

Analisis Model SECI pada Proses Produksi Raja Ngemil dalam Pengelolaan Pengetahuan (*Knowledge Management*)

Vini Aviolina¹, Fadhil Fahlefi²

^{1,2} Teknik Industri, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

*) Corresponding Author (Email: vini@pelitabangsa.ac.id)

ABSTRACT

Knowledge management has become critical for companies to maintain and improve their competitiveness in globalization and fierce business competition. competitiveness in the era of globalization and intense business competition. The work of Nonaka and Takeuchi, the SECI Model (Socialization, Externalization, Combination, Internalization) model, has been a useful framework for studying the dynamics of knowledge application, sharing, and acquisition within organizations. This study aimed to evaluate the use of the SECI model in the context of knowledge management in the production process of a food company known as the King of Snacking. How the SECI model is integrated in the daily operation's daily operations of the company and how it impacts the innovation and efficiency of the production process. Direct observation, interviews, and analysis of relevant documents were used to conduct the research. relevant documents were used to conduct the research. The research results show that the SECI model greatly helps employees communicate and cooperate, make tacit knowledge into clear knowledge, as well as improve the decision-making process. decision-making process. Implementing the SECI knowledge management model in Raja Ngemil's production process improves operational efficiency and innovation. innovation. In a competitive market, this research helps similar companies understand the importance of implementing the SECI model to improve performance and competitiveness.

Keywords: *Knowledge Management System, SECI Model*

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat dipengaruhi oleh globalisasi karena memberikan tantangan dan peluang. Sistem Manajemen Knowledge (KMS) sangat penting untuk meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM) di era globalisasi (Suyanto et al., 2021) menunjukkan bahwa sistem informasi manajemen dan manajemen pengetahuan memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap kinerja UMKM, yang dimediasi oleh komitmen organisasi. Hal ini



menunjukkan bagaimana KMS sangat penting untuk meningkatkan kinerja UMKM secara keseluruhan. Selain itu, (Grant, 1996) menekankan betapa pentingnya pendekatan berbasis pengetahuan untuk menunjukkan tren organisasi dan inovasi; ini menunjukkan kemampuan KMS untuk mendorong inovasi dan daya saing di UMKM.

Selain itu, seperti yang dibahas oleh (Rosca et al., 2019), integrasi kompetensi global Perusahaan Multinasional (MNE) dan keahlian lokal UMKM menunjukkan kemampuan KMS untuk membantu berkolaborasi dan berbagi pengetahuan antar entitas yang berbeda, yang menghasilkan perekonomian yang lebih besar. Tingkat produktivitas usaha kecil dan menengah (UMKM) dapat meningkat melalui kolaborasi ini, yang memiliki efek sosial yang positif. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Rasheed & Nafiz, 2022) menemukan bahwa penggunaan pemasaran media sosial yang difasilitasi oleh KMS dapat berdampak besar pada kinerja UMKM. Penelitian pada Raja Ngemil menunjukkan peran KMS dalam memanfaatkan KMS untuk pertumbuhan bisnis.

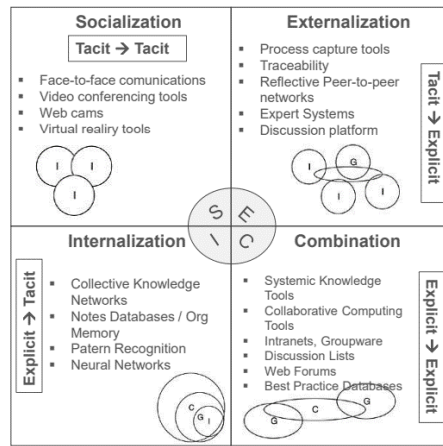
KMS sangat penting selama pandemi COVID-19 untuk mencegah dampak negatif yang terjadi pada UMKM (Abu Jarad et al., 2010; Shafi et al., 2020) menyatakan bahwa bencana alam dan pandemi telah mengganggu rantai pasokan global, yang berdampak buruk pada UMKM, sehingga pentingnya KMS yang efektif untuk membangun ketahanan dan kemampuan beradaptasi. Selain itu, studi yang dilakukan oleh (Sahoo & Ashwani, 2020) mengevaluasi dampak COVID-19 terhadap perekonomian dan menekankan bahwa KMS diperlukan untuk mengendalikan dampak negatif yang mungkin terjadi pada sektor UMKM.

Kesimpulannya, KMS mempunyai dampak besar terhadap UMKM di era globalisasi, berkontribusi terhadap kinerja, ketahanan, dan kemampuan beradaptasi. Dengan memanfaatkan KMS, UMKM dapat meningkatkan daya saing, mendorong inovasi, dan mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi dan gangguan eksternal.

II. TINJAUAN PUSTAKA

LANDASAN TEORI

Model SECI (*Socialization, Externalization, Combination, dan Internalization*) adalah model yang menjelaskan proses pembelajaran dan penciptaan pengetahuan dalam organisasi. Model ini dikembangkan oleh Ikujiro Nonaka dan Hirotaka Takeuchi dalam buku mereka yang berjudul "*The Knowledge-Creating Company*" pada tahun 1995. Pada Gambar 1 merupakan proses model SECI.



Gambar 1 Model SECI

Model SECI terdiri dari empat tahap, yaitu:

- *Socialization* (sosialisasi)

Tahap ini merupakan tahap di mana pengetahuan tacit (pengetahuan yang tidak terstruktur dan sulit dikomunikasikan) ditransfer dari satu orang ke orang lain melalui interaksi langsung. Interaksi ini dapat berupa diskusi, pelatihan, atau praktik kerja.

- *Externalization* (eksternalisasi)

Tahap ini merupakan tahap di mana pengetahuan tacit diubah menjadi pengetahuan eksplisit (pengetahuan yang terstruktur dan mudah dikomunikasikan). Hal ini dapat dilakukan dengan cara menuangkan pengetahuan tacit ke dalam bentuk tulisan, gambar, atau kode.

- *Combination* (kombinasi)

Tahap ini merupakan tahap di mana pengetahuan eksplisit dari berbagai sumber digabungkan untuk menciptakan pengetahuan baru. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan penelitian, pengembangan, atau kolaborasi.

- *Internalization* (internalisasi)

Tahap ini merupakan tahap di mana pengetahuan eksplisit diubah kembali menjadi pengetahuan tacit melalui pembelajaran dan pengalaman. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menerapkan pengetahuan eksplisit dalam pekerjaan, atau melalui pelatihan dan pengembangan.

III. METODE

Dalam penelitian ini, metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami dinamika dan interaksi pengelolaan pengetahuan selama proses produksi Raja Ngemil. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak terkait. Fokus wawancara adalah untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang praktik pengelolaan pengetahuan organisasi.

Observasi langsung juga dilakukan untuk melihat aktivitas sehari-hari di lini produksi Raja Ngemil. Observasi memberikan banyak informasi tentang interaksi karyawan, aliran informasi, dan praktik pengelolaan pengetahuan. Data dari wawancara dan observasi dikumpulkan, direkam, dan kemudian dianalisis untuk menemukan pola-pola dan tema-tema baru yang terkait dengan praktik pengelolaan pengetahuan.

Setelah data dikumpulkan, model *Socialization, Externalization, Combination, dan Internalization* (SECI) digunakan untuk menganalisis Sistem Manajemen Pengetahuan (KMS). SECI dapat menentukan seberapa efektif sistem pengelolaan pengetahuan Raja Ngemil dengan menerapkan gagasan tentang mengubah pengetahuan dari tacit menjadi jelas dan sebaliknya. Diharapkan bahwa hasil analisis ini akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang efisiensi, inovasi, dan daya saing organisasi dalam pengelolaan pengetahuan. Singkatnya, sistem manajemen pengetahuan adalah sistem informasi yang membantu dan mengotomatisasi proses manajemen pengetahuan organisasi. Sistem ini terdiri dari berbagai bagian dan tugas yang memungkinkan akuisisi, penyimpanan, pengambilan, dan berbagi informasi. Pada akhirnya, proses ini menghasilkan peningkatan pengetahuan dan kinerja organisasi. KMS bisa diidentifikasi dengan banyak cara, salah satunya adalah menggunakan model SECI.

Kerangka kerja yang diciptakan oleh Nonaka dan Takeuchi, model SECI, membantu organisasi memahami proses penciptaan dan konversi pengetahuan. Ada empat mode konversi pengetahuan yang dijelaskan oleh model ini, yaitu sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi. Dalam mode sosialisasi, pengetahuan tacit dibagi antara orang-orang, sementara dalam mode eksternalisasi, pengetahuan tacit diubah menjadi ide-ide eksplisit. Dalam mode internalisasi, pengetahuan eksplisit diubah menjadi pengetahuan tacit sehingga orang dapat memahami dan menggunakannya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Raja Ngemil 2020 adalah fenomena kuliner di Indonesia pada tahun 2020. Bermula ketika sebuah video di TikTok yang menampilkan seorang pria sedang memakan basreng pedas menjadi viral dan menarik perhatian banyak orang. Basreng pedas adalah singkatan dari bakso goreng dan adalah jenis bakso yang digoreng dengan bumbu pedas. Biasanya, bumbu pedas yang digunakan adalah cabai rawit, cabai merah, dan bawang putih dengan rasanya yang gurih dan pedas.

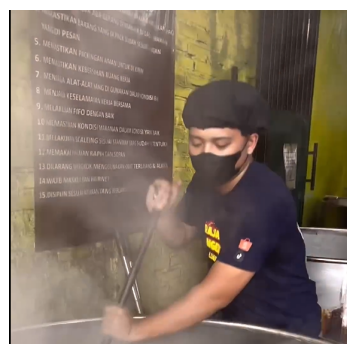
Fenomena Raja Ngemil 2020 ini populer baik di kalangan remaja maupun orang dewasa. Banyak orang mulai mencari dan mencoba basreng pedas, yang menghasilkan peningkatan besar dalam permintaan. Banyak pelaku usaha kuliner yang memanfaatkan fenomena ini untuk menjual basreng pedas. Basreng pedas yang dijual oleh pelaku usaha kuliner ini memiliki berbagai macam varian, mulai dari basreng polos, basreng keju, basreng balado, dan lain-lain. Fenomena Raja Ngemil 2020 ini memberikan dampak positif bagi pelaku usaha kuliner. Banyak pelaku usaha kuliner yang berhasil mendapatkan keuntungan besar dari penjualan basreng pedas.

- *Socialization*

Pada tahap ini, pengetahuan tacit ditransfer kepada karyawan. Pemilik raja ngemil mengadakan pelatihan dan praktik langsung didepan karyawan pada proses pembuatan basreng.



Gambar 1 Proses Penggorengan Basreng



Gambar 2 Proses Pengadukan Basreng

- *Externalization*

Pengetahuan tacit tentang cara membuat basreng pedas mulai diubah menjadi pengetahuan eksplisit. Hal ini dilakukan dengan cara menuangkan pengetahuan tersebut ke dalam bentuk tulisan, gambar, atau kode. Contohnya, pemilik membagikan resep basreng pedas di media sosial. Resep-resep tersebut menjelaskan cara membuat basreng pedas, mulai dari bahan-bahan yang dibutuhkan hingga cara membuatnya.



Gambar 3 Proses Pembuatan Basreng

- *Combination*

Pada tahap ini melakukan pengembangan yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan eksplisit dari berbagai sumber. Pengembangan dilakukan oleh karyawan dan pemilik raja ngemil.



Gambar 5 Kolaborasi pemilik dan karyawan

- *Internalization*

Tahap ini dilakukan pelatihan. Pelatihan dapat digunakan untuk menginternalisasi pengetahuan eksplisit. Dalam pelatihan, karyawan akan belajar tentang berbagai hal, seperti cara menerapkan pengetahuan eksplisit dalam praktik.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelaku usaha kuliner dapat menggunakan KMS untuk membuat forum atau komunitas online yang khusus membahas basreng pedas. Forum atau komunitas ini dapat menjadi tempat bagi orang-orang untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang cara membuat basreng pedas. Salah satu cara untuk eksternalisasi pengetahuan tacit adalah dengan membuat video tutorial tentang cara membuat

basreng pedas. Video-video ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang cara membuat basreng pedas, sehingga orang-orang dapat mempelajarinya dengan lebih mudah. Kemudian salah satu bentuk inovasi dalam membuat basreng pedas adalah membuat resep baru yang menggabungkan pengetahuan tentang cara membuat basreng pedas dengan pengetahuan tentang berbagai macam bahan dan teknik memasak. Pelatihan dan pengembangan merupakan salah satu cara untuk melakukan internalisasi pengetahuan. Pelatihan dan pengembangan dapat membantu para pelaku usaha kuliner untuk mempelajari pengetahuan dan keterampilan baru yang diperlukan untuk membuat basreng pedas yang berkualitas

REFERENSI

- S. Suyanto, K. Kusnadi, dan W. Arafah, "THE EFFECT OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM AND KNOWLEDGE MANAGEMENT ON MSME PERFORMANCE MEDIATED BY ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN MAJALENGKA MSMEs," *J. Econ. Manag. Entrep. Bus.*, vol. 1, no. 2, hal. 146–165, Nov 2021, doi: 10.52909/JEMEB.V1I2.57.
- R. M. Grant, "Toward a knowledge-based theory of the firm," *Strateg. Manag. J.*, vol. 17, no. S2, hal. 109–122, Des 1996, doi: 10.1002/SMJ.4250171110.
- E. Rosca, G. Möllering, A. Rijal, dan J. C. Bendul, "Supply chain inclusion in base of the pyramid markets: A cluster analysis and implications for global supply chains," *Int. J. Phys. Distrib. Logist. Manag.*, vol. 49, no. 5, hal. 575–598, Jun 2019, doi: 10.1108/IJPDLM-01-2018-0042/FULL/PDF.
- A. A. R. ;Abdulla Nafiz, "View of Factors Influencing the Adoption of Social Media Marketing by Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs) of the Maldives and its Impact on MSME Performance." <https://ijsri.villacollege.edu.mv/index.php/ijsri/article/view/50/42> (diakses Jan 03, 2024).
- I. Abu Jarad, N. Yusof, dan M. Wira Mohd Shafiei, "The organizational performance of housing developers in Peninsular Malaysia," *Int. J. Hous. Mark. Anal.*, vol. 3, no. 2, hal. 146–162, 2010, doi: 10.1108/17538271011049768.
- M. Shafi, J. Liu, dan W. Ren, "Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan," *Res. Glob.*, vol. 2, hal. 100018, Des 2020, doi: 10.1016/J.RESGLO.2020.100018.
- P. Sahoo dan Ashwani, "COVID-19 and Indian Economy: Impact on Growth, Manufacturing, Trade and MSME Sector," *Glob. Bus. Rev.*, vol. 21, no. 5, hal. 1159–1183, Okt 2020, doi: 10.1177/0972150920945687/ASSET/IMAGES/LARGE/10.1177_0972150920945687-FIG20.JPEG.