organizing knowledge in the

**Ganesh Bhatt**

knowledge development cycle

* **Konsep Pengetahuan dalam Organisasi**
* Pengetahuan adalah makna atau arti yang dibuat oleh pikiran manusia (*meaning made by the mind*). Melalui arti, informasi menemukan nyawa dan menjadi pengetahuan.
* Perbedaan antara informasi dan pengetahuan yaitu

|  |  |
| --- | --- |
| **Informasi** | **Pengetahuan** |
| Belum terorganisasi (acak) | Sudah terorganisasi |

* Pengetahuan bergantung pada konteks, karena “makna” diinterpretasikan berdasarkan referensi pada suatu paradigma
* Dalam siklus pengembangan pengetahuan terdapat empat fase, yaitu

1. Penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*)

* Penciptaan pengetahuan bukan hal yang sistematis, tetapi tumbuh berkelanjutan dan menjadi kenyataan.
* Proses penciptaan pengetahuan dievaluasi berdasarkan keasliannya dan memiliki kemampuan adaptif untuk memberikan solusi atas masalah di konteks yang berbeda.
* Pengetahuan organisasi tidak setara pengetahuan individu, sehingga fase distribusi pengetahuan dan peninjauan & revisi pengetahuan menjadi hal yang krusial dalam konversi pengetahuan individu menjadi pengetahuan organisasi
* Pengetahuan individu apabila tidak dibagikan maka akan memiliki sedikit pengaruh dalam dasar pengetahuan organisasi

1. Adopsi pengetahuan (*knowledge adoption*)

* Karena penciptaan pengetahuan cukup sulit dilakukan, maka firma memperoleh pengetahuan dari sumber lain dan mengadopsinya.
* Adopsi pengetahuan dapat menimbulkan difusi pengetahuan karena, terkadang firma menggunakan adopsi pengetahuan dengan tujuan atau cara tertentu.
* Dilihat dari sudut pandang bisnis, strategi adopsi pengetahuan terdiri dari tiga, yaitu

-Imitasi: dilakukan apabila pasar cenderung berorientasi pada *style*

-Replikasi: menduplikasi pengalaman seseorang dalam suatu situasi

-Subtitusi: menawarkan produk alternatif dengan fungsi yang sama

1. Distribusi pengetahuan (*knowledge distribution*)

* Apabila stuktur organisasinya berdasarkan sistem tradisional, maka distribusinya lebih menguntungkan karena dapat mengurangi kesimpangsiuran, namun sistem ini kurang fleksibel.
* Apabila berdasarkan kepercayaan dan kooperasi, distribusi pengetahuan akan lebih cepat, terpercaya, dan konsekuen.
* Firma harus menciptakan lingkungan yang membuat konversi pengetahuan tersirat dan pengetahuan tersurat lebih mudah.

1. Peninjauan dan revisi pengetahuan (*knowledge review and revision*)

* Firma harus mempromosikan pandangan yang beragam dalam menawarkan kesempatan yang cukup untuk belajar dan menciptakan penemuan baru lewat eksperimen dan lintas perdebatan fungsional.
* Akses ke distribusi informasi di antara anggota organisasi terbukti membawa perspektif baru rutinitas organisasi.
* Tantangan bagi organisasi adalah menciptakan lingkungan yang menuntut dan memungkinkan pembuatan dan pemrosesan informasi secara terus-menerus.
* Ketika individu menjadi bagian dari organisasi, maka individu dan organisasi mulai berbagi pengetahuan untuk meningkatkan basis pengetahuan masing-masing.
* Integrasi antara individu dan organisasi tidak hanya meningkatkan kemampuan belajar organisasi, tetapi juga pengetahuan organisasi.
* **Strategi Pengorganisasian Pengetahuan dalam Siklus Pengembangan Pengetahuan**

Dalam mengorganisasi pengetahuan diperlukan strategi dalam tiap fase pada siklusnya, yaitu

1. Strategi pada fase penciptaan

- Penyelidikan dan pembelajaran (*probe and learn*)

Penyelidikan dan pembelajaran adalah proses berulang yang fokus pada langkah-langkah berurutan untuk mencapai keberhasilan akhir. Masing-masing proses dalam penyelidikan menjadi kesempatan untuk menyempurnakan pikiran. Proses penciptaan pengetahuan terdiri dari enam struktur, yaitu

1. menemukan ide
2. seleksi ide
3. pemilihan ide
4. pengembangan ide
5. menguji ide
6. *Comercial launch*

- Konsistensi pengetahuan (*knowledge consistency*)

Konsistensi pengetahuan dibutuhkan sebagai instrumen untuk menunjang pandangan umum dari referensi untuk mengevaluasi kemampuan suatu pengetahuan untuk diaplikasikan di konteks yang berbeda.

1. Strategi pada fase adopsi

- Pengetahuan dapat dipakai kembali (*knowledge reusability*)

Dalam fase ini firma mencari cara efektif untuk mengkategorikan, menyimpan, dan mengatalogkan pengetahuan agar mudah dicari kembali.

- Pengetahuan valid (*knowledge validity*)

Validitas pengetahuan mengacu pada perluasan dasar pengetahuan yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai solusi dari suatu masalah.

1. Strategi pada fase distribusi

- Memahami dasar pengetahuan (*understand knowledge fundamentals*)

Pengetahuan individu berbeda dengan pengetahuan organisasi. Pengetahuan individu perlu didistribusukan dan dibagikan melalui firma. Dengan kata lain, firma memulai untuk menemukan kembali pengetahuan berdasarkan dasar dasarkan pengetahuan.

- Pemilihan media (*media selection*)

Teori kekayaan media oleh Daft and Lengel (1986) menyatakan bahwa apabila pengetahuan yang disampaikan bersifat kompleks maka, media yang digunakan harus kompleks untuk menangani kompleksitas dari pengetahuan tersebut. Dengan demikian struktur, organisasi, dan format berubah mengikuti efektifitas dari distribusi pengetahuan.

1. Strategi pada fase peninjauan dan revisi

- Menafsirkan kembali dasar pengetahuan (*reinterpret knowledge-base*)

Menafsir dan merevisi pengetahuan berarti membuat pengetahuan itu lebih aktif dan relevan untuk perusahaan dalam membuat nilai

- Tim yang mengelola dirinya sendiri (*self-managed team*)

Tim yang dapat mengelolah dirinya sendiri dalam suatu firma dan rencana yang bersifat kolaboratif menyediakan banyak kesempatan mengatur proses peninjauan pengetahuan.

* **Kesimpulan**

Siklus pengembangan pengetahuan dalam suatu organisasi terdiri dari

1. penciptaan pengetahuan
2. adopsi pengetahuan
3. distribusi pengetahuan
4. tinjauan dan revisi pengetahuan.

Pada saat penciptaan, perusahaan harus menyediakan beberapa kesempatan untuk melakukan eksperimen yang direncanakan dan tidak untuk mempelajari ketidakpastian, ketidakstabilan (*unstable*), keacakan, dan kekacauan. Pada saat adopsi, perusahaan harus memperoleh dan menstandardisasi objek pengetahuan spesifik, modul, praktik, dan proses. Dalam penerapan strategi distribusi, perusahaan harus memastikan bahwa setiap anggota memiliki kesetaraan, kesempatan untuk mengakses, serta mengambil dan berbagi pengetahuan di dalam perusahaan.

Dalam peninjauan dan revisi, sebuah perusahaan harus mempromosikan pandangan yang beragam untuk menawarkan kesempatan yang cukup untuk belajar menilai ulang dan menyempurnakan nilai-nilai yang kurang dalam memperoleh pengetahuan.