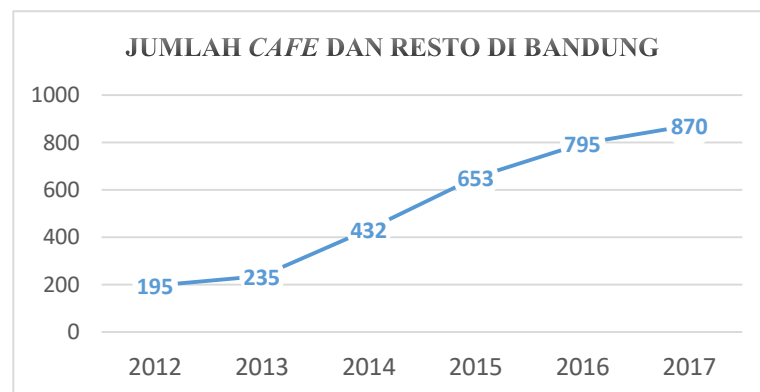


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia berpengaruh pada meluasnya bisnis *coffee shop* di Indonesia yang jumlahnya juga terus bertambah (<https://money.kompas.com/read/2019/07/08/070800926/menyelidik-tren-bisnis-kopi-di-masa-depan?page=all>). Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Bandung mencatat pertumbuhan *café* dan resto yang telah terdaftar pada tahun 2012 hingga tahun 2017 di Kota Bandung seperti pada Gambar 1.2 berikut ini:



Gambar 1. 2 Grafik Pertumbuhan Kafe dan Resto di Bandung

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung (2018)

Meningkatnya usaha *coffee shop* di Kota Bandung saat ini mampu membuat persaingan bisnis antar *coffee shop* semakin ketat sehingga kesadaran untuk menerapkan pendekatan *knowledge management* ke dalam strategi bisnis perlu dilakukan. *Knowledge sharing* merupakan sistem yang memungkinkan perusahaan untuk menyerap pengetahuan, pengalaman, dan kreativitas dari anggotanya untuk memperbaiki kinerja pengetahuan (Sangkala, 2007). Penerapan *knowledge management* dapat membantu perusahaan untuk melakukan *sharing* pengetahuan seputar proses bisnis, masalah-masalah yang terjadi pada setiap unit kerja, pengembangan pengetahuan dari karyawan perusahaan.

Disamping itu suatu organisasi bisnis merupakan sebuah entitas dinamis yang selalu berubah untuk memenuhi misinya dimana struktur organisasi pun ikut berubah dan berkembang (Fahmi, 2013). Faktor dinamis ini menyebabkan

beberapa pihak menyadari tentang bagaimana kemampuan organisasi mereka dalam beradaptasi terhadap perubahan serta kemampuan dalam membuat rencana pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas. Organisasi memerlukan pandangan lebih luas untuk menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki tiap anggotanya merupakan sebuah aset berharga (Azmy, 2015).

Faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis saat ini bukan lagi era informasi, melainkan beralih ke era pengetahuan yang dimiliki tiap anggotanya, maka diperlukan adanya pengelolaan pengetahuan pada organisasi tersebut (Kosasih, 2007). Menyadari dengan semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan serta persaingan global yang semakin ketat, maka perlu perubahan paradigma yang semula mengandalkan *resources-based competitiveness* menjadi *knowledge-based competitiveness*. Pengelolaan pengetahuan yang dimiliki individu dalam sebuah organisasi dapat berjalan dengan adanya interaksi diantara individunya, maka dari itu diperlukan adanya *knowledge sharing* di dalam organisasi. Bagaimanapun pengetahuan terletak pada individu dan diciptakan oleh individu (Andrawina, 2008).

Ketatnya persaingan bisnis antar *coffee shop* saat ini, menuntut usaha-usaha *coffee shop* yang tergolong baru untuk memiliki *competitive advantage* dalam mempertahankan pasarnya termasuk Work Coffee. Work Coffee merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Bandung yang mulai beroperasi pada bulan Februari tahun 2019 dengan memiliki visi untuk mengembangkan skena kopi di Bandung. Work Coffee Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang *Food and Beverage* yang berdiri sejak 2017 yang awalnya berlokasi di Jakarta.

Perpindahan lokasi tersebut mengakibatkan terjadinya *employee turnover* pada Work Coffee. Menurut Shancez dan Heene pada tahun 1997 dalam Rumanti (2011) menyatakan bahwa *tacit knowledge* pada suatu organisasi dapat hilang akibat *turnover* anggotanya. Munculnya karyawan baru pada Work Coffee dengan kapabilitas serta latar belakang yang berbeda membuat perlu adanya distribusi pengetahuan mengenai standar operasional dan standarisasi dalam penanganan masalah untuk meningkatkan inovasi dan kinerja karyawan Work Coffee.

Work Coffee memiliki karyawan sebanyak 32 orang. Berdasarkan jumlah karyawan yang ada, hanya terdapat 4 karyawan yang bersifat *full-time* dan sisanya merupakan karyawan *part-time* serta *internship*. Dalam operasinya, Work Coffee mengalami pergantian *shift* kerja yang dapat mengakibatkan berkurangnya waktu antar individu untuk saling berbagi pengetahuan yang dimiliki.

Kurangnya waktu untuk saling bertukar pengetahuan membuat distribusi pengetahuan tidak dapat menyebar secara menyeluruh dan tidak terdokumentasikan. Hal tersebut mengakibatkan apabila terdapat karyawan baru, maka karyawan tersebut harus mempelajari kembali semua standar yang diterapkan Work Coffee dari awal sehingga hal tersebut dapat mengurangi efisiensi karena memperlambat proses operasional.

Menurut Adinegoro dalam wawancara dengan peneliti pada tahun 2019, pada dasarnya setiap barista memiliki pengalaman dan *treatment* yang berbeda dalam menyajikan suatu minuman, sehingga cita rasa pada minuman pun akan berbeda-beda tergantung pada *treatment* yang diberikan oleh baristanya. Dalam menghadapi pergantian pegawai maka tiap usaha *coffee shop* perlu memiliki strategi dalam pemanfaatan *knowledge* yang dimiliki oleh barista. Hal tersebut perlu dilakukan untuk menjaga konsistensi rasa dari minuman kopinya meskipun dari barista yang berbeda.

Berdasarkan data yang diperoleh dari 32 karyawan Work Coffee, terdapat 4 orang karyawan yang menyatakan bahwa tidak mengetahui apa yang rekannya kerjakan dan tidak berbagi pengetahuan dan keterampilan kepada rekan kerja lain. Terdapat 1 karyawan yang menyatakan “Kurang Setuju” dan 1 karyawan menyatakan “Tidak Setuju” terhadap pernyataan “Ketika saya membutuhkan pengetahuan tertentu, saya meminta diajarkan rekan-rekan saya mengenai hal tersebut.”

Dengan ketatnya persaingan bisnis *coffeeshop* saat ini, pemanfaatan pengetahuan yang dimiliki masing-masing individu anggota menjadi sangat penting. Penerapan *knowledge management* serta aktivitas berbagi pengetahuan dapat meningkatkan inovasi perusahaan serta menjadi *competitive advantage* dalam menghadapi persaingan bisnis. Menurut Tobing (2011) terdapat beberapa tantangan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi kompetisi bisnis yaitu kolaborasi,

inovasi, adaptasi, penguasaan teknologi dan pasar serta pengelolaan aset-aset intelektual perusahaan.

Knowledge management merupakan pengelolaan pengetahuan melalui proses yang sistematis dan organisatoris yang ditentukan untuk mengatur berbagi pengetahuan *tacit* maupun *explicit* individu di dalam organisasi untuk meningkatkan nilai bisnis organisasi (Townley, 2001). *Knowledge sharing* merupakan salah satu metode implementasi dari *knowledge management* yang digunakan untuk memungkinkan terjadinya proses berbagi pengetahuan yang dilakukan oleh anggota suatu kelompok, organisasi, instansi atau perusahaan kepada anggota lainnya (Subagyo, 2007). Dalam kondisi saat ini, organisasi biasanya menggunakan media-media seperti diskusi secara berkala, intranet, dan media massa sebagai sarana komunikasi antar sumber daya manusia yang ada di organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan (Nawawi, 2012). *Knowledge sharing* merupakan sebuah pertukaran pengetahuan antar dua individu, satu orang mengkomunikasikan pengetahuan, sedangkan lainnya mengasimilasi pengetahuan tersebut (Jacobson, 2006). *Knowledge sharing* dapat terjadi diantara individual, di dalam dan diantara tim, antara unit organisasi, dan antara organisasi.

Pada dasarnya *knowledge sharing* merupakan prinsip pengorganisasian meletakkan dasar untuk menangkap potensi pengetahuan yang dimiliki dalam sebuah organisasi. *Knowledge sharing* merupakan proses yang penting dalam rangkaian manajemen pengetahuan karena *knowledge sharing* merupakan dasar dan menjadi penghubung antara *knowledge acquisition* dan *knowledge utilization* dan berhubungan langsung dengan individu dan budaya organisasi. Bila *knowledge sharing* dalam suatu perusahaan tidak berjalan dengan baik, maka dapat dikatakan bahwa *knowledge management* dalam perusahaan tersebut tidak berjalan dengan baik (Rudiyanto, 2012).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa terdapat kendala dalam kegiatan *knowledge sharing* pada Work Coffee. Permasalahan yang terdapat antara lain yaitu kurangnya kemampuan dalam berbagi pengetahuan, kurangnya rasa *trust* yang dimiliki karyawan, serta kurangnya pengetahuan yang terkonversikan. Maka dari itu perlu adanya evaluasi terhadap *knowledge sharing* yang ada pada Work

Coffee dan mengadakan program yang mampu mengkonversikan pengetahuan yang dimiliki karyawannya.

Perancangan program *knowledge sharing* bertujuan untuk mengkonversikan *tacit knowledge* menjadi *explicit knowledge* untuk mencegah terjadinya *knowledge loss* yang dapat merugikan perusahaan. Perancangan program *knowledge sharing* juga bertujuan untuk dapat memfasilitasi adanya interaksi sosial untuk meningkatkan *knowledge sharing*.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dapat dirumuskan perumusan masalah yang ingin dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana identifikasi permasalahan *knowledge sharing* pada Work Coffee?
2. Bagaimana usulan program *knowledge sharing* pada Work Coffee?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang terdapat pada uraian sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang terdapat dalam aktivitas *knowledge sharing* pada Work Coffee.
2. Merancang usulan program *knowledge sharing* pada Work Coffee.

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terlibat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi *knowledge sharing* pada Work Coffee.
2. Rancangan usulan program *knowledge sharing* dapat menjadi solusi terhadap permasalahan *knowledge sharing* pada Work Coffee.

I.5 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian berfokus pada karyawan Work Coffee.
2. Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan *knowledge sharing* serta merancang usulan program pada Work Coffee.
3. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini hanya dilakukan selama 1 bulan yaitu pada bulan Agustus-September tahun 2019.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika dari penelitian ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian mengenai pentingnya penerapan *knowledge sharing* hingga tujuan perancangan program *knowledge sharing* pada Work Coffee. Pada bab ini disertakan pula perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur-literatur dan teori-teori relevan yang menjadi referensi utama maupun referensi pendukung dalam penelitian dan kerangka pemikiran peneliti dalam mengidentifikasi dan menganalisis *knowledge sharing* pada Work Coffee.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini untuk dapat menganalisis *knowledge sharing* pada Work Coffee. Tahapan yang dijelaskan pada bab ini dimulai dari tahapan persiapan penelitian, pengumpulan data, serta sistematika pemecahan masalah.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini akan dipaparkan secara singkat mengenai profil objek penelitian ini yaitu Work Coffee. Pada bab ini terdapat pengolahan data yang dilakukan terhadap data yang telah dikumpulkan.

BAB V Analisis

Pada bab ini dijelaskan analisis atas data yang dikumpulkan dan diolah sehingga menjadi strategi yang diterapkan oleh Work Coffee. Pada bab ini juga disertakan hasil analisis identifikasi permasalahan *knowledge sharing* dan usulan program *knowledge sharing* pada Work Coffee.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini merupakan kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan terhadap hasil pengolahan data dan hasil analisa yang telah dilakukan. Pada bab ini juga disertakan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian lanjutnya.