



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

***Pengaruh Digital Literacy terhadap Knowledge
Sharing Intention Karyawan di Sektor Manufaktur
dan Sektor Retail***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Oleh

Viona Elizabeth Permana

6082101169

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

***Pengaruh Digital Literacy terhadap Knowledge
Sharing Intention Karyawan di Sektor Manufaktur
dan Sektor Retail***

Skripsi

Oleh

Viona Elizabeth Permana

6082101169

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B. App.Com., MBA., M.Phil.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Viona Elizabeth Permana
Nomor Pokok : 6082101169
Judul : Pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Knowledge Sharing Intention*
Karyawan di Sektor Manufaktur dan Sektor Retail

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 20 Juni 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

= Theresia =

Sekretaris

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B. App.Com., MBA., M.Phil.

Agus

Anggota

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA

Daniel

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Orpha

Dr. Orpha Jane

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Viona Elizabeth Permana
NPM : 6082101169
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Knowledge Sharing Intention* Karyawan di Sektor Manufaktur dan Sektor Retail

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 06 Juni 2024



Viona Elizabeth Permana

ABSTRAK

Nama : Viona Elizabeth Permana

NPM : 6082101169

Judul : Pengaruh Literasi Digital terhadap Niat Berbagi Pengetahuan Karyawan di Sektor Manufaktur dan Sektor Retail

Munculnya internet dan perkembangan teknologi digital yang semakin beragam mengharuskan karyawan untuk meningkatkan literasi digital mereka. Literasi digital yang baik akan membantu memudahkan karyawan untuk menggunakan teknologi dalam aktivitas pekerjaan mereka sehari-hari. Niat berbagi pengetahuan karyawan menjadi hal yang penting agar perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi. Penelitian ini akan menguji apakah literasi digital karyawan berpengaruh terhadap niat berbagi karyawan di perusahaan sektor manufaktur dan sektor retail.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *mixed methods*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu kuesioner dan wawancara. Kuesioner disebarikan kepada orang-orang yang memenuhi kriteria yaitu karyawan yang bekerja di sektor manufaktur dan sektor retail serta terkumpul sebanyak 60 responden. Sedangkan wawancara dilakukan dengan 5 orang responden untuk melengkapi data kuantitatif. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan SPSS 29 yaitu melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji linearitas, regresi linear sederhana, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Sedangkan data hasil wawancara dianalisis menggunakan analisis tematik.

Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan ditemukan bahwa *Digital Literacy* memiliki kontribusi nilai terhadap *Knowledge Sharing Intention* sebesar 43,4% dan dapat disimpulkan bahwa *Digital Literacy* berpengaruh terhadap *Knowledge Sharing Intention* karyawan di sektor manufaktur dan sektor retail.

Kata kunci : Literasi digital, Niat Berbagi Pengetahuan, Sektor Manufaktur, Sektor Retail

ABSTRACT

Name : Viona Elizabeth Permana

NPM : 6082101169

Title : *The Effect of Digital Literacy on Knowledge Sharing Intention of Employees in the Manufacturing Sector and the Retail Sector*

The emergence of the internet and the development of increasingly diverse digital technologies require employees to improve their digital literacy. Good digital literacy will help make it easier for employees to use technology in their daily work activities. Employees' knowledge sharing intentions are important because the company can develop better. This study will examine whether employee digital literacy affects employee sharing intention in manufacturing and retail sector companies.

The type of research conducted is mixed methods. Data collection was carried out using two methods, namely questionnaires and interviews. The questionnaire was distributed to people who met the criteria, namely employees who work in the manufacturing sector and the retail sector and collected 60 respondents. While interviews were conducted with 5 respondents to complement quantitative data. Quantitative data analysis was carried out using SPSS 29, namely through validity test, reliability test, normality test, heteroscedacity test, linearity test, simple linear regression, hypothesis testing and determination coefficient test. While the interview data were analyzed using thematic analysis.

From the test results that have been carried out, it is found that Digital Literacy has a value contribution to Knowledge Sharing Intention of 43.4% and it can be concluded that Digital Literacy affects the Knowledge Sharing Intention of employees in the manufacturing sector and the retail sector.

Keywords : *Digital Literacy, Knowledge Sharing Intention, Manufacturing Sector, Retail Sector*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur dan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkatNya, telah diberikan kemudahan dan kelancaran untuk peneliti agar mampu menyelesaikan skripsi ini. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Peneliti sangat berterimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dengan dari awal penulisan skripsi ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa untuk segala kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi ini yang akhirnya dapat dilewati dan berjalan dengan lancar.
2. Orang tua yang selalu memberikan yang terbaik untuk anaknya dan terima kasih selalu memanjatkan doa di setiap harinya untuk peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini. Serta yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
3. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B. App.Com., MBA., M.Phil. selaku dosen pembimbing peneliti dan sekaligus Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktunya. Terima kasih telah membimbing peneliti sampai akhirnya dapat mengerjakan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu dan terima kasih kepada beliau atas semua bantuan dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. dan Ibu Angela Caroline, S.AB., MM. yang telah membantu saya dalam proses bimbingan dari

awal hingga akhir, terima kasih telah memberikan banyak saran dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

4. Ibu Dr. Orpha Jane selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Bapak Adrianus Tirta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.

5. Bapak Roni Tua, S.IP., M.BA. selaku dosen wali yang sudah membantu saya selama proses perkuliahan saya di Administrasi Bisnis UNPAR sampai saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

6. Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M.Phil. selaku ketua penguji dan Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA selaku anggota penguji, terima kasih telah mengoreksi peneliti dalam penulisan skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.

7. Seluruh dosen FISIP, seluruh pegawai Tata Usaha FISIP UNPAR, pekarya FISIP UNPAR dan staf lainnya yang berada di FISIP UNPAR, terimakasih atas kebaikan dan bantuannya kepada peneliti selama masa perkuliahan.

8. Semua keluarga besar, teman-teman, dan para responden yang tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih banyak telah membantu peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi yang telah dibuat, dari segi penyajiannya, materi dan kata. Peneliti berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti dan pihak lainnya.

Bandung, 21 Juni 2024

Viona Elizabeth Permana

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Objek Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Literasi Digital.....	9
2.2 Niat Berbagi Pengetahuan.....	12
2.2.1 Definisi dan Komponen Pengetahuan.....	12
2.2.2 Manajemen Pengetahuan.....	13
2.2.3 Definisi Berbagi Pengetahuan.....	14
2.2.4 Komponen Niat Berbagi Pengetahuan.....	14
2.3 Metode Penelitian.....	18
2.3.1 Rancangan Penelitian Studi Kausal.....	18
2.3.2 Jenis Penelitian.....	19
2.3.3 Populasi dan Sampel.....	20
2.3.3.1 Deskripsi Populasi.....	20
2.3.3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	20
2.3.4 Pengumpulan Data.....	22
2.3.4.1 Instrumen Pengumpulan Data.....	22
2.3.5 Variabel Penelitian.....	27
2.3.6 Teknik Analisis Data.....	28
2.3.6.1 Uji Validitas.....	28
2.3.6.2 Uji Reliabilitas.....	29
2.3.6.3 Uji Normalitas.....	29

2.3.6.4 Uji Heteroskedasitas.....	30
2.3.6.5 Uji Linearitas.....	30
2.3.6.6 Regresi Linear Sederhana.....	30
2.3.6.7 Uji Hipotesis.....	31
2.3.6.8 Koefisien Determinasi.....	32
2.3.6.9 Analisis Data Tematik.....	32
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
3.1 Hasil Penelitian.....	33
3.2 Deskriptif Data Penelitian.....	33
3.3 Profil Responden.....	33
3.4 Hasil Uji.....	38
3.4.1 Uji Validitas.....	38
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.4.3 Uji Normalitas.....	41
3.4.4 Uji Heteroskedasitas.....	42
3.4.5 Uji Linearitas.....	43
3.4.6 Regresi Linear Sederhana.....	43
3.4.7 Uji Hipotesis.....	44
3.4.8 Koefisien Determinasi.....	45
3.5 Tabel Distribusi Frekuensi.....	46
3.6 Analisis Data Tematik.....	80
3.6.1 Item Pertanyaan Sektor Retail.....	80
3.6.2 Item Pertanyaan Sektor Manufaktur.....	81
3.6.3 Perbandingan Hasil Wawancara.....	82
3.6.4 Perbandingan Hasil Wawancara Sektor Retail.....	90
3.6.5 Perbandingan Hasil Wawancara Sektor Manufaktur.....	91
3.7 Pembahasan Hasil Analisis Data Tematik.....	92
BAB IV KESIMPULAN, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI.....	106
4.1 Kesimpulan.....	106
4.2 Rekomendasi.....	107
4.3 Implikasi.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	116

Hasil Transkrip Wawancara Sektor Retail.....	116
Hasil Transkrip Wawancara Sektor Manufaktur.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah responden penelitian.....	22
Tabel 2.2 Item pertanyaan kuesioner <i>Digital Literacy</i>	23
Tabel 2.3 Item pertanyaan kuesioner <i>Knowledge Sharing Intention</i>	26
Tabel 3.1 Responden berdasarkan Tahun Lahir.....	34
Tabel 3.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 3.3 Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 3.4 Responden berdasarkan Jabatan di Perusahaan.....	35
Tabel 3.5 Responden berdasarkan Sektor Perusahaan.....	36
Tabel 3.6 Responden berdasarkan Departemen Perusahaan.....	36
Tabel 3.7 Responden berdasarkan Domisili.....	37
Tabel 3.8 Responden berdasarkan Waktu Penggunaan Gadget.....	38
Tabel 3.9 Uji Validitas Variabel <i>Digital Literacy</i>	38
Tabel 3.10 Uji Validitas Variabel <i>Knowledge Sharing Intention</i>	39
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Literacy</i>	40
Tabel 3.12 Uji Reliabilitas Variabel <i>Knowledge Sharing Intention</i>	41
Tabel 3.13 Uji Normalitas Variabel <i>Digital Literacy</i> dan <i>Knowledge Sharing Intention</i>	42
Tabel 3.14 Uji Heteroskedasitas Variabel <i>Digital Literacy</i>	42
Tabel 3.15 Uji Linearitas	43
Tabel 3.16 Uji Regresi Linear Sederhana.....	44
Tabel 3.17 Uji Hipotesis.....	45
Tabel 3.18 Uji Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 3.19 Distribusi Frekuensi <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	47
Tabel 3.20 Indikator 1 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	49
Tabel 3.21 Indikator 2 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	50
Tabel 3.22 Indikator 3 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	50
Tabel 3.23 Indikator 4 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	51
Tabel 3.24 Indikator 5 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	52
Tabel 3.25 Indikator 6 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	53
Tabel 3.26 Indikator 7 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	54
Tabel 3.27 Indikator 8 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	55

Tabel 3.28 Indikator 9 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	56
Tabel 3.29 Indikator 10 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Manufaktur.....	57
Tabel 3.30 Distribusi Frekuensi <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Manufaktur.....	58
Tabel 3.31 Indikator 1 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Manufaktur.....	59
Tabel 3.32 Indikator 2 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Manufaktur.....	60
Tabel 3.33 Indikator 3 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Manufaktur.....	61
Tabel 3.34 Indikator 4 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Manufaktur.....	61
Tabel 3.35 Indikator 5 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Manufaktur.....	62
Tabel 3.36 Distribusi Frekuensi <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	63
Tabel 3.37 Indikator 1 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	66
Tabel 3.38 Indikator 2 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	66
Tabel 3.39 Indikator 3 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	67
Tabel 3.40 Indikator 4 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	68
Tabel 3.41 Indikator 5 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	69
Tabel 3.42 Indikator 6 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	69
Tabel 3.43 Indikator 7 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	70
Tabel 3.44 Indikator 8 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	71
Tabel 3.45 Indikator 9 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	72
Tabel 3.46 Indikator 10 dari <i>Digital Literacy</i> Sektor Retail.....	73
Tabel 3.47 Distribusi Frekuensi <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Retail.....	74
Tabel 3.48 Indikator 1 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Retail.....	75
Tabel 3.49 Indikator 2 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Retail.....	76
Tabel 3.50 Indikator 3 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Retail.....	77
Tabel 3.51 Indikator 4 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Retail.....	78
Tabel 3.52 Indikator 5 dari <i>Knowledge Sharing Intention</i> Sektor Retail.....	79
Tabel 3.53 Perbandingan persamaan dan perbedaan hasil wawancara.....	82

DAFTAR GAMBAR

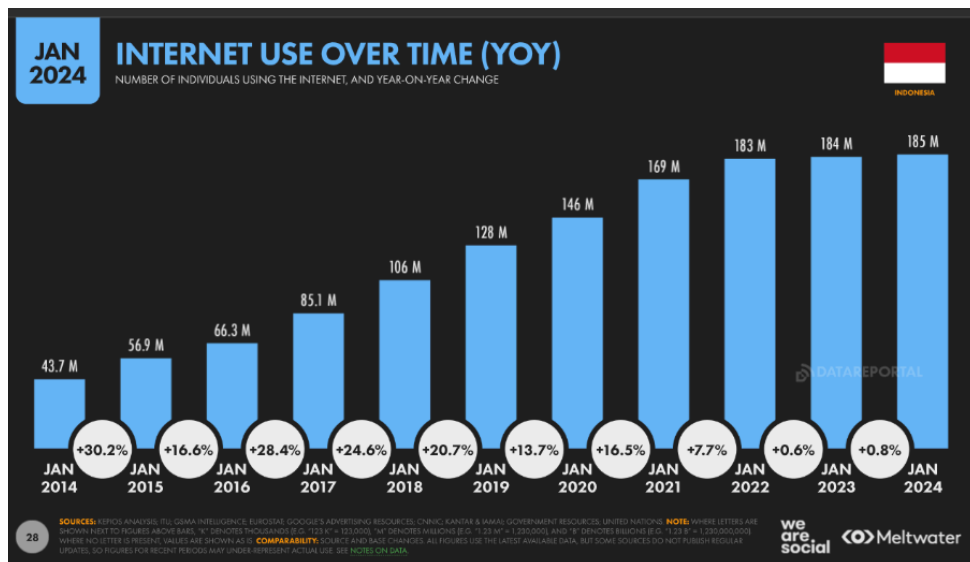
Gambar 1.1 Pengguna Internet dari tahun 2014 - 2024.....	1
Gambar 1.2 Indeks Literasi Digital di Indonesia dari 2021 - 2023.....	3
Gambar 2.1 Pengaruh <i>Digital Literacy</i> (X) terhadap <i>Knowledge Sharing Intention</i> (Y)	19

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan drastis dalam 10 tahun terakhir, yaitu sebesar 325,89% (We Are Social Indonesia, 2023). Peningkatan ini membuka peluang baru bagi masyarakat untuk mengakses informasi, pendidikan, dan peluang ekonomi. Salah satu dampak positif dari peningkatan penggunaan internet adalah peningkatan literasi masyarakat. Internet menyediakan akses ke berbagai informasi dan sumber daya pendidikan, yang dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat. Namun, perlu dicatat bahwa peningkatan penggunaan internet juga memiliki beberapa tantangan, seperti kesenjangan digital dan konten berbahaya.



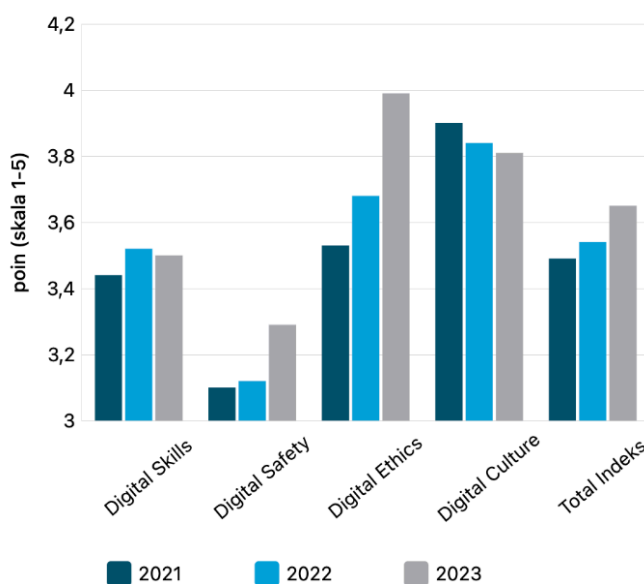
Gambar 1.1 Pengguna Internet dari tahun 2014 - 2024

Sumber : We Are Social Indonesia.

Dengan masuknya internet, perkembangan teknologi juga mengalami peningkatan. Hal ini dimulai dengan teknologi analog dan sekarang beralih ke teknologi digital. Digitalisasi telah menunjukkan dampak yang signifikan pada pasar tenaga kerja dengan mengubah dinamika pekerjaan, kondisi kerja, dan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Ini mengubah lingkungan kerja dan menciptakan peluang dan resiko (Bejaković, P., & Mrnjavac, Ž., 2020).

Namun selain peluang muncul juga resiko yang dapat ditimbulkan berupa munculnya pekerjaan baru namun para karyawan beresiko untuk kehilangan pekerjaan mereka karena digitalisasi. Meskipun para karyawan dapat kehilangan pekerjaan mereka karena otomatisasi dari digitalisasi, namun tidak menutup kemungkinan para karyawan yang terampil akan memiliki potensi untuk tetap memiliki pekerjaan dan merasakan perkembangan baru di dalam pekerjaan mereka (Bejaković, P., & Mrnjavac, Ž., 2020). Untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh digitalisasi, organisasi perlu mengembangkan strategi digital dan berusaha mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan dalam perjalanan transformasi digital para karyawan. Literasi dianggap sebagai berbagai kompetensi, pengetahuan, dan keterampilan yang dibutuhkan oleh orang-orang dalam berbagai situasi kehidupan mereka dan melalui hubungan dengan rekan kerja, komunitas dan lingkungan di mana mereka berinteraksi (Nikou, S., De Reuver, M., & Mahboob Kanafi, M. 2022).

Menurut Cetindamar Kozanoglu, D & Abedin, B (2020) keterampilan, pengetahuan dan kemampuan seseorang yang digunakan saat berinteraksi dengan teknologi digital digambarkan sebagai literasi digital karyawan yang melampaui persepsi literasi tradisional yang terbatas hanya pada kemampuan untuk membaca, menulis dan menggunakan buku dalam berbagai konteks. Berdasarkan data yang diperoleh melalui katadata.co.id oleh Muhamad, N. (2023) bahwa rata-rata literasi digital di Indonesia yang mencakup *digital skills*, *digital safety*, *digital ethics* dan *digital culture* mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Walaupun tingkat literasi digital di Indonesia mengalami peningkatan akan tetapi literasi digital tetap perlu menjadi perhatian agar selanjutnya literasi digital akan semakin meningkat dan dari setiap faktornya tidak ada yang mengalami penurunan.



Gambar 1.2 Indeks Literasi Digital di Indonesia dari 2021 - 2023

Sumber : Katadata.co.id

Dari data mengenai perkembangan literasi digital di Indonesia menunjukkan bahwa literasi digital sangat penting di era digitalisasi. Studi baru menunjukkan bahwa menemukan cara untuk mempertahankan literasi digital setiap pekerja adalah tantangan terbesar bagi banyak organisasi di era digital. Oleh karena itu, organisasi semakin mencari tenaga kerja yang memiliki literasi digital dengan tingkat tinggi dengan harapan mereka lebih terdorong untuk membagikan pengetahuan mereka sehingga organisasi dapat terus berkembang. Dengan perkembangan teknologi digital yang cepat, karyawan sekarang memiliki cara baru untuk berbagi informasi mulai dari penggunaan platform media sosial seperti Facebook, LinkedIn, dan Instagram hingga berbagai platform digital seperti weblog, Zoom, Microsoft Teams, dan Skype. Dengan adanya teknologi digital menjadi sarana hubungan antar individu melalui transfer pengetahuan di perusahaan yang dimiliki individu kepada individu lainnya. Melalui sumber daya *online* maka mengubah cara pengetahuan dibuat, didistribusikan dan dibagikan dalam berbagai keadaan (Deng, H., Duan, S. X., & Wibowo, S., 2022).

Menurut Nguyen, T.-M & Malik, A (2021) berbagi pengetahuan telah dicatat sebagai proses penting dalam manajemen pengetahuan dan sumber daya kompetitif perusahaan karena dapat memberikan karyawan dukungan sosial dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif melayani pelanggan internal dan eksternal perusahaan. Namun karena pengetahuan dan keterampilan dianggap sebagai sumber daya kompetitif yang berharga, orang sering enggan untuk berbagi pengetahuan mereka. Hal ini berarti penelitian lebih lanjut diperlukan

untuk memahami bagaimana literasi digital karyawan mempengaruhi keinginan mereka untuk berbagi pengetahuan. Para pekerja harus mendukung literasi digital dengan belajar dari apa yang mereka ketahui dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja mereka karena sebagian besar pekerjaan melibatkan pengembangan teknologi yang baru muncul dan belum pernah ada sebelumnya, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang teknologi yang digunakan. Maka dari itu diperlukannya pembelajaran khusus dan spesifik sesuai kondisi di sektor. Ketika adanya perubahan teknologi yang muncul di tempat kerja dan terlebih lagi penggunaan teknologi digital yang secara *massive* digalakkan khususnya di sektor manufaktur seperti dengan serta munculnya peralihan penggunaan teknologi digital di sektor retail maka karyawan akan mencoba untuk mencari cara agar dapat mengatasi dan mendapatkan manfaat atau dalam bentuk pengetahuan baru yang didapat (Shahlaei, C. A., & Lundh Snis, U., 2022). untuk melihat apakah literasi digital memiliki pengaruh terhadap niat berbagi pengetahuan karyawan di sektor manufaktur dan retail sehingga menghasilkan pengambilan keputusan untuk kinerja pekerjaan yang lebih baik.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh literasi digital (*digital literacy*) terhadap niat berbagi pengetahuan (*knowledge sharing intention*) karyawan profesional di sektor manufaktur dan sektor retail?

2. Bagaimana perbedaan tingkat literasi digital (*digital literacy*) karyawan profesional di sektor manufaktur dan sektor retail?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka adanya tujuan yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital (*digital literacy*) terhadap niat berbagi pengetahuan (*knowledge sharing intention*) karyawan profesional di sektor manufaktur dan sektor retail.
2. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan tingkat literasi digital (*digital literacy*) karyawan profesional di sektor manufaktur dan sektor retail.

1.4 Objek Penelitian

Karakteristik penelitian ini mengacu kepada sektor manufaktur dan sektor retail. Karakteristik sektor manufaktur meliputi perusahaan manufaktur biasanya membeli bahan baku dan kemudian mengeluarkan biaya tambahan seperti penggunaan teknologi mesin produksi untuk membuat produk jadi untuk dijual. Beberapa perusahaan manufaktur di Indonesia disebut sebagai pabrik. Proses produksi biasa akan terjadi di pabrik. Perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur akan memiliki persediaan barang yang dimiliki dan akan dijual oleh perusahaan. Persediaan termasuk dalam tiga kategori: barang dalam proses, produk jadi, dan bahan mentah. Persediaan ini merupakan aset perusahaan yang

digunakan dalam transaksi penjualan (Nur Fauziyah, R. 2023). Sedangkan karakter sektor retail akan menggunakan sistem untuk menyuplai produk mereka sendiri, yang dapat dijual kembali kepada pelanggan tingkat akhir. Oleh karena itu, perusahaan retail akan bekerja sama dengan pemilik bisnis lain. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan tersebut dapat mengirimkan barang atau barang retail. Rantai pasokan tersebut akan terdiri dari produsen, distributor, grosir, dan pembeli terakhir (Hendrik. (2023).

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk menambah wawasan mengenai *digital literacy* dan *knowledge sharing intention*, menambah pengetahuan bahwa *digital literacy* menyumbang nilai terhadap *knowledge sharing intention* karyawan di sektor manufaktur dan retail dan diharapkan dapat menambah wawasan mengenai perbedaan *digital literacy* karyawan yang ada di sektor manufaktur dan sektor retail serta perbedaan *knowledge sharing intention* karyawan yang ada di sektor manufaktur dan sektor retail.

2. Manfaat praktis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk perusahaan yang berada di sektor manufaktur dan di sektor

retail sehingga dapat memberikan pengambilan keputusan untuk kinerja perusahaan yang lebih baik.