
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi yang ditunjang oleh inovasi juga ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat . Menyadari akan persaingan yang semakin berat, maka perlu ada perubahan paradigma pemikiran yang bertumpu pada analisis bidang ilmu pengetahuan tertentu misalnya pohon industri, kemasan pengetahuan, metadatabase, *data mining*, dsb, serta pengembangan SDM. Disinilah peran pendidikan dan *knowledge sharing* dikalangan karyawan menjadi amat penting dalam meningkatkan kemampuan manusia untuk berpikir secara logika yang akan menghasilkan suatu bentuk inovasi. Jadi inovasi merupakan suatu proses dari ide melalui penelitian dan pengembangan akan menghasilkan prototype yang bisa dikomersialkan.

Menurut Carl Davidson dan Philip Voss (2003), mengatakan bahwa mengelola *knowledge* sebenarnya merupakan bagaimana **organisasi mengelola staf**, sebenarnya menurut mereka bahwa *knowledge management* adalah bagaimana orang-orang dari berbagai tempat yang berbeda mulai saling bicara, yang sekarang populer dengan label *learning organization*. Untuk mengembangkan *Organizational Knowledge Management Systems (OKMS)*, PDII-LIPI memerlukan empat fungsi yaitu : *using knowledge, finding knowledge, creating knowledge* (merupakan proposal penelitian tahun 2007), *and packaging knowledge* yang akan membentuk suatu pengetahuan untuk menjawab pertanyaan mengenai *know-how, know-what, dan know-why*, serta menumbuhkan kreatifitas yang ditumbuhkan oleh dirinya sendiri (*self-motivated creativity*), *tacit* pribadi (*personal tacit*), *tacit* yang membudaya (*culture tacit*), *tacit* organisasi (*organizational tacit*) dan asset peraturan (*regulatory assests*). Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) keberhasilan perusahaan Jepang ditentukan oleh keterampilan dan kepakaran mereka dalam penciptaan *knowledge* organisasinya (*organizational knowledge creation*).

Tindakan dan maksud organisasi berinteraksi dengan bermacam-macam elemen lingkungan tersebut membutuhkan waktu yang lama, sedangkan

pengambil keputusan menghadapi kompleksitas dan ketidakpastian yang besar sekali untuk memahami isu yang ada, mengidentifikasi alternatif yang sesuai, mengetahui *outcome* dan menjelaskan serta menentukan keinginannya. Oleh karena itu, keputusan yang rasional memerlukan informasi dan pengetahuan di atas kemampuan organisasi dalam mengumpulkan informasi /pengetahuan dan memprosesnya di atas kapasitas manusia untuk melakukannya. Untuk mencapai budaya institusi yang inovatif, maka upaya membangun *knowledge sharing* (berbagi *knowledge*) perlu dilakukan.

Pada penelitian ini diharapkan keempat fungsi tersebut di atas dapat diimplementasikan di makalah ini dengan suatu kondisi tertentu dan fasilitas yang memadai untuk membangun *OKMS* (*organizational knowledge management systems*) mungkin baru *using information* maka perlu transformasi ke *using knowledge* seperti (*computer-mediated collaboration*) melalui **intranet atau web blog**; *electronic task management, messaging and visualization, group discussion, etc.*

Perlu juga difungsikan *finding knowledge* melalui *web-browsing* dan *data mining* satu bidang tertentu atau berbagai bidang dan *packaging knowledge* dari berbagai bidang secara terstruktur dalam suatu *system*. Sedangkan fungsi *knowledge creating* berkaitan dengan *knowledge finding* dan *knowledge packing* harus dapat berfungsi secara optimal atau harus dipenuhi, apabila belum dapat dipenuhi atau difungsikan ketiga hal tersebut di atas, maka akan sulit mewujudkan *OKMS*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Knowledge Management

Knowledge Management terdiri dari berbagai strategi dan praktek yang digunakan dalam organisasi untuk mengidentifikasi, menciptakan, merepresentasikan, mendistribusikan, dan memungkinkan adopsi wawasan dan pengalaman . Wawasan dan pengalaman tersebut terdiri dari pengetahuan , baik yang terkandung dalam individu atau tertanam dalam organisasi proses atau praktek.

Sebuah Perusahaan didirikan disiplin sejak tahun 1991, KM termasuk kursus yang diajarkan dalam bidang administrasi bisnis , sistem informasi , manajemen , dan perpustakaan dan ilmu informasi (Alavi & Leidner 1999).Baru-baru ini, bidang lain sudah mulai berkontribusi untuk penelitian KM; ini termasuk informasi dan media, ilmu komputer , kesehatan masyarakat , dan kebijakan publik .

Banyak perusahaan besar dan organisasi non-profit memiliki sumber daya yang didedikasikan untuk upaya KM internal, sering sebagai bagian dari 'mereka strategi bisnis ', 'teknologi informasi ', atau 'sumber daya manusia manajemen departemen '(Addicott, McGivern & Ferlie 2006). Beberapa perusahaan konsultan juga ada yang menyediakan strategi dan saran mengenai KM organisasi ini.

Sebelum memahami konsep manajemen pengetahuan ini ada beberapa istilah yang harus dipahami yaitu : data, informasi, pengetahuan, jenis pengetahuan, dan manajemen pengetahuan itu sendiri. Di samping itu perlu pula memahami proses pembentukan pengetahuan dari data, informasi, kemudian menjadi pengetahuan.

- a. Data adalah kumpulan angka atau fakta objektif mengenai sebuah kejadian (bahan mentah informasi).

-
-
- b. Informasi adalah data yang diorganisasikan/diolah sehingga mempunyai arti. Informasi dapat berbentuk dokumen, laporan ataupun multimedia.
- c. Pengetahuan (knowledge) adalah kebiasaan, keahlian/kepakaran, keterampilan, pemahaman, atau pengertian yang diperoleh dari pengalaman, latihan atau melalui proses belajar. Istilah ini sering kali rancu dengan Ilmu Pengetahuan (science). Ilmu Pengetahuan adalah ilmu yang teratur (sistematik) yang dapat diuji atau dibuktikan kebenarannya; sedangkan pengetahuan belum tentu dapat diterapkan, karena pengetahuan sebuah organisasi sangat terkait dengan nilai, budaya, dan kondisi dari organisasi tersebut.
- d. Jenis Pengetahuan. Ada dua jenis pengetahuan, yaitu pengetahuan eksplisit dan pengetahuan tacit. Pengetahuan eksplisit dapat diungkapkan dengan kata-kata dan angka, disebarkan dalam bentuk data, spesifikasi, dan buku petunjuk, sedangkan pengetahuan tacit sifatnya sangat personal yang sulit diformulasikan sehingga sulit dikomunikasikan kepada orang lain.
- **Explicit Knowledge.** Bentuk pengetahuan yang sudah terdokumentasi/terformalisasi, mudah disimpan, diperbanyak, disebarluaskan dan dipelajari. Contoh: manual, buku, laporan, dokumen, surat dan sebagainya.
 - **Tacit Knowledge.** Bentuk pengetahuan yang masih tersimpan dalam pikiran manusia. Misalnya gagasan, persepsi, cara berpikir, wawasan, keahlian/kemahiran, dan sebagainya.
- e. Manajemen pengetahuan (KM) Definisi mengenai KM tergantung dari cara organisasi menggunakan dan memanfaatkan pengetahuan. Organisasi intelegen militer akan mempunyai definisi yang berbeda mengenai pengetahuan dibandingkan dengan perusahaan. Salah satu definisi KM adalah proses sistematis untuk menemukan, memilih, mengorganisasikan, menyaring dan menyajikan informasi dengan cara tertentu yang dapat meningkatkan penguasaan pengetahuan dalam suatu bidang kajian yang spesifik. Atau secara umum KM adalah teknik untuk mengelola pengetahuan dalam organisasi untuk menciptakan nilai dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

2.2. Manajemen Pengetahuan dan Teknologi Informasi (TI)

Sebenarnya konsep pengelolaan pengetahuan merupakan konsep lama, perbedaannya KM memungkinkan kita untuk tidak perlu memulai segalanya dari nol lagi. (We don't have to always reinventing the wheel). Konsep KM ini menjadi populer karena kompetisi yang kian tajam dalam memperoleh keunggulan. Ketatnya kompetisi menyadarkan orang bahwa hanya penguasaan pengetahuanlah yang akan menentukan keunggulan suatu organisasi. Keunggulan pada saat ini dirumuskan dalam formula: faster, cheaper and better. Kalau saja kita hanya melakukan sesuatu untuk organisasi agar lebih baik dan lebih efisien maka kita akan tertinggal. Bill Gates menyatakan *"If the 1980's were about quality and the 1990's were about re-engineering, then the 2000's will be about velocity"*. Jadi kalau kita berbicara mengenai keunggulan dalam era 2000 an kita berbicara kecepatan (velocity). Untuk dapat mencapai kecepatan maka penggunaan teknologi informasi merupakan suatu keharusan.

KM terdiri dari 3 komponen utama yaitu people, place, dan content. KM membutuhkan orang yang kompeten sebagai sumber pengetahuan, tempat untuk melakukan diskusi, dan isi dari diskusi itu sendiri. Dari ketiga komponen tersebut peran teknologi informasi adalah mampu menghilangkan kendala mengenai tempat melakukan diskusi. TI memungkinkan terjadinya diskusi tanpa kehadiran kita secara fisik. Dengan demikian kapitalisasi pengetahuan dapat terus diadakan walaupun tidak bertatap muka. Dalam konteks secara umum, pelaksanaan KM menghadapi masalah utama yaitu masalah perilaku. Pertama, berkaitan dengan ketidakmauan orang untuk berbagi. Kedua berkaitan dengan ketidakdisiplinan untuk selalu menuliskan apa yang kita dapatkan. Ini merupakan suatu kendala karena budaya kita lebih cenderung pada budaya lisan. Kita belum bisa mendisiplinkan diri untuk selalu menuliskan pengetahuan dan pengalaman yang kita alami dalam suatu sistem sebagai suatu aset organisasi.

Dalam pelajaran manajemen, aset organisasi dirumuskan dengan 5M (*man, money, method, machine, dan market*). Apabila dipandang dari sisi KM maka manusialah yang merupakan aset yang paling berharga. Tetapi, benarkah

semua orang dalam organisasi merupakan aset organisasi? Thomas A. Stewart dalam bukunya *Intellectual Capital*, secara tegas mengatakan "tidak". Menurut Stewart, yang benar-benar aset hanyalah orang-orang tertentu, yang pekerjaannya berkaitan dengan penambahan pengetahuan dalam organisasi, yaitu *The Stars*. (Stewart membagi karyawan dalam empat kelompok yaitu: pekerja biasa; pekerja terampil tetapi bukan faktor penentu; pekerja yang melakukan hal yang dihargai oleh pelanggan tetapi dapat di *outsource*; dan *the Stars*, yaitu orang-orang dengan peran yang tidak tergantikan sebagai individu). Sebagai contoh kelompok *the Stars*, salah satunya adalah peneliti. Mereka yang termasuk kelompok keempatlah yang benar-benar merupakan aset bagi organisasi. Organisasi perlu memberikan perhatian penuh pada kelompok ini, karena di tangan merekalah masa depan organisasi. Persoalannya, bagaimana memanfaatkan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga dapat terakumulasi dan akhirnya menjadi aset organisasi.

2.3. Tipe Knowledge Management (KM)

Banyak perusahaan dan pakar mencoba untuk mengklasifikasikan proyek-proyek knowledge management yang sudah dilakukan di dalam perusahaan-perusahaan, bahkan ada perusahaan seperti XEROX melalui Chief Knowledge Officer (CKO)-nya telah menngumpulkan semua studi kasus dan informasi proyek KM ini, yang mana adalah untuk mencari bentuk atau tipe proyek KM yang tepat diterapkan di dalam perusahaannya.

Secara umum proyek ini dapat dikategorikan dalam dua bentuk yaitu KM yang mencakup semua lini dalam perusahaan dan KM yang dilakukan dalam satu departemen, bisnis unit atau fungsi bisnis tertentu. Dan pada tahap awal KM bisa dimulai dari lingkungan yang kecil seperti departemen, fungsi/unit bisnis, sehingga proses pembudayaan knowledge management akan lebih mudah dikontrol dan dievaluasi.

Proyek Knowledge Management (KM) dapat diklasifikasikan dalam beberapa tipe yaitu:

-
-
1. Mengumpulkan dan menggunakan ulang pengetahuan terstruktur. Pengetahuan sering tersimpan dalam beberapa bagian dari output yang dihasilkan organisasi / perusahaan, seperti disain produk, proposal dan laporan proyek, prosedur-prosedur yang sudah diimplementasikan dan terdokumentasikan dan kode-kode software yang mana semuanya dapat dipergunakan ulang untuk mengurangi waktu dan sumber yang diperlukan untuk membuatnya kembali.
 2. Mengumpulkan dan berbagi pelajaran yang sudah dipelajari (lessons learned) dari praktek-praktek. Tipe proyek ini mengumpulkan pengetahuan berasal dari pengalaman yang harus diinterpretasikan dan diadopsi oleh user dalam kontek yang baru. Proyek ini biasanya melibatkan sharing pengetahuan atau pelajaran melalui database seperti lotus notes.
 3. Mengidentifikasi sumber dan jaringan kepakaran. Proyek ini bermaksud untuk menjadikan kepakaran lebih mudah terlihat dan mudah diakses bagi setiap karyawan. Dalam hal ini adalah untuk membuat fasilitas koneksi antara orang yang mengetahui pengetahuan dan orang yang membutuhkan pengetahuan.
 4. Membuat struktur dan memetakan pengetahuan yang diperlukan untuk meningkatkan performansi. Proyek ini memberikan pengaruh seperti pada proses pengembangan produk baru atau disain ulang proses bisnis dengan menjadikan lebih eksplisit atau terbuka dari pengetahuan yang diperlukan pada tahap-tahap tertentu.
 5. Mengukur dan mengelola nilai ekonomis dari pengetahuan. Banyak perusahaan mempunyai aset intelektual yang terstruktur, seperti hak patent, copyright, software licenses dan database pelanggan. Dengan mengetahui semua aset-aset ini memungkinkan perusahaan untuk membuat revenue dan biaya untuk perusahaan.
 6. Menyusun dan menyebarkan pengetahuan dari sumber-sumber external. Perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan tidak menentu telah meningkatkan kepentingan dan kesungguhan pada business intelligence system. Dalam proyek ini perusahaan/organisasi berusaha mengumpulkan semua laporan dari luar yang berhubungan dengan bisnis. Dalam proyek ini

diperjukkan editor dan analyst untuk menyusun dan memberikan konteks terhadap informasi-informasi yang diperoleh tersebut.

2.4. Tujuan Penerapan Knowledge Management (KM)

Penerapan KM akan memberikan pengaruh terhadap proses bisnis perusahaan:

1. Penghematan waktu dan biaya. Dengan adanya sumber pengetahuan yang terstruktur dengan baik, maka perusahaan akan mudah untuk menggunakan pengetahuan tersebut untuk konteks yang lainnya, sehingga perusahaan akan dapat menghemat waktu dan biaya.
2. Peningkatan aset pengetahuan. Sumber pengetahuan akan memberikan kemudahan kepada setiap karyawan untuk memanfaatkannya, sehingga proses pemanfaatan pengetahuan di lingkungan perusahaan akan meningkat, yang akhirnya proses kreatifitas dan inovasi akan terdorong lebih luas dan setiap karyawan dapat meningkatkan kompetensinya.
3. Kemampuan beradaptasi. Perusahaan akan dapat dengan mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang terjadi.
4. Peningkatan produktifitas. Pengetahuan yang sudah ada dapat digunakan ulang untuk proses atau produk yang akan dikembangkan, sehingga produktifitas dari perusahaan akan meningkat.

2.5. Knowledge Networks System (KNS)

Knowledge Networks System (KNS) merupakan sistem Knowledge Management (KM) yang bertujuan mendukung proses peningkatan kompetensi dari setiap anggota yang terlibat dalam jaringan pengetahuan. KNS secara umum dibagi kedalam dua modul utama yaitu direktori pengetahuan dan transfer pengetahuan. Kedua modul ini yang dipadukan untuk mendukung proses peningkatan kompetensi dari setiap anggota dalam bidang pengetahuan yang menjadi fokus dan interestnya.

Direktori Pengetahuan merupakan klasifikasi dari pengetahuan, sedangkan transfer pengetahuan merupakan proses yang diadopsi untuk mendukung proses-proses penyebaran pengetahuan terjadi, seperti pelatihan, forum diskusi, artikel, chatting, email, kontak langsung kepada pakar. Sehingga KNS dapat diterapkan dalam bidang apa saja, sesuai dengan interest dari satu kelompok atau organisasi yang menerapkannya. Karena KNS lebih terfokus kepada proses peningkatan kompetensi, maka sistem ini lebih cocok diterapkan dalam lembaga atau departemen yang berhubungan dengan pelatihan, pendidikan dan juga SDM.

Dalam buku yang ditulis oleh Von Krough, Ichiyo, serta Nonaka (2000), dan Chun Wei Choo, (1998), disampaikan ringkasan gagasan yang mendasari pengertian *knowledge* adalah sebagai berikut:

1. *Knowledge* merupakan kepercayaan yang dapat dipertanggungjawabkan (*justified true believe*);
2. Pengetahuan merupakan sesuatu yang eksplisit sekaligus terpikirkan (*tacit*);
3. Penciptaan inovasi secara efektif bergantung pada konteks yang memungkinkan terjadinya penciptaan tersebut;
4. Penciptaan inovasi . Carl Davidson dan Philip Voss (2003) mengatakan bahwa mengelola *knowledge* sebenarnya merupakan **bagaimana organisasi mengelola staf** mereka dari pada berapa lama mereka menghabiskan waktu untuk teknologi informasi. Sebenarnya menurut mereka bahwa “*knowledge management*” adalah bagaimana **orang-orang dari berbagai tempat yang berbeda mulai saling berbicara**. Oleh karena itu yang sekarang populer untuk digunakan adalah label informasi ekonomi seperti: *e-commerce*, *learning organization*, dsb.

Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) keberhasilan perusahaan Jepang ditentukan oleh **keterampilan** dan **kepakaran** mereka dalam penciptaan *knowledge* organisasinya (*organizational knowledge creation*). Penciptaan *knowledge* tercapai melalui pemahaman atau pengakuan terhadap hubungan *synergistic* dari *tacit* dan *explicit knowledge* dalam organisasi, serta melalui desain dari proses sosial yang menciptakan *knowledge* baru dengan mengalihkan dari

tacit knowledge ke dalam *explicit knowledge*, hal ini berarti melakukannya berdasarkan *learning process*.

Dengan demikian, pengertian *knowledge* disini adalah pengetahuan, pengalaman, informasi faktual dan pendapat para pakar. Organisasi perlu terampil dalam mengalihkan *tacit knowledge* ke *explicit knowledge* dan kembali ke *tacit* yang dapat mendorong inovasi dan pengembangan produk baru. Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) perusahaan Jepang mempunyai daya saing karena mereka memahami bahwa *knowledge* merupakan sumber dari daya saing, *knowledge* ini harus dikelola (*managed*), karena harus direncanakan dan diimplementasikan. Untuk mencapai budaya institusi yang inovatif, maka upaya membangun *knowledge sharing* (berbagi *knowledge*) perlu dilakukan. Kunci utama pelaku *knowledge sharing* adalah manusia. Keuntungan dari orang yang berbagi *knowledge*, adalah mereka mampu merespon kesempatan secara cepat, inovatif dapat diciptakan bukan bersifat *reinventing the wheel*, agar mencapai sukses di bisnis secara cepat dan biaya murah.

Kaisa menekankan pentingnya **budaya lingkungan** apabila membangun program *knowledge management*, Dia mengatakan bahwa: “ *success is based more on a human driven approach and deep integration rather than technology approach*”. Oleh karena itu, nilai dan kepercayaan, motivasi dan *commitment*, serta insentif (*reward*) untuk *knowledge sharing* merupakan bagian dari lingkungan budaya. Hubungan antara pribadi dengan organisasi juga ditekankan oleh banyak pembicara. Beberapa pembicara yang merupakan wakil dari berbagai perusahaan mengatakan bahwa *learning* merupakan fokus dari strategi. Wakil perusahaan tersebut adalah dari Rover Group (Collin Jones) mereka mengatakan bahwa sebagai bagian dari *knowledge management strategy*, Rovernet mengatakan bahwa **intranet** merupakan bagian yang sangat membantu mereka dalam mengaplikasikan *learning* dan *share best practice* mereka. General Motors (Wendy Coles) memberikan gambaran tentang hubungan di antara *knowledge sharing* dan strategi.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1. Pembahasan *Knowledge Management*

Tujuan utama *knowledge management* adalah membuat berbagi informasi (*shared information*) menjadi bermanfaat. *Knowledge management* termasuk strategi dari tanggung jawab dan tindak lanjut (*commitment*), baik untuk meningkatkan efektifitas organisasi maupun untuk meningkatkan peluang/kesempatan. Tujuan dari *knowledge management* adalah meningkatkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan proses inti lebih efisien.

Pada praktek yang telah dilaksanakan dalam hal ini kelompok kami menyelesaikan tugas berupa Business Plan, maka ada beberapa hal yang kami lakukan, antara lain :

1. **Menciptakan *knowledge*** : *knowledge* diciptakan begitu kami menentukan cara baru untuk melakukan sesuatu atau menciptakan *know-how*. Kadang-kadang *knowledge* eksternal dibawa ke dalam organisasi.
2. **Menangkap *knowledge*** : *Knowledge* baru diidentifikasi sebagai bernilai dan direpresentasikan dalam suatu cara yang masuk akal
3. **Menjaring *knowledge*** : *knowledge* baru harus ditempatkan dalam konteks agar dapat ditindaklanjuti. Hal ini menunjukkan kedalaman kelompok (kualitas *tacit*) yang harus ditangkap bersamaan dengan fakta *explicit*
4. **Menyimpan *knowledge*** : *knowledge* yang bermanfaat harus disimpan dalam format yang baik dalam penyimpanan *knowledge*, sehingga orang lain dalam organisasi dapat mengaksesnya;
5. **Menyebarkan *knowledge*** : *knowledge* harus tersedia dalam format yang bermanfaat untuk semua orang dalam organisasi yang memerlukan, dimanapun dan tersedia setiap saat.

3.2. Aplikasi *Knowledge Management* Berdasarkan Studi Kasus Tugas Kelompok Business Plan

Berdasarkan kerja kelompok yang telah kami laksanakan untuk menyelesaikan tugas *Bussiness Plan*, berikut ini adalah hasil analisa kami :

1. **Agung & Ikhlas** → Sebagai pencipta *knowledge management*, karena segala ide yang dituangkan ke dalam makalah, adalah berdasarkan pemikiran utama Agung dan Ikhlas, selain itu juga pengetahuan eksternal yang diperoleh pun di aplikasikan ke dalam tulisan makalah kami, mulai dari teori bisnis serta pengembangannya.
2. **Indra & Anita** → Sebagai penangkap *knowledge management*, karena segala ide yang diberikan oleh Agung & Ikhlas, diaplikasikan dan diterjemahkan ke dalam kerangka makalah dan power point, yang disusun berdasarkan pengembangan bisnis yang diperlukan dalam kaitannya dengan Developed Bisnis Lodge, seperti Analisa Usaha, Rencana Pemasaran, Rencana Produk dan operasi, Rencana MSDM, dan Rencana Keuangan.
3. **Mahesa & Nurdin** → Sebagai penjaring *knowledge management*, karena segala kerangka ide yang diberikan oleh Indra & Anita, ditempatkan kedalam konteks real pengembangan, dalam hal ini adanya realisasi segala fasilitas yang tersedia dan mendukung Lodge, mulai dari lokasi, Tata letak, Denah, segala bentuk fasilitas, sehingga bisnis ini seolah akan terealisasi dan dapat menarik para pengunjung.
4. **M. Taufik** → Sebagai penyimpan *knowledge management*, karena segala hasil yang telah diperoleh mulai dari Idea, kerangka sampai dengan implementasinya, disimpan dalam bentuk jurnal hard copy, untuk

selanjutnya dapat dimanfaatkan oleh kelompok lain ataupun semua orang untuk dapat mengembangkan konsep bisnis yang sama.

5. Taufik

➔ Sebagai penyebar *knowledge management*, segala hasil yang telah diperoleh setelah dilakukan penyimpanan, kemudian Taufik bertugas menyebarluaskan informasi tersebut, bisa melalui media kampus, Web (Blog), majalah dinding ataupun forum komunikasi bersama, juga dapat disebar luaskan melalui Perpustakaan, agar semua organisasi yang membutuhkan, dapat mengaksesnya dengan mudah dan cepat.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Untuk merancang sistem *knowledge management* yang dapat membantu lembaga untuk meningkatkan kinerjanya diperlukan empat komponen, yaitu:

1. Aspek Manusia, disarankan pada organisasi untuk menunjuk/mempekerjakan seorang *document control* atau *knowledge manager* yang bertanggung jawab mengelola sistem *knowledge management* dengan cara mendorong para anggota untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan *knowledge* mereka, mengatur *file*, menghapus *knowledge* yang sudah tidak relevan dan mengatur sistem *reward/punishment*.
2. Teknologi, telah dibuat usulan penambahan infrastruktur yang diperlukan untuk menunjang berjalannya sistem *knowledge management* yang efektif.
3. *Content* (isi), telah dirancang *content* dari sistem *knowledge management* yaitu berupa *database knowledge* dan dokumen yang dibutuhkan karyawan untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya.

4.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan pada Model *Organizational Knowledge Management System (OKMS)* apabila mau diterapkan sebaiknya melalui pendekatan stok dan alur *knowledge* yang merupakan karakteristik dari *OKMS*. Stok dan alur *knowledge* tersebut adalah sebagai berikut :

- Stok *knowledge* adalah sesuatu yang telah diketahui yang dapat berupa *database* atau perpustakaan, organisasi/institusi, tersebar di seluruh organisasi/institusi dalam berbagai kantor, *filling cabinets*, rak buku (*bookshelves*), dsb atau ada di kepala karyawan.
- Alur *knowledge* agar *knowledge* dapat bermanfaat (yaitu: agar dapat menjamin
- bahwa *knowledge* yang ada di manapun dalam organisasi/institusi dapat tersedia di manapun apabila diperlukan, sangat penting untuk menjamin apakah *knowledge* yang ada dalam organisasi/institusi mampu untuk

menyebarkan ke manapun dalam organisasi. Pendekatan tersebut perlu untuk membangun *knowledge sharing* dan *learning organization* dalam organisasi/institusi tersebut. Istilah *learning organization* (organisasi yang selalu belajar) dimaksudkan sebagai kemampuan organisasi/institusi untuk belajar dari pengalaman masa lalu (Dibell,1995).

Organisasi/institusi baru disebut *learning organization*, apabila organisasi/institusi tersebut melakukan lima kegiatan utama yaitu :

- 1). Penyelesaian masalah yang sistematis,
- 2). Bereksperimentasi kreatif,
- 3). Belajar dari pengalaman masa lalu
- 4). Belajar dari praktek organisasi/institusi lain yang sukses
- 5). Mentransfer *knowledge* secara cepat dan efisien ke seluruh organisasi.