

Perancangan *Knowledge Management* Penyedia Jasa Layanan Internet (Studi Kasus PT. XYZ)

Anggoro Aryo P.

Jl. Rajawali No.14 Palembang Sumatera Selatan Indonesia,
Jurusan Sistem Informasi, STMIK GI MDP, Palembang
e-mail: anggoro.aryo@gmail.com

Abstrak

Knowledge Management merupakan salah satu cara dalam mengembangkan dan meningkatkan sumber daya manusia. Individu-individu yang ada di dalam suatu organisasi merupakan sumber daya yang memiliki pengetahuan dan merupakan aset penting bagi sebuah organisasi. Secara umum *Knowledge Management* berfokus pada pengaturan dan pembuatan pengetahuan yang sangat berguna dan penting menjadi tersedia, dimanapun dan kapanpun pengetahuan tersebut diperlukan. Implementasi *Knowledge Management* di dalam suatu organisasi sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan usaha, mempercepat perubahan pasar, meningkatkan respon dalam mengambil tindakan dan keputusan, serta meningkatkan pengalaman individu dalam pengambilan keputusan. Untuk mengimplementasikan *Knowledge Management* di PT. XYZ perlu diketahui terlebih dahulu bagaimana perancangan *Knowledge Management* (KM) agar PT. XYZ dapat dengan mudah mengelola pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia yang ada pada PT. XYZ tersebut. Sehingga diharapkan PT. XYZ mampu meningkatkan usahanya sebagai penyedia jasa layanan internet, sehingga PT. XYZ bisa meraih keunggulan yang kompetitif.

Kata Kunci: *Knowledge, Knowledge Management, SECI, The 10-Step Knowledge Management Roadmap, Knowledge Management Foundations and Solutions.*

Abstract

Knowledge management is one of the way to develop and improving human resources. Individuals who are in such an organization are the source who has the knowledge and they are becoming the most valuable asset for an organization. In generally, *Knowledge Management* focusing on making the rules and make knowledge to be usefull and important, make it become available in everywhere, everytime when its needed. The implementation of the *Knowledge Management* are very needed to face the bussiness competition, to anticipate the market changes, to improve the respond on action and decision making also to improve the individuals experience in taking the decision in an organization. To implementing the *Knowledge Management* in PT. XYZ, first we have to know how to design the *Knowledge Management* so that PT. XYZ can easily to manage all the knowledge at the PT. XYZ's human resources. So that PT. XYZ is hopefully can improve their capability in their core business as an Internet Services Provider Company, then PT. XYZ can achieve the competitive advantage.

Keywords: *Knowledge, Knowledge Management, SECI, The 10-Step Knowledge Management Roadmap, Knowledge Management Foundations and Solutions.*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan PT. XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Teknologi Informasi (TI) di kota Palembang. Tahun 1999, usahanya sebagai penyedia jasa layanan internet, dengan menggunakan sistem *dial-up modem*. PT. XYZ memberikan jasa layanan internet sekaligus memberikan fasilitas *e-mail* bagi pelanggan yang berlangganannya. Dengan jumlah pelanggan *dial-up* yang saat itu lebih dari 100 pengguna.

Seiring dengan pesatnya perkembangan di sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi, saat ini PT. XYZ mulai menggunakan media radio *wireless* untuk memberikan layanan internet kepada pelanggannya. Selain itu pengguna internet tidak sebatas pada pengguna korporasi atau perusahaan tetapi juga pengguna rumah tangga dan perorangan.

Jumlah pelanggan internet saat ini hampir mencapai 300 pengguna. Dengan jumlah tersebut, perusahaan ini mempekerjakan 11 orang karyawan, masing-masing 2 orang sebagai administrator jaringan dan internet, dan 9 orang sebagai teknisi. Semua karyawan memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda.

Dengan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, terkadang pegawai dan staf yang bekerja di bagian penyedia jasa layanan internet menghadapi berbagai kendala baik di lapangan maupun di kantor. Masalah yang dihadapi terkadang karena kurangnya pengalaman dan kurangnya pengetahuan pegawai dan staf tersebut untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Selain itu kurangnya dokumentasi dan tidak adanya standar operasional prosedur (SOP) menjadi salah satu kendala dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh pegawai dan staf tersebut.

Salah satu cara untuk mengatasi kendala tersebut, PT. XYZ perlu menerapkan manajemen pengetahuan (*Knowledge Management*) di perusahaannya, khususnya di bagian penyedia jasa layanan internet. *Knowledge Management* saat ini menjadi salah satu kebutuhan bagi sebuah organisasi dimana menjadi salah satu aset yang penting untuk dikelola dengan baik.

Manfaat dari pengetahuan yang dimiliki oleh suatu organisasi dapat mencakup dalam meningkatkan kompetensi bisnis utama, mempercepat inovasi dan waktu untuk memasarkan hasil produksi, mempercepat waktu siklus dan pengambilan keputusan, memperkuat komitmen organisasi, dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan [1].

Penerapan manajemen pengetahuan di PT. XYZ, perlu adanya **perancangan *Knowledge Management*** sehingga dapat dikembangkan dan digunakan secara maksimal, dan bermanfaat dalam upaya peningkatan pelayanan bagi pelanggan, memberikan keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan.

1.1 Teori

Knowledge Management dapat diartikan sebagai manajemen pengetahuan organisasi untuk menciptakan nilai bisnis dan menghasilkan keunggulan kompetitif, dengan membantu terciptanya produk, komunikasi dan penerapan dari segala bentuk pengetahuan untuk mencapai tujuan bisnis [2].

Knowledge Management juga dapat diartikan kemampuan untuk membuat dan mempertahankan nilai yang lebih besar dari kompetensi bisnis utama, menangani masalah-masalah bisnis tertentu untuk bisnis, apakah itu berupa menciptakan dan memberikan produk-produk inovatif atau jasa, mengelola dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada dan pelanggan baru, mitra, dan pemasok; atau administrasi dan meningkatkan praktik-praktik kerja dan proses [3].

Selain itu *Knowledge Management* didefinisikan sebagai melakukan kegiatan yang terlibat dalam menemukan, mengambil, berbagi dan menerapkan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan dengan cara biaya yang efektif, dampak dari pengetahuan dalam pencapaian tujuan unit [4].

The 10-Step Knowledge Management Roadmap (Gambar 1) dikenalkan oleh Amrit Tiwana, dimana dalam membangun *Knowledge Management* yang merupakan kegiatan yang kompleks dan seperti kegiatan lainnya yang tidak dapat memberikan dampak ke bisnis yang

dijalankan tanpa rencana yang baik. *The 10-Step Knowledge Management Roadmap* ini membagi 4 fase dalam membangun *Knowledge Management*, dan terdiri dari 10 langkah dalam keseluruhan fase tersebut [5].

1. *Phase 1: Infrastructure Evaluation*

Dalam fase Evaluasi Infrastruktur ini terdapat 2 langkah didalamnya, yaitu *Analyze the Existing Infrastructure*, dan *Align Knowledge Management and Business Strategy*.

2. *Phase 2: KM System Analysis, Design and Development*

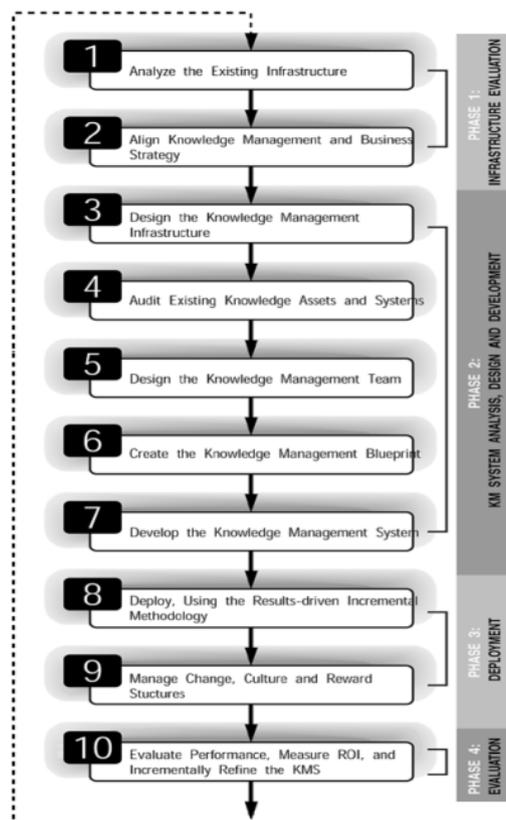
Dalam fase Analisis Sistem *Knowledge Management*, Desain dan Pengembangan ini terdapat 5 langkah didalamnya, yaitu: *Design the Knowledge Management Infrastructure*, *Audit Existing Knowledge Assets and Systems*, *Design the Knowledge Management Team*, *Create the Knowledge Management Blueprint*, *Develop the Knowledge Management System*.

3. *Phase 3: Deployment*

Dalam fase Penyebaran, terdapat 2 langkah didalamnya, yaitu *Deploy, Using the Results-driven Incremental Methodology*, dan *Manage Change, Culture and Rewards Structures*.

4. *Phase 4: Evaluation*

Pada fase terakhir adalah Evaluasi, dengan langkahnya berupa *Evaluate Performance*, *Measure ROI*, and *Incrementally Refine the KMS*.



Gambar 1 *The 10-Step Knowledge Management Roadmap*

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan *Knowledge Management* pada PT. XYZ ini adalah “*The 10-Step Knowledge Management Roadmap*” yang diuraikan oleh Amrit Tiwana [5], pada 2 langkah pertama pada Fase Evaluasi Infrastruktur.

Ruang lingkup pembahasan akan dibatasi pada:

1. Analisa infrastruktur yang tersedia dan yang telah ada pada PT. XYZ.
2. Menyelaraskan antara *Knowledge Management* dan Strategi Bisnis pada PT. XYZ.

Informasi yang dibutuhkan untuk perancangan *Knowledge Management* pada PT. XYZ ini dikumpulkan dengan cara:

1. Observasi, yaitu dengan mengamati secara langsung topologi jaringan dan teknologi yang sudah digunakan pada PT. XYZ, terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, baik itu topologi jaringan untuk koneksi ke pelanggan maupun topologi jaringan pada staff yang bertugas untuk memonitoring jaringan ke pelanggan dan internet.
2. Interview, yaitu dengan melakukan wawancara dengan:
 - a. Manajer Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai visi dan misi, strategi TI untuk dimasa mendatang, strategi pengembangan untuk memenuhi kebutuhan *Knowledge* dan perancangan Sistem *Knowledge Management* di Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet.
 - b. Pegawai dan Staff Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, untuk mengetahui kendala dan masalah yang dihadapi di lapangan, dan untuk mengetahui solusi yang digunakan untuk mengatasi masalah tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

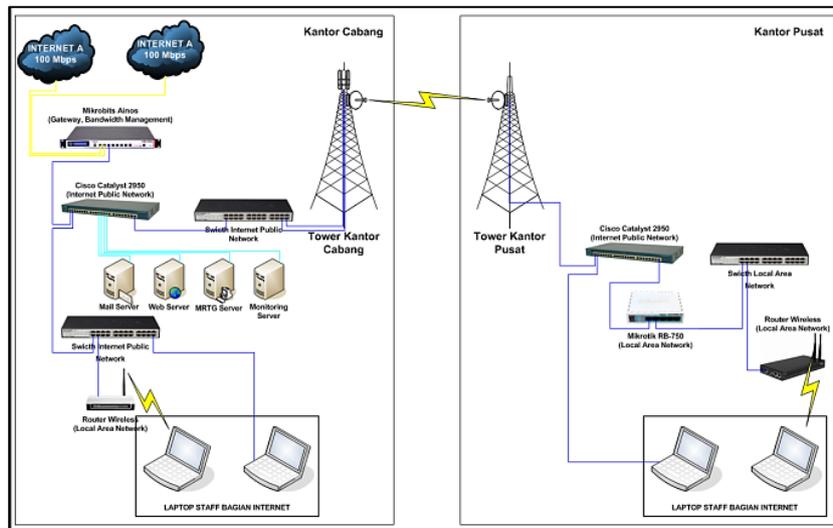
3.1 Analisis Infrastruktur yang Ada

PT. XYZ saat ini telah menggunakan teknologi jaringan dan Wi-Fi untuk menghubungkan seluruh komputer yang ada baik antar bagian maupun ke kantor cabang. Seluruh komputer yang berada dikantor pusat telah terhubung dengan *Local Area Network* melalui *switch*, kemudian terhubung ke *router* mengakses internet. *Router* yang dipakai yaitu Mikrobits Ainos, dimana fungsi *router* ini adalah sebagai *Gateway*, *bandwidth management*, dan *firewall* untuk mengatur akses internet pada kantor cabang, kantor pusat, dan pelanggan internet yang berlangganan.

Saat ini terdapat beberapa server yang telah digunakan pada PT. XYZ, yaitu:

1. *Mail Server* berfungsi sebagai untuk mengatur *email* pada PT. XYZ dan mengatur *e-mail* pengguna internet yang berlangganan pada PT. XYZ.
2. *Web Server* berfungsi sebagai tempat *hosting website* PT. XYZ dan *hosting website* yang bisa di sewa ke pelanggan.
3. *MRTG Server* berfungsi sebagai *The Multi Router Traffic Grapher Server*, yaitu server yang digunakan untuk memonitor *traffic* jaringan baik pada PT. XYZ itu sendiri maupun di sisi pelanggan internet. Perangkat yang di monitor disini adalah *Router* baik pada PT. XYZ maupun di sisi pelanggan, radio *wireless* untuk koneksi antar kantor PT. XYZ maupun radio *wireless* di sisi pelanggan, dan lain-lain.
4. *Monitoring Server* berfungsi sebagai server yang digunakan untuk mengecek jaringan internet di pelanggan, berupa koneksi radio *wireless*, baik radio *access point* di sisi PT. XYZ maupun radio *wireless* di sisi pelanggan, serta untuk mengecek pemakaian *router* dan *IP Address Public* yang digunakan di sisi pelanggan internet.

Pada masing-masing kantor, baik pada kantor cabang maupun kantor pusat PT. XYZ terdapat beberapa *laptop* yang digunakan oleh pegawai dan staff Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet untuk memantau jaringan dan memastikan jaringan internet baik disisi PT. XYZ sendiri maupun di sisi pelanggan internet berjalan dengan baik. Topologi jaringan pada PT. XYZ dapat dilihat pada Gambar 2.

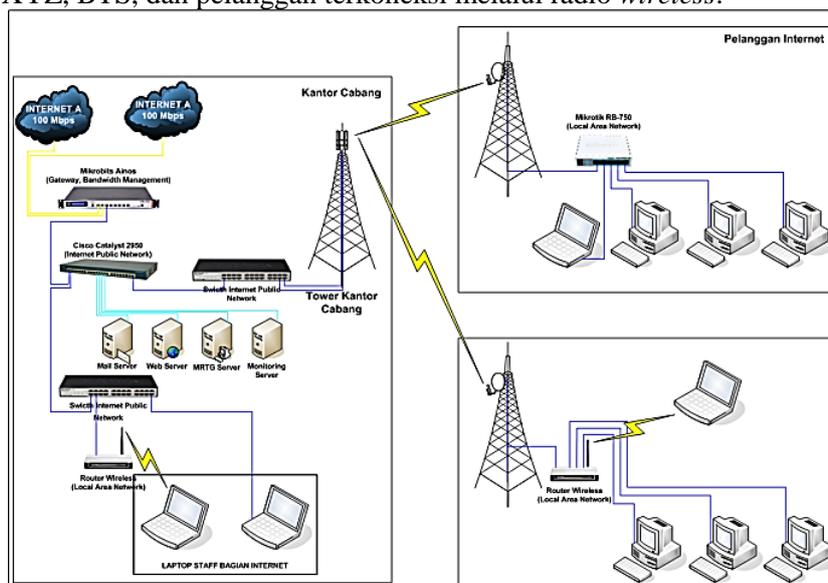


Gambar 2 Topologi Jaringan pada Kantor Pusat dan Kantor Cabang di PT. XYZ

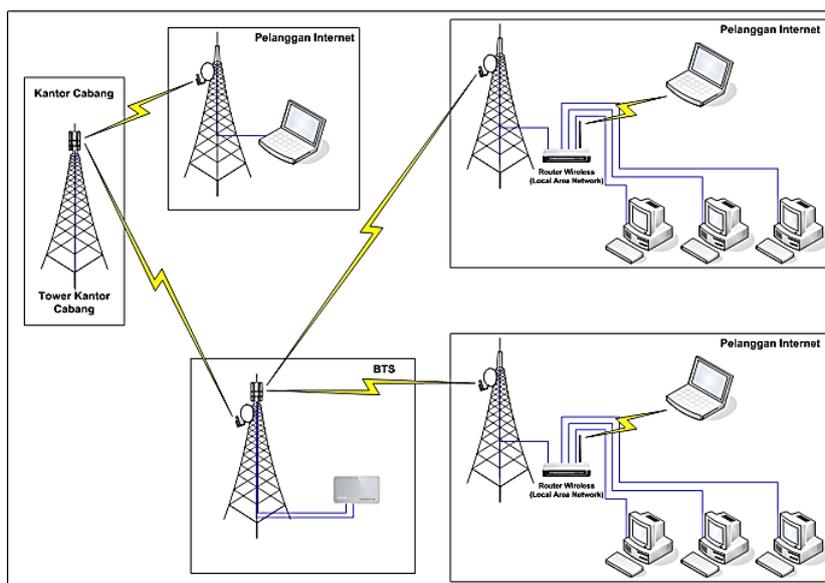
Untuk menghubungkan koneksi internet ke pelanggan internet yang berlangganan pada PT. XYZ digunakan radio *wireless*, dimana sebagai radio *Access Point* nya berada disisi PT. XYZ, dan disisi pelanggan terdapat radio yang berfungsi sebagai penerima /*station*. Kemudian pada sisi pelanggan tersebut, dari radio penerima/*station* bisa langsung dipakai ke komputer atau laptop pelanggan itu sendiri dengan menggunakan *IP Address* yang telah diberikan PT. XYZ untuk mengakses internet (Gambar 3).

Jika disisi pelanggan terdapat jaringan komputer dan ingin memakai internet pada jaringan komputer tersebut maka diperlukan *router* yang berfungsi untuk membagi pemakaian internet. Jenis dan merek *router* yang digunakan tergantung dari keinginan masing-masing pelanggan.

Beberapa pelanggan yang lokasinya sangat jauh dari lokasi Kantor Cabang PT. XYZ, maka dilakukan beberapa cara alternatif untuk menghubungkan koneksi internet, yaitu dengan menghubungkan pelanggan tersebut ke BTS yang dimiliki PT. XYZ yang berdekatan dengan lokasi pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4, dimana topologi jaringan dari Kantor Cabang PT. XYZ, BTS, dan pelanggan terkoneksi melalui radio *wireless*.



Gambar 3 Topologi Jaringan Koneksi Internet Secara Langsung ke Pelanggan pada PT. XYZ



Gambar 4 Topologi Jaringan Koneksi Internet Lewat BTS ke Pelanggan pada PT. XYZ

Teknologi yang dimiliki dan digunakan oleh PT. XYZ secara keseluruhan dapat mendukung proses pengembangan Aplikasi *Knowledge Management System* pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet. Jaringan yang tersedia memungkinkan pegawai dan staff yang ada dapat saling berkomunikasi, saling bertukar informasi dan mengakses aplikasi secara *online*. Untuk mengimplementasikan Aplikasi *Knowledge Management* diperlukan satu unit server sebagai media penyimpanan *Knowledge* dan dokumentasi jaringan dan pelanggan. Aplikasi yang digunakan dapat berupa aplikasi berbasis *Web* yang dapat di akses melalui internet kapan pun dan dimanapun berada.

3.2 Analisis Penyelarasan Antara *Knowledge Management* dan Strategi Bisnis

3.2.1 Mengidentifikasi Tujuan Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet pada PT. XYZ

Tujuan dari Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet pada PT. XYZ adalah “Menjadi penyedia layanan dan solusi teknologi informasi yang inovatif, handal dan terpercaya khususnya di kota Palembang”.

Dari tujuan tersebut dapat diambil kriteria yang dapat menjadi konsep penggunaan *Knowledge Management* pada PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, yaitu menjadi penyedia jasa layanan internet yang terpercaya bagi pelanggannya. Hal ini dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh PT. XYZ dengan memberikan jasa layanan internet yang terbaik, inovatif sehingga dapat dipercaya oleh konsumen.

3.2.2 Analisis Strategi Pendekatan Ekspansif *Knowledge Management*

Pendekatan ekspansif *Knowledge Management* ini digunakan untuk mengetahui apakah strategi *codification* atau *personalization* yang lebih tepat untuk perancangan *Knowledge Management*. Untuk itu dilakukan analisis strategi bisnis berdasarkan tabel Perbandingan Strategi KM *Codification* dan *Personalization*, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Perbandingan Strategi KM *Codification* dan *Personalization* pada PT. XYZ

Pertanyaan Strategi Bisnis	Hasil Analisis	Tipe Pendekatan Ekspansi
Tipe bisnis apa menurut anda perusahaan anda berada?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, menyediakan jasa layanan internet yang handal dan terpercaya dengan biaya yang terjangkau oleh pelanggan.	<i>Codification</i>
Berapa banyak materi lama, seperti data proyek sebelumnya, dokumen-dokumen yang ada, dan arsip proyek yang anda gunakan kembali sebagai bagian dari proyek yang baru?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, tidak memiliki materi, data proyek, dan arsip lama. Kalaupun ada pelanggan baru, pelanggan lama, dan jaringan pada PT. XYZ yang berupa masalah dengan koneksi internet, problem jaringan maka dilakukan solusi alternatif dengan pemecahan masalah menggunakan pembelajaran di lapangan yang dilakukan tanpa adanya SOP. Oleh karena itu dalam menganalisis kasus yang baru perlu adanya dokumentasi apakah kasus tersebut serupa atau pernah terjadi sebelumnya.	<i>Personalization</i>
Model pembiayaan / <i>costing</i> seperti apa yang digunakan untuk produk atau jasa perusahaan anda?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, menyediakan jasa layanan internet dengan harga yang bersaing dengan penyedia jasa layanan internet yang lain.	<i>Codification</i>
Tipe <i>profit margin</i> seperti apa pada perusahaan anda?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet memiliki profit margin yang dimaksimalkan sebagai pendapatan bersih.	<i>Codification</i>
Bagaimana cara terbaik yang dapat anda jelaskan bahwa param IT yang dipakai dalam proses kerja perusahaan anda?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, param IT digunakan sebagai pendukung komunikasi seperti <i>e-mail</i> , serta sering dilakukan percakapan, sosialisasi dan pertukaran <i>tacit knowledge</i> secara langsung bertatap muka.	<i>Personalization</i>
Seperti apa struktur penghargaan anda?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, karyawan yang ada tidak diberikan reward, akan tetapi secara langsung memberikan <i>knowledge sharing</i> dengan sesama karyawan dan rekan kerja untuk membantu menyelesaikan masalah yang terjadi pada PT. XYZ dan lokasi lain atau pelanggan PT. XYZ.	<i>Personalization</i>
Bagaimana <i>Knowledge</i> ditukar dan ditransfer?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, <i>knowledge</i> ditransfer antar karyawan seperti dilakukan training antar sesama karyawan untuk membagi pengalaman antar karyawan pada saat menyelesaikan suatu masalah.	<i>Personalization</i>
Dimanakah skala ekonomis perusahaan anda?	Pada PT. XYZ terutama pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, penggunaan kembali <i>knowledge</i> dan pengalaman yang sudah ada yang dimiliki karyawannya, kemudian menggunakan <i>knowledge</i> tersebut untuk memecahkan masalah atau kasus yang baru.	<i>Codification</i>

Berdasarkan Tabel 1 hasil perbandingan strategi KM *Codification* dan *Personalization* pada PT. XYZ, maka perancangan *Knowledge Management* pada PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet lebih berfokus pada pendekatan *Codification* dan *Personalization*. Pada pendekatan *Codification*, PT. XYZ perlu lebih berfokus pada teknologi

yang memungkinkan penyimpanan, pemberian index, perolehan dan penggunaan kembali *knowledge*. Sementara pada pendekatan *Personalization* PT. XYZ perlu berfokus menghubungkan *Knowledge* yang ada pada pegawai dan staff pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, melalui jaringan yang ada dalam menghadapi permasalahan yang unik, sehingga tergantung pada *tacit knowledge* dan keahlian pegawai dan staff tersebut yang berupa *explicit knowledge*.

3.2.3 Analisis Strategic Knowledge Gap dengan Zack Framework

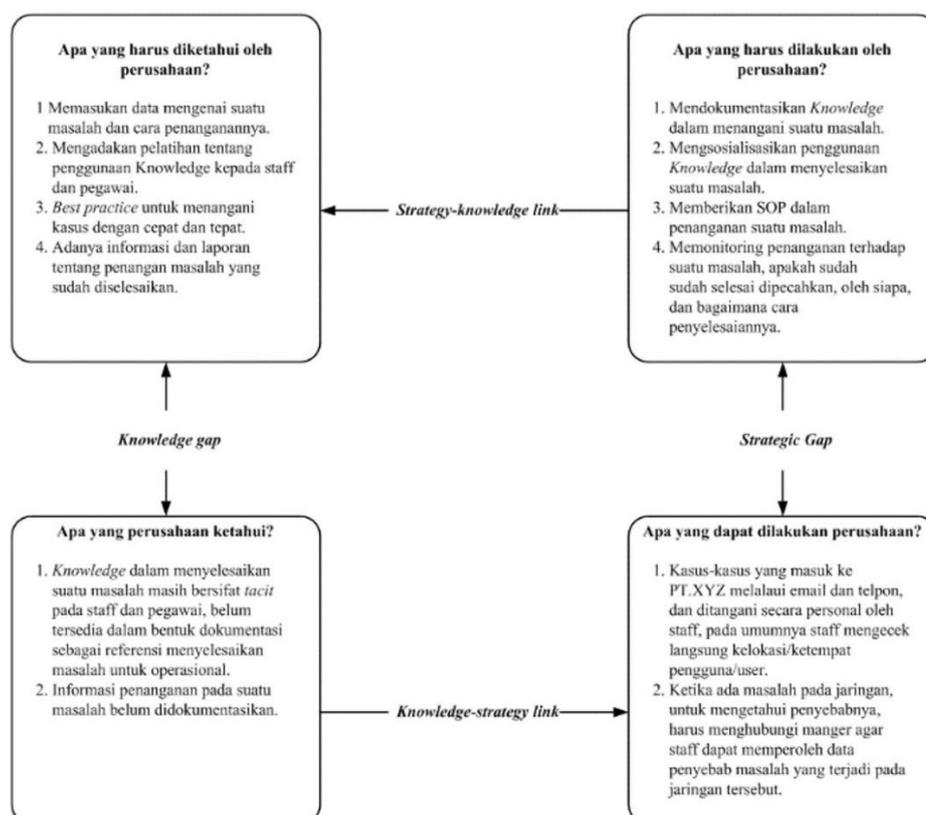
Analisis *strategic knowledge gap* menggunakan Zack Framework yang digunakan pada PT.XYZ (Gambar 5) untuk menjawab empat pertanyaan kunci berikut ini:

1. Apa yang harus diketahui perusahaan?
2. Apa yang perusahaan ketahui?
3. Apa yang harus dilakukan perusahaan?
4. Apa yang dapat dilakukan perusahaan?

Gap antara apa yang seharusnya diketahui perusahaan dengan apa yang sudah diketahui perusahaan sekarang akan menjadi *knowledge gap*, begitu juga perbedaan antara apa yang seharusnya perusahaan lakukan dengan yang dilakukan perusahaan sekarang akan menjadi suatu *strategy gap*.

Setelah diketahui apa yang seharusnya perusahaan lakukan, kemudian perusahaan dapat melakukan identifikasi *knowledge* apa yang diperlukan agar dapat melakukan hal-hal yang seharusnya serta menjalankan strateginya (*strategy-knowledge link*).

Kemudian perlu diketahui sekarang oleh perusahaan untuk menentukan hal apa saja yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan *knowledge* yang dimilikinya (*knowledge-strategy link*) [5].



Gambar 5 *Strategic Knowledge Gap* dengan Zack Framework PT. XYZ, Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet

3.2.4 Analisis SWOT untuk perancangan Knowledge Management

Menghubungkan *Knowledge Management* dengan strategi perusahaan, dilakukan analisis SWOT untuk perancangan aplikasi *Knowledge Management* nantinya, dengan diuraikan sebagai berikut:

1. *Strength*, yang meliputi:
 - a. Infrastruktur jaringan yang ada pada PT.XYZ, khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet sudah mendukung untuk implementasi *Knowledge Management*, baik jaringan internet dan komputer bagian staff dan pegawai yang sudah terhubung dengan jaringan yang ada.
 - b. Visi dan Misi dari PT. XYZ sudah mendukung untuk memberikan layanan dan solusi dengan teknologi yang inovatif dan terpercaya serta dapat menjaga kepuasan pelanggan sehingga penerapan KM dapat menjadi solusi untuk memberikan layanan yang baik dan menjaga kepuasan pelanggan. Hal ini dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet.
2. *Weakness*, yang meliputi:
 - a. Perlu adanya investasi yang berupa biaya untuk membangun *Knowledge Management* yang berupa menyediakan server, aplikasi dan tenaga kerja untuk mengelola *Knowledge Management* agar tetap *up to date*, serta investasi waktu yang diperlukan untuk membangun dan mengelola *Knowledge Management* tersebut.
 - b. Perlu dilakukan *training* atau pelatihan bagi staff dan pegawai khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet agar dapat menggunakan dan mengelola *Knowledge Management* yang nantinya telah dibangun.
3. *Opportunity*, yang berupa:
 - a. *Knowledge Management* yang telah dibangun nantinya dapat menjadi salah satu SOP dalam mengatasi masalah.
 - b. *Knowledge* yang dimiliki oleh staff dan pegawai pada PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet dapat didokumentasikan menjadi lebih baik.
 - c. Penanganan dan penyelesaian masalah dapat lebih terstruktur dan cepat dan mudah dengan menggunakan *Knowledge* yang sudah didokumentasikan.
4. *Threat*, yang berupa:
 - a. Partisipasi dari *user* yaitu staff dan pegawai PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet yang kurang bersedia untuk menggunakan *Knowledge Management*.
 - b. Partisipasi dari *user* yaitu staff dan pegawai PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet yang kurang bersedia dalam saling berbagi *Knowledge* yang dimiliki.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan terhadap PT. XYZ pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada PT. XYZ telah memiliki teknologi jaringan yang telah digunakan sebelumnya dan secara keseluruhan dapat mendukung proses pengembangan Aplikasi *Knowledge Management System* pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet.
 2. Perancangan *Knowledge Management* pada PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet lebih berfokus pada pendekatan *Codification* dan *Personalization*.
 3. Pada Analisis SWOT didapatkan bahwa penerapan KM dapat menjadi solusi untuk memberikan layanan yang baik dan menjaga kepuasan pelanggan. Hal ini dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet.
-

5. SARAN

Saran yang dapat diberikan kepada PT. XYZ dalam membangun *Knowledge Management* pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet, yaitu:

1. Perlu adanya investasi dalam membangun *Knowledge Management* .
2. Perlu adanya dukungan dari *Top Level Management* agar *Knowledge Management* dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki PT. XYZ khususnya pada Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet.
3. Perlu dikembangkan metode-metode lain dalam analisis Perancangan *Knowledge Management* PT. XYZ khususnya Bagian Penyedia Jasa Layanan Internet.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Davenport, T.H. and Prusak, L., 1998, *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
 - [2] Paul Quintas, 1999, *Head Back To The Business Cafe*, Open University Professor Of Knowledge Management quoted in Open Eye, *The Independent*, London.
 - [3] Klasson, Kirk, *Managing Knowledge For Advantage: Content And Collaboration Technologies*, The Cambridge Information Network Journal, vol. 1, no. 1 (1999), 33–41.
 - [4] Becerra-Fernandez, I., and Sabherwal, R., 2010, *Knowledge Management: System And Processes*, M.E. Sharpe, Inc., New York.
 - [5] Tiwana, Amrit, 1999, *The Knowledge Management Toolkit: Orchestrating IT, Strategy, And Knowledge Platforms*, First Edition, Prentice Hall PTR, New Jersey.
-