

Menjaga Kelangsungan Bisnis dengan Aplikasi *Knowledge Management System* pada CV. Kahati Ciptaning Bhumi - Beji, Depok

Ardijan Handijono^{a,1}, Rudy Irawan Gunarto^{b,2}, Reno Virlandana^{c,3}

^{a,b,c}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang*

¹dosen00853@unpam.ac.id, ²irawan3011@yahoo.com, ³reno.dkisyariah@gmail.com

*Ardijan Handijono

Email ; dosen00853@unpam.ac.id

Abstrak

Saat ini bisnis *kitchen set* sangat marak, Salah satu pelaku usaha pembuatan *kitchen set* adalah bapak Ahadi Cahya Pratama yang pada tahun 2020 mulai mendirikan usaha jasa pembuatan interior, *kitchen set* dan *furniture custom* dengan CV. Kahati Ciptaning Bhumi, Depok. Masalah utama yang dihadapi adalah bagaimana cara menyimpan keahlian dan pengalaman tenaga ahlinya karena dikhawatirkan tenaga ahli bisa pindah ke perusahaan lain, sakit atau meninggal dunia. Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PKM adalah *brainstorming*, presentasi dan diskusi. Ada beberapa solusi yang kami tawarkan yaitu mengenai pentingnya membentuk badan usaha, cara-cara mendapatkan modal, cara menggunakan media sosial untuk promosi, cara mengelola keuangan bisnis, dan cara organisasi bisa menyimpan keahlian dan pengalaman untuk menjaga kelangsungan usaha. Diharapkan yang dihasilkan dari PKM ini adalah: 1) penjualan yang meningkat dengan pemasaran berbasis teknologi, 2) keahlian dan pengalaman tenaga ahli dapat tersimpan dengan aman, serta 3) pembukuan keuangan yang lebih baik.

Kata kunci: *Kitchen Set, Knowledge Management, Promosi, Pemasaran*

Abstract

Currently, *kitchen sets* are very popular. One of the business actors in making *kitchen sets* is Mr. Ahadi Cahya Pratama who in 2020 started a service business for making interior, *kitchen sets* and custom furniture with a CV. Kahati Ciptaning Bhumi, Depok. The main problem faced is how to save the expertise and experience of the experts because they are worried that the experts may move to other companies, or die. The approach method used in PKM activities is *brainstorming*, presentation and discussion. There are several solutions that we offer, namely regarding the importance of forming a business entity, how to use social media for promotion, how to manage business finances, and how organizations store expertise and experience to maintain business. The expectations generated from this PKM are: 1) increased sales with marketing technology-based, 2) Expertise's expertise and experience can be stored safely, and 3) better financial bookkeeping.

Keywords: *Kitchen Set, Knowledge Management, Promotion, Marketing*

PENDAHULUAN

Meningkatnya industri properti di dalam negeri secara langsung mendorong bisnis perabotan rumah tangga, salah satunya pembuatan *kitchen set*. Salah satu pelaku usaha pembuatan *kitchen set* adalah bapak Ahadi Cahya Pratama yang pada tahun 2020 mulai mendirikan usaha jasa pembuatan interior, *kitchen set* dan *furniture custom* dengan CV. Kahati Ciptaning Bhumi, Depok. Saat ini perusahaan sudah memiliki 4 orang karyawan, seorang sebagai desainer merangkap tukang kayu dan 3 lainnya adalah tukang kayu dan tukang bangunan, namun saat mengerjakan proyek-proyek besar akan ditambahkan tukang kayu atau tukang bangunan yang dibayar harian.

Pada tahun 2021 yang lalu omset pertahun mencapai Rp 480 juta. Konsumen usaha ini kebanyakan adalah warga sekitar, namun sudah ada 6 instansi sebagai pelanggan tetap. Seperti kebanyakan bisnis UMKM yang lain ada beberapa masalah umum yang dihadapi misalnya masalah pada modal, legalitas usaha, manajemen keuangan, mahalnya biaya promosi, dan masalah utama adalah bagaimana cara menyimpan keahlian dan pengalaman tenaga ahlinya karena saat ini perusahaan belum mencatat dengan detail desain yang dibuat tenaga ahlinya dari proyek-proyek yang sudah dikerjakan, detail teknik pengerjaan, bahan-bahan yang

dibutuhkan, rincian biaya, data pemasok, data pelanggan semua data ini belum didokumentasikan dengan baik, kebanyakan informasi masih tersebar di ingatan para pegawainya.

Tujuan dari dilaksanakannya PKM ini pertama adalah untuk memberikan kesadaran akan pentingnya mengelola *knowledge* (pengetahuan) atau biasa disebut *knowledge management* (KM) karena *knowledge* perusahaan adalah aset vital apapun bisnisnya, kedua menunjukkan bahwa aplikasi *knowledge management* yang biasanya disebut *knowledge management system* (KMS) versi *open-source* yang tidak berbayar saat ini telah banyak tersedia di internet. Dengan pemahaman ini diharapkan pelaku usaha dapat mengambil manfaat dengan mengimplementasikan KM dengan aplikasi KMS versi *open-source* untuk dapat mengelola *knowledge* perusahaan, sehingga mengurangi ketergantungan kelangsungan bisnis dari tenaga ahlinya.

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PKM adalah *brainstorming*, presentasi dan diskusi. Ada beberapa solusi yang kami tawarkan dalam presentasi dan diskusi yaitu mengenai pentingnya membentuk badan usaha, cara-cara mendapatkan modal, cara menggunakan media sosial untuk promosi, cara mengelola keuangan bisnis, dan yang utama adalah cara

organisasi mengelola *knowledge* perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha.

Agar organisasi dapat mengelola *knowledge* secara profesional, selain berusaha membangun *knowledge base* yang terstruktur dan sistimatis, organisasi juga harus mengimplementasikan *Knowledge Management System* (KMS), yaitu aplikasi untuk menjalankan *knowledge management*. Aplikasi KMS ini memang tidak murah, namun ada alternatif dengan menggunakan aplikasi *open source* yang banyak ditawarkan di internet.

TINJAUAN PUSTAKA

Knowledge dan pengalaman yang dimiliki suatu organisasi tidak bersifat permanen, karena tenaga ahli yang bekerja dalam suatu organisasi bisa berhenti bekerja dengan berbagai alasan, pindah ke perusahaan lain, pensiun, atau meninggal dunia, sehingga organisasi bisa kehilangan modal intelektualnya. Strategi utama untuk dapat melestarikan *knowledge* adalah *knowledge management* (KM).

Menurut Nonaka (Liew, 2007), informasi adalah sekumpulan aturan tertentu yang diwakili oleh aliran pesan, sedangkan *knowledge* adalah makna yang diciptakan dari kombinasi informasi dan keyakinan individu. *Knowledge* bergantung pada konteks, dinamis, dan diciptakan melalui interaksi sosial antar individu. *Knowledge*

dibagi dalam *Tacit Knowledge* yang berakar dalam pikiran individu dan merupakan hasil dari nilai-nilai, kepercayaan, pengalaman hidup, emosi, prosedur, tindakan dan rutinitas; dan *Explicit Knowledge* yang mudah ditransmisikan karena sudah sistematis dalam bentuk data, catatan, manual, buku, spesifikasi, dsb. Strategi KM mempromosikan serangkaian proses *knowledge* yang mewakili kognitif individu, praktik sosial, dan budaya yang membentuk pengetahuan dalam organisasi (Ouriques, 2019).

Ada empat tahapan pengelolaan *Knowledge* yakni:

1. *Knowledge Creation* (KC) terdiri dari pengembangan ide-ide baru, konsep atau penggantian *knowledge* dengan kombinasi konstan antara *Tacit* dan *explicit knowledge*. Langkah penting untuk memicu proses ini adalah interaksi sosial, yang memungkinkan individu untuk berbagi dan mengembangkan *knowledge* baru. (Astorga-Vargas, Flores-Rios, Licea-Sandoval, & Gonzalez-Navarro, 2017)
2. *Knowledge Storage and Retrieval* (KS) adalah terkait dengan ingatan organisasi, bagaimana ia menyimpan *knowledge* melalui dokumentasi, basis data, jaringan individu dan sebagainya. Memori ini dibangun dengan pengalaman masa lalu, peristiwa, dan prosedur yang

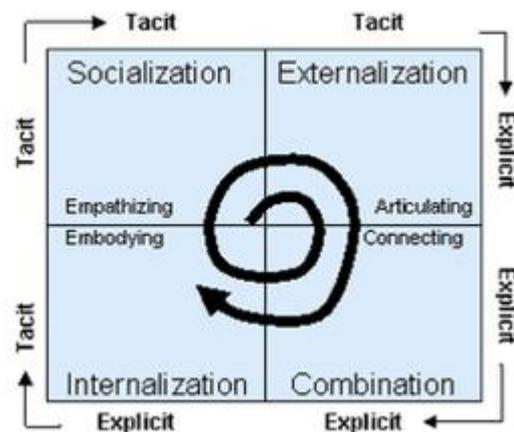
memengaruhi aktivitas organisasi saat ini. (Aulawi, Ramdhani, Slamet, Ainissyifa, & Darmalaksana, 2017)

3. *Knowledge Transfer/Sharing* (KT) mengacu pada transfer *knowledge* ke area yang dibutuhkan dalam organisasi. *Knowledge* tersebar di berbagai tingkatan, antara kelompok, individu, lintas kelompok, dan dari kelompok ke organisasi. Dalam proses ini, tantangan utama adalah mengetahui *knowledge* apa yang perlu dibagikan oleh organisasi, karena biasanya, mereka tidak tahu apa yang mereka ketahui (Akgün, Keskin, Ayar, & Okunakol, 2017).

4. *Knowledge Application* (KA) menunjukkan penggunaan *knowledge* sebagai keunggulan kompetitif melalui peningkatan kemampuan organisasi. Tiga mekanisme yang dapat mengintegrasikan *knowledge* adalah: Arah - kumpulan aturan dan prosedur; Rutinitas organisasi - berkaitan dengan pola koordinasi dan pengembangan tugas; dan tugas mandiri - dibuat khusus untuk pemecahan masalah, ketika tidak ada dukungan dari arahan ataupun dari rutin organisasi (Thanachawengsakul, Wannapiroon, & Nilsook, 2018).

Mengapa banyak perusahaan Jepang bisa sukses untuk waktu yang lama? menurut kajian Nonaka dan Takeuchi (1995) dalam (Bandera, Keshtkar, Bartolacci, Neerudu, &

Passerini, 2017; Farnese, Barbieri, Chirumbolo, & Patriotta, 2019), ada alasan fundamental yakni keterampilan dan pengalaman mereka dalam hal penciptaan *knowledge* organisasi. Penciptaan *knowledge* organisasi dapat dicapai melalui pengenalan hubungan sinergik antara *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge*. Nonaka dan Takeuchi juga membagi model konversi *knowledge* menjadi 4 arah seperti ditunjukkan pada Gambar-1 sebagai berikut :



Gambar 1. SECI Model

Sumber: (Bandera, Keshtkar, Bartolacci, Neerudu, & Passerini, 2017)

- 1) *Socialization* adalah proses *Tacit knowledge* ke *Tacit knowledge*;
- 2) *Externalization* adalah proses *Tacit knowledge* ke *Explicit knowledge*,
- 3) *Combination* adalah proses *Explicit knowledge* ke *Explicit knowledge*.
- 4) *Internalization* adalah proses *Explicit knowledge* ke *Tacit knowledge*.

PROSEDUR

Karena masih berlangsung pandemi Covid, maka PKM dilaksanakan secara *online* dengan *video conference* (Vicon), Vicon ini dilaksanakan pada tanggal 10 April 2022 mulai pukul 09:00 sampai selesai. Sebagai mitra PKM adalah CV. Kahati Ciptaning Bhumi yang beralamatkan di Jl. Langgar No. 8, Depok yang dipimpin Bapak Ahadi Cahya Pratama.

Dalam pelaksanaannya, PKM ini dilakukan wawancara baik dengan pimpinan usaha dan juga dengan karyawan dan tenaga ahlinya. Hasil wawancara yang telah didapat dan pengamatan akan disajikan dengan bentuk deskripsi dengan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti.

Kerangka pemecahan masalah dilakukan dalam beberapa cara kegiatan sebagai berikut:

- 1) Merumuskan Masalah - Setelah dapat data awal dari pengamatan dan wawancara, maka kami mendiskusikan dengan semua anggota PKM untuk merumuskan masalah yang ada pada perusahaan ini dan sekaligus mengumpulkan beberapa opsi pemecahan masalah.
- 2) Pengumpulan data - Mengamati proses bisnis sehari-hari, apa kesibukan karyawan, kapan dilakukan, bagaimana tahapan proses pembuatan produk,

bagaimana pengaturan jadwal pekerjaan dan tenaga kerjanya.

- 3) Wawancara – Melakukan wawancara dengan pemilik bisnis bagaimana mendokumentasikan proyek-proyek yang telah dikerjakan, dengan bagian keuangan bagaimana cara mengelola keuangan selama ini, dengan *sales* bagaimana cara memasarkan jasa pembuatan *kitchen-set* nya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengimplementasikan *knowledge management* bisa menjadi sulit dan kompleks jika kita tidak melihat prioritas dan tidak punya arahan yang jelas. Ada dua tahapan besar dalam mengimplementasikan *knowledge management* yaitu (I) Menyusun *knowledge base*, dan (II) Menggunakan perangkat lunak KMS.

Dalam menyusun *knowledge base* dapat mengikuti *best practice* (praktek terbaik) seperti diuraikan dibawah ini. Sedangkan untuk perangkat lunak KMS ada beberapa pilihan yang dapat diunduh secara gratis di internet.

Praktek Terbaik Implementasi Knowledge Management

Agar implementasi *knowledge management* dapat sukses dan efisien, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan antara lain:

- 1) Mulai dari yang kecil - Mulailah dengan satu departemen, dalam mengidentifikasi dan menciptakan *knowledge* baru bisa menjadi proses tanpa akhir. Untuk perusahaan yang belum pernah menggunakan *knowledge base* untuk merampingkan proses ini, ragam *knowledge* bisa sangat luas dan luar biasa. Selain itu implementasi awal *knowledge base* perlu ditentukan untuk pengaturan tertentu pada setiap pengguna. Setiap departemen yang akan dilibatkan akan memiliki persyaratan, masukan, konten, dan penggunaannya sendiri. Peluncuran *knowledge base* di seluruh perusahaan adalah tujuan akhir, tetapi karena kerumitan masing-masing departemen, akan membuat implementasi menjadi kompleks. Untuk itu direkomendasikan untuk memulai implementasi *knowledge base* di satu departemen saja agar menjadi lebih produktif dengan lebih cepat. Setelah satu departemen tersebut produktif, manajer *knowledge* dapat mengerjakan ulang *knowledge base* untuk mencapai *quick wins* dan mempromosikannya ke departemen lain. Untuk mencapai *quick wins* pada implementasi pertama hindari mengumpulkan semua *knowledge* tetapi mulailah dengan artikel *knowledge* yang paling relevan.
- 2) Tetap simple - Hindari proses yang terlalu rumit, bekerja dengan *knowledge base* profesional dapat menjadi rumit ketika perusahaan mendiskusikan topik seperti peran dan hak pengguna, proses persetujuan, dan alur kerja editorial. Cobalah untuk membuatnya tetap *simple*, meskipun proses persetujuan internal rumit, ambil kesempatan untuk menyederhanakan dan menghindari lebih dari tiga langkah alur kerja untuk itu. Lebih dari itu, waktu dan kerumitan tambahan akan mengimbangi peningkatan efisiensi dengan perangkat baru.
- 3) Jangan takut perubahan - *Knowledge Management* adalah proses yang tidak sekali jadi. Satu-satunya cara untuk menjadi sukses adalah melalui latihan. Artinya, harus dicari solusi yang dapat beradaptasi, berkembang, dan berkembang bersama perusahaan dari waktu ke waktu. mungkin bisa dimulai dari yang kecil dan tidak perlu melakukan apa-apa selain mengumpulkan dokumen secara terpusat. Seorang pelanggan melihat keuntungan dramatis di empat *call centers*, mereka, mereka bahkan belum mulai menggunakan fitur tambahan seperti hasil pencarian yang kaya, pohon keputusan, dan saluran lainnya. Namun demikian, pikirkan di luar masalah saat ini dan pastikan bahwa platform yang dipilih menawarkan

kemampuan untuk dengan mudah menskalakan baik dari segi pengguna, volume dokumen, dan saluran layanan. Bisakah *knowledge base* dihubungkan dengan *chatbot* dengan mudah? Atau apakah itu membutuhkan alat yang sama sekali baru dan terpisah?

- 4) Tidak semua konten relevan - Tidak setiap dokumen, artikel, atau konten dari berbagi file, *personal desktop*, atau SharePoint relevan untuk *ledge base* anda. Audit dan tinjau konten tersebut yang ada sebelum memigrasikan dokumen ke sistem KM. Pertimbangkan juga teknologi yang belum pernah ada sebelumnya, beberapa di antaranya mungkin dapat membantu dalam memberikan *knowledge* yang berguna atau terkini dengan cara yang lebih efisien.
- 5) *Knowledge management* adalah Proses, bukan aktivitas - Pikirkan *knowledge management* sebagai proses yang terus berkembang di seluruh organisasi. Sementara implementasi awal *knowledge base* adalah proyek tunggal, keberhasilan jangka panjang membutuhkan kewaspadaan yang berkelanjutan. Ini termasuk misalnya menyiapkan proses editorial reguler untuk memastikan dokumen ditinjau, diedit, dan diterbitkan ulang secara berkala. Jangan pernah takut untuk berinvestasi dalam sumber daya karena dapat secara signifikan mengubah produktivitas karyawan.

Membangun Knowledge Bases

Berikut adalah langkah-langkah dalam membangun *Knowledge Base*:

1. Lakukan penelitian untuk menentukan kebutuhan *knowledge base* - Memahami kegunaan *knowledge base* adalah satu hal. Memutuskan tujuan yang akan diisi oleh *knowledge base* untuk organisasi Anda adalah hal lain. *Knowledge base* adalah menentukan kebutuhan yang akan dipenuhi oleh *knowledge base*. Pertimbangkan tentang siapa audiensnya. Apakah *knowledge base* akan digunakan untuk mendukung karyawan, pelanggan, atau keduanya? Setelah diketahui audiens mana yang akan *knowledge base* layani, teliti di mana kesenjangan terbesar dalam *knowledge*.
2. Tentukan jenis *knowledge base*
Setelah diketahui bahwa *knowledge base* dibutuhkan, maka harus ditentukan jenis *knowledge base* apa yang paling sesuai dengan kebutuhan organisasi. Ada beberapa jenis *knowledge base* yang umum yaitu: a) Manfaat dan kompensasi; b) Orientasi; c) Strategi perusahaan; d) Analisis seperti ulasan metrik kinerja perusahaan; e) Sumber daya pengembangan karyawan; f) Bantuan teknis; g) Pertanyaan yang sering diajukan (FAQ), h) Struktur organisasional, i) Tim dan cara bekerja dengan mereka; j) Riset pasar dan perusahaan; k) Template untuk

mendokumentasikan dan berbagi informasi; l) Pedoman merek; m) Kebijakan, prosedur, dan protokol (juga disebut SOP atau proses) biasanya termasuk standar yang harus dicapai; m) Dokumentasi lainnya. Untuk memutuskan jenis *knowledge base* yang akan dibuat, perlu dipertimbangkan tentang audiens yang akan dilayani oleh *knowledge base*, seberapa mudah akses *knowledge base* tersebut.

3. Mengembangkan struktur *knowledge base*

- Organisasi adalah komponen kunci dalam menciptakan struktur organisasi untuk *knowledge base*. Perlu dipertimbangkan bagaimana agar semua pengguna dapat dengan cepat dan mudah menemukan apa yang mereka cari. Mengembangkan struktur *knowledge base* di awal proses tidak hanya akan membantu untuk mengatur konten seiring dengan pertumbuhan *knowledge base*, tetapi juga akan menginformasikan desain navigasi dan membantu membuatnya lebih intuitif bagi pengguna.

Ada sejumlah cara berbeda yang dapat pilih untuk mengorganisasikan *knowledge base*:

a. Jenis atau Peran Pengguna: Bila ada beberapa jenis pelanggan yang berbeda, mengorganisasikan *knowledge base* berdasarkan peran pengguna adalah efektif. Pengguna akan dapat dengan

cepat memanfaatkan *knowledge* yang spesifik untuk mereka. Misalnya, *knowledge base* SDM dapat diorganisasikan dengan membagi informasi spesifik tentang perusahaan dengan bagian khusus yang ditujukan untuk kontraktor, karyawan tetap, dan karyawan paruh waktu.

- b. Aktivitas: Jika audiens yang akan menggunakan *knowledge base* memerlukan informasi spesifik tentang tindakan yang harus diambil, pengorganisasian *knowledge base* yang disusun berdasarkan aktivitas akan berhasil dengan baik. Sebagai contoh: *knowledge base* untuk agen perjalanan besar dapat diatur oleh aktivitas seperti merencanakan perjalanan Anda, memesan tiket, dan menghubungi agen.
- c. Tahap/Pengalaman Pengguna: Jika *knowledge base* diorganisasikan berdasarkan tahapan atau pengalaman pengguna, pengguna *knowledge base* dapat dengan cepat menyesuaikan kebutuhan mereka dengan informasi. Misalnya, *knowledge base* untuk layanan *online* dapat diorganisasikan menurut tahapan seperti memulai, meningkatkan layanan, dan tutorial pengguna.
- d. Jenis Produk: *knowledge base* bisa juga diorganisasikan berdasarkan jenis produk. Misalnya, bisnis furnitur dapat

- mengatur *knowledge base*-nya dengan furnitur ruang tamu, furnitur kamar tidur, furnitur anak-anak, dan furnitur kantor.
- b) *Knowledge base* akan terus berubah saat konten diperluas, diedit, atau diarsipkan. Itulah mengapa penting untuk membuat kategori yang cukup luas untuk mencakup berbagai konten yang dapat disubkategorikan berdasarkan topik atau tema.
4. Melibatkan pakar untuk membuat konten - *knowledge base* membutuhkan aliran konten yang menarik dan secara konstan yang secara khusus memenuhi kebutuhan audiens. Pakar dan editor yang ditunjuk harus bertanggung jawab untuk mengembangkan konten untuk memastikan kualitas, keakuratan, dan kemandirian semua konten dalam *knowledge base* yang didistribusikan ke karyawan dan/atau klien. Inilah bagaimana proses itu bisa bekerja:
- a. Manajer *knowledge base* akan menentukan konten yang diperlukan untuk setiap kategori. Manajer menguraikan tujuan setiap konten, pesan utama, kata kunci, dan ajakan bertindak untuk setiap artikel. Mereka juga menetapkan tenggat waktu dan bertanggung jawab untuk menugaskan pengembangan konten ke pakar.
- b. Pakar bertanggung jawab untuk menggunakan *knowledge* khusus mereka untuk membuat konten yang mengikuti arahan yang digariskan oleh manajer *knowledge base*. Pakar juga meninjau konten yang diedit untuk akurasi. Editor meninjau konten yang disediakan oleh Pakar dan mengoreksi ejaan, tata bahasa, gaya, dan keterbacaan.
- c. Karena kemungkinan besar seorang pakar memiliki lebih dari satu konten untuk *knowledge base*, maka akan diperlukan panduan gaya untuk memastikan konten konsisten dalam tampilan, nada, dan nuansa terlepas dari siapa yang menulis atau mengedit konten tersebut. Departemen pemasaran atau komunikasi kemungkinan memiliki panduan gaya yang mencakup pedoman untuk tanda baca, gaya merek, pemformatan, dan banyak lagi. Lihat bagaimana manajer *knowledge* dapat membantu membuat dan menerapkan pedoman.
5. Tulis sumber pengetahuan - Untuk memastikan konten *knowledge base* yang sudah disediakan Pakar tersebut mudah dipahami dengan cara yang efisien. Maka perlu diberikan petunjuk penulisan yang mencakup dasar-dasar ini:
- a. Kejelasan - Gunakan judul berbasis tindakan untuk membantu audiens anda

mengetahui sekilas apa yang akan dijelaskan konten. Jelaskan semua jargon atau istilah teknis dalam bahasa yang jelas.

- b. Keterbacaan - Pembaca lebih menyukai konten yang memberikan informasi sekilas. Itu berarti paragraf harus pendek dan blok teks harus dipecah dengan judul, subjudul, poin atau daftar bernomor jika berlaku.
 - c. Keterlibatan - Sertakan gambar, bagan, infografis, atau video dalam konten atau sebagai konten yang berdiri sendiri untuk meningkatkan keterlibatan.
 - d. Utilitas - Pastikan untuk menautkan ke artikel terkait dalam *knowledge base* anda. Ini akan membantu audiens anda dengan mudah menemukan sumber lain yang sepenuhnya menjawab pertanyaan mereka.
 - e. Nilai - Setiap konten dalam *knowledge base* Anda harus menawarkan solusi atau wawasan yang berharga.
6. Unggah sumber daya ke platform bersama - Platform *knowledge base* bersama adalah sistem perangkat lunak yang memudahkan informasi mengalir dari *knowledge base* kepada mereka yang membutuhkannya. Platform bersama yang dipilih akan menyertakan perangkat yang memperluas fungsionalitas *knowledge base*. Misalnya, perangkat lunak platform bersama dapat mencakup alat pencarian, berbagi file,

analitik dan pelaporan, sistem umpan balik pengguna, dan banyak lagi. Platform bersama yang dipilih juga harus dapat disesuaikan dengan pertumbuhan basis *knowledge base*.

7. Perbarui konten sesering mungkin - Memperbarui konten akan menjadi kegiatan rutin untuk menjaga agar *knowledge base* tetap relevan dan bermanfaat. Gunakan analitik bawaan sistem perangkat lunak *knowledge base* untuk membantu.



Gambar 2. Peserta PKM



Gambar 3. Presentasi Knowledge Management

Tabel 1 Beberapa KMS *open source*

| No. | Nama Aplikasi | Fungsi Utama |
|-----|---------------------|---|
| 1 | Zoho Wiki | Untuk Karyawan & Pelanggan |
| 2 | Documize | Untuk berbagi <i>knowledge</i> pada Internal & external |
| 3 | PhpMyFAQ | Untuk perbaikan berkelanjutan melalui basis FAQ |
| 4 | LogicalDOC | Untuk Perusahaan besar |
| 5 | OpenDocMan | Untuk UMKM & Perusahaan Konsultan |
| 6 | Knowmax | Untuk Perusahaan besar |
| 7 | Proprofs | Untuk Perusahaan besar |
| 8 | Freshworks | Untuk <i>Customer service</i> |
| 9 | Document360 | Untuk Pelanggan & Tim internal |
| 10 | HelpJuice | Untuk department Personalia |
| 11 | HubSpot Service Hub | Untuk <i>Customer service</i> |
| 12 | Zendesk Guide | Untuk <i>Call center</i> |

Data yang ditinjau akan membantu untuk lebih memahami: a) Jenis informasi yang diakses orang; b) Bagaimana lalu lintas pencarian pada artikel yang dulu populer berubah; c) Ketika sebuah artikel pertama kali diterbitkan dan diperbarui. Rencanakan agar Pakar yang ditunjuk untuk meninjau semua konten (secara bergulir) sepanjang tahun untuk memperbarui, mengoptimalkan, atau menghentikan konten yang diperlukan.

Selain itu, harus direncanakan untuk memperbarui konten yang relevan setiap kali kebijakan perusahaan, produk, atau perubahan pada layanan ada perubahan. Setelah draft *knowledge base* tersusun dengan rapi dan terstruktur, kini saatnya menggunakan perangkat lunak KMS *open source* untuk menyimpan, dan mengelola *knowledge* penting perusahaan.

KESIMPULAN

Kegiatan yang kami lakukan adalah membantu permasalahan yang terjadi pada partner kami yaitu CV. Kahati Ciptaning Bhumi – Beji, Depok. Permasalahan yang mereka hadapi sangat beragam. Kami mencoba mengurai permasalahan satu persatu. Untuk masalah utama kami menawarkan solusi dengan memberikan *workshop* tentang bagaimana mengimplementasikan *Knowledge Management System* untuk mengelola *knowledge* organisasi, dan menggunakan *sosial media* untuk pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan (Kingsnorth, 2019), cara mengurus legalitas Usaha (Dewi, 2019), serta mengajarkan bagaimana mengelola manajemen keuangan dengan membuat laporan keuangan yang lebih profesional.

Untuk mengimplentasikan *knowledge management* sebaiknya organisasi fokus pada strateginya dulu bukan ke perangkat atau aplikasinya. Untuk KMS dapat digunakan adalah *opensource application* yang di luaran

banyak sekali pilihan. Dalam memilih aplikasi pilihlah aplikasi yang fungsi atau fitur nya sesuai yang dibutuhkan saja, bukan yang terlengkap atau terbanyak fiturnya. Karena semakin canggih aplikasi, maka akan semakin kompleks dan semakin tinggi risiko yang terjadi. Gunakan sosial media untuk memperkenalkan produk, Memaksimalkan manfaat internet untuk mempopulerkan kelebihan produk-produk dibandingkan pesaing, mengelola *web site* perusahaan agar selalu up-to-date. (Evans, 2010). Untuk menaikkan rating pada mesin pencari, aktiflah di berbagai forum-forum berbagai komunitas

untuk memperkenalkan produk dan memberikan link ke *web site* perusahaan. (Odom, 2015). Manfaatkan *Google Analytic* yang terintegrasi dengan portal perusahaan untuk mengetahui efektifitas iklan yang dipasang pada berbagai media sosial. (Omidvar, Mirabi, & Shokry, 2011). Gunakan aplikasi komputer untuk meningkatkan kecepatan dan keakuratan bisnis. Terutama aplikasi untuk menangani keuangan perusahaan lalu aplikasi komputer untuk menangani persediaan dan stok produk jadi. (Turban, Pollard, & Wood, 2018).

REFERENSI

- Akgün, A. E., Keskin, H., Ayar, H., & Okunakol, Z. (2017). *Knowledge sharing barriers in software development teams: A multiple case study in Turkey*. *Kybernetes*.
- Astorga-Vargas, M. A., Flores-Rios, B. L., Licea-Sandoval, G., & Gonzalez-Navarro, F. F. (2017). *Explicit and tacit knowledge conversion effects, in software engineering undergraduate students*. *Knowledge Management Research & Practice*, 15(3), 336-345.
- Aulawi, H., Ramdhani, M. A., Slamet, C., Ainissyifa, H., & Darmalaksana, W. (2017). *Functional Need Analysis of Knowledge Portal Design in Higher Education Institution*. *International Journal of Soft Computing*, 12(2), 132-141.
- Bandera, C., Keshtkar, F., Bartolacci, M. R., Neerudu, S., & Passerini, K. (2017). *Knowledge management and the entrepreneur: Insights from Ikujiro Nonaka's Dynamic Knowledge Creation Model (SECI)*. *International Journal of Innovation Studies*, 1(3), 163-174.
- Dewi, L. P. (2019). Implementasi Peraturan Presiden Nomor 13 Tahun 2018 dalam Pendirian Perseroan Terbatas. *Acta Comitas: Jurnal Hukum Kenotariatan*, 4(1), 1-10.
- Farnese, M. L., Barbieri, B., Chirumbolo, A., & Patriotta, G. (2019). *Managing knowledge in organizations: A Nonaka's SECI model operationalization*. *Frontiers in Psychology*, 10, 2730.
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*: Kogan Page Publishers.

- Liew, A. (2007). Understanding data, information, knowledge and their inter-relationships. *Journal of knowledge management practice*, 8(2), 1-16.
- Odom, S. (2015). *SEO for 2016: The complete do-it-yourself SEO guide*.
- Omidvar, M. A., Mirabi, V. R., & Shokry, N. (2011). Analyzing the impact of visitors on page views with Google analytics. arXiv preprint arXiv:1102.0735.
- Ouriques, R. (2019). *Understanding and Supporting Knowledge Management in Agile Software Development*. Blekinge Tekniska Högskola,
- Thanachawengsakul, N., Wannapiroon, P., & Nilsook, P. (2018). *How A Digital Knowledge Engineering Learning Process Can Enhance Technical Skills In Software Engineering*.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: On-demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*: John Wiley & Sons.