

THE UTILIZATION OF KNOWLEDGE CAPTURE FOR PROMOTING SBU MARINE SERVICES THROUGH THE SOFT SYSTEMS METHODOLOGY (SSM) APPROACH

PENGUNAAN KNOWLEDGE CAPTURE UNTUK PROMOSI SBU MARINE SERVICES MELALUI PENDEKATAN SOFT SYSTEM METHODOLOGY (SSM)

Heidi Vena Br Gintings¹, Effy Zalfiana Rusfiani², Rachma Fitriati³

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Indonesia^{1,2,3}

Heidi.vena@ui.ac.id¹, effy_rusf@yahoo.co.id, rachma.fitriati@ui.ac.id³

ABSTRACT

Efficient marketing is essential to attract customers and maintain a good reputation in the maritime services sector. SBU Marine Services faces a number of difficulties in managing promotion-related knowledge effectively. By using a Soft System Methodology (SSM) approach, this research tries to record and capture promotional knowledge at SBU Marine Services. To improve the quality and effectiveness of a company's promotional efforts, it is hoped that a deeper and more methodical understanding of the promotional process can be achieved through the implementation of SSM. The findings of this research are expected to have a major impact on improving marketing tactics and strengthening SBU Marine Services' position in the marine services industry.

Keywords: *Soft System Methodology, Knowledge Capture, Promotion, SBU Marine Services, Knowledge Management*

ABSTRAK

Pemasaran yang efisien sangat penting untuk menarik pelanggan dan mempertahankan reputasi yang baik di sektor jasa maritim. SBU Marine Services menghadapi sejumlah kesulitan dalam mengelola pengetahuan terkait promosi secara efektif. Dengan menggunakan pendekatan Soft System Methodology (SSM), penelitian ini mencoba mencatat dan menjangkau pengetahuan promosi di SBU Marine Services. Untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas upaya promosi perusahaan, diharapkan pemahaman yang lebih mendalam dan metodis tentang proses promosi dapat dicapai melalui penerapan SSM. Temuan penelitian ini diperkirakan akan berdampak besar pada peningkatan taktik pemasaran dan memperkuat posisi SBU Marine Services di industri jasa kelautan.

Kata Kunci: Soft System Methodology, Knowledge Capture, Knowledge Management, Promosi, SBU Marine Services

PENDAHULUAN

Di sektor jasa maritim, mendapatkan klien bisnis-ke-bisnis (B2B) dan mempertahankan reputasi positif sangat bergantung pada promosi yang efisien. Sebagai unit bisnis utama PT. Biro Klasifikasi Indonesia (Persero), SBU Marine Services memainkan peran penting dalam menawarkan berbagai layanan, termasuk sertifikasi, pengujian, dan inspeksi, kepada berbagai pemangku kepentingan di industri kelautan. Industri perkapalan, maritim, dan minyak dan gas adalah beberapa di antaranya. Meskipun demikian, SBU Marine Services

menghadapi kesulitan besar dalam mengelola pengetahuan promosi secara efektif untuk menarik pelanggan dari industri ini.

SBU Marine Services telah melakukan sejumlah kampanye promosi dengan melibatkan berbagai pihak, antara lain karyawan internal, rekanan bisnis, dan calon klien di industri maritim. Keahlian yang diperoleh dari berbagai kegiatan promosi merupakan aset yang sangat berguna. Hal ini diperoleh dari pengalaman bekerja dengan mitra bisnis maupun dari personel di bagian promosi. Untuk

menggunakan informasi ini guna membuat rencana promosi di masa depan yang lebih sukses, informasi tersebut harus didokumentasikan secara akurat dan menyeluruh.

Knowledge Capture (KC), sebagai salah satu komponen dari Knowledge Management (KM), dapat digunakan untuk mendokumentasikan dan menangkap pengetahuan yang ada. Mengumpulkan pengetahuan adalah prosedur penting dalam mendokumentasikan pemikiran dan pengalaman yang diperoleh dari kegiatan promosi. Untuk memastikan informasi tertangkap secara optimal, teknik Soft System Methodology (SSM) dapat digunakan. SSM dapat membantu memahami kompleksitas yang ada dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan di SBU Marine Services.

Penerapan Soft System Methodology (SSM) sangat sesuai untuk memodelkan manajemen pengetahuan dalam suatu organisasi. Berbagai penelitian sebelumnya telah membuktikan efektivitas SSM dalam menangani permasalahan kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan model yang dapat digunakan untuk menangkap pengetahuan dengan pendekatan SSM. Model ini diharapkan mampu menjadi solusi untuk meningkatkan efektivitas promosi di SBU Marine Services.

Pemodelan knowledge capture di SBU Marine Services bertujuan untuk menghasilkan model implementasi yang dapat dijadikan panduan dalam mengembangkan knowledge capture di bagian promosi. Selain itu, model ini juga bisa diterapkan oleh perusahaan lain dalam industri maritim untuk memperbaiki strategi promosi mereka dan lebih efektif dalam memperkenalkan layanan mereka kepada klien potensial di sektor maritim.

Fokus utama dari model knowledge capture ini adalah untuk memfasilitasi proses pengumpulan dan pendokumentasian pengetahuan dari kegiatan promosi, sehingga pengetahuan tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, diharapkan adanya peningkatan kualitas dan efektivitas kegiatan promosi di SBU Marine Services, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi perusahaan di pasar jasa maritim.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan untuk merancang model Knowledge Capture (KC) dalam konteks promosi ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan Soft System Methodology (SSM), yang telah disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dari studi kasus di SBU Marine Services. Berikut adalah penjelasan langkah-langkah penelitian dalam sebuah kerangka penyelesaian masalah.

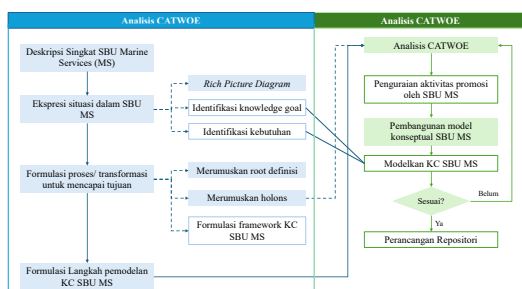
a. Kerangka Penyelesaian Masalah

Perancangan model KC ini mengacu pada pendekatan SSM dengan beberapa proses tambahan untuk menyelesaikan masalah penelitian. Tahapan penyelesaian masalah dibagi menjadi dua kelompok besar: proses analisis studi kasus dan pemodelan KC, yang akan menjadi model final dari penelitian ini. Proses-proses utama diadopsi dari langkah-langkah dalam pendekatan SSM.

Langkah pertama adalah analisis studi kasus yang mencakup deskripsi situasi di SBU Marine Services, mengekspresikan situasi dalam bentuk rich picture, dan mengidentifikasi tujuan serta kebutuhan pengetahuan. Selanjutnya, formulasi proses untuk

mencapai tujuan dilakukan melalui pengembangan Root Definitions (RD), holons, dan kerangka kerja (framework) untuk KC. Tahapan ini bertujuan untuk menyusun struktur dan langkah-langkah yang diperlukan untuk implementasi model KC.

Langkah terakhir adalah formulasi pemodelan KC, yang melibatkan pembuatan model yang dapat digunakan untuk menangkap dan mendokumentasikan pengetahuan promosi di SBU Marine Services. Model ini diharapkan dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan promosi, serta dapat diadopsi oleh perusahaan lain dalam industri maritim.



Gambar 1 Kerangka Penyelesaian Masalah

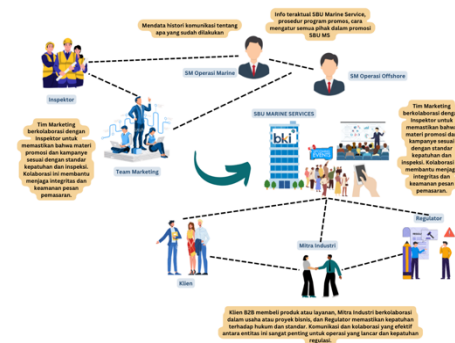
b. Deskripsi Singkat dan Ekspresi Situasi SBU Marine Services

Pertama, penelitian dilakukan di SBU Marine Services dengan melakukan wawancara dengan karyawan yang terlibat atau pernah menangani bagian promosi. Informasi yang dikumpulkan mencakup tujuan, pemangku kepentingan, dan peran setiap individu.

Proses kedua adalah menyampaikan situasi dalam bentuk gambaran yang kaya, yang menggambarkan semua aktor dalam situasi saat ini. Proses ini juga mencakup penjelasan tentang apa yang sudah diketahui oleh setiap aktor serta apa yang masih perlu diketahui. Gambar 2 menunjukkan Rich Picture.

Gambar 2 Rich Picture Diagram

Keterangan: Garis yang menyatakan



elemen saling berhubungan

Aktivitas promosi melibatkan aktor internal, seperti teknisi, manajemen, dan staf promosi, serta aktor eksternal, seperti mitra industri, regulator, dan klien B2B. Kaitan antara pelaku promosi, tingkat pengetahuan masing-masing, dan tuntutan pengetahuan yang belum terpenuhi, semuanya dipetakan dalam gambaran yang kaya. Selain itu, gambaran menyeluruh ini menunjukkan berbagai acara promosi yang telah diselenggarakan, antara lain konferensi, seminar, dan iklan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis ini bertujuan untuk memberikan kerangka yang jelas dalam pengembangan model konseptual. Model konseptual ini mencakup berbagai faktor yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (RD). Setelah model konseptual terbentuk, model implementasi disusun untuk mencapai knowledge goal yang diinginkan, dan kemudian dibandingkan dengan holons untuk memastikan pencapaian manajemen pengetahuan di SBU Marine Services.

a. Analisis CATWOE

Tabel 1 Analisis CATWOE

Holon 1		Promosi	
1	<i>Customers</i>	Tim Marketing (Menggunakan pengetahuan untuk merencanakan dan menjalankan kampanye promosi), Klien B2B (Target utama dari aktivitas promosi yang diharapkan akan berkontribusi pada peningkatan bisnis.)	memperkuat posisi SBU Marine Services di pasar.
	<i>Actors</i>	Inspektor (Memberikan informasi teknis dan umpan balik dari lapangan)	<i>Owner</i> Tim Marketing SBU Marine Services, Manajemen SBU Marine Services
	<i>Transformation</i>	Senior Manager Operasi Marine (Menyediakan panduan strategis dan persetujuan untuk aktivitas promosi)	<i>Environment</i> Ketersediaan anggaran promosi, Regulasi dan kebijakan promosi, Kondisi pasar dan persaingan di industri jasa kelautan
Holon 2		Manajemen Pengetahuan	
2	<i>Customers</i>	Manajemen SBU Marine Services (Memerlukan informasi yang terstruktur untuk pengambilan keputusan strategis), Tim Marketing (Menggunakan pengetahuan yang terdokumentasi untuk perencanaan dan eksekusi kampanye promosi)	
	<i>Actors</i>	Senior Manager Operasi Offshore (Menyediakan data dan umpan balik dari operasi lapangan), Tim IT (Mendukung infrastruktur teknologi untuk knowledge capture)	
	<i>Transformation</i>	Input (Data kampanye promosi, umpan balik klien, dan strategi pemasaran yang ada), Transformation (Mengumpulkan, mendokumentasikan, dan menganalisis informasi untuk merancang dan melaksanakan kampanye promosi yang efektif), Output (Kampanye digital, presentasi, dan pameran yang lebih terarah dan berdampak)	Input (Pengetahuan tersebar dari berbagai sumber dalam organisasi), Transformation (Menggunakan SSM untuk
<i>Worldview</i>		Promosi yang efektif akan menarik lebih banyak klien B2B dan	

	mengumpulkan, mengorganisasikan, dan mendokumentasikan pengetahuan), Output (Basis data pengetahuan yang terstruktur dan mudah diakses)	3 <i>Actors</i>	digunakan untuk evaluasi) Tim Evaluasi (Melakukan analisis dan evaluasi data promosi), Tim Marketing (Menggunakan hasil evaluasi untuk mengembangkan kampanye selanjutnya)
<i>Worldview</i>	Pengelolaan pengetahuan yang efektif akan meningkatkan kualitas keputusan dan strategi promosi di SBU Marine Services.	<i>Transformation</i>	Input (Data kampanye promosi, umpan balik klien, dan hasil evaluasi sebelumnya), Transformation (Menganalisis data dan umpan balik untuk mengevaluasi efektivitas promosi), Output (Laporan evaluasi dan rekomendasi untuk pengembangan strategi promosi yang lebih baik)
<i>Owner</i>	Manajemen SBU Marine Services, PT. Biro Klasifikasi Indonesia (Persero)		
<i>Environment</i>	Ketersediaan teknologi dan sumber daya manusia untuk mendukung knowledge capture, Komitmen manajemen terhadap pengelolaan pengetahuan, Regulasi dan standar industri terkait pengelolaan informasi	<i>Worldview</i>	Evaluasi dan pengembangan berkelanjutan akan memastikan bahwa strategi promosi tetap efektif dan relevan di pasar yang berubah.
<i>Holon 3</i>	Evaluasi dan Pengembangan	<i>Owner</i>	Manajemen SBU Marine Services, Tim Evaluasi
<i>Customers</i>	Manajemen SBU Marine Services (Memerlukan informasi untuk mengevaluasi efektivitas promosi), Klien B2B dan Mitra Industri (Memberikan umpan balik yang	<i>Environment</i>	Ketersediaan data yang akurat dan komprehensif, Ketersediaan sumber daya untuk melakukan evaluasi, Perubahan kondisi

pasar dan kebijakan yang dapat mempengaruhi strategi promosi

b. Model Konseptual KC SBU Marine Services

Beberapa komponen utama dilibatkan ketika SBU Marine Services melakukan inisiatif promosi. Pertama, tentukan apakah sumber pengetahuan internal dan eksternal—seperti pengalaman kampanye masa lalu, umpan balik pelanggan, dan wawasan tim operasional—berhubungan dengan promosi. Setelah itu, kuesioner, analisis dokumen, dan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Setelah itu, skenario promosi dipahami dan prosedur penangkapan pengetahuan yang efisien dibuat dengan menggunakan metodologi Soft System Methodology (SSM) untuk proses penangkapan pengetahuan. Pengetahuan yang diperoleh disimpan dalam sistem manajemen pengetahuan dan didokumentasikan secara terorganisir. Terakhir, rekomendasi dan perbaikan berkelanjutan dikembangkan melalui penilaian rutin terhadap keberhasilan strategi promosi.

c. Model Konseptual KC SBU Marine Services

Tiga kategori item SBU Marine Services yang digunakan dalam kegiatan promosi adalah normatif, operasional, dan strategis. Klasifikasi ini sejalan dengan gagasan Probst tentang tujuan pengetahuan, yang memungkinkan adanya hubungan yang setara antara sumber pengetahuan dan hasil pengetahuan. Perspektif yang diharapkan—disebut holon dalam SSM—dihasilkan oleh aktivitas di SBU Jasa Kelautan dalam kaitannya dengan kebutuhan pengetahuan.

Kegiatan di SBU Marine Services menghasilkan pengetahuan yang masih belum terstruktur selain holon. Untuk

menjembatani kesenjangan antara tindakan memasukkan pengetahuan ke dalam repositori dan proses pemilihan makalah pengetahuan yang berasal dari pengetahuan yang tercatat tersebut, maka diperlukan dukungan teknologi. Contoh dukungan ini mencakup pengelola data dan pengelola laporan. Sebuah ontologi harus dikembangkan dalam gudang pengetahuan sebagai sarana pengorganisasian data yang diterima dari pengelolaan data.

Data manager dan report manager dibuat dalam bentuk perangkat lunak yang disesuaikan dengan perkembangan pengetahuan. Dalam model KC SBU Marine Services, data manager dan report manager merupakan fungsi yang dapat berubah sesuai dengan perkembangan pengetahuan yang terjadi.

Dokumen yang memuat keahlian dapat membantu SBU Marine Services menjalankan operasinya dan meningkatkan penawarannya. Pencapaian manajemen pengetahuan harus dicapai dalam tiga kategori, sesuai dengan tujuan pengetahuan: normatif, operasional, dan strategis. Tindakan promosi SBU Pelayanan Kelautan yang disesuaikan dengan gagasan pengetahuan dapat memanfaatkan dokumen pengetahuan.

d. Aktivitas SBU Marine Services

Aktivitas SBU Marine Services dapat dibagi menjadi tiga kategori sesuai dengan konsep knowledge goals: normatif, operasional, dan strategik. Aktivitas normatif meliputi compliance, yang memastikan semua kegiatan promosi mematuhi regulasi dan standar industri, serta documentation, yang mendokumentasikan semua aktivitas promosi secara sistematis. Aktivitas operasional mencakup campaign execution, yaitu perencanaan dan pelaksanaan kampanye digital, presentasi, dan pameran, serta data

collection, yaitu pengumpulan data dari kampanye promosi dan umpan balik klien. Aktivitas strategis meliputi strategic planning, yang mengembangkan strategi promosi berdasarkan pengetahuan yang terkumpul, dan knowledge management, yang mengelola pengetahuan promosi untuk memastikan informasi yang relevan tersedia bagi pengambilan keputusan strategis

e. Data Manager

Sebuah fitur yang disebut pengelola data ditawarkan sebagai perangkat lunak untuk mengumpulkan pengetahuan yang masih belum terorganisir. Fitur-fitur ini mencakup entri data, memungkinkan pengunggahan dokumen terkait promosi dan penggunaan survei dan kuesioner untuk mengumpulkan data dari beberapa sumber. Mengklasifikasikan data menurut kategori terkait dan memanfaatkan teknologi Natural Language Processing (NLP) untuk mengubah data tidak terstruktur menjadi informasi yang dapat diperiksa adalah contoh pengolahan data. Untuk menghemat data, penyimpanan data memerlukan pemeliharaan database yang terorganisir, sementara pengambilan data menawarkan kemampuan pencarian dan alat visualisasi yang canggih untuk meningkatkan pemahaman pengguna.

f. Repositori Knowledge

Data dari penataan pengetahuan disimpan dalam repositori pengetahuan. Komponen utama repositori ini meliputi pengindeksan data untuk memudahkan pencarian dan akses serta penyimpanan data terstruktur, yang melibatkan pengorganisasian data yang telah diproses dalam database terstruktur. Pelestarian makalah penting seperti laporan kampanye, ulasan pelanggan, dan taktik promosi, serta multimedia yang berkaitan dengan inisiatif

pemasaran seperti foto dan video, adalah contoh artefak pengetahuan. Menetapkan hak akses pengguna untuk menjamin keamanan data dan menerapkan prosedur pencadangan dan pemulihan data untuk menghentikan kehilangan informasi merupakan bagian dari akses dan keamanan. Terakhir, analisis data menawarkan dasbor yang menyajikan metrik dan wawasan penting dengan gaya yang mudah dipahami, serta alat pelaporan untuk mengevaluasi keberhasilan aktivitas promosi.

Gudang pengetahuan yang digunakan dalam penelitian ini disusun seperti ontologi. Ide dan hubungan antar domain berbeda dijelaskan oleh ontologi ini. Hal ini akan memudahkan dan mempercepat proses pembelajaran lebih lanjut tentang SBU Marine Services. Tabel di bawah ini menguraikan ide-ide yang telah disusun dalam rangka membangun ontologi SBU Marine Services.

Tabel 2 Konsep Ontologi SBU Marine Services

N o	Konsep	Penjelasan
1	Sumber Pengetahuan	Sumber informasi yang memberikan data dan pengetahuan terkait kegiatan promosi. Contoh: kampanye sebelumnya, umpan balik klien, wawasan dari tim operasional.
2	Pengumpulan Data	Proses mengumpulkan informasi dari berbagai sumber melalui wawancara, survei, dan analisis dokumen.
3	Knowledge Capture	Proses menangkap dan

N o	Konsep	Penjelasan
		mendokumentasikan pengetahuan menggunakan metodologi Soft System Methodology (SSM).
4	Dokumentasi	Proses mengorganisasi dan menyimpan pengetahuan dalam format yang terstruktur.
5	Penyimpanan	Sistem manajemen pengetahuan untuk menyimpan dan mengakses informasi yang telah didokumentasikan.
6	Evaluasi	Proses penilaian efektivitas strategi promosi berdasarkan data yang terkumpul dan analisis kinerja.
7	Pengembangan Strategi	Mengembangkan rekomendasi dan strategi baru berdasarkan hasil evaluasi untuk meningkatkan efektivitas promosi.
8	Compliance	Memastikan semua kegiatan promosi mematuhi regulasi dan standar industri.
9	Campaign Execution	Perencanaan dan pelaksanaan kampanye digital, presentasi, dan pameran untuk mempromosikan layanan SBU Marine Services.
10	Strategic Planning	Pengembangan strategi promosi

N o	Konsep	Penjelasan
		jangka panjang berdasarkan pengetahuan yang terkumpul.
11	Knowledge Management	Proses pengelolaan pengetahuan untuk memastikan informasi yang relevan tersedia untuk pengambilan keputusan strategis.
12	Data Input	Proses memasukkan data melalui formulir, survei, dan pengunggahan dokumen.
13	Data Processing	Penggunaan teknologi seperti Natural Language Processing (NLP) untuk mengolah data tidak terstruktur menjadi informasi yang dapat dianalisis.
14	Data Storage	Penyimpanan data dalam basis data yang terstruktur untuk akses mudah dan analisis lebih lanjut.
15	Data Retrieval	Fungsi pencarian dan visualisasi data untuk membantu pengguna menemukan dan memahami informasi dengan cepat.
16	Structured Data Storage	Penyimpanan data yang telah diolah dalam basis data terstruktur dan mengindeksnya untuk memudahkan pencarian dan akses.

N o	Konsep	Penjelasan
17	Knowledge Artifacts	Penyimpanan dokumen penting seperti laporan kampanye, umpan balik klien, strategi promosi, dan multimedia yang relevan.
18	Access and Security	Pengaturan hak akses pengguna dan mekanisme cadangan serta pemulihan data untuk memastikan keamanan informasi.
19	Data Analytics	Alat pelaporan dan dashboard yang menyediakan analisis efektivitas strategi promosi serta wawasan dalam bentuk yang mudah dipahami.

g. Report Manager

Report Manager adalah fitur yang membuat makalah pengetahuan berdasarkan spesifikasi pengguna. Fitur ini memungkinkan pengguna dan departemen dalam SBU Marine Services untuk menghasilkan, mengakses, dan berbagi makalah pengetahuan yang berkaitan dengan inisiatif pemasaran dan manajemen pengetahuan. Fitur penyesuaian, yang memungkinkan pengguna menyesuaikan laporan dengan kebutuhan mereka sendiri, memilih data terkait, dan menentukan format dan struktur dokumen, merupakan komponen penting dari Manajer Laporan. Selain itu, sistem ini memfasilitasi pelaporan otomatis, yang memungkinkan pembuatan laporan secara berkala yang menganalisis komentar pelanggan, penilaian kampanye, dan data kinerja penting. Manajer Laporan juga menawarkan

kumpulan templat laporan untuk berbagai kegunaan, yang selanjutnya dapat dimodifikasi oleh pengguna. Laporan menjadi menyeluruh dan mencerahkan ketika data dari banyak sumber internal dan eksternal diintegrasikan. Antarmuka yang mudah digunakan memungkinkan pengguna memilih data dengan mudah, menambahkan grafik dan tabel, serta menghasilkan laporan siap pakai. Fungsi distribusi memungkinkan laporan disebarluaskan secara elektronik ke berbagai pemangku kepentingan melalui email, portal intranet, atau sistem manajemen dokumen, dengan hak akses yang dapat diatur untuk menjamin keamanan informasi

h. Knowledge Goals

Sasaran pengetahuan pada tiga tingkat—strategis, operasional, dan normatif—dapat didukung dengan menggunakan dokumen pengetahuan yang dihasilkan dari prosedur sebelumnya. Pada tingkat normatif, tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa peraturan dan standar industri dipatuhi dan untuk mencatat upaya promosi secara metodis. Manual kebijakan, laporan audit, dan laporan kepatuhan yang menilai kepatuhan terhadap kebijakan internal dan standar industri adalah contoh dokumen pengetahuan pada tingkat ini.

Pada level operasional, tujuannya adalah mengoptimalkan pelaksanaan kampanye promosi, pengumpulan data, dan pengelolaan pengetahuan untuk kegiatan sehari-hari. Dokumen yang dihasilkan meliputi rencana pelaksanaan kampanye, laporan metrik kinerja, dan panduan operasional yang memberikan instruksi rinci tentang prosedur pelaksanaan kampanye dan pengumpulan data.

Pada level strategis, tujuan utamanya adalah mengembangkan strategi promosi jangka panjang yang

didasarkan pada pengetahuan yang terkumpul untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dokumen pengetahuan pada level ini mencakup laporan analisis strategis yang mengidentifikasi tren pasar, strategi pengelolaan pengetahuan yang memastikan informasi yang relevan tersedia untuk pengambilan keputusan strategis, dan proposal kampanye masa depan yang didasarkan pada analisis data historis dan prediksi tren pasar.

Dengan Report Manager dan dokumen pengetahuan yang terstruktur untuk mendukung knowledge goals pada tiga level ini, SBU Marine Services dapat memastikan bahwa proses eksplorasi pengetahuan dan pengambilan keputusan strategis berjalan lebih efisien dan efektif

i. Analisis Model KM SBU Marine Services untuk Menjawab Holons dalam CATWOE

Perpanjangan dari RD, homonukleon diciptakan sesuai dengan kondisi nyata yang ideal. Model manajemen pengetahuan (KM) yang dikembangkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan holon dengan memberikan penjelasan berdasarkan masing-masing hal berikut: Holon Promosi: Model KM SBU Dinas Kelautan secara efisien mengumpulkan, mencatat, dan mengatur pengetahuan yang berkaitan dengan kegiatan promosi. Metodologi Sistem Lunak (SSM) digunakan dalam proses penangkapan pengetahuan untuk menjamin dokumentasi menyeluruh dari semua data kampanye, umpan balik pelanggan, dan taktik pemasaran. Tim pemasaran dapat lebih mudah merencanakan dan melaksanakan kampanye, presentasi, dan pameran digital yang lebih berdampak dan tertarget dengan bantuan sistem dokumentasi dan penyimpanan yang terorganisir. Keberhasilan kampanye dinilai secara rutin untuk

mengembangkan rekomendasi dan strategi baru yang lebih baik, memastikan bahwa kegiatan promosi selalu mematuhi peraturan dan standar industri yang berlaku.

Holon Manajemen Pengetahuan merupakan model KM di SBU Marine Services dirancang untuk menangkap dan mengelola pengetahuan yang tersebar di dalam organisasi. Dengan menggunakan SSM, pengetahuan yang dikumpulkan dari berbagai sumber internal dan eksternal diorganisasikan dan didokumentasikan dalam format yang terstruktur. Sistem manajemen pengetahuan ini memastikan bahwa informasi yang relevan tersedia untuk pengambilan keputusan strategis. Basis data terstruktur dan repositori pengetahuan memudahkan akses dan retrieval informasi oleh semua pemangku kepentingan. Teknologi seperti Natural Language Processing (NLP) digunakan untuk mengubah data tidak terstruktur menjadi informasi yang dapat dianalisis, mendukung proses evaluasi dan pengembangan strategi promosi.

Holon Evaluasi dan Pengembangan merupakan model KM di SBU Marine Services mencakup proses evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi promosi berdasarkan data kampanye yang dikumpulkan dan dianalisis. Hasil evaluasi ini didokumentasikan dalam laporan evaluasi yang menyajikan metrik kinerja utama dan analisis umpan balik klien. Rekomendasi untuk pengembangan strategi promosi yang lebih baik disusun berdasarkan hasil evaluasi tersebut. Report Manager mendukung pembuatan dan distribusi laporan evaluasi ini secara efisien, memastikan bahwa manajemen dan tim marketing memiliki wawasan yang diperlukan untuk terus meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan promosi. Model KM ini juga

memungkinkan pengembangan proposal kampanye masa depan yang didasarkan pada analisis data historis dan prediksi tren pasar, mendukung perencanaan strategis yang lebih baik.

Dengan penjabaran model KM yang dibangun untuk menjawab holons ini, SBU Marine Services dapat memastikan bahwa proses knowledge capture dan pengelolaan pengetahuan dilakukan secara efektif dan efisien. Hal ini mendukung pencapaian tujuan strategis, operasional, dan normatif organisasi, serta memperkuat posisi SBU Marine Services di pasar jasa kelautan.

PENUTUP

Kesimpulan

Teknik Soft System Methodology (SSM) telah berhasil digunakan untuk menghasilkan pemodelan pada SBU Marine Services. Model Knowledge Capture (KC) ini menciptakan prosedur yang efisien untuk mengumpulkan dan mencatat pengetahuan yang dapat digunakan SBU Marine Services untuk inisiatif pemasaran. Pendekatan ini membantu organisasi memahami cara memperlakukan target promosi dengan tepat, memilih strategi promosi terbaik berdasarkan informasi dan dokumen yang sudah ada di domain publik, dan memanfaatkan anggaran promosi mereka dengan lebih baik.

Model KC ini memungkinkan identifikasi dan pemanfaatan pengetahuan yang dimiliki oleh berbagai elemen organisasi, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan promosi. Selain itu, model ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi sistem manajemen pengetahuan yang lebih komprehensif. Sistem ini nantinya tidak hanya mendukung pengetahuan dalam bentuk dokumen, tetapi juga file multimedia seperti gambar, video, dan tautan, yang dapat memperluas jangkauan promosi

dan mengurangi biaya promosi. Dengan sistem yang lebih canggih, promosi dapat dilakukan secara digital tanpa perlu mengunjungi lokasi yang jauh, sehingga lebih efisien dari segi waktu dan biaya.

Penerapan model KC ini juga menunjukkan potensi dalam meningkatkan kolaborasi antar tim dan departemen, serta memungkinkan pelacakan dan analisis data promosi secara lebih mendetail. Dengan demikian, SBU Marine Services dapat terus beradaptasi dan berkembang dalam menghadapi tantangan dan peluang di industri maritim, memastikan promosi yang efektif dan terukur untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Secara keseluruhan, penggunaan Knowledge Capture dengan pendekatan SSM terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas promosi di SBU Marine Services. Model ini dapat dijadikan acuan untuk perusahaan lain dalam industri maritim yang menghadapi tantangan serupa dalam mengelola pengetahuan promosi. Penjabaran model KM yang dibangun untuk menjawab holons ini memastikan bahwa proses knowledge capture dan pengelolaan pengetahuan dilakukan secara efektif dan efisien, mendukung pencapaian tujuan strategis, operasional, dan normatif organisasi, serta memperkuat posisi SBU Marine Services di pasar jasa kelautan.

DAFTAR PUSTAKA

Berikut adalah daftar referensi dalam format APA Style:

- Checkland, P., & Scholes, J. (1990). *Soft systems methodology in action*. John Wiley & Sons.
- Probst, G., Raub, S., & Romhardt, K. (2000). *Managing knowledge:*

- Building blocks for success*. John Wiley & Sons.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107–136.
- Tiwana, A. (2002). *The knowledge management toolkit: Orchestrating IT, strategy, and knowledge platforms*. Prentice Hall.
- Zack, M. H. (1999). Developing a knowledge strategy. *California Management Review*, 41(3), 125–145.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Choo, C. W. (2006). *The knowing organization: How organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions*. Oxford University Press.