

RINGKASAN

Kegiatan inovasi dan pengembangan produk baru, pada perusahaan-perusahaan di hampir semua negara, sangat mengandalkan tim lintas fungsi yang umumnya terdiri atas individu-individu yang berasal dari berbagai departemen fungsional dan berbagai bidang keahlian. Jumlah anggota tim pengembang produk beragam ukurannya, mulai dari beberapa orang hingga ratusan orang. Semakin banyak jumlah anggota tim pengembang produk dan semakin beragam latar belakangnya (pendidikan, perspektif, keahlian, dan pengalaman), semakin menciptakan kompleksitas komunikasi pada sebuah tim pengembang produk.

Banyaknya anggota yang terlibat dalam sebuah tim pengembang produk, menimbulkan keragaman ide dan cenderung menciptakan informasi yang berlebihan. Keterlibatan banyak individu, mengakibatkan kesulitan dalam mengendalikan kegiatan pengembangan produk. Sebagai manusia, anggota tim melibatkan banyak variabel yang terus berubah dan sulit untuk dikontrol. Kompleksnya komunikasi tim pengembang produk, menyebabkan sulitnya mencapai kolaborasi dan sulitnya menyelesaikan perbedaan.

Namun dilain sisi, akibat kurangnya komunikasi pada sebuah tim pengembang produk, dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara fitur (atribut) produk dengan kebutuhan konsumen. Kurangnya komunikasi antar bagian fungsional, juga dapat menyebabkan waktu siklus pengembangan produk menjadi lebih panjang.

Penelitian terapan ini, bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi untuk berbagi pengetahuan yang dilakukan oleh tim pengembang produk di industri/perusahaan dan dampaknya terhadap kemampuan berinovasi, serta keberhasilannya menciptakan produk yang sukses. Penelitian ini menggunakan tiga variabel utama, yakni *knowledge sharing*, *innovation*, dan *product success*, dimana secara mendalam mengamati perilaku *knowledge sharing* dan *innovation*, terhadap kesuksesan produk. Sampel penelitian ini adalah industri kecil dan menengah di Provinsi Gorontalo, yang telah beroperasi minimal 3 (tiga) tahun, dan diklasifikasikan dalam 10 standar ISIC (*Indonesian Standard Industrial Classification*) dua digit.

Berdasarkan hasil pengolahan data, disimpulkan bahwa ketiga proposisi penelitian terbukti memiliki hubungan yang signifikan, yakni (1) *knowledge sharing* (kegiatan komunikasi untuk saling berbagi pengetahuan) memiliki korelasi positif terhadap *innovation* (kemampuan berinovasi); (2) *innovation* (kegiatan/aktivitas inovasi) memiliki korelasi positif terhadap *product success* (kesuksesan produk); dan (3) *knowledge sharing* (kegiatan komunikasi berbagi pengetahuan) memiliki korelasi positif terhadap *product success* (kesuksesan produk). Hasil penelitian ini dapat diterapkan pada industri kecil menengah, juga pada industri skala besar.

Kata Kunci: *Knowledge Sharing, Innovation, Product Success*