



POLA KNOWLEDGE MANAGEMENT PADA UMKM EKONOMI KREATIF

Heri Siswanto¹, Elin Herlina², Nurdiana Mulyatini³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh Ciamis
email¹: superheri96@gmail.com, email²: mrs.elinherlina@gmail.com, email³:
nurdiamulya@ymail.com

Article History:

Received 11 September 2019
Received in revised form
24 September 2019
Accepted 28 September 2019
Available offline 31 October 2019
Available online 1 November 2019

Language Transcript:
Indonesia

Keywords:

Knowledge Management
UMKM
Ekonomi Kreatif

Abstract - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami pola knowledge management pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi kepustakaan dan triangulasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) Karakteristik knowledge management pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya didasarkan pada temuan proses knowledge management yang secara sederhana terjadi dilapangan meliputi knowledge discovering; knowledge capturing; knowledge applying; dan knowledge sharing; 2) Karakteristik industri kreatif pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya meliputi kreatifitas sebagai unsur utama usaha, berbasis pada ide dan gagasan, kegiatan usaha fleksibel dan sesuai dengan realitas, jenis produk banyak serta mudah ditiru dan learning by doing; 3) Pola knowledge management pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya meliputi kombinasi antara proses knowledge management yang terjadi secara sederhana dilapangan dengan SECI model. Knowledge management yang terjadi meliputi tahapan knowledge discovering, knowledge capturing, knowledge applying serta knowledge sharing. Pada proses knowledge sharing terdapat pola transfer knowledge seperti socialization, externalization, combination, internalization. Proses ini menghasilkan knowledge respository sebagai tempat menampung pengetahuan bagi pelaku internal dan eksternal guna meningkatkan daya saing usaha.

1. PENDAHULUAN

Masalah yang banyak dialami oleh UMKM saat ini adalah bagaimana para pelaku internal (*owner*, penanggung jawab, produksi, dan pemasaran) menjaga keberlangsungan usaha. Para pelaku internal usaha mikro kecil menengah pada kenyataannya memiliki perbedaan latar belakang dan pengetahuan yang berbeda, sehingga hal tersebut menjadikan para pelaku internal harus saling menjaga dan berbagi pengetahuan satu sama lain. Seperti halnya optimasi bahan baku, inovasi produk,

target pasar, cara pemasaran, serta kebutuhan-kebutuhan pelanggan, merupakan beberapa contoh pengetahuan yang perlu dibagi kepada sesama para pelaku internal UMKM (Zuliyati, 2013).

Dalam menyikapi masalah ini, usaha yang dapat dilakukan guna meningkatkan kualitas penguasaan pengetahuan adalah dengan cara menerapkan pola *knowledge management*. *Knowledge management* atau manajemen pengetahuan bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan memperbaiki komunikasi yang terjadi antara

seluruh bagian perusahaan dan meningkatkan penguasaan pengetahuan dengan jalan berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* (Santoso, 2014).

Knowledge sharing merupakan aktivitas yang dilakukan untuk membagi pengetahuan yang dimiliki karyawan di dalam perusahaan baik yang berupa *tacit* maupun *explicit* sehingga membantu penyelesaian pekerjaan di perusahaan (Herlina, 2018). *Knowledge sharing* diharapkan mampu mendorong kemampuan sumber daya manusia untuk melakukan inovasi dan selanjutnya dapat menemukan ide-ide usaha yang kreatif (Rahab, 2011). Hal ini mengisyaratkan bahwa *knowledge sharing* merupakan sebuah kebutuhan bagi setiap organisasi.

Pola *knowledge management* dapat menjadi sebuah solusi untuk meningkatkan penguasaan pengetahuan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hal ini didukung karena UMKM memiliki struktur organisasi yang sederhana, bersifat *flat* serta tidak kompleks, yang akan memfasilitasi perubahan inisiatif diantara anggota organisasi karena integrasi fungsional baik secara horizontal maupun vertikal menjadi lebih mudah dicapai. Wong and Aspinwall (2004) dalam (Astuti, 2017).

Selain itu, terdapat peluang penerapan konsep *knowledge management* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam artian tidak hanya dapat diterapkan pada perusahaan besar saja, hal ini karena: (1) Implikasi pengambilan keputusan pada UMKM tersentralisasi dan memiliki lebih sedikit jenjang manajemen. Hal ini berarti pengambilan keputusan dapat lebih cepat dibanding organisasi besar; (2) UMKM cenderung memiliki budaya yang natural dan mengalir apa adanya dibanding organisasi besar, sehingga lebih mudah dalam melakukan perubahan dan mengimplementasikan *knowledge management*. Ghobadian and Galler (1997) dalam (Astuti, 2017).

CV. Laksana Three Karya yang lebih dikenal dengan sebutan UMKM Tenun Lidi ini sudah sejak lama berdiri dan dikenal dilingkungan Kabupaten Ciamis. Dalam perjalannya, pada tahun 2015-2016 UMKM ini pernah memasok pasar luar Negeri yakni Eropa dan Belanda. Akan tetapi, dengan berbagai kondisi permodalan dan pemasaran, semenjak tahun 2017 hingga sekarang, kerajinan tangan ini hanya dipasok dan dipasarkan ke sejumlah Kota besar saja seperti Bandung, Jakarta dan beberapa kota di Jawa Tengah serta Yogyakarta.

Menurut informasi awal yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik CV. Laksana Three Karya ini yakni Bapak Nurul Huda, bahwa masalah terbesar adalah terkait tidak dapat terpenuhinya pesanan produk, ini disebabkan oleh kurangnya tenaga ahli pembuat kerajinan tenun lidi itu sendiri. Hal ini jelas menjadi masalah, bahwa tidak terdapat langkah regenerasi kemampuan atau pengetahuan produksi kerajinan. Sehingga apabila setelah seorang pekerja tidak bekerja lagi, maka secara otomatis pengetahuan akan berkurang.

Sebagaimana hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Lina, 2017) terhadap pengungkapan masalah pada UMKM, didapati hasil penemuan serta informasi bahwa masalah yang dihadapi saat ini adalah bagaimana para pelaku internal menjaga keberlangsungan UMKM bila diperhatikan mereka memiliki perbedaan latar belakang dan pengetahuan, sehingga membuat mereka harus saling berbagi pengetahuan untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Dalam hal ini, diperlukan adanya suatu pola *knowledge management* yang baik dan tepat pada CV. Laksana Three Karya agar pengetahuan tidak hilang ketika sumber daya manusia ahlinya hilang. Sehingga pekerjaan-pekerjaan yang memerlukan pengetahuan dan kemampuan khusus dapat tetap terpelihara dengan baik.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah disampaikan, maka masalah yang akan diteliti meliputi: 1) Bagaimana karakteristik *knowledge management* pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya?; 2) Bagaimana karakteristik industri kreatif pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya?; 3) Bagaimana pola *knowledge management* pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya?

2. METODOLOGI

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018:2). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dimana peneliti berusaha untuk mendeskripsikan temuan-temuan dan masalah-masalah yang ada pada objek penelitian melalui studi kasus untuk selanjutnya mengkuantitatifkan masalah yang ada dan menghadirkan solusi atas permasalahan yang terjadi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari observasi langsung dan wawancara. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan teknik observasi, selanjutnya digunakan pula teknik wawancara, selain itu didukung pula dengan studi kepustakaan dan triangulasi.

Teknik analisis data yang dilaksanakan meliputi: (1) Menganalisis secara deskriptif karakteristik industri kreatif pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya; (2) Menganalisis secara deskriptif karakteristik *knowledge management* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya; dan (3) Menganalisis secara deskriptif pola *knowledge management* pada

UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya. Adapun tahapan pelaksanaan analisis data dilakukan secara sistematis meliputi: (1) *Data Reduction* (Reduksi Data); (2) *Data Display* (Penyajian Data) dan (3) *Conclusion Drawing* (Verifikasi).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Karakteristik Knowledge Management pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya*

Karakteristik *knowledge management* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya meliputi:

1. *Knowledge Discovering (Penemuan Pengetahuan)*

Pada proses penemuan pengetahuan, yang dilakukan oleh para pengrajin di CV. Laksana Three Karya ini kebanyakan berasal dari pengamatan yang dilakukan oleh pengrajin melalui beberapa cara mereka. Pemilik tenun lidi sendiri awalnya melakukan penemuan melalui pengamatannya pada keikutsertaan dalam beberapa pelatihan. Beberapa pengrajin melakukan pengamatan awal sejak mereka kecil dengan mengamati orang tua mereka membuat kerajinan. Pengrajin lainnya melakukan pengamatan dari pengalaman mereka dalam mengikuti berbagai pameran kerajinan serta pengalaman mereka dalam mengikuti pelatihan kerajinan yang dilaksanakan oleh dinas atau pemerintah.

Pada CV. Laksana Three Karya *knowledge discovering* dimungkinkan untuk berkesinambungan selama berjalannya kegiatan usaha, hal ini karena penemuan akan pengetahuan baru akan selalau didapatkan ketika pemilik ataupun pengrajin mendapatkan pengetahuan baru baik dari dalam maupun dari luar faktor usaha. Hal ini yang diungkapkan oleh manajer produksi CV. Laksana Three Karya bahwa penemuan pengetahuan terkait produk kerajinan dapat diperoleh dari mana

saja tetapi yang utama dari pengalaman mencoba karena dengan sering mencoba akan terbiasa dan mengasah kemampuan baru.

2. *Knowledge Capturing (Penangkapan Pengetahuan)*

Setelah melakukan proses penemuan pengetahuan, proses selanjutnya pada manajemen pengetahuan (*knowledge management*) adalah melakukan penangkapan pengetahuan (*knowledge capturing*), pada proses ini para pengrajin di CV. Laksana Three Karya mempelajari apa saja yang mereka temukan dari apa yang mereka lihat dan amati sebelumnya. Pada proses *knowledge capturing* yang biasa terjadi adalah ketika seseorang telah menemukan pengetahuan maka mereka menangkap pengetahuan tersebut.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan ditemukan bahwa beberapa pengrajin di CV. Laksana Three Karya menangkap pengetahuan tata cara membuat kerajinan yang paling pertama adalah dari orang tua mereka sejak mereka kecil mereka sudah menangkap pengetahuan bagaimana orang tua mereka membuat kerajinan dari lidi. Selanjutnya ketika mereka mulai tertarik untuk menjadi pengrajin mereka mengembangkan sendiri kemampuan mereka dengan menangkap pengetahuan dari berbagai kegiatan seperti mengunjungi pameran dan mengikuti berbagai kegiatan pelatihan.

Beberapa pengrajin awalnya tertarik membuat produk kerajinan, dari ketertarikan itu timbul hasrat untuk mencoba. Setelah mereka mencoba dan mengalami kegagalan tetapi mereka tidak menyerah hingga akhirnya bisa sampai sekarang. Hal ini menggambarkan bahwa terdapat *tacit knowledge* dimana sumber pengetahuan ditangkap dari pengalaman melihat orang tua dan *explicit knowledge* dimana sumber pengetahuan ditangkap dari berbagai pelatihan yang diberikan oleh pengrajin lain.

3. *Knowledge Applying (Penerapan Pengetahuan)*

Tahap penerapan pengetahuan (*knowledge applying*) merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk menerapkan pengetahuan yang ada agar dapat memperbaiki proses, memperbaiki produk maupun pelayanan yang diberikan sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Penerapan atau pengimplementasian pengetahuan ini biasanya dilakukan setelah seseorang menangkap dan mendapatkan pengetahuan. Hal ini terjadi pada CV. Laksana Three Karya dimana setelah pemilik dan pengrajin menemukan dan menangkap pengetahuan terkait produksi produk kerajinan mereka langsung mengimplementasikan dan mempraktekannya.

Pada CV. Laksana Three Karya ini, setelah para pengrajin mendapatkan dan menangkap pengetahuan terkait tata cara produksi produk kerajinan, mereka langsung mencoba menerapkan apa yang mereka telah pelajari. Meski dari wawancara terhadap informan didapatkan informasi bahwa saat pertama ataupun awal dari tahap penerapan pengetahuan para pengrajin tidak sedikit mendapati kegagalan tetapi mereka tidak menyerah untuk terus mencoba membuat produk kerajinan sampai akhirnya bisa.

Manajer produksi CV. Laksana Three Karya dalam hal ini sebagai pengarah dan penyalur utama pengetahuan terkait cara produksi kerajinan tenun lidi menjadi motor utama penggerak sekaligus menjadi guru pertama kali yang mencontohkan pembuatan kerajinan tenun lidi, untuk selanjutnya penerapan membuat produk kerajinan dipelajari oleh beberapa pengrajin dan disalurkan kepada beberapa pengrajin yang lain.

4. *Knowledge Sharing (Berbagi Pengetahuan)*

Proses ini merupakan kunci dari perputaran pengetahuan pada *knowledge management*,

jika *knowledge sharing* baik maka akan berkembang pula pengetahuan yang ada pada suatu usaha. Proses membagi pengetahuan biasa disebut dengan *knowledge transfer* dimana terdapat dua alat yang dapat digunakan yakni *tacit knowledge* dan *explicit knowledge*. Proses *knowledge transfer* yang terjadi pada CV. Laksana Three Karya bermula dari pemilik yang berperan sebagai guru utama dalam proses usaha. Selanjutnya karyawan atau para pengrajin yang sudah lama berlaku sebagai kaki tangan untuk menyebarkan pengetahuan pada pengrajin baru.

Pemilik usaha membagi pengetahuannya kepada manajer produksi selanjutnya manajer produksi membagikan pengetahuannya kepada para pengrajin lama. Pengrajin lama mentransfer kembali pengetahuan kepada pengrajin baru. Pola ini selalu berulang hingga pengetahuan dapat menghasilkan sebuah produk kerajinan sebagai produksi proses usaha, dalam artian sumber pengetahuan yang ada pada pelaku internal jelas berbeda-beda.

Pada CV. Laksana Three Karya ini pengalaman dijadikan sumber utama dari penerimaan pengetahuan baru, dimana pengrajin yang sudah lebih lama mengetahui proses produksi dapat dengan mudah mengajak pengrajin baru untuk ikut serta memproduksi produk kerajinan bersama-sama. Pola seperti ini secara langsung membentuk kombinasi antara *tacit* dan *explicit knowledge* hal ini dapat meningkatkan kelancaran proses produksi.

Selanjutnya terjadi komunikasi yang baik sehingga membentuk proses sosialisasi dalam penyebaran pengetahuan dilihat dari intensitas pekerja yang dapat berinteraksi dengan pekerja lain pada saat melakukan pekerjaan membuat produk kerajinan. Mereka sebut "*sembal guyon*" menjadi alat bagi para pengrajin untuk melakukan *transfer* pengetahuan dan ilmu antara satu pengrajin dengan pengrajin lain. *Sembal guyon* merupakan serapan bahasa sunda dan

jawa yang artinya sambil bercanda. Dengan mengerjakan pekerjaan sembari bercanda dengan pengrajin lain mereka ungkapkan bahwa pekerjaan menjadi lebih cepat selesai dan pekerjaan tidak terasa berat.

3.2 Karakteristik Industri Kreatif pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya

Karakteristik industri kreatif pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya meliputi:

1. Unsur Utama Adalah Kreatifitas

Dalam hal penyelenggaraan usaha industri kreatif, kreatifitas menjadi hal yang sangat utama dan paling melekat, baik pada jenis produk kerajinan yang dihasilkan, ataupun pada produksi yang dilakukan. Demikian juga pada penyelenggaraan usaha ini sendiri. Pada CV. Laksana Three Karya ini kreatifitas ditampung dan dihargai untuk dapat direalisasikan dan diimplementasi pada usaha.

Selain menitikberatkan pada kreatifitas, faktor inovasi juga merupakan hal yang sangat penting. Pada CV. Laksana Three Karya ini inovasi selalu dilakukan guna mempertahankan posisi kualitas produk agar laku di pasaran. Inovasi yang dilakukan terkait dengan jenis dan variasi produk serta tata cara pemasaran. Dengan demikian kreatifitas dan inovasi pada CV. Laksana Three Karya ini menunjukkan persaingan ekonomi kreatif/ industri kreatif yang semakin ketat serta berdaya saing.

2. Berbasis Pada Ide dan Gagasan

Ide dan gagasan merupakan modal utama yang harus dimiliki dan dikembangkan pada usaha industri kreatif, begitu juga pada usaha CV. Laksana Three Karya ini yang menitikberatkan pada pemunculan ide-ide baru dan gagasan-gagasan baru untuk lebih mengembangkan kreatifitas dan inovasi pada setiap produk yang dimiliki sehingga

produk kerajinan yang dihasilkan memiliki ciri khas yang dikenal oleh masyarakat.

Untuk mendorong ide-ide kreatif dan gagasan baru pada CV. Laksana Three Karya menanamkan pendekatan *one day one sample* (satu hari satu sampel) dimana setiap pengrajin diusahakan agar dapat menciptakan satu produk baru dalam satu hari yang diperintahkan oleh pemilik CV. Laksana Three Karya ini, hal ini dimaksudkan agar mendorong penciptaan ide produk baru sehingga dapat bertahan dipasaran.

3. Kegiatan Usaha Fkelsibel dan Sesuai dengan Realitas

Kegiatan usaha pada CV. Laksana Three Karya sangat fleksibel. Nyatanya sebuah industri kreatif kerap tidak dapat dipastikan produktifitas usahanya sehingga pada saat pesanan kurang para pengrajin harus mencari pekerjaan sampingan yang dapat menghasilkan. Pada usaha CV. Laksana Three Karya ini sebagai industri kreatif yang berada di kelas menengah membebaskan para karyawan atau pekerja atau pengrajin untuk dapat menjalankan pekerjaan diluar sebagai pengrajin. Hal ini dapat dilakukan selagi pekerjaan membuat kerajinan sedang tidak produktif.

Selain itu jenis produk dan usaha yang diselenggarakan adalah sesuai dengan realitas, maksudnya selain produk kerajinan dapat dinikmati keindahannya dan keunikannya, produk-produk kerajinan yang dihasilkan oleh para pengrajin di CV. Laksana Three Karya ini juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Sebagai industri kreatif, CV. Laksana Three Karya memproduksi berbagai macam produk kerajinan bernilai guna sehingga selain dapat dinikmati keindahannya juga dapat dipergunakan dan dimanfaatkan dalam menunjang proses kegiatan manusia dalam kehidupan sehari-hari.

4. Jenis Produk Banyak dan Mudah Ditiru

Sebagai industri kreatif dituntut untuk menciptakan produk yang bervariasi agar konsumen dapat melakukan penyesuaian terhadap selera karena setiap manusia memiliki rasa dan ketertarikan yang berbeda-beda. Jenis produk pada industri kreatif sangat bervariasi dan mudah ditiru. Hal ini memungkinkan untuk munculnya usaha-usaha industri baru. Disini letak kreatifitas dan inovasi dipertaruhkan karena setiap unit usaha akan berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Pada CV. Laksana Three Karya ini produk yang ada sangat bervariasi, seperti berbagai produk kerajinan dari tenun lidi seperti pot bunga berbagai ukuran, tempat file bebrbagai ukuran, tas berbagai varian, gorden dan taplak meja ada pula produk anyaman lidi seperti piring lidi dengan berbagai jenis dan ukuran. Selain itu juga produk yang merupakan hasil kreasi industri dapat ditiru dengan mudah sebagaimana pada CV. Laksana Three Karya ini.

5. Learning by Doing

Budaya kerja dari masing-masing industri kreatif sangat berbeda beda tergantung lingkungan, bahan baku serta alat. Berbeda jenis UMKM beda pula budaya kerja yang ada, begitu pula ketika berbeda subsektor industri maka berbeda pula budaya yang diterapkan dalam bekerja. Akan tetapi dari kebanyakan industri kreatif melakukan pekerjaan sambil belajar atau belajar sambil bekerja. Artinya pada saat melakukan pekerjaan membuat kerajinan dimungkinkan terjadi kesalahan untuk selanjutnya dapat dijadikan pelajaran.

Proses *learning by doing* merupakan hal yang paling mencolok pada industri kreatif terutama subsektor kerajinan karena suatu produk kerajinan dapat berubah ide atau bentuk dari konsep hingga hasil akhir tergantung kesediaan setiap pengrajin dalam mengerjakan kerajinan itu sendiri. Pada CV.

Laksana Three Karya ini, proses saat membuat kerajinan sekaligus dijadikan sebagai sumber pembelajaran pengetahuan baru terutama bagi pekerja pengrajin baru y pada CV. Laksana Three Karya ini.

3.3 Pola Knowledge Management pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya

Pola *knowledge management* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya meliputi pola kombinasi antara proses *knowledge management* meliputi *knowledge*, *knowledge capturing*, *knowledge applying* serta *knowledge sharing* yang terjadi secara sederhana dilapangan dengan desain dari *knowledge transfer* sesuai dengan SECI model yang digagasa oleh Nonaka dan Takeuchi (1995).

Pada tahap *knowledge discovering* merupakan tahapan penemuan pengetahuan dimana pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya ini pemilik sebagai orang yang pertama kali menemukan pengetahuan dari pengamatan yang dilakukannya terhadap suatu pengalaman melalui ikut serta pada pelatihan pembuatan produk kerajinan di berbagai tempat dan pelatihan perintisan usaha skala mikro kecil dan menengah.

Pada tahap *knowledge capturing*, penemuan pengetahuan sebagai awal mula munculnya pengetahuan baru ditindaklanjuti dengan kesungguhan untuk mempelajarinya, dimana pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya ini berbagai penemuan pengetahuan dipelajari bersama-sama. Dari berbagai penemuan pengetahuan terkait tata cara produksi produk kerajinan, proses usaha, permodalan dan pemasaran produk kerajinan secara otomatis menjadikannya dapat menangkap pengetahuan tersebut.

Tahap selanjutnya adalah *knowledge applying* dimana pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya ini

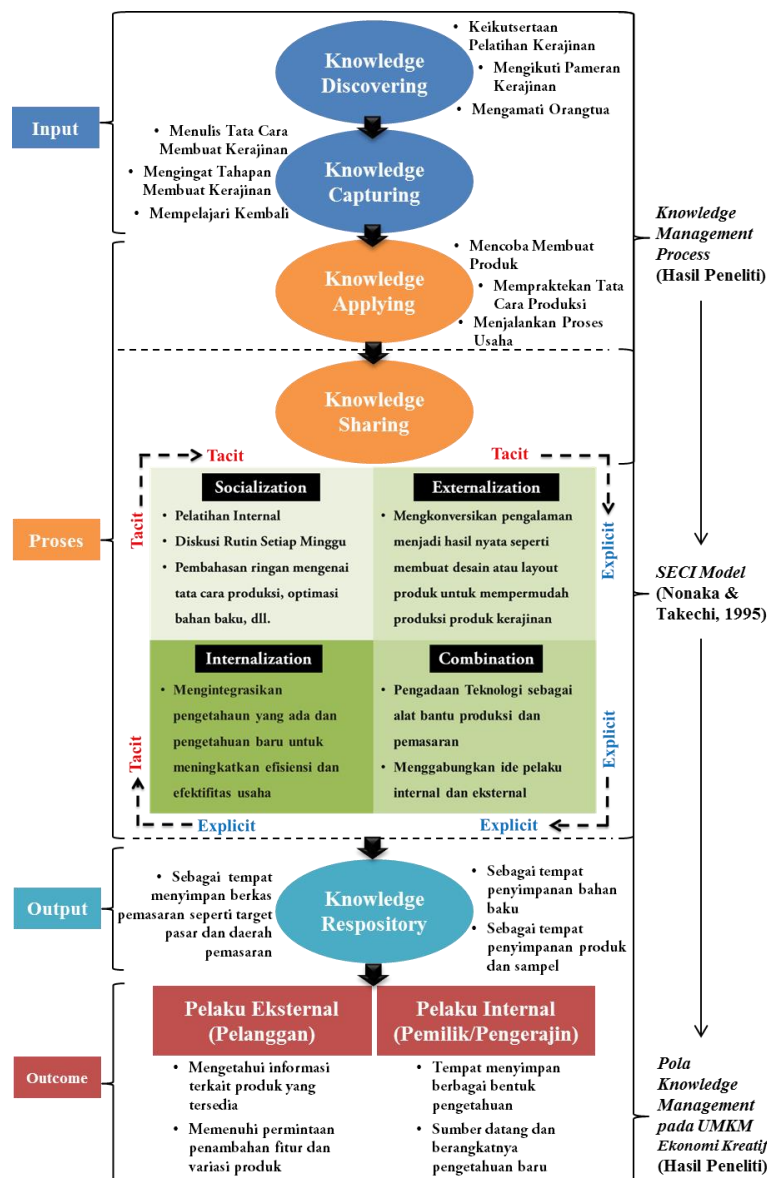
pengetahuan yang terkumpul dan telah dipelajari selanjutnya dicoba dan diaplikasikan dengan berbagai cara praktek. Pemilik sebagai guru awal yang terlebih dahulu menemukan dan menangkap kemudian mengaplikasikan dan mulai membentuk usaha industri kreatif dengan mencoba dan membuat terlebih dahulu inovasi dari produk yang telah ada hingga selanjutnya dengan pengalaman melakukan percobaan dan pengaplikasian timbul produk-produk kreatif baru yang dapat diciptakan sendiri, sehingga usaha semakin berkembang dan mendorong untuk selanjutnya dapat berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing*.

Pada tahap proses *knowledge sharing* terdapat pola *transfer knowledge* seperti yang digagas oleh Nonaka dan Takeuchi pada Tahun 1995, dimana tahapan tersebut meliputi *socialization* (sosialisasi), *externalization* (eksternalisasi), *combination* (kombinasi), dan *internalization* (internalisasi). Pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya bentuk *Socialization* meliputi pelatihan internal, diskusi rutin mingguan mengenai pengetahuan produksi, optimasi bahan baku dan inovasi produk, target dan cara pemasaran. *Externalization*, meliputi pengkonversian pengalaman menjadi hasil nyata seperti desain atau layout produk untuk mempermudah proses produksi. *Combination*, meliputi pengadaan teknologi sebagai alat bantu serta penggabungan ide pelaku internal dan eksternal. Sedangkan *Internalization*, meliputi pengintegrasian pengetahuan yang ada dan pengetahuan baru untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha.

Pola ini menghasilkan *knowledge respository* yang merupakan tempat menyimpan dan mengambil pengetahuan eksplisit (Dalkir, 2005). *Knowledge respository* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya dijadikan sebagai tempat *knowledge asset* yang meliputi

kumpulan berbagai pengetahuan mengenai bahan baku, produk, pemasaran dan pelanggan yang dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan pelaku internal dan pelaku eksternal. Bagi pelaku internal, tempat ini merupakan sumber dan berangkatnya pengetahuan baru, sedangkan bagi pelaku eksternal atau pelanggan, tempat ini dijadikan sumber informasi produk yang tersedia dan memenuhi permintaan penambahan fitur produk dan variasi produk.

Pola *Knowledge Management* dapat digambarkan pada UMKM Ekonomi Kreatif CV. Laksana Three Karya setelah melakukan penelitian ini, meski telah dapat diambarkan pola *knowledge management*, pola ini masih umum dan membutuhkan penelitian lebih lanjut sehingga dapat diterapkan pada ekonomi kreatif atau industri kreatif khususnya subsektor kerajinan. Pola *knowledge management* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Pola *Knowledge Management* pada CV. Laksana Three Karya

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, adapun simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik *knowledge management* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya didasarkan pada temuan proses *knowledge management* yang secara sederhana terjadi dilapangan yang mana dapat disusun menjadi sebuah tahapan proses *knowledge management* seperti: (1) *Knowledge Discovering*, meliputi penemuan pengetahuan yang bersumber dari berbagai pengamatan terhadap latar belakang dan pengalaman pengrajin; (2) *Knowledge Capturing*, yakni pengetahuan yang ada dipelajari dan dijaga dengan baik sebagai tindak lanjut dari proses penemuan pengetahuan; (3) *Knowledge Applying*, seperti percobaan pengaplikasian pengetahuan sebagai langkah awal pengimplementasian pengetahuan dan usaha; dan (4) *Knowledge Sharing*, yakni terjadi transfer pengetahuan yang meliputi proses sosialisasi, eksternalisasi, kombinasai dan internalisasi pengetahuan.
2. Karakteristik industri kreatif pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya dapat dilihat dari proses usaha ekonomi kreatif yang dilakukan dalam hal ini subsektor kerajinan seperti: (1) Unsur utama yang paling melekat dalam menjalankan bisnis adalah berskala pada kreatifitas sebagai postur utama untuk menciptakan produk berdaya saing; (2) Berbasis pada ide dan gagasan dimana ide-ide dan gagasan-gagasan baru yang *fresh* menjadi modal utama dalam melakukan inovasi pada produk-produk baru; (3) Kegiatan usaha yang dijalankan sangat fleksibel dan sesuai dengan realitas, maksudnya kegiatan usaha memberikan ruang kepada para pengrajin untuk melakukan

kegiatan diluar pekerjaan sebagai pengrajin; (4) Jenis produk banyak dan mudah ditiru, hal ini merupakan ciri yang melekat dengan industri kriya dimana mudah ditiru dalam artian dapat dipelajari; (5) Budaya kerja yang sederhana sehingga memungkinkan mengambil pembelajaran dari setiap proses melakukan pekerjaan atau *learning by doing*.

3. Pola *knowledge management* pada UMKM ekonomi kreatif CV. Laksana Three Karya meliputi proses kombinasi antara proses *knowledge management* yang terjadi secara sederhana dilapangan dengan desain *knowledge transfer* sesuai dengan SECI model. *Knowledge management* yang terjadi meliputi tahapan *knowledge discovering*, *knowledge capturing*, *knowledge applying* serta *knowledge sharing*. Pada proses *knowledge sharing* terdapat pola *transfer knowledge* seperti *Socialization* meliputi pelatihan internal, diskusi rutin mingguan mengenai pengetahuan produksi. *Externalization*, meliputi pengkonversian pengalaman menjadi hasil nyata seperti desain atau layout produk untuk mempermudah produksi. *Combination*, meliputi pengadaan teknologi serta penggabungan ide pelaku internal dan eksternal. Sedangkan *Internalization*, meliputi pengintegrasian pengetahuan dan pengetahuan baru. Proses ini menghasilkan *knowledge respository* sebagai tempat menyimpan *knowledge asset* yang dapat menampung pengetahuan bagi pelaku internal dan eksternal guna meningkatkan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, P. D., (2017). *Implementasi Knowledge Management Pada Usaha Kecil Menengah: Perspektif Critical*

- Succes Factor (CSF)*. International Journal of Operations and Production Management.
- Hasan, A., (2013). *Identifikasi Dan Klasifikasi UKM*. Perjanjian No: III/LPPM/2013-03/41-P.
- Herlina, E., Syarifudin, D., & Mulyatini, N., (2018). *Knowledge Transfer Dalam Konteks Spatial Creative Economy Untuk Mengurangi Kemiskinan Perdesaan di Kabupaten Ciamis*. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 273-282.
- Iskandar, A., (2018). *Pengaruh Personal Knowledge, Job Procedure Dan Technology Terhadap Kinerja Pegawai Organisasi Publik*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*.
- K. Dalkir., (2005). *Knowledge Management in Theory and Practice*. Elsevier, pp.339,
- Kusumadmo, E., (2013). *Manajemen Strategik Pengetahuan*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Lina, T. N., (2017). *Penerapan Framework Knowledge Management Pada Ukm Kulit Pari Yogyakarta*. Prosiding Seminar Nasional Geotik
- Sugiyono, (2018). *METODE PENELITIAN (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Tubagus, Ismail, (2014). *Interactive Control System Dan Strategi Untuk Meningkatkan Pembelajaran Internal Studi Kasus Pada Industri Kreatif*. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 10, Nomor 1, Maret 2014,1-14
- _____, Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).