

ABSTRAK

Knowledge menjadi salah satu aset yang paling berharga pada perusahaan dan berperan penting dalam ketatnya persaingan di mana perusahaan harus memperhatikan *knowledge* yang ada di lingkungan internal maupun eksternal agar mampu menguasai pangsa pasar dan dapat mempertahankannya. Perusahaan yang telah menerapkan *knowledge management system* dalam praktek manajemen perusahaannya adalah PT. Telkom. Dilaksanakannya penerapan *knowledge management system*, PT. Telkom perlu mengevaluasi *knowledge management* yang selama ini dilaksanakan untuk mengetahui nilai dan manfaat yang ditimbulkan.

Proses evaluasi yang pernah dilakukan PT. Telkom adalah survei terhadap implementasi *knowledge management system* tanpa mengukur kesesuaiannya terhadap visi dan misi *knowledge management*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pengukuran kinerja *knowledge management system* dengan menggunakan metode *knowledge management balanced scorecard* dengan fokus penelitian pada perspektif *customer capital*. Proses pengukuran kinerja *knowledge management system* PT. Telkom diawali dengan penjabaran visi, misi, dan strategi *knowledge management* perusahaan ke dalam sasaran strategis, faktor kunci penentu sukses, dan indikator keberhasilan tiap dimensi *customer capital* yaitu dimensi *enhanced product or service quality*, *creation of more value to customer*, *better customer handling*, dan *customer retention*. Proses selanjutnya yaitu pembobotan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) selanjutnya proses terakhir yaitu pengukuran kinerja *knowledge management system* ditinjau dari perspektif *customer capital*.

Pengukuran kinerja *knowledge management system* PT. Telkom dari perspektif *customer capital* menghasilkan 46 indikator keberhasilan yang berpengaruh terhadap kinerja *knowledge management system* perusahaan. Berdasarkan pembobotan dengan metode AHP didapatkan bahwa dimensi *customer capital* yang memiliki bobot tertinggi adalah dimensi *enhanced product or service quality* (27,91%), kemudian disusul dengan dimensi *creation of more value to customer* (26,86%), dimensi *customer retention* (25,14%), dan terakhir dimensi *better customer handling* (20,11%). Sedangkan nilai kinerja *knowledge management system* perspektif *customer capital* PT. Telkom secara keseluruhan untuk tahun 2010 yaitu 3,529 dengan kategori penilaian Baik.

Penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki kinerja *knowledge management system* PT. Telkom ditinjau dari perspektif *customer capital*. Untuk penelitian selanjutnya, perlu dilakukan penelitian dengan yang menggabungkan hasil dari berbagai perspektif dalam *knowledge management balanced scorecard*.

Kata kunci: *Knowledge Management*, *Customer Capital*, *Knowledge Management Balanced Scorecard*