



PENDAHULUAN

- *Built it and they will come*
- *Technology will replace face-to-face*
- *Change the organizational culture to learn*

Lingkungan budaya organisasi berpengaruh dalam menentukan implementasi KM

BUDAYA

- Budaya → hal yang mendasari nilai, kepercayaan, dan kode etik yang menjadikan masyarakat/komunitas begitu adanya
- Budaya adalah fenomena kehidupan aktif yang diciptakan manusia bersama dan menciptakan ulang dunia tempat mereka hidup (Morgan, 1977)
- Budaya berifat subyektif

BUDAYA ORGANISASI (BO)

Adalah pola asumsi dasar –diciptakan, ditemukan, atau dikembangkan oleh kelompok untuk belajar mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal- yang telah berfungsi baik dan dianggap valid untuk diajarkan kepada anggota baru sebagai jalan terbaik untuk menerima, berpikir, dan merasakan dalam kaitannya dengan masalah tersebut (Schein, 1999)

→ *The way we do things around here*

ELEMEN KUNCI BO

- Nilai lisan dan tertulis
- Harapan eksplisit dan implisit perilaku anggotanya
- Adat dan ritual
- Kisah dan mitologi sejarah kelompok
- *Shop talk* – bahasa digunakan dalam kelompok
- *Climate* – perasaan ditimbulkan karena interaksi dengan orang lain/lingkungan
- Metafora dan simbol

BO DALAM KONTEKS BISNIS

- Dianggap sebagai sikap dimana organisasi menyelesaikan masalah untuk mencapai tujuan spesifiknya dan untuk memeliharanya sepanjang waktu
- Bersifat holistik, terbukti oleh sejarah, dikonstruksi secara sosial, dan sulit untuk diubah

JENIS BUDAYA

1. Budaya *communal*
→ Memberikan rasa memiliki bagi anggota
2. Budaya *networked*
→ Anggota diperlakukan sebagai teman dan keluarga
3. Budaya *mercenary*
→ Fokus langsung pada tujuan
4. Budaya *fragmented*
→ Rasa memiliki sangat rendah

BUDAYA SEBAGAI FONDASI KM

- Budaya corporate adalah komponen kunci untuk menjamin pengetahuan dan informasi kritikal mengalir dalam organisasi
- Budaya berbagi pengetahuan dibangun atas dasar kepercayaan
- Sistem komunikasi merupakan sarana penyebaran budaya

BUDAYA BERBAGI PENGETAHUAN

Adalah budaya dimana berbagi pengetahuan dianggap sebagai norma, bukan pengecualian, dimana orang didorong untuk bekerja sama, berkolaborasi dan berbagi, dan mereka yang melakukannya akan diberikan *reward*, dst.

Knowledge is power → Sharing knowledge is more powerful



KARAKTERISTIK LINGKUNGAN BUDAYA BERBAGI PENGETAHUAN

- Struktur *reward* (penghargaan)
- Keterbukaan dan transparansi
- Pendukung sharing – komunikasi dan kordinasi antar kelompok
- *Trust* (kepercayaan)
- Dukungan manajemen puncak



TANSFORMASI BUDAYA

1. Orang melihat pemimpin untuk mengetahui apa yang penting dalam organisasi
2. Budaya disebarluaskan melalui cerita dan mitos
3. Dalam situasi krisis, pemimpin menunjukkan nilai dan asumsi
4. Sistem reward dapat memperlihatkan apa yang dianggap penting
5. Keputusan penting juga dapat memperlihatkan pentingnya nilai tertentu
6. Pemimpin mengkomunikasikan pentingnya nilai melalui apa yang mereka puji dan kritik

MENCIPTAKAN BO BERBAGI PENGETAHUAN

- Jurnalisme pengetahuan memulai interview orang-orang kunci untuk dokumentasi
- Melaksanakan kumpul-bersama KM – sarapan, makan siang, informal meeting, dll
- Membuat newsletter untuk publikasi inisiatif KM
- Menjalankan proyek pilot KM – intranet, dll
- Mendesain ulang ruang kerja yang memungkinkan tempat berkumpul
- Mengubah kriteria evaluasi kinerja yang mengacu pada kompetensi berbagi pengetahuan

