02-2016-0057>
- Staples, D. S., & Webster, J. (2008). Exploring the effects of trust, task interdependence and virtualness on knowledge sharing in teams. *Information Systems Journal*, 18(6), 617–640. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2007.00244.x>
- Subramaniam, M., & Venkatraman, N. (2001). Determinants of transnational new product development capability: Testing the influence of transferring and deploying tacit overseas knowledge. *Strategic Management Journal*, 22(4), 359–378. <https://doi.org/10.1002/smj.163>
- Swan, J., Newell, S., Scarbrough, H., & Hislop, D. (1999). Knowledge management and innovation: Networks and networking. *Journal of Knowledge Management*, 3(4), 262–275. <https://doi.org/10.1108/13673279910304014>
- Tamjidyamcholo, A., Bin Baba, M. S., Shuib, N. L. M., & Rohani, V. A. (2014). Evaluation model for knowledge sharing in information security professional virtual community. *Computers and Security*, 43(2012), 19–34. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2014.02.010>
- Tang, Y. (Elina), & Marinova, D. (2020). When less is more: the downside of customer knowledge sharing in new product development teams. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(2), 288–307. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00646-w>
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464–476. <https://doi.org/10.2307/257085>
- Tsai, Y. H., Ma, H. C., Lin, C. P., Chiu, C. K., & Chen, S. C. (2014). Group social capital in virtual teaming contexts: A moderating role of positive affective tone in knowledge sharing. *Technological Forecasting and Social Change*, 86, 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.08.015>
- Van de Ven, A. H. (1986). Central Problems in the Management of Innovation. *Management Science*, 32(5), 590–607. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2631848>
- van Dijk, A., Hendriks, P., & Romo-Leroux, I. (2016). Knowledge sharing and social capital in globally distributed execution. *Journal of Knowledge Management*, 20(2), 327–343. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2015-0268>
- Wang, W. T., & Hou, Y. P. (2015). Motivations of employees' knowledge sharing behaviors: A self-determination perspective. *Information and Organization*, 25(1), 1–26. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2014.11.001>
- Wang, Z., Wang, N., & Liang, H. (2014). Knowledge sharing, intellectual capital and firm performance. *Management Decision*, 52(2), 230–258. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2013-0064>
- Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly*, 29(1), 35–57.
- Wong, K. K. K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- Ye, H., & Feng, Y. (2016). Why do you return the favor in online knowledge communities? A study of the motivations of reciprocity. *Computers in Human Behavior*, 63, 342–349. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.007>
- Zárraga, C., & Bonache, J. (2003). Assessing the team environment for knowledge sharing: An empirical analysis. *International Journal of Human Resource Management*, 14(7), 1227–1245. <https://doi.org/10.1080/0958519032000114282>