

PENGARUH *KNOWLEDGE SHARING SELF-EFFICACY* DAN *KNOWLEDGE SHARING QUALITY* TERHADAP *SUPERVISOR SALESPERSON PERFORMANCE*

Cynthia Rosalin Sutanto

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: cynthiarosalins@gmail.com

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Self-efficacy* dalam berbagi pengetahuan terhadap *salesperson performance* dengan peran *knowledge sharing quality* sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 227 responden yang merupakan *salesperson* dengan jabatan *supervisor* pada empat industri manufaktur kosmetik. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket dengan menggunakan sepuluh poin *summated rating scale* sebagai alat ukur. Penelitian ini menggunakan SEM AMOS versi 25 sebagai teknik analisa data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* dalam berbagi pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *knowledge sharing quality*, *knowledge sharing quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *salesperson performance*, serta *self-efficacy* dalam berbagi pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *salesperson performance*.

Kata kunci : *Knowledge shairng self-efficacy*, *knowledge sharing quality*, *supervisor salesperson performance*

PENDAHULUAN

Knowledge sharing merupakan serangkaian proses dari kegiatan mentransfer, membuat, mengintegrasikan, menggabungkan, dan menggunakan pengetahuan (Sarkheyli, Alias, Ithnin, & Esfahani, 2011). Chiu, Hsu, dan Wang (2006) menyatakan bahwa pengetahuan yang dibagikan oleh karyawan dalam organisasi tidak ada artinya jika tidak berkualitas. Menurut Small dan Sage (2006) dalam Ismail & Yusof (2010) mengatakan bahwa *knowledge sharing* yang berkualitas terletak pada kualitas pengetahuan yang dibagikan. *Knowledge sharing quality* merupakan berbagi pengetahuan yang dititikberatkan pada pengetahuan yang berkualitas (Ismail & Yusof, 2010). Dalam mewujudkan *knowledge sharing quality* memerlukan pengetahuan yang dibagi secara relevan sesuai topik, mudah untuk dipahami, akurat, lengkap, dapat diandalkan, dan dibagikan pada kondisi atau waktu yang tepat (Chiu et al, 2006 dalam Lee, 2018)

Penentu *knowledge sharing quality* yaitu dapat dilihat dari 3 faktor yaitu faktor individu, organisasi, dan teknologi (Lin, 2007). Faktor individu yaitu mencakup kesenangan dalam membantu orang lain dan *self-efficacy*. Faktor organisasi yaitu dukungan manajemen puncak dan penghargaan organisasional kepada karyawan. Sedangkan faktor teknologi mencakup penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu faktor penentu *knowledge sharing quality* yaitu *self-efficacy*. Faktor individu merupakan faktor internal yang krusial dalam memulai dan melakukan sebuah perubahan, maka dari itu penelitian ini lebih memfokuskan pada faktor individu yang mempengaruhi *knowledge sharing quality*. Menurut Bandura (1997) *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang dalam kemampuan untuk melakukan tugas tertentu. *Self-efficacy* dikatakan tinggi atau kuat dapat dilihat dari tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan pekerjaan

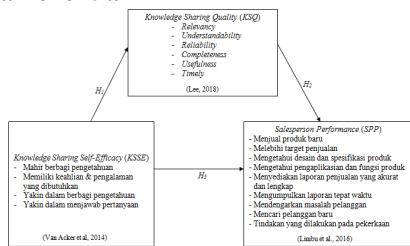
(Sujan et al., 1994 & Chowdhury, 1993 dalam Wang & Netemeyer, 2002). *Self-efficacy* seseorang dapat dibentuk melalui lingkungan, kepribadian seseorang, dan jaring sosial yang mereka temukan (Bandura, 1997).

Hasil penelitian Sedighi (2016) menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi, mampu meningkatkan kualitas dari *knowledge sharing*. Jika mereka merasa tidak mampu, mereka tidak akan berbagi, namun individu mungkin masih berbagi pengetahuan jika merasa pengetahuan yang dibagikannya berkualitas (Kwaky & Nor, 2011). *Knowledge sharing quality* dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nemani (2011) dalam Lim, Lee, & Lim (2013), mengatakan bahwa karyawan akan dapat mengetahui dengan jelas informasi apa yang mereka butuhkan, siapa yang harus dicari, dan apa yang harus dilakukan dalam tugas mereka jika terdapat *knowledge sharing* yang berkualitas yang dibagikan dalam sebuah organisasi antar karyawan. Tinggi rendahnya kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh *self-efficacy*. Cherian & Jacob (2013) mengatakan dalam penelitiannya bahwa kinerja karyawan dipengaruhi secara positif oleh *self-efficacy*. Cherian & Jacob (2013) menjelaskan bahwa kinerja karyawan dapat ditingkatkan melalui relevansi tugas yang diberikan kepada seorang karyawan, bantuan dari atasannya, lingkungan bekerja, dan *training* sehingga dapat membuat karyawan tersebut memiliki efikasi diri terhadap dirinya sendiri dan akhirnya memberikan dampak pada kinerja karyawan tersebut. Li (2013) yang menggunakan variabel *knowledge sharing* dalam penelitiannya lebih memfokuskan pada perilaku seseorang dalam menggunakan pengetahuannya untuk berbagi atau tidak. Terlihat dari penelitian sebelumnya bahwa penelitian lebih memfokuskan pada tingkat kemauan seseorang dalam berbagi pengetahuan. Tidak dapat dipungkiri bahwa tidak semua karyawan memiliki kinerja yang memuaskan. Walaupun mereka memiliki *self-efficacy* namun tidak semua karyawan yang memiliki *self-efficacy* dapat menghasilkan kinerja yang memuaskan. Donassolo dan Matos (2013) menemukan fenomena bahwa *self-efficacy* memiliki hubungan signifikan negatif terhadap *salesperson performance*. Maka dari itu, ketika seseorang memiliki *self-efficacy* yang semakin tinggi, maka kinerja karyawan tersebut akan semakin rendah. Kebanyakan dari mereka hanya berhenti sampai memiliki *self-efficacy* tanpa melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan. *Self-efficacy* yang dibahas yaitu dalam *knowledge sharing*.

Maka dari itu diperlukannya kegiatan yang mendukung *self-efficacy* dalam meningkatkan kinerjanya, yaitu *knowledge sharing* yang berkualitas (*knowledge sharing quality*). Kinerja karyawan pada penelitian ini lebih membahas pada kinerja dari *salesperson* khususnya jabatan *supervisor* dalam industri manufaktur kosmetik. *Salesperson* merupakan ujung tombak

dari sebuah perusahaan, karena *salesperson* merupakan bagian dari perusahaan yang secara langsung memasarkan dan menjualkan produk perusahaan tersebut. *Salesperson* terbagi juga kedalam beberapa jabatan salah satunya yaitu jabatan *supervisor*

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka konseptual
Sumber: Olahan Penulis, 2018

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *confirmatory reasearch*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian *confirmatory* ini adalah metode kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan agar peneliti dapat menganalisis pengaruh sejauh mana *knowledge sharing quality* berperan sebagai variabel *intervening* dari dampak *self-efficacy* dalam berbagi pengetahuan terhadap *supervisor salesperson performance*

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu *salesperson* khususnya untuk jabatan *supervisor* di Indonesia. Secara umum, populasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik yaitu laki-laki dan perempuan, memiliki pengalaman bekerja minimal tiga tahun, umur berkisar 20 – 55 tahun, berlatar belakang pendidikan SMP, SMA/SMK dan perguruan tinggi dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Dan jumlah sampel yang harus dipenuhi untuk dapat menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu minimal sebesar 100 responden

Jenis dan Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini berupa hasil jawaban responden yang terdapat dalam angket. Jawaban tersebut meliputi data pribadi responden serta jawaban yang terkait dengan variabel penelitian yaitu *knowledge sharing self-efficacy*, *knowledge sharing quality*, dan *supervisor salesperson performance*. Dan data sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah referensi yang diperoleh melalui studi kepustakaan, untuk memperoleh informasi dari buku-buku referensi, jurnal maupun sumber lainnya yang relevan dengan peneliti. Data sekunder lainnya terkait dengan data karyawan dan perusahaan.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *survey*, dengan menggunakan alat berupa angket. Menurut Sugiyono (2016) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode penyusunan skala menggunakan *summated rating scale*. *Summated rating scale* merupakan teknik untuk menilai sikap seseorang. Pada skala ini, responden diminta untuk memberikan peringkat untuk setiap pernyataan (Spector, 1992, p. 1). Dalam penelitian ini, skala yang digunakan antara 1 – 10.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan program AMOS (*Analysis of Moment Structures*). SEM digunakan bukan untuk merancang suatu teori, tetapi lebih ditunjukkan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model. Oleh karena itu, syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran dalam bentuk diagram jalur (*path diagram*) yang berdasarkan justifikasi teori. SEM dapat melakukan tiga kegiatan sekaligus, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (setara dengan analisis faktor *confirmatori*), pengujian model hubungan antar variabel laten (setara dengan analisis *path*), dan mendapatkan model yang bermanfaat untuk prediksi (setara dengan model struktural atau analisis regresi). (Solimun, 2002, p. 26)

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi SEM

Tabel 1

Hasil Uji Multivariate Normality n 200

Var	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
SPP9	2.000	10.000	-.521	-3.011	.158	.456
SPP8	2.000	10.000	-.575	-3.321	.287	.829
SPP7	1.000	10.000	-.810	-4.676	1.273	3.674
SPP6	2.000	10.000	-.490	-2.832	-.051	-.148
SPP5	2.000	10.000	-.570	-3.291	.794	2.292
KSQ1	2.000	10.000	-.679	-3.919	.456	1.315
KSSE1	1.000	10.000	-1.111	-6.414	2.485	7.173
KSSE2	1.000	10.000	-.821	-4.742	1.220	3.521
KSSE3	2.000	10.000	-.628	-3.626	.643	1.857
KSSE4	1.000	10.000	-.850	-4.910	1.616	4.666
KSQ2	2.000	10.000	-.454	-2.623	-.052	-.151
KSQ6	3.000	10.000	-.477	-2.753	-.034	-.099
KSQ5	2.000	10.000	-.367	-2.121	-.270	-.779
KSQ4	2.000	10.000	-.621	-3.586	.170	.490
KSQ3	3.000	10.000	-.700	-4.042	.540	1.558
SPP4	4.000	10.000	-.321	-1.853	-.421	-1.215
SPP3	4.000	10.000	-.205	-1.185	-.665	-1.921
SPP2	3.000	10.000	-.457	-2.636	-.248	-.716
SPP1	2.000	10.000	-.603	-3.482	.233	.674
Multivariate					38.113	9.540

Sumber: Data Diolah

Pengujian normalitas data dilakukan dengan mengamati nilai CR secara *multivariate*. Apabila nilai *critical ratio* secara *multivariate* berada dalam selang -2.58 hingga 2.58, maka dapat dikategorikan distribusi data normal. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai CR *multivariate* adalah sebesar 9.540 yang berada di luar selang -2.58 hingga 2.58. Dengan demikian, maka disimpulkan bahwa asumsi *multivariate normality* belum terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, data yang telah terkumpul disimpulkan tidak memenuhi asumsi *multivariate normality*, maka dari itu menambah responden sebanyak 27 responden sehingga total sampel yang ada yaitu 227 responden.

Setelah pengujian ulang menunjukkan bahwa data yang terkumpul tidak normal yaitu nilai CR *multivariate* sebesar 17.521 yang berada di luar selang -2.58 hingga 2.58. Meskipun secara perhitungan dari hasil analisis menyimpulkan demikian, Dalil Limit Pusat (*Limit Central Theorem*) menyatakan bahwa asumsi normalitas tidak terlalu kritis untuk sampel yang besar (n > 100) (Solimun, 2002, p. 79), atau dengan kata lain distribusi sampel dengan ukuran yang besar akan mendekati kenormalan. Santoso (2018, p. 101) juga mengatakan bahwa untuk tidak menganggap syarat kenormalitasan data dengan kriteria tertentu (antara rentang -2,58 sd 2,58) sebagai persyaratan yang mutlak untuk masuk ke dalam tahapan SEM selanjutnya

Tabel 2

Hasil Uji Multivariate Normality n 227

Var.	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
SPP9	2,000	10,000	-4,40	-2,704	,161	,496
SPP8	2,000	10,000	-4,69	-2,883	,263	,810
SPP7	1,000	10,000	-7,17	-4,409	1,290	3,966
SPP6	2,000	10,000	-3,83	-2,357	-,100	-,307
SPP5	2,000	10,000	-4,78	-2,941	,725	2,229
SPP4	4,000	10,000	-2,88	-1,773	-,365	-1,123
SPP3	3,000	10,000	-2,57	-1,580	-,267	-,821
SPP2	2,000	10,000	-4,81	-2,960	,166	,510
SPP1	1,000	10,000	-7,25	-4,461	1,076	3,310
KSSE1	1,000	10,000	-1,007	-6,195	2,282	7,017
KSSE2	1,000	10,000	-8,31	-5,113	1,492	4,589
KSSE3	2,000	10,000	-5,63	-3,464	,687	2,114
KSSE4	1,000	10,000	-7,84	-4,820	1,605	4,937
KSQ6	3,000	10,000	-3,83	-2,356	-,140	-,429
KSQ5	2,000	10,000	-3,13	-1,926	-,274	-,843
KSQ4	2,000	10,000	-5,56	-3,421	,210	,645
KSQ3	3,000	10,000	-5,84	-3,595	,364	1,120
KSQ2	2,000	10,000	-3,89	-2,393	,016	,050
KSQ1	2,000	10,000	-5,93	-3,651	,435	1,338
Multivariate					65,700	17,521

Sumber: Data Diolah

Uji Data Outlier

Pemeriksaan data outlier dilakukan dengan metode jarak *mahalanobis*. Apabila jarak yang dihasilkan lebih besar dari *chi square* tabel dengan derajat bebas adalah banyak indikator ($P=0.001$; $df=19$) = 43.820, maka data tersebut dinyatakan sebagai *outlier*.

Tabel 3

Hasil Uji Mahalanobis d-squared

Observation number	Mahalanobis d-squared
201	63.485
159	45.566
25	45.342
116	44.002
83	42.419
72	41.173
52	40.554

Sumber: Data Diolah

Hasil uji *mahalanobis d-squared* berdasarkan Tabel 3 menunjukkan terdapat data responden yang memiliki nilai *mahalanobis d-squared* lebih besar dari 43.820, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdapat *outlier*. Jadi, beberapa dari hasil data yang telah dikumpulkan, ditemukan bahwa terdapat jawaban responden yang memiliki nilai yang ekstrem.

Uji Pengukuran Model (Confirmatory Factor Analysis)

Uji Pengukuran Model pada penelitian ini yaitu menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*. *Confirmatory Factor Analysis* dilakukan untuk mengetahui apakah pengukuran model yang diteliti sudah mengkonfirmasi atau sesuai dengan teori yang ada. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran ketepatan indikator dalam menyusun sebuah variabel, dilihat dari nilai *standardized loadings* serta *AVE* yang diharapkan hasilnya dapat lebih besar dari 0.5, sedangkan untuk melihat konsistensi dalam pengukuran sebuah variabel, melalui perhitungan nilai *constructs reliability* dan diharapkan nilainya lebih besar dari 0.70.

Tabel 4

Hasil Confirmatory Factor Analysis

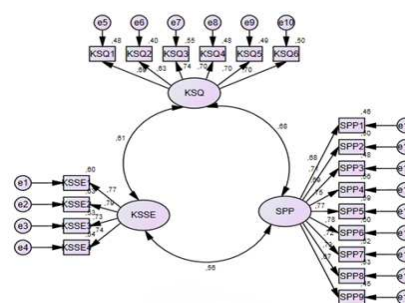
Indikator	Std. Loadings	Std. Loadings ²	1-Std. Loadings ²	CR	AVE
KSSE1	0,774	0,599	0,401	0,844	0,575
KSSE2	0,791	0,626	0,374		
KSSE3	0,729	0,531	0,469		
KSSE4	0,737	0,543	0,457		
KSQ1	0,639	0,408	0,592	0,842	0,471
KSQ2	0,630	0,397	0,603		
KSQ3	0,745	0,555	0,445		
KSQ4	0,696	0,484	0,516		
KSQ5	0,699	0,489	0,511	0,907	0,521
KSQ6	0,704	0,496	0,504		
SPP1	0,680	0,462	0,538		
SPP2	0,707	0,500	0,500		
SPP3	0,693	0,480	0,520	0,907	0,521
SPP4	0,746	0,557	0,443		
SPP5	0,765	0,585	0,415		
SPP6	0,776	0,602	0,398		
SPP7	0,718	0,516	0,484	0,907	0,521
SPP8	0,731	0,534	0,466		
SPP9	0,670	0,449	0,551		

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai *standardized loadings* yang lebih besar dari 0.5. Hal ini menunjukkan bahwa indikator penyusun masing-masing variabel telah menunjukkan pengukuran yang baik. Nilai *AVE* yang dihasilkan secara umum memenuhi kriteria > 0.5, namun terdapat satu variabel yaitu *Knowledge Sharing Quality* dengan *AVE* 0.471 yaitu di antara 0.4-0.5. Menurut Verhoef *et al.* (2002) nilai *AVE* > 0,4 atau *AVE* < 0,5 masih bisa diterima asalkan nilai dari *construct reliability* > 0,7. Nilai *Construct Reliability* yang dihasilkan ketiga variabel di atas 0,7, hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki reliabilitas yang baik. Berdasarkan hasil *confirmatory factor analysis* di atas disimpulkan bahwa kriteria validitas dan reliabilitas model pengukuran dapat dikatakan baik.

Uji Model Secara Keseluruhan

Uji model secara keseluruhan atau dapat disebut pengujian terhadap *goodness of fit* suatu model penelitian harus dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang telah disusun dapat menjelaskan arah hubungan dan arah pengaruh dengan tepat dan tidak menimbulkan bias pendugaan. Berikut model pengukuran dan tabel pengujian *goodnes of fit* model penelitian:



Gambar 2. Model Pengukuran

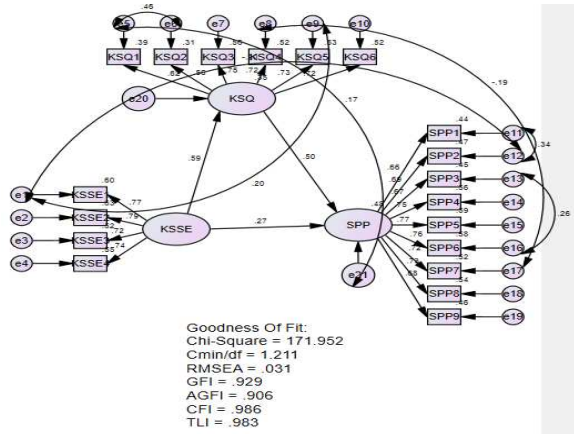
Sumber: Data Diolah

Tabel 5

Hasil Pengujian Goodness of Fit Model

Goodness of fit index	Cut-off value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	<178.485	280.799	Poor Fit
Cmin/DF	≤ 2.00	1.885	Good Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.063	Good Fit
GFI	≥ 0.90	0.890	Marginal Fit
AGFI	≥ 0.90	0.860	Marginal Fit
CFI	≥ 0.90	0.937	Good Fit
TLI	≥ 0.90	0.927	Good Fit

Berdasarkan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa secara umum hasil evaluasi model struktural sudah menunjukkan kriteria yang baik di mana ukuran *goodness of fit* Cmin/DF, RMSEA, CFI, dan TLI sudah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Demikian pula nilai GFI dan AGFI dengan kriteria cukup baik (mendekati fit), sedangkan Chi-Square masih belum memenuhi kriteria yang diharapkan, dikarenakan chi square masih belum memenuhi *cut off value* yang ditentukan, maka dilakukan modifikasi data. Berikut adalah model struktural yang telah dimodifikasi dan hasil pengujian *goodness of fit model*.



Gambar 3. Modifikasi Model Struktural

Tabel 6 Hasil Modifikasi Pengujian Goodness of Fit Model

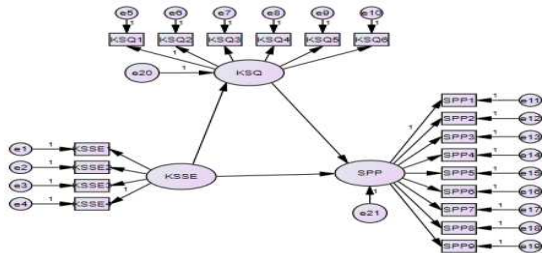
Goodness of fit index	Cut-off value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	<178.485	171.952	Good Fit
Cmin/DF	≤ 2.00	1.211	Good Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.031	Good Fit
GFI	≥ 0.90	0.929	Good Fit
AGFI	≥ 0.90	0.906	Good Fit
CFI	≥ 0.90	0.986	Good Fit
TLI	≥ 0.90	0.983	Good Fit

Sumber: Data Diolah

Setelah model struktural dimodifikasi, maka hasil dari uji *goodness of fit* memenuhi kriteria untuk setiap *cut-off value* yang ditentukan, sehingga dari hasil penelitian untuk model ini dapat digeneralisasikan untuk keseluruhan populasi.

Uji Struktural Model

Setelah model struktural telah dianggap *fit*, maka selanjutnya dilakukan uji struktural model. Uji Struktural model yaitu melihat hubungan antara konstruk yang mempunyai hubungan sebab-akibat. Suatu hubungan pengaruh antar variabel dapat dikatakan bersifat signifikan apabila nilai signifikansi yang dihasilkan < 0.05 (α = 5%) atau CR > 1.96. Berikut gambar model struktural dan nilai koefisien estimasi, nilai CR, dan nilai signifikansi (P-value) disajikan pada tabel di bawah ini:



Gambar 4. Model Struktural

Sumber: Data Diolah

Tabel 7 Pengujian Hipotesis

H	Pengaruh	Std. Est.	S.E.	C.R.	P	Keterangan
1	KSSE → KSQ	0.599	0.087	6.868	***	Diterima

2	KSQ → SPP	0.526	0.094	5.564	***	Diterima
3	KSSE → SPP	0.216	0.080	2.705	0.007	Diterima

Sumber: Data Diolah

Pengujian pengaruh *Knowledge Sharing Self-Efficacy* terhadap *Knowledge Sharing Quality* menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0.599 yang menunjukkan bahwa *Knowledge Sharing Self-Efficacy* memiliki hubungan yang searah dengan *Knowledge Sharing Quality*, di mana jika *Knowledge Sharing Self-Efficacy* semakin baik, maka *Knowledge Sharing Quality* akan semakin tinggi. Signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar < 5%, selain itu nilai CR yang dihasilkan sebesar 6.868 (>1.96), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Self-Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Knowledge Sharing Quality*. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis pertama (H1) penelitian dapat diterima.

Pengujian pengaruh *Knowledge Sharing Quality* terhadap *Salesperson Performance* menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0.526 yang menunjukkan bahwa *Knowledge Sharing Quality* memiliki hubungan yang searah dengan *Salesperson Performance*, di mana jika *Knowledge Sharing Quality* semakin baik, maka *Salesperson Performance* akan semakin tinggi. Signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar < 5%, selain itu nilai CR yang dihasilkan sebesar 5.564 (>1.96), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Salesperson Performance*. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis kedua (H2) penelitian dapat diterima.

Pengujian pengaruh *Knowledge Sharing Self-Efficacy* terhadap *Salesperson Performance* menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0.216 yang menunjukkan bahwa *Knowledge Sharing Self-Efficacy* memiliki hubungan yang searah dengan *Salesperson Performance*, di mana jika *Knowledge Sharing Self-Efficacy* semakin baik, maka *Salesperson Performance* akan semakin tinggi. Signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar 0.007 < 5%, selain itu nilai CR yang dihasilkan sebesar 2.705 (>1.96), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Self-Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Salesperson Performance*. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis ketiga (H3) penelitian dapat diterima.

Hipotesis keempat (H4) diuji berdasarkan prinsip mediasi yang dikemukakan oleh (Sugiyono 2011, p. 46), di mana sebuah variabel dikatakan memediasi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pengaruh utama variabel *independen* terhadap variabel *dependen* bersifat signifikan.
2. Pengaruh langsung variabel *independen* terhadap variabel *intervening* bersifat signifikan.
3. Pengaruh langsung variabel *intervening* terhadap variabel *dependen* bersifat signifikan.

Berdasarkan prinsip di atas dan dengan memperhatikan hasil analisis pengaruh pada Tabel 4.14, maka dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Quality* dapat dikatakan memediasi hubungan *Knowledge Sharing Self-Efficacy* terhadap *Salesperson Performance* dalam penelitian ini. Dari hasil ini maka, H4 penelitian dapat diterima. Mediasi yang dilakukan oleh variabel *knowledge sharing quality* merupakan mediasi parsial di mana sebelum adanya variabel *knowledge sharing quality*, nilai signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar < 5% yang dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 8 Pengujian Hipotesis 3

Pengaruh	Std. Est.	S.E.	C.R.	P	Keterangan
KSSE → SPP	0.522	0.080	6,547	***	Diterima

Sumber: Data Diolah

Direct dan Indirect Effect

Hasil pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) berdasarkan nilai koefisien pengaruh antar variabel disajikan pada Tabel di bawah:

Tabel 9
Nilai Koefisien Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh	Direct effect	Indirect effect	Total effect
KSSE → KSQ	0.607	-	0.607
KSQ → SPP	0.543	-	0.543
KSSE → SPP	0.216	-	0.555
KSSE → KSQ → SPP	-	0.329	

Sumber: Data Diolah

Hasil pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) seperti pada Tabel di atas dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel yang paling berpengaruh secara langsung terhadap *Salesperson Performance* (SPP) adalah *Knowledge Sharing Quality* (KSQ) dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0.543.
2. Pengaruh *Knowledge Sharing Self-Efficacy* (KSSE) secara langsung terhadap *Salesperson Performance* (SPP) adalah sebesar 0.216, sedangkan pengaruh tidak langsungnya dengan melalui *Knowledge Sharing Quality* sebesar 0.329. Hasil tersebut mendukung konsep mediasi bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

Pembahasan

Pengaruh *Knowledge Sharing Self-Efficacy* terhadap *Knowledge Sharing Quality*

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Self-Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Sharing Quality*. Nilai koefisien yang dihasilkan bernilai positif yang berarti bahwa semakin tinggi keyakinan, kemampuan, dan kemauan yang dirasakan individu maka akan dapat mendorong meningkatnya kualitas berbagi pengetahuan. Van Acker, et al (2014) menyatakan bahwa *knowledge sharing self-efficacy* lebih spesifik mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang untuk dapat berbagi pengetahuan secara efektif. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sedighi (2016) yang menyimpulkan bahwa karyawan yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi, akan mampu meningkatkan kualitas dari *knowledge sharing*. Seseorang lebih bersedia berpartisipasi dalam berbagi pengetahuan jika dia yakin bahwa kontribusinya akan berharga bagi orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seorang *supervisor* tenaga penjualan memiliki kemahiran dalam berbagi pengetahuan, informasi, dan pengalaman kepada bawahan mereka, pengetahuan atau informasi yang dibagikan akan memiliki makna yang jelas dan mudah untuk dipahami, karena mereka mengerti bagaimana cara menjelaskan pengetahuan atau informasi yang didapat kepada bawahan mereka sehingga bawahan mereka akan mudah untuk memahami penjelasan yang diberikan dari *supervisor* mereka.

Selain itu juga berdampak pada kelengkapan pengetahuan atau informasi yang dibagikan sehingga pembagian dari pengetahuan tidak hanya dalam satu topik saja, namun sekaligus dalam berbagi topik. Contohnya seperti *supervisor* yang memang sudah ahli dalam bidang penjualan tidak hanya akan mengajarkan kepada anak buahnya bagaimana cara mengisi laporan penjualan yang benar namun juga mengajarkan cara mendorong pelanggan agar dapat membeli beberapa produk secara langsung dalam satu pembelian. Selain itu ketika seseorang memiliki keterampilan dalam menjawab pertanyaan, memberikan saran, atau memberikan contoh untuk pertanyaan yang diajukan dari bawahan mereka, maka jawaban, saran, dan contoh yang diberikan dapat berguna dalam menunjang pekerjaan mereka, sehingga kualitas dari berbagi pengetahuan akan meningkat.

Pengaruh *Knowledge Sharing Quality* terhadap *Supervisor Salesperson Performance*

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Salesperson*

Performance. Nilai koefisien yang dihasilkan bernilai positif yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas berbagi pengetahuan di dalam sebuah organisasi, maka akan dapat menunjang kinerja *salesperson* terutama yang berkaitan dengan kontribusi individu terhadap sasaran penjualan organisasi. (Singh dan Koshy, 2010 dalam Kadic-Manglajilic et al, 2016). Menurut Wang & Noe (2010) dalam Dijk, Hendriks, & Romo-Leroux (2016) berbagi pengetahuan mengacu pada penyediaan informasi tugas dan pengetahuan dengan membantu orang lain dan berkolaborasi dengan orang lain untuk memecahkan masalah, mengembangkan ide-ide baru, atau menerapkan kebijakan. Artinya kegiatan berbagi pengetahuan akan dapat mendukung kualitas pekerjaan, dan bahkan dalam rangka mencari solusi pemecahan masalah yang dihadapi bersama. Salah satu indikasi adanya kualitas berbagi pengetahuan adalah jika pengetahuan atau informasi tersebut berguna dalam menunjang pekerjaan (*usefulness*). (McKinney et al., 2002 dan Ismail & Yusof, 2010)

Knowledge sharing akan mempengaruhi kualitas pengetahuan itu sendiri sehingga karyawan akan dapat mengetahui informasi apa yang mereka butuhkan, siapa yang harus dicari, dan apa yang harus dilakukan dalam tugas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seorang *supervisor* tenaga penjualan dapat memberikan pengetahuan yang dapat dengan mudah diaplikasikan oleh bawahannya dan terkait dengan pekerjaan tenaga penjual tersebut maka, seorang *supervisor* dapat dengan mudah mengumpulkan laporan penjualan tepat waktu. Ini dikarenakan ketika *supervisor* mengajarkan bagaimana cara mengisi laporan penjualan dengan jelas maka pengetahuan yang didapat akan lebih mudah diaplikasikan sehingga pada saat laporan penjualan dari tenaga penjual dikumpulkan ke *supervisornya*, maka *supervisor* tersebut mengirit waktu dalam hal memeriksa laporan penjualan bawahannya, sehingga *supervisor* dapat mengumpulkan keseluruhan laporan penjualan tepat waktu dan kemungkinan besar akan mengumpulkan laporan penjualan sebelum batas tenggat waktu yang ditentukan.

Supervisor yang membagikan pengetahuan atau informasi yang dapat dipercaya dan akurat akan mempengaruhi kecepatan dalam melakukan penjualan produk-produk baru dari perusahaan. Ini dikarenakan ketika *supervisor* memberikan informasi yang akurat dan dipercaya mengenai produk baru yang dikeluarkan perusahaan, maka tenaga penjual tersebut akan lebih cepat menjualkan produk baru karena mereka mengerti informasi yang akurat maka dari itu akumulasi dari jumlah penjualan produk baru akan memberikan dampak kepada performa dari *supervisor* yang akan semakin meningkat.

Pengaruh *Knowledge Sharing Self-efficacy* terhadap *Supervisor Salesperson Performance*

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa *Knowledge Sharing Self-Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *Salesperson Performance*. Nilai koefisien yang dihasilkan bernilai positif yang berarti bahwa semakin tinggi keyakinan, kemampuan, dan kemauan individu maka akan dapat mendorong meningkatnya *salesperson performance* terutama yang berkaitan dengan kontribusi individu terhadap sasaran penjualan organisasi. Menurut Isenberg (1988) dalam Srivasta, Bartol, dan Locke (2006) menyatakan bahwa ketika seseorang memberikan pengalamannya dalam berbagi pengetahuan kepada orang lain dengan keyakinan individu yang tinggi, maka orang yang mendapat pengetahuan tersebut juga akan memiliki pengetahuan yang sama sehingga dapat menambah pengetahuannya dan pada akhirnya dapat mencapai kinerja yang lebih baik dari sebelumnya.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dinyatakan bahwa *knowledge sharing quality* dapat menjadi variabel mediasi/ *intervening* antara pengaruh *knowledge sharing self-efficacy* dan *supervisor salesperson performance*. Sehingga ketika efikasi seseorang meningkat dalam hal membagikan pengetahuannya, maka kualitas dari berbagi pengetahuan juga akan meningkat dan akhirnya mempengaruhi peningkatan kinerja *salesperson* tersebut.

Maka dari itu ketika seorang *supervisor* tenaga penjualan mahir dalam berbagi pengetahuan, informasi, dan pengalaman yang terakit dengan bidang penjualan maka seorang *supervisor* akan membagikan pengetahuan, informasi, dan pengalamannya dengan lebih jelas dan mudah untuk dipahami oleh bawahannya, sehingga pengetahuan dari *supervisor* dapat mudah untuk diaplikasikan dan terkait dengan pekerjaan. Lalu ketika bawahan mereka mengerti apa yang mereka lakukan, maka akan mempengaruhi tindakan mereka yang mengarah pada peningkatan performa seperti contohnya ketika seorang tenaga penjual mengerti apa dan berapa yang menjadi target penjualannya dan mengerti cara mendapatkannya, maka mereka akan berusaha untuk mencapai target tersebut

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa *knowledge sharing self-efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap *knowledge sharing quality*, *knowledge sharing quality* berpengaruh signifikan positif terhadap *supervisor salesperson performance*, *knowledge sharing self-efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap *supervisor salesperson performance*.

Saran

Maka dari itu dalam meningkatkan *supervisor salesperson performance* bisa dilakukan dengan cara mengelola *knowledge sharing self-efficacy* yang mengarah pada kualitas *knowledge sharing*. Dalam rangka pengelolaan untuk meningkatkan *knowledge sharing self-efficacy* dan *knowledge sharing quality* dari para *supervisor*, perusahaan dapat mengadakan forum secara berkala (tiga bulan sekali), di mana forum tersebut terdapat sesi untuk pembaharuan pengetahuan seperti *product knowledge* agar mereka lebih yakin terhadap pengetahuan yang mereka punyai dan juga meningkatkan keakuratan kepercayaan sumber informasi yang diterima karena informasi yang diterima langsung dari forum resmi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kemampuannya dalam membagikan pengetahuan, informasi, dan pengalaman sebagai seorang *supervisor* tenaga penjualan. Selain itu juga terdapat sesi untuk memotivasi para *supervisor* di mana meyakinkan mereka bahwa mereka memiliki pengetahuan, informasi, dan pengalaman yang berharga yang perlu disampaikan untuk membimbing dan mengarahkan bawahannya.

Selain itu juga *supervisor* diharapkan untuk dapat tanggap terhadap terhadap masalah yang sedang dihadapi oleh bawahannya, karena semakin *supervisor* tanggap dalam permasalahan yang ada maka *supervisor* akan lebih cepat dan tepat waktu dalam hal membagikan pengetahuan, informasi, dan pengalamannya yang dibutuhkan bawahannya sehingga kualitas dari *knowledge sharing* semakin meningkat.

Lalu dalam rangka meningkatkan kinerja dari para *supervisor*, sebaiknya dari perusahaan memberikan dorongan berupa motivasi untuk meyakinkan bahwa mereka memiliki kemampuan dalam mencapai target setiap bulannya dan memberikan dorongan finansial berupa harga promo pada saat *low season*, sehingga *supervisor* akan lebih bersemangat dan berusaha untuk mencapai target penjualannya. Lalu selain itu untuk *supervisor* baru bergabung dalam perusahaan dan memiliki jam terbang yang sedikit, sebaiknya diberikan target yang agak rendah dibandingkan dengan *supervisor* lain yang telah lama bekerja pada perusahaan tersebut sehingga dapat membantu untuk membangun efikasi dirinya. Ketika mereka berhasil mencapai target, efikasi diri akan meningkat juga karena efikasi diri dapat dibangun melalui pengalaman masa lalu yang berhasil. Selain itu diharapkan *supervisor* mengerti sop dari pembuatan laporan penjualan yang akurat dan lengkap di mana terkait dengan stok awal, stok akhir, dan jumlah omzet penjualan setiap bulannya sehingga berdampak pada peningkatan penilaian kinerja dari *supervisor* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy in changing societies*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Cherian, J. & Jacob, J. (2013). Impact of self efficacy on motivation and performance of employees. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 80 – 88.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. G. T. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support System*. 42, 1872 – 1888.
- Dijk, A. V., Hendriks, P., & Romo-Leroux, I. (2016). Knowledge sharing and social capital in globally distributed execution. *Journal of Knowledge Management*, 20(2), 327 – 343.
- Donassolo, P. H. & Matos, C. A. D. (2013). The predictors of sales performance: a study with wholesale sellers. *Review of Business Management*, 16(52), 448 – 465.
- Ismail, M. B. & Yusof, Z. M. (2010). The impact of individual factors on knowledge sharing quality. *Journal of Organizational Knowledge Management*, 2010 (2010), 1 – 13.
- Kadic-Magljalic, S., Vida, S., Obadia, C., & Plank, R. Clarifying the influence of emotional intelligence on salesperson performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(7), 877 – 888.
- Kwakye, E. O. & Nor, K. M. (2011). Individual factors and knowledge sharing. *American Journal of Economics and Business Administration*, 3(1), 66 – 72.
- Lee, J. (2018). The effects of knowledge sharing on individual creativity in higher education institutions: Socio-technical view. *Administrative Sciences*, 8(12), 21.
- Li, C. Y. (2013). Does Self-Efficacy Contribute to Knowledge Sharing and Innovation Effectiveness? A MultiLevel Perspective. *PACIS*, 3, 1 – 14.
- Lim, R. J. A., Lee, S. A. H., & Lim, T. M. (2013). A study on knowledge quality and job performance of knowledge workers by analyzing content of social network sites using sentiment network analysis. *Information Management and Business Review*, 5(11), 525 – 530.
- Lin, H. F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 28 (3/4), 315 – 332
- 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.
- Santoso, S. (2018). *Konsep dasar dan aplikasi SEM dengan amos 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarkheyl, A., Alias, R. A., Ithnin, N. B., & Esfahani, M. D. (2011). Dimensions of knowledge sharing quality: An empirical investigation. *Journal of Research and Innovation in Information Systems*, 3(12), 9 – 18.
- Sedighi, M. (2016). Exploration of multi-layered knowledge sharing participation: the roles of perceived benefits and costs. *Journal of Knowledge Management*, 20(6), 1247–1267.
- Singh, R. & Das, G. The impact of job satisfaction, adaptive selling behaviors and customer orientation on salesperson's performance: exploring the moderating role of selling experience. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(7), 554 – 564.
- Solimun. (2002). *Structural Equation Modelling (SEM), Lisrel dan AMOS*. Malang: Universitas Brawijaya
- Srivasta, A., Bartol, K. M., & Locke, E. A. (2006). Empowering leadership in management teams: Effects on knowledge sharing, efficacy, dan performance. *Academy of Management Journal*, 49(6), 1239 – 1251.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Van-Acker, F., Vermeulen, M., Krejins, K., Lutgerink, J., Buuren, H. V. (2014). The role of knowledge sharing self-efficacy in sharing open educational resources. *Computers in Human Behavior*, 39, 136 – 144
- Wang, G. & Netemeyer, R. G. (2002). The effect of job autonomy, customer demandingness, and trait competitiveness on salesperson learning, self-efficacy, and performance. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 217 – 228.