

# PEMODELAN *KNOWLEDGE MANAGEMENT* BERBASIS *WEB* UNTUK KEGIATAN PELAYANAN PADA PERUSAHAAN RETAIL

**Hendi Suhendi**

Teknik Informatika, Fakultas Teknik

Universitas BSI

Jalan Sekolah Internasional No.1-6 Antapani Bandung 40282

[hendi2708@gmail.com](mailto:hendi2708@gmail.com)

**Abstract** - *Application of Knowledge Management at the company seems to have become an essential requirement in this era of globalization. Company's ability to manage knowledge that there is strength needed to survive. This also applies to existing retail company in Indonesia. Knowledge Management (KM) is an effort to increase useful knowledge within the organization. Knowledge Management is an arrangement would not only knowledge, but rather on the management of an organization with a special focus on knowledge. Application of Knowledge Management with a web-based system, is expected to be the solution of the required flow of knowledge that is not hindered by constraints of time and geographical location. This thesis research was to analyze the condition of knowledge in organizations, with attention to support the existing information technology infrastructure. Focus Method Discussion Forum is used as a methodology for analysis. Focus Discussion Forum is itself a research method that aims to identify trends that exist in individual perceptions about a thing. Results of Focus Discussion Forum illustrates the organizational culture of knowledge sharing which is a critical component of Knowledge Management*

**Keywords** : *Knowledge Management, Focus Discussion Forum*

**Abstrak** - Penerapan *Knowledge Management* di perusahaan nampaknya sudah menjadi suatu kebutuhan mendasar pada era globalisasi ini. Kemampuan perusahaan mengelola *knowledge* yang ada merupakan kekuatan yang diperlukan untuk dapat tetap bertahan. Hal ini juga berlaku pada perusahaan retail yang ada di Indonesia. *Knowledge Management (KM)* merupakan usaha untuk meningkatkan *knowledge* yang berguna dalam organisasi. *Knowledge Management* tidak hanya merupakan pengaturan akan *knowledge*, namun lebih pada manajemen suatu organisasi dengan fokus khusus terhadap *knowledge*. Penerapan *Knowledge Management* dengan sebuah sistem berbasis *web*, diharapkan dapat menjadi solusi dari kebutuhan aliran *knowledge* yang tidak dihalangi oleh batasan waktu dan lokasi geografis. Penulis jurnal ini menganalisis kondisi *knowledge* dalam organisasi, dengan memperhatikan dukungan infrastruktur teknologi informasi yang ada. Metoda *Focus Discussion Forum* digunakan sebagai metodologi untuk melakukan analisis. *Focus Discussion Forum* sendiri merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kecenderungan yang ada pada individu mengenai persepsi tentang suatu hal. Hasil *Focus Discussion Forum* ini menggambarkan budaya *knowledge sharing* organisasi yang merupakan komponen kritis dari *Knowledge Management*

**Kata Kunci** : *Knowledge Management, Focus Discussion Forum, Web*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi yang ditunjang oleh inovasi juga ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Menyadari akan persaingan yang semakin berat, maka diperlukan perubahan *paradigma* di dalam suatu perusahaan. Istilah *paradigm* berasal dari Yunani artinya memperagakan atau mendemonstrasikan, istilah tersebut dipopulerkan oleh Thomas Khun dalam bukunya berjudul *The structure of scientific revolutions*. Dalam buku tersebut Khun mendefinisikan sebuah *paradigm* ilmiah sebagai : 1). Apa yang diamati dengan cermat, 2). Jenis pertanyaan yang akan diajukan dan jelajah untuk mencari jawaban dalam kaitannya dengan dengan subyek, 3). Bagaimana pertanyaan tersebut akan distruktur, dan 4). Bagaimana kajian ilmiah akan ditafsirkan. Jadi dalam sains biasa, *paradigma* merupakan himpunan eksperimen contoh yang mungkin akan digandakan atau diulang. Perubahan paradigma itu merupakan transformasi yang ditimbulkan oleh perubahan (katalis) dengan efek akhir berupa metamorfosa yang melibatkan pengetahuan sebelumnya dan temuan baru yang menentang atau membuang pengetahuan sebelumnya. Maka perubahan *paradigm* dianggap sebagai sebuah perubahan dari satu cara berpikir ke cara berpikir lainnya. Jadi perubahan *paradigm* di dalam perusahaan adalah dari yang semula mengandalkan pada *resource-based*, menjadi *knowledge-based*, secara sederhana di perusahaan saat ini adalah kumpulan buku, dokumen dan materi lainnya yang ditata untuk digunakan oleh pemakai. Paradigma lama dengan kerangka berpikir bagaimana mengumpulkan materi sebanyak-banyaknya serta sedapat mungkin tidak boleh meninggalkan perpustakaan alias tidak dipinjamkan, misalnya. Jadi perlu transformasi yang didorong oleh agen perubahan yang mampu merubah pengetahuan yang sebelumnya dengan temuan baru yang berlawanan dengan

pengetahuan sebelumnya. Misalnya saat ini terjadi perubahan paradigma menjadi *knowledge provider* atau *solution provider* yang berorientasi pada pemakai. Bila sebelumnya pengolahan materi menjadi kerangka pikir utama, maka kini pemakailah yang menjadi sasaran, misalnya : *paradigm* ini muncul karena tuntutan pemakai di satu sisi serta kesadaran bahwa data, informasi dan pengetahuan diolah harus ditujukan kepada pemakai serta munculnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang semakin pesat, serta perubahan perilaku pemakai. Pengelolaan *knowledge (knowledge management)* pada perusahaan retail sangat perlu dilakukan untuk menjaga kontinuitas dan keberhasilan perusahaan. *Knowledge* yang perlu dikelola ini selain *knowledge* yang ada dalam setiap perusahaan pada umumnya, seperti kepegawaian dan keuangan, juga *knowledge* tentang pelayanan terhadap konsumen yang menjadi *core business* perusahaan.

## METODE PENELITIAN

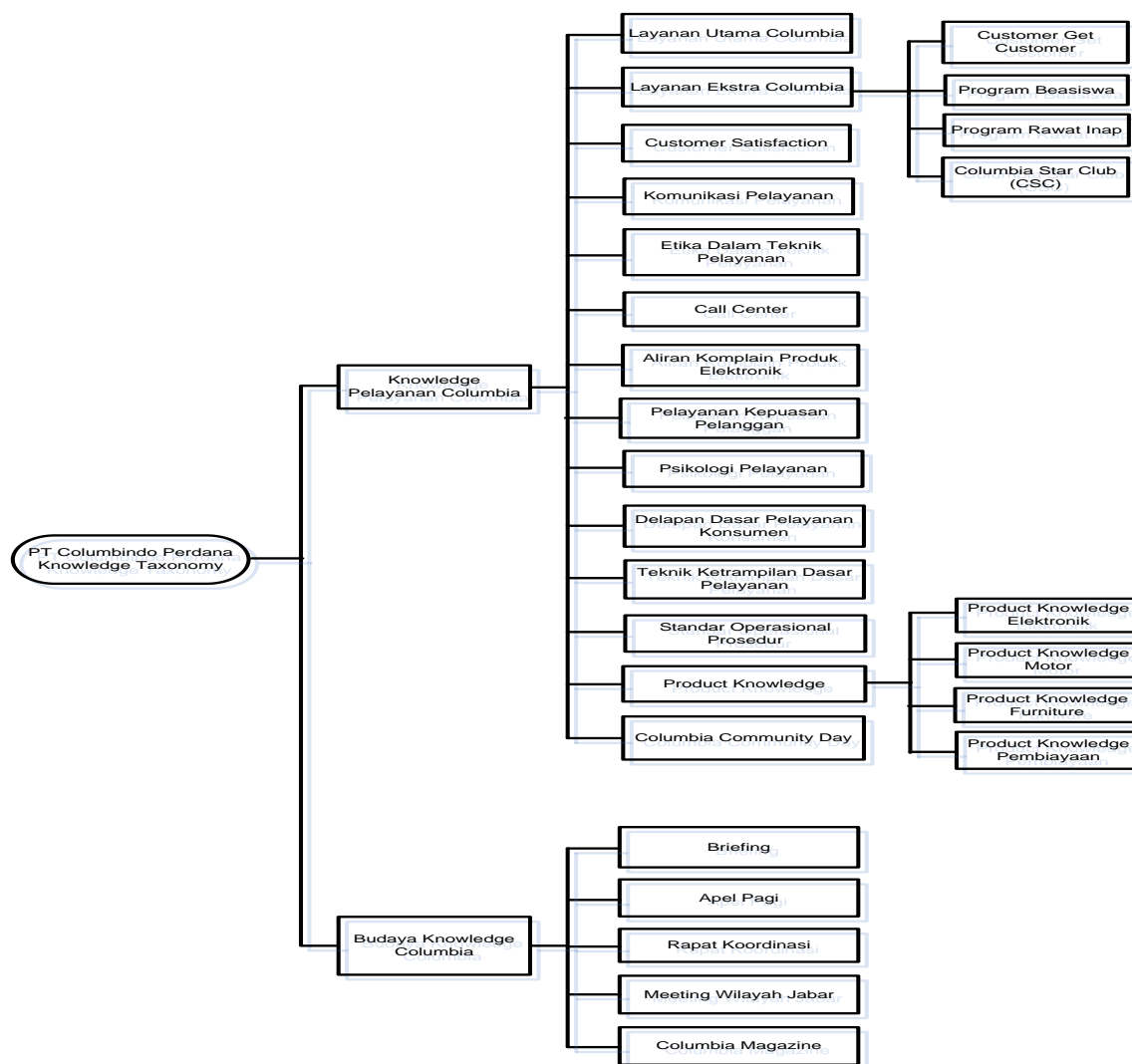
Penelitian menggunakan metode deskriptif analitik dengan menyajikan rangkuman hasil survey dalam bentuk tabulasi dan transkrip, dengan metode ini akan digambarkan kondisi pembangunan *knowledge management* dari PT. Columbindo Perdana. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap nara sumber dan mengadakan *focus discussion forum* yang ditujukan pada upaya untuk memperoleh informasi terkait bentuk sarana dan fasilitas yang dikehendaki dalam proses berbagi pengetahuan meliputi permasalahan dalam menggali atau membagi pengetahuan saat ini, perbaikan yang diinginkan dalam membangun pelayanan berbasis pengetahuan. Kegiatan desain sistem meliputi kegiatan mendisain pengelolaan pengetahuan dengan output peta pengetahuan PT Columbindo Perdana, kemudian desain sistem yang terdiri dari desain arsitektur dengan menggunakan *diagram deployment*, *desain sitemap*

untuk memodelkan secara visual dan tekstual konten aplikasi *web* sehingga memudahkan pengguna melakukan navigasi dalam sistem. Langkah terakhir adalah melakukan desain antarmuka yang

memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memahami sistem dan bagaimana menggunakan sistem *knowledge management*.

## PEMBAHASAN

### Taxonomi Pelayanan PT Columbindo Perdana



Gambar 1  
Taxonomi Pelayanan PT. Columbindo Pedana

### Kodifikasi *Knowledge* Pelayanan

Proses *Collect/Codify* (mengumpulkan/ kodifikasi) Hasil dari identifikasi dan penciptaan pengetahuan tersebut dikumpulkan (*collect*) dan dilakukan kodifikasi (*codify*). Proses pengumpulan dan kodifikasi pengetahuan

dapat dilakukan dengan mengelompokkan *knowledge* ke dalam masing-masing kode. Selain itu, untuk mempermudah dalam membedakan *knowledge* satu dengan *knowledge* yang lain.

Strategi kodifikasi yaitu dengan cara didokumentasikan dengan baik, dan disimpan ke dalam database sehingga dapat diakses dan digunakan berulang-ulang oleh siapapun dalam organisasi tersebut. Komputer membantu komunikasi antara individu ke dokumen. Untuk itu diperlukan sebuah sistem yang mirip dengan perpustakaan tradisional, yang menyimpan dokumen elektronik dengan fasilitas *search engine* yang bagus. Strategi ini biasanya dipakai oleh organisasi yang menjual produk yang standar dan umum.

Hansen, Nohria dan Tierney (1999) mengemukakan pada dasarnya bagaimana strategi organisasi mengelola pengetahuan terbagi atas dua ekstrim : strategi kodifikasi (*codification strategy*) dan strategi personalisasi (*personalization strategy*). Bila pengetahuan diterjemahkan dalam bentuk eksplisit secara berhati-hati (*codified*) dan disimpan dalam basis data sehingga

para pencari pengetahuan yang membutuhkannya dapat mengakses pengetahuan tersebut, maka cara mengelola seperti ini dikatakan menganut strategi kodifikasi. Namun pengetahuan tidak terdiri dari hanya eksplisit saja, melainkan juga pengetahuan terbatinkan. Pengetahuan terbatinkan amat sangat sulit Di terjemahkan ke dalam bentuk eksplisit. Oleh sebab itu pengetahuan-pengetahuan dialihkan dari satu pihak ke pihak lain melalui hubungan personal yang intensif, jadi disini fungsi utama jaringan komputer (*intranet* atau *internet*) disini bukan saja untuk menyimpan pengetahuan melainkan juga untuk memfasilitasi lalu lintas atau komunikasi di antara individu atau peneliti dalam organisasi yang sedang melakukan kegiatan penelitian baik mencari informasi atau memanfaatkan pengetahuan-pengetahuan baru untuk menunjang kegiatan penelitiannya.

Tabel 1  
Kodifikasi *Knowledge* Pelayanan

Kode	Pengetahuan Pelayanan	Hasil Pelayanan	Knowledge
P-1	Layanan Utama	Kecepatan dalam pelayanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi penjualan	Mampu dan memahami layanan utama yang terdiri dari syarat ring-an, hadiah, berga-ransi, kiriman langsung dan showroom terja-ngkau
P-2	Layanan Ekstra	Program pelayanan ya-ng akan memberikan la-yanan ekstra yang dibe-rikan kepada pelanggan dengan tujuan untuk kenaikan omzet penjua-lan	Mampu dan memahami layanan ekstra yang terdiri dari <i>Customer Get Customer</i> (CGC), program bea siswa, rawat inap, <i>Columbia star club</i> (CSC)
P-3	<i>Customer Get Customer</i>	Penambahan jumlah pe-langgan dengan cara konsumen membawa konsumen untuk mem-beli produk yang di jual	Mampu menguasai atu-ran main program <i>Cus-tomer Get Cutomer</i> ya-ng diatur dalam SK resmi tersendiri
P-4	Program Bea Siswa	Program pelayanan de-ngan cara memberikan bea siswa kepada pela-nggan dengan tu-juan agar pelanggan menjadi pelanggan yang setia di Columbia	Mampu menguasai atu-ran main dan besaran beasiswa yang diatur dalam SK resmi ter-sendiri
P-5	Program Rawat Inap	Program pelayanan de-ngan cara memberikan biaya rawat inap kepada pelanggan yang masuk ke rumah sakit dengan tujuan agar pelanggan menjadi pelanggan yang setia di Columbia	Mampu menguasai aturan main program rawat inap yang diatur dalam SK resmi tersendiri

Lanjutan Tabel 1  
Kodifikasi *Knowledge* Pelayanan

P-6	<i>Columbia Club</i>	<i>Star</i>	Program pelayanan de-ngan cara memberikan kartu keanggotaan Colu-mbia kepada pelangg-an yang bisa dijadikan discount ke <i>merchant-merchant</i> ya-ng ditunjuk oleh Columbia dengan tujuan agar menjadi pelanggan yang setia di Columbia	Mampu menguasai aturan main program <i>Columbia Star Club</i> yang diatur dalam SK resmi tersendiri
P-7	<i>Customer Satisfaction</i>		Dengan mengetahui ciri-ciri dan karakter pela-nggan, kita mampu un-tuk memberikan kepu-san kepada pelanggan	Mampu menguasai pe-nerapan strategi untuk membangun dan men-ciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan
P-8	Komunikasi Pelayanan		Dengan komunikasi pelayanan yang baik maka akan diharapkan memberikan kepuasan terhadap konsumen	Mampu dan memahami bagaimana melakukan komunikasi pelayanan yang baik kepada pelanggan
P-9	Etika Teknik Pelayanan	Dalam	Etika dalam teknik pelayanan sangat diper-lukan dalam menjaga image perusahaan di mata konsumen	Mampu dan memahami etika pelayanan kepada pelanggan
P-10	<i>Call Center</i>		Dengan pengaduan satu pintu, maka akan diharapkan kemudahan kepada konsumen untuk menghubungi keluhan yang akan mempercepat proses pengaduan	Mampu mengetahui cara peningkatan kece-patan dalam merespon setiap keluhan dan in-formasi konsumen dal-am waktu 1 X 24 jam
P-11	Aliran Komplain Produk Elektronik		Dengan adanya aliran komplain produk ini, akan mempermudah konsumen dalam mem-berikan keluhan keru-sakan	Mampu mengetahui system dan prosedur untuk setiap komplain produk elektronik baik fujitec maupun non fujitec
P-12	Pelayanan Kepuasan Pelanggan		Degan bisa memberikan kepuasan kepada pela-nggan, maka akan menambah citra positif terhadap perusahaan	Mampu dan memahami cara memberikan pela-yanan dan kepuasan kepada pelanggan
P-13	Psikologi Pelayanan		Dengan memahami psikologi pelayanan maka akan menambah citra positif terhadap perusahaan	Mampu mengetahui dan memahami karak-ter konsumen, se-hingga hubungan yang saling menguntungkan antara pelayan dengan konsumen dapat terjalin dengan baik
P-14	Teknik Pelayanan		Dengan memahami teknik pelayanan, maka akan bisa memberikan kepuasan terhadap kon-sumen	Mampu mengetahui teknik-teknik pelayanan yang baik untuk para pelanggan
P-15	Standar Operasional Prosedur (SOP)		Dengan adanya Standar Operasional Prosedur maka system akan berjalan sesuai dengan prosedur, sehingga akan mempercepat proses	Mampu mengetahui dan memahami sistem dan prosedur pelaya-nan kepada pelanggan

Lanjutan Tabel 1  
Kodifikasi *Knowledge* Pelayanan

P-16	Product Knowledge Elektronik	Dengan memahami <i>product knowledge</i> elek-tronik, maka diharapkan bisa menjelaskan secara detail type, fungsi dan cara kerja setiap produk elektronik	Mampu menguasai “ <i>Product Knowledge Elektronik</i> ” dan dapat menggali potensi pasar dan konsumennya
P-17	Product Knowledge Motor	Dengan memahami <i>product knowledge</i> mo-tor, maka diharapkan bisa menjelaskan secara detail pengenalan bagi-an motor, mesin/ <i>engine</i> , dan kelengkapan produk motor	Mampu menguasai “ <i>Product Knowledge Motor</i> ” dan dapat menggali potensi pasar dan konsumennya
P-18	Product Knowledge Furniture	Dengan memahami <i>product knowledge furni-ture</i> , maka diharapkan bisa menjelaskan secara detail type, variasi dan spesifikasi setiap produk <i>furniture</i>	Mampu menguasai “ <i>Product Knowledge Furniture</i> ” dan dapat menggali potensi pasar dan konsumennya
P-19	Pembiayaan	Dengan adanya infor-masi pembiayaan, maka diharapkan akan menge-tahui proses pengajuan kredit dan cara pemba-yaran serta aturan-aturan tentang pemba-yaran kredit dan tunai	Mampu memahami aliran proses penga-juan kredit dan proses pembiayaan atau pembayaran kredit atau tunai
P-20	Columbia Community Day	Dengan adanya <i>Columbia Community Day</i> , diharapkan kon-sumen dapat menge-tahui program-program pelayanan dan produk terbaru yang dijual di Columbia	<i>Sharing product</i> yang siap dijual, dan prog-ram pelayanan yang sedang berlaku di Columbia
P-21	Briefing	Dengan adanya briefing diharapkan dapat mena-mbah ilmu baru untuk memberikan pelayanan kepada konsumen, deng-an tujuan untuk menaikkan omzet pen-jualan produk	Sharing pengetahuan tentang pelayanan dal-am menghadapi tipe-tipe pelanggan
P-22	Apel Pagi	Apel pagi merupakan sarana untuk saling berbagi pengetahuan antar sesama departe-men dalam memberikan pelayanan kepada kon-sumen	Dapat tambahan ilmu dan masukan dari berbagai departemen untuk meningkatkan dengan tujuan untuk meningkatkan mutu layanan kepada kon-sumen
P-23	Rapat Koordinasi	Pemecahan secara glo-bal dari semua sisi pela-yanan dan hasilnya akan disharing kan ke jajaran dibawahnya	Teknik-teknik pemeca-han masalah yang dipecahkan secara ber-sama dengan beberapa <i>key person</i>
P-24	Meeting Wilayah Jabar	Koordinasi dengan beberapa cabang lain yang akan memberikan kon-tribusi <i>knowledge</i>	Dapat memberikan tambahan <i>knowledge</i> dari cabang-cabang ya-ng mencapai target penjualan



### Alat IT dan Sistem yang Digunakan untuk Pembagian Pengetahuan (*Knowledge Sharing*)

Berbagi pengetahuan merupakan salah satu metode atau salah satu langkah dalam manajemen pengetahuan yang digunakan untuk memberikan kesempatan kepada anggota suatu kelompok, organisasi, instansi atau perusahaan untuk berbagi ilmu pengetahuan teknik, pengalaman, ide yang mereka miliki kepada anggota lainnya. Menurut pendapat ini berbagi pengetahuan memiliki 3 manfaat yaitu kecepatan, kualitas dan inovasi. Berkumpulnya banyak orang maka diharapkan akan selalu ada orang yang saling menggantikan dan akan semakin banyak ide yang muncul sehingga lebih cepat dalam merespon masalah. Kualitas dapat diperoleh karena dengan *sharing* pengetahuan dengan lebih banyak orang dari banyak keahlian suatu solusi telah dipikirkan dari banyak aspek dan kemungkinan *sharing* pengetahuan tidak hanya dapat memperbaiki kinerja kita, tetapi dapat mendorong munculnya produk baru, layanan baru ataupun mencoba inovasi-inovasi baru.

Berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) yang dilakukan di PT. Columbindo Perdana yaitu dengan diskusi rutin, pelatihan, briefing, pertemuan virtual dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti *email*, *mailing list*, forum diskusi, dan lain-lain. Berbagi pengetahuan tidak dapat dilakukan tanpa adanya komunikasi lebih dari satu arah. Sarana dan alat bantu teknologi informasi untuk *knowledge sharing* yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah :

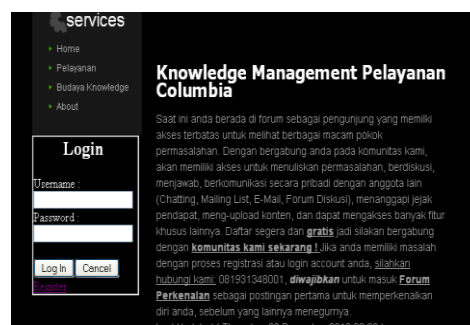
#### Website

*Website* yang dibangun memuat informasi terkini tentang berita kegiatan komunitas khususnya dalam bidang pelayanan, cerita pengalaman dan informasi lainnya. Sarana ini digunakan untuk *sharing* informasi antar sesama karyawan Columbia dan pelanggan setia Columbia, tetapi dapat ditingkatkan menjadi *sharing* pengetahuan dalam bidang pelayanan bilamana terjadi

diskusi terhadap apa yang diinformasikan, seperti dengan menambah fitur komentar sehingga pengguna dapat. Berikut ini adalah tampilan halaman utama dari desain web *knowledge management*

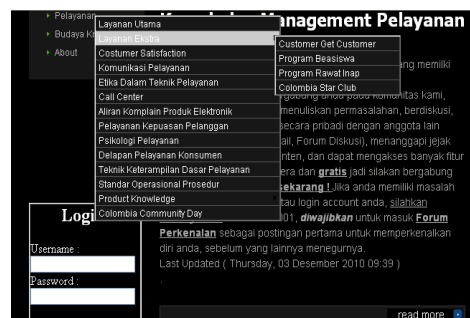


Gambar 2  
Halaman Utama Web KM

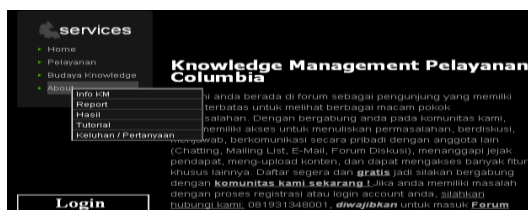
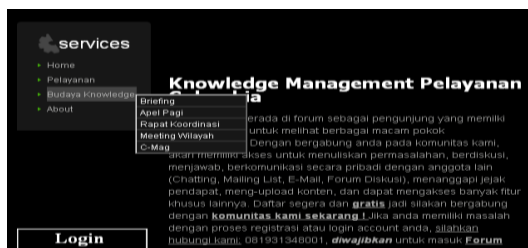


Gambar 3  
Halaman Menu Login

### 1. Desain Informasi dan Budaya Knowledge Columbia



Gambar 4  
Menu Informasi Pelayanan Columbia



Gambar 5

Menu *Budaya Knowledge Columbia*

## 2. Tool Web Sharing Knowledge Management

### Chatting

Tool ini digunakan untuk berkomunikasi secara langsung dan tidak “beraturan”, disesuaikan dengan kondisi dan kemauan dari masing-masing ‘chatters’. Pada website Knowledge Management ini dilengkapi dengan fasilitas chatting sehingga anggota bisa langsung berinteraksi/berkomunikasi dengan anggota lainnya. Tampilan chatting di web km dapat dilihat pada Gambar 6



Gambar 6

Menu *Chatting Web KM*

### a. E-Mail

Diskusi dengan elektronik dapat dilakukan melalui, e-mail diskusi elektronik adalah komunikasi real time dengan memanfaatkan teknologi informasi. Pada website Knowledge Management ini dilengkapi dengan fasilitas e-mail, sehingga anggota bisa mengirimkan artikel kepada satu anggota atau semua anggota. Untuk fasilitas e-

mail ini sudah terintegrasi dengan website KM.



Gambar 7

Menu *E-mail Web KM*

### b. Newsgroup

Kegiatan baik di cabang maupun di kantor pusat Columbia dan informasi karyawan yang berprestasi dan artikel kiat-kiat tentang pelayanan juga informasi dari para anggotanya. Berikut ini adalah desain tampilan dari *News Group*, yang berisi informasi-informasi yang diberikan kepada anggota yang mengakses *web km*. Tampilan *News Group* dapat dilihat pada Gambar 8



Gambar 8

Menu *New Group Web KM*

### c. Mailing List

*Tool* ini digunakan untuk group diskusi, setiap orang bisa mendaftar dan berpartisipasi melalui *e-mail*. Kita dapat membaca *e-mail* orang lain dan kemudian mengirimkan balasannya. Secara sederhana, *mailing list* adalah sebuah daftar alamat *e-mail* yang mempunyai kesukaan/kepentingan yang sama. Tampilan *Mailing List* yang ada di *web km* dapat dilihat pada Gambar 9





Gambar 9  
Menu Mailing List Web KM

d. Forum Diskusi

*Discussion Forum* (Forum Diskusi, Semi-structured Knowledge Creation) adalah inisiatif yang dilakukan petugas KM untuk memotivasi pengguna untuk mendiskusikannya secara lebih spesifik dan terstruktur setelah mendapatkan topik interes anggota komunitas. Jika memungkinkan, petugas KM juga bisa mendorong anggota komunitas langsung ke proses *Structured Knowledge Creation* (Penciptaan Pengetahuan Yang Terstruktur). Tapi ini relatif sulit dilakukan karena untuk menghasilkan pengetahuan yang terstruktur relatif butuh waktu dan proses yang tidak sebentar.

Tampilan Forum Diskusi dapat dilihat pada Gambar 10



Gambar 10  
Menu Forum Diskusi Web KM

PENUTUP

Dari uraian dan pembahasan , maka dapat ditarik kesimpulan dan saran-saran dengan maksud untuk dapat memberikan suatu gambaran tentang pemodelan *knowledge management* dengan berpedoman pada teknologi informasi suatu organisasi. Hal ini ditujukan khususnya untuk perusahaan yang masih belum mempunyai aplikasi *knowledge management* yang digunakan untuk saling berbagi pengetahuan dengan sesama anggota baik didalam satu perusahaan atau dengan konsumen perusahaan, hal ini dilakukan untuk dapat memperbaiki kinerja perusahaan dalam hal pelayanan.

Kesimpulan

Dengan banyaknya pengetahuan dari setiap individu yang tidak dapat didokumentasikan dengan baik, maka proses *knowledge management* adalah suatu model yang bisa digunakan untuk berbagi pengetahuan dan didokumentasikan dengan baik sehingga dapat dibagikan kepada setiap anggota. Dari penulisan tesis ini akhirnya penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Perusahaan ritel mempunyai tugas dan kewajiban untuk memberikan pelayanan kepada konsumen sebaik-baiknya. Dalam rangka melaksanakan tugas dan kewajiban tersebut jajaran manajemen berupaya menerapkan berbagai pengetahuan dan inovasi dibidang pelayanan, salah satu diantaranya dengan melakukan perubahan paradigm staf dan karyawan dari yang semula mengandalkan pada *resource-based competitiveness* menjadi *knowledge-based competitiveness*.
2. Pada penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa sistem *Knowledge Management* berbasis *web* dapat diterapkan di PT. Columbia Perdana. Hal ini tampak dari dukungan infrastruktur teknologi informasi yang ada.

- Budaya *sharing knowledge* dari pegawai dapat ditingkatkan untuk lebih mensukseskan jalannya sistem KM.
3. Dengan *Knowledge Management System*, inovasi dan perkembangan insituisi menjadi lebih cepat karena dengan pola siklus *knowledge management* tersebut semua pengetahuan tersip dengan baik dan dapat diakses dengan mudah oleh seluruh anggota. Namun demikian diperlukan kemauan masing-masing individu dalam insituisi anggota untuk mengeksplisitkan semua *tacit knowledge* yang dimiliki sehingga bisa disebarluaskan kepada anggota lain. Sikap yang harus dibudayakan untuk pembentukan system ini diantaranya menciptakan, menangkap, menjanging, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan *knowledge* masing-masing.
  2. Sistem *Knowledge Management* berbasis *web*, perusahaan khususnya Divisi IT dapat mengembangkannya dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan basis data MySQL. Sistem tersebut dapat digabungkan ke domain situs perusahaan. Selanjutnya untuk memelihara kelangsungan sistem *Knowledge Management* berbasis *web* tersebut diberikan pengaturan dan wewenang akses bagi setiap personil yang ada dalam lingkup perusahaan. Pengaturan ini disesuaikan dengan porsi kepentingan, kompetensi dan kapabilitas individu.
  3. *Knowledge Management System* terdiri dari aspek aktifitas, teknologi pendukung *interface* dan berbagai komponen pendukung lainnya. Namun demikian perkembangan *opensource web platform* saat ini memungkinkan implementasi *knowledge management portal* dalam bentuk yang lebih sederhana akan tetapi sudah cukup menjembatani terjadinya *sharing culture* di organisasi termasuk PT. Columbindo Perdana.

#### Saran

Untuk kesempurnaan dan kebermanfaatannya maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Kendala yang dihadapi dalam menumbuhkan budaya saling berbagi diantara pegawai dapat diatasi dengan melakukan hal-hal yang dapat menumbuhkan kepercayaan pegawai akan manfaat dari *knowledge sharing*. Hal-hal tersebut seperti yang terdapat pada tinjauan pustaka. Selanjutnya diberikan kesempatan-kesempatan melaksanakan tugas dan mempresentasikan hasil dari tugas tersebut. Selain itu juga dapat dilakukan usaha-usaha untuk mengetahui kesulitan-kesulitan pegawai dalam melaksanakan tugas. Dengan demikian perusahaan khususnya pihak manajemen dapat memberikan masukan ataupun memberikan solusi untuk mengatasi kesulitan tersebut. Sehingga dengan perhatian yang lebih baik dari perusahaan akan lebih mudah mengembangkan budaya berbagi *knowledge*.

#### REFERENSI

- Davenport, Thomas, H., and Laurence Prusak. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press, Boston 1998.
- Davidson, Carl and Philip Voss. *Knowledge Management, An Introduction to creating competitive advantage from intellectual capital*. Vision Book. New Delhi. 2003.
- Elias, M. Award & Hassan M. Ghaziri. *Knowledge Management*, Practice Hall, Inc., A Pearson Education Company. 2002.
- Krueger, Richard A. *Focus Group A Practical Guide for Applied*

*Research*. SAGE Publication,  
Inc. Newbury Park, California.  
1998.

Tiwana, Amrit. *The Knowledge  
Management Toolkit*. Prentice  
Hall PTR Upper Saddle River.  
NJ 07458. 2000.

Tobing, Paul L. *Knowledge Management  
Konsep Arsitektur dan Implementasi*,  
Graha Ilmu. 2007.

Von Krogh, George, Kazuo  
Ichiyo and Ikujiro Nonaka.  
*Enabling Knowledge Creation*.  
Oxford University Press, Inc.  
New York. 2000.