

ANALISIS *KNOWLEDGE SHARING* DALAM ALUR INFORMASI PT. BARATA INDONESIA CABANG TEGAL SEBAGAI STRATEGI *COMPETITIVE ADVANTAGE*

Muchammad Hijrianto Gagah Saputra^{*)}, Lydia Christiani

*Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

Abstrak

Pada zaman globalisasi seperti sekarang knowledge sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi manusia. Hal ini membuat manusia mau tidak mau harus mengikuti perkembangan pengetahuan yang ada. Dengan banyaknya pengetahuan baru yang ada manusia dituntut untuk menguasai pengetahuan baru untuk menunjang skill mereka dalam dunia kerja. Dalam ruang lingkup perusahaan, pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh setiap sumber daya manusianya menjadi sangat penting untuk kemajuan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran knowledge sharing dalam alur informasi di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal dalam memperoleh dan mempertahankan competitive advantage. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi serta wawancara kepada informan yang ditentukan dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alur informasi yang ada di PT. Barata sudah dilakukan, PT. Barata menggunakan penyebaran berurutan dalam proses alur informasi perusahaan. Upaya untuk melancarkan alur informasi tersebut dilakukan dengan cara formal maupun informal guna menyesuaikan dengan karakteristik pegawai dalam ruang lingkup implementasi knowledge sharing serta alur informasi di PT. Barata yang menjadikan PT. Barata memiliki nilai competitive advantage.

Kata Kunci : *knowledge sharing, alur informasi, competitive advantage, PT. Barata Indonesia*

Abstract

In the recent globalization era, knowledge has become important needs in human's life. It forces human to follow any development of knowledge. By looking at the new established knowledges, humans are charged to master new knowledges in order to improve their work skills. In working environment, knowledge and insight that are maintained by any human resources become crucial to the company's progress. The purpose of this research is to discover how the role of knowledge sharing in information flow of Tegal branch PT. Barata Indonesia in obtaining and defending competitive advantage. The research method that is used in this research is qualitative descriptive method by using case study approach. The techniques of data collecting are observation and interview of informants that are selected by using purposive sampling method. The research's result shows that information flow occurred in PT. Barata it's already done, PT. Barata uses sequential deployment in the company's information flow process. The effort to expedite the information flow is done either formally or informally in order to adjusting to employees' characteristic. Within the scope of the implementation of knowledge sharing and the flow of information in PT. Barata makes the company own pretty high competitive advantage.

Keywords: *knowledge sharing, information flow, competitive advantage, PT. Barata Indonesia*

^{*)} Penulis Korespondensi
E-mail: gagahsaputra16@gmail.com

1. Pendahuluan

Pada zaman *globalisasi* seperti sekarang pengetahuan sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi manusia. Hal ini membuat manusia mau tidak mau harus mengikuti perkembangan pengetahuan yang ada. Apalagi media penyebaran pengetahuan semakin banyak dan mudah di akses, seperti koran, majalah, internet dan lain-lain. Semua media itu memudahkan manusia dalam menemukan pengetahuan-pengetahuan baru. Dengan banyaknya pengetahuan-pengetahuan baru yang ada membuat manusia dituntut untuk menguasai pengetahuan baru agar menunjang *skill* mereka dalam dunia kerja. Dalam bidang perusahaan, pengetahuan dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan meningkatkan kinerja perusahaan untuk menghadapi persaingan *global*.

Dalam ruang lingkup perusahaan, wawasan yang dimiliki oleh setiap sumber daya manusia menjadi sangat penting untuk kemajuan perusahaan. Dalam menghadapi persaingan antar perusahaan, diperlukan suatu keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Kemampuan perusahaan untuk mengakuisisi, mengeksploitasi, dan mentransformasikan pengetahuan menjadi suatu *strategi* perusahaan yang mendukung ketercapaian tujuan perusahaan. Pemanfaatan dan pengembangan pengetahuan tersebut dilakukan dengan cara mengelola pengetahuan tersebut dengan metode atau mekanisme yang disebut dengan *knowledge management*. Dalam melaksanakan *knowledge management* untuk mendapatkan *competitive advantage* bagi perusahaan, perlu adanya *knowledge sharing* yang baik di perusahaan. Hal ini karena *knowledge sharing* merupakan faktor kunci bagi *knowledge management*. Tujuan dilakukannya *knowledge sharing* pada sebuah perusahaan adalah untuk menyebarkan pengetahuan yang ada kepada setiap pegawai perusahaan untuk menciptakan *competitive advantage* bagi perusahaan. Untuk mendapatkan *knowledge sharing* yang baik diperlukan alur informasi yang lancar karena alur informasi dan *knowledge sharing* merupakan bagian yang tak terpisahkan. Jika salah satu mengalami kendala maka penyebaran hasil *knowledge management* akan tidak optimal dan mengakibatkan kurangnya *competitive advantage* bagi perusahaan.

Masalah terkait dengan penyebaran *knowledge management* juga dihadapi oleh perusahaan besi di Kota Tegal dalam menunjang dan mempertahankan perusahaan mereka, perusahaan-perusahaan tersebut menggunakan metode *knowledge management* untuk mendapatkan pengetahuan baru dan melakukan kegiatan *knowledge sharing* kepada sesama karyawan agar mereka selalu mendapatkan

informasi-informasi terbaru mengenai bidang yang mereka geluti sehari-hari dalam pekerjaan untuk menunjang profesinya. Pertumbuhan industri logam di kabupaten Tegal dimulai pada masa kolonial Belanda. Cikal bakal berdirinya Pabrik Logam NV Barat (PT.Barata) dan NV Nrunger (PT.Dwika), sekitar tahun 1918. Pabrik tersebut dibangun untuk menopang kebutuhan peralatan dan suku cadang pabrik gula, perkapalan, kereta api dan tekstil. PT. Barata Indonesia didirikan pada tahun 1971 dengan nama PT. Barata *Metal Works & Engineering* yang merupakan gabungan dari tiga perusahaan besar yaitu PN. Barata (NV.BRAAT *Machinefabriek*), PN. Sabang Merouke (NV. MOLENVLIET *Machinefabriek & Scheepswerf*) dan PN. PEPRIDA. Tiga perusahaan tersebut memiliki fokus atau pasar yang berbeda-beda, PN. Barata berfokus pada perbaikan pabrik-pabrik gula, manufaktur jembatan dan konstruksi baja lainnya, sedangkan PN. Sabang Merauke berfokus pada perbaikan industri budi daya gunung dan perkapalan pantai, dan PN. PEPRIDA berfokus pada pembangunan proyek-proyek industri dasar.

PT. Barata Indonesia mampu bertahan dan bersaing dalam dunia konstruksi hampir 100 tahun, salah satu faktor penting yang membuat PT. Barata Indonesia mampu bertahan dan bersaing dalam dunia konstruksi ialah perusahaan tersebut menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan sangatlah penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan dan selalu menciptakan pengetahuan baru untuk bersaing dengan perusahaan lain. PT. Barata Indonesia menerapkan *knowledge management* didalam perusahaan untuk menciptakan pengetahuan baru. Hal ini yang membuat PT. Barata Indonesia memiliki pengetahuan baru sesuai dengan perkembangan zaman. Ditambah lagi dengan kondisi budaya organisasi terkait kegiatan berbagi informasi cukup menunjang setiap pegawai yang sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan mereka. Hal ini merupakan faktor kunci PT. Barata Indonesia bisa bertahan sampai saat ini.

2. Metode Penelitian

Desain penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan studi kasus yang mengkaji tentang peran *knowledge sharing* dalam alur informasi PT. Barata Indonesia Cabang Tegal sebagai salah satu strategi *competitive advantage*.

Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara memilih informan berdasarkan pada tujuan atau kriteria tertentu. Kriteria

tersebut adalah bahwa informan yang terpilih harus mengetahui tentang proses *knowledge sharing* dan alur informasi yang ada di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal.

3. Hasil dan Pembahasan

PT. Barata Indonesia merupakan salah satu perusahaan konstruksi besar di Indonesia, oleh karena itu perusahaan ini benar-benar menganggap bahwa pengetahuan merupakan faktor penting didalam sebuah perusahaan. Hal ini melandasi diterapkannya konsep *knowledge management* cara yang dilakukan oleh PT. Barata Indonesia Cabang Tegal guna menjaga aset pengetahuan perusahaan. PT. Barata Indonesia Cabang Tegal untuk menjaga aset pengetahuan mereka adalah :

1. Mewajibkan pegawai mereka terlibat dalam proses *knowledge management*. Terutama bagian produksi karena bagian produksi merupakan ujung tombak bagi PT. Barata Indonesia Cabang Tegal.
2. Mengirim pegawai untuk mengikuti pameran dan pendidikan diluar. Kegiatan ini dilakukan untuk menambah aset pengetahuan perusahaan agar pengetahuan perusahaan selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman dan pengetahuan yang didapat oleh pegawai terus berkembang.
3. Menggunakan teknologi-teknologi terbaru untuk menyimpan, mengembangkan dan menyebarkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan kepada pegawai.
4. Menyebarkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan kepada pegawai secara menyeluruh sesuai dengan bidangnya. PT. Barata Indonesia Cabang Tegal beranggapan tempat penyimpanan pengetahuan paling baik adalah pada pegawai mereka. Karena pengetahuan yang diberi akan berkembang dengan sendirinya.

Keempat aspek yang menjadi faktor dalam merancang *knowledge management* dalam pengimplementasiannya di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal perlu memperhatikan tiga tahap yakni mencari dan berbagi pengalaman, menempatkan infrastruktur *knowledge management* dan budaya organisasi yang dapat memajukan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal dan yang terakhir adalah menjaga serta mempertahankan pengetahuan agar tetap diwariskan secara turun-temurun dalam PT. Barata Indonesia Cabang Tegal. Langkah- langkah yang digunakan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal untuk mengimplementasikan kegiatan *knowledge management* adalah sebagai berikut:

1. Memberi motivasi kepada pegawai yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pegawai dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

2. Pegawai ditugaskan keluar untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cara mengikuti pameran atau pendidikan.
3. Pegawai yang telah mendapat informasi dari pameran dan pendidikan lalu membuat laporan tentang hasil yang didapat pada saat ditugaskan keluar.
4. Setelah menyelesaikan laporan pegawai menyerahkan laporan tersebut kepada perusahaan. Laporan yang diterima perusahaan akan dicocokkan dengan proyek yang sedang dikerjakan oleh perusahaan.
5. Laporan yang sudah dicocokkan akan dievaluasi dalam rapat perusahaan sebelum menjalankan proyek.

Menjaga dan mewariskan pengetahuan perusahaan secara turun temurun membutuhkan sebuah teknik atau cara agar tidak termakan oleh waktu salah satu caranya ialah budaya *knowledge sharing*. Budaya *knowledge sharing* membutuhkan waktu yang lama untuk membuktikan bahwa budaya itu berjalan pada perusahaan, karena budaya ini harus melekat dalam kebiasaan para karyawan.

PT. Barata Indonesia Cabang Tegal merancang strategi untuk mempertahankan dan melestarikan aset-aset pengetahuannya dengan cara menyebarkan pengetahuan perusahaan kesemua pegawai secara merata agar berkembang dengan sendirinya dan membuat standar kerja bagi para pegawai mereka. Para pegawai hanya mengambil kemudahan-kemudahan yang didapat dari pengetahuan baru yang mereka peroleh. Pegawai mencampur pengetahuan yang sudah dimiliki dengan kemudahan-kemudahan yang mereka dapat. Hal ini berdampak positif bagi perusahaan karena akan terus melahirkan pengetahuan-pengetahuan baru didalam PT. Barata Indonesia Cabang Tegal. Terdapat sebuah kebiasaan unik yang dilakukan oleh para pegawai PT. Barata Indonesia Cabang Tegal, para pegawai membicarakan pengetahuan yang disebarkan oleh perusahaan pada jam istirahat sembari makan siang.. Para pegawai bertukar pikiran tentang pengetahuan baru yang telah dia terima, pengetahuan baru yang diperoleh lambat laun menjadi pengetahuan seluruh pegawai karena pegawai sering bertukar pikiran.

Knowledge sharing merupakan salah satu bagian penting yang mendukung kegiatan *knowledge management*. Proses berbagi informasi atau *transfer* informasi ini melihat bahwa perusahaan mempunyai kecenderungan untuk melakukan *sharing* pengetahuan dan informasi kepada para pegawainya. *Knowledge sharing* pada dasarnya telah dilakukan dan dilaksanakan di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal. Para pegawai mengelola dan menjalankan sistem *knowledge sharing* dengan baik, segala kegiatan dan

pekerjaan dikoordinasikan melalui sistem *knowledge sharing*. Jadi, implementasi *knowledge sharing* PT. Barata Indonesia Cabang Tegal sudah berjalan dan para pegawai menjalankan *knowledge sharing* secara formal maupun non-formal, baik dalam lingkup internal maupun eksternal perusahaan.

Implementasi *knowledge sharing* membutuhkan *tools*, yakni alat bantu yang digunakan untuk mempermudah penyebaran seperti *e-mail*, forum diskusi, *milist*, kegiatan *meeting*, dan kumpium. Para pegawai PT. Barata Indonesia Cabang Tegal telah melakukan *knowledge sharing* dan menggunakan *tools* yang ada. Pegawai menggunakan media *group BlackBerryMessenger* (BBM) sebagai sarana berkomunikasi dengan sesama pegawai jika tidak bertemu pada saat jam istirahat. Hal ini menjelaskan bahwa PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menggunakan *tools* untuk menyebarkan informasi.

Knowledge Sharing di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal dapat juga diartikan sebagai proses dimana para individu secara mutual mempertukarkan pengetahuan mereka (baik pengetahuan *tacit* dan *explicit*), dan akhirnya secara terpadu dapat menciptakan pengetahuan baru (Uriarte, 2008: 4). Pengetahuan baru yang akan dihasilkan oleh pegawai PT. Barata Indonesia Cabang Tegal melalui proses *knowledge management* tidak lepas dari *tacit* dan *explicit* yang dimiliki para pegawai. Proses penciptaan pengetahuan baru di PT. Barata Indonesia melalui beberapa tahap yang harus dilaksanakan oleh para pegawai dan perusahaan yaitu:

1. Perusahaan mengadakan kegiatan magang bagi para siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di kota Tegal untuk membagi pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki PT. Barata kepada siswa-siswa SMK dengan didampingi oleh para pegawai mereka.
2. Perusahaan mewajibkan para pegawai yang mengikuti pameran dan pendidikan untuk membuat laporan kegiatan untuk mengetahui hasil yang telah diperoleh pegawai setelah melakukan kegiatan *knowledge management* melalui *knowledge sharing*.
3. Laporan yang telah diterima perusahaan lalu diberikan kepada *team* proyek, untuk mempertimbangkan apakah hasil yang didapat bisa dipakai dalam proyek atau tidak.
4. Melakukan rapat internal perusahaan, untuk membahas suatu proyek. Jika laporan hasil pameran dan pendidikan bisa dipakai. Maka para karyawan yang ikut akan menjelaskan tentang laporan itu pada saat rapat internal.

Proses *knowledge sharing* membuat pondasi perusahaan kokoh, karena semua informasi dan ilmu baru tersebar secara merata, sehingga akan menghasilkan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal bisa bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini dilakukan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal karena perusahaan menganggap bahwa *knowledge sharing* merupakan bagian penting dari *knowledge management*, hasil dari proses *knowledge management* tidak akan berguna jika tidak disebar secara merata kepada pegawai.

PT. Barata Indonesia Cabang Tegal mempunyai cara khusus untuk menyebarkan informasi kepada pegawai yang mempunyai pendidikan SMK. Cara yang dilakukan adalah berbincang pada saat jam makan siang, pengajian dan berbincang pada saat pulang kantor. Cara tersebut dilakukan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal agar pegawai yang berpendidikan SMK paham terhadap apa yang disampaikan oleh perusahaan. Bagi pegawai berpendidikan sarjana, PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menggunakan cara seperti rapat dan grup BBM, karena perusahaan percaya bahwa mereka mampu menangkap keinginan perusahaan inginkan. Kendala yang dihadapi PT. Barata Indonesia Cabang Tegal saat melakukan *sharing* ialah faktor sumber daya manusia, hal tersebut dikarenakan masih banyak pegawai yang berpendidikan SMK.

PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menganggap penting *knowledge management* karena mereka berpendapat bahwa aset ilmu dalam sebuah perusahaan merupakan aset yang sangat penting bagi perusahaan. Proses menyebarkan pengetahuan dalam sebuah perusahaan penting karena jika pendistribusian tidak sesuai maka proses *knowledge management* menjadi sia-sia. Oleh sebab itu, PT. Barata Indonesia Cabang Tegal mempunyai strategi khusus untuk menyebarkan pengetahuan kepada semua pegawai yang ada di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal. Dengan cara membedakan pegawai yang berpendidikan SMK dan yang berpendidikan sarjana.

Implementasi *knowledge sharing* di PT. Barata Cabang Tegal sudah berjalan karena budaya *knowledge sharing* sudah tumbuh didalam perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa alur informasi dalam PT. Barata Indonesia Cabang Tegal berjalan dengan sangat baik seiring tumbuhnya budaya *knowledge sharing* dalam perusahaan.

Alur informasi dalam PT. Barata Indonesia Cabang Tegal mempunyai beberapa tahapan yaitu:

1. Informasi dari luar yang akan masuk kedalam PT. Barata Indonesia Cabang Tegal semuanya masuk dalam bagian *office* perusahaan, dibagian *office* informasi yang masuk dipisahkan sesuai dengan

jenisnya agar tidak terjadi kekeliruan pada saat penyebarannya.

2. Informasi yang sudah dipisah lalu ditujukan kepada bagian-bagian terkait untuk menyampaikan bahwa ada informasi masuk yang berkaitan dengan bagian-bagian lain perusahaan.
3. Bagian-bagian lain perusahaan akan menyebarkan informasi tersebut kepada pegawai yang ada dalam bagian tersebut.

Informasi dari luar PT. Barata Indonesia Cabang Tegal yang pertamakali masuk diterima pada bagian *office*, bagian *office* bertugas memilah informasi yang masuk agar pada saat disebarkan sudah sesuai dengan bagian-bagian yang ada di perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa alur informasi yang ada di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menggunakan penyebaran secara berurutan. Hal ini dikarenakan proses penyebaran berawal dari bagian *office*, bagian *office* memilah informasi yang masuk sesuai dengan jenisnya, lalu disebarkan pada bagian-bagian terkait. Diketahui bahwa alur informasi tidak akan lepas dari *knowledge sharing* karena *knowledge sharing* merupakan sarana bagi alur informasi untuk menyebarkan informasi dalam perusahaan. Jika informasi sudah tersebar secara merata maka akan menghasilkan *competitive advantage* didalam perusahaan yang akan berguna untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain.

Competitive advantage dapat diperoleh sebuah perusahaan, jika perusahaan tersebut menjalankan *knowledge management* dengan baik. Cara agar *knowledge management* berjalan dengan baik ialah menjalankan sesuai prosedur untuk menghasilkan *competitive advantage* yang bermanfaat bagi perusahaan. Alur informasi dalam menjalankan kegiatan tersebut tidak boleh terputus dalam satu bagian, karena jika terdapat satu bagian yang terlewatkan maka hasil yang akan didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Setelah hasil yang diharapkan diperoleh proses penyebaran hasil menjadi sangat krusial, karena hal tersebut menjadi proses penting yang menentukan apakah semua pegawai mendapatkan informasi yang sama atau pegawai mendapat informasi yang berbeda. Hal ini yang membuat alur informasi dalam *knowledge management* tidak boleh putus agar kekeliruan pada saat penyebaran hasil tersebar dengan merata.

Cara yang dilakukan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal untuk mendapat *competitive advantage* antara lain:

1. Melakukan proses *knowledge management* didalam perusahaan dengan baik, karena menurut PT. Barata Indonesia Cabang Tegal modal awal untuk mendapat *competitive advantage* dalam

perusahaan adalah menjalankan *knowledge management* dalam perusahaan.

2. Melakukan *survey* pasar yang dilakukan oleh pegawai untuk mengetahui harga pasar konstruksi. *Survey* ini dilakukan untuk merancang biaya pada saat proses produksi dilakukan agar tidak terjadi kerugian dalam perusahaan.
3. Mendekatkan perusahaan kepada relasi-relasi perusahaan untuk mengetahui beberapa *strategi-strategi* perusahaan lain. Setelah mengetahui *strategi* lawan, maka strategi itu akan dianalisis.

Kegiatan *knowledge management* yang dilakukan di dalam perusahaan akan menghasilkan *competitive advantage* yang akan berdampak positif bagi perusahaan. Mereka akan lebih dipercaya oleh para pelanggan. PT. Barata Indonesia Cabang Tegal percaya bahwa informasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pelanggan jika mendapatkan hasil yang maksimal akan meningkatkan pendapatan mereka. Relasi dari pelanggan ini yang merupakan target berikutnya dari PT. Barata Indonesia Cabang Tegal untuk merebut kepercayaan mereka agar menjadi pelanggan di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal.

PT. Barata Indonesia Cabang Tegal juga menekankan bahwa untuk mendapatkan hasil *competitive advantage* yang diharapkan oleh perusahaan, para pegawai dituntut untuk terus menjaga komunikasi antar pegawai agar tidak terjadi kesalahpahaman informasi dari pegawai satu ke pegawai lain dalam menjalankan proses *knowledge management*. Komunikasi merupakan modal penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

PT. Barata Indonesia Cabang Tegal tetap menjaga komunikasi antar pegawai berjalan dengan baik, alur informasi antar pegawai tidak boleh terputus. PT. Barata Indonesia Cabang Tegal harus terus merawat alur informasi walaupun budaya *knowledge sharing* sudah berjalan di dalam perusahaan. Jika tidak dirawat maka bisa saja budaya itu akan pudar tergerus oleh perkembangan zaman. Jadi PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menganggap bahwa untuk mendapatkan *competitive advantage* sesuai tujuan perusahaan, perusahaan harus terus menjaga proses alur informasi dalam *knowledge management* supaya tidak terputus dan terus berjalan. Berjalannya informasi akan menimbulkan ilmu-ilmu baru yang nantinya akan menghasilkan *competitive advantage*.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa alur informasi antar pegawai dan antar divisi/sub bagian di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal tidak boleh terputus, melainkan harus terus dijaga proses dan pelaksanaannya sehingga aktivitas *knowledge sharing* dapat berjalan. Berjalannya aktivitas *knowledge*

sharing di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal secara terus menerus pada akhirnya akan membentuk budaya berbagi pengetahuan antar pegawai. Jika aktivitas berbagi pengetahuan sudah membudaya, maka perusahaan akan memiliki *competitive advantage* yang unggul.

4. Simpulan

Alur informasi yang ada di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal sudah berjalan, PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menggunakan penyebaran berurutan dalam proses alur informasi perusahaan. Kegiatan *knowledge sharing* di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal juga berjalan dengan baik dikarenakan dalam pelaksanaan proses *knowledge sharing* tersebut menyesuaikan dengan karakteristik mayoritas pegawai. Implementasi *knowledge sharing* dan adanya alur informasi di PT. Barata Indonesia Cabang Tegal menjadikan PT. Barata Indonesia Cabang Tegal memiliki nilai yang dapat mendukung aspek *competitive advantage* bagi PT. Barata Indonesia Cabang Tegal.

Daftar Pustaka

- Nonaka, Ikijiro dan Takeuchi, Hirotaka. 1995. *The Knowledge Creating Company : How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York : Oxford University Press.
- R. Wayne Pace Don F. Fausles. 1998. *Komunikasi Organisasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. 1994. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta : Wedatama Widya Sastra Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya UI.
- Tobing, Paul L. 2007. *Knowledge Management : Konsep, Arsitektur dan Implementasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- _____. 2011. *Manajemen Knowledge Sharing Berbasis Komunikasi*, Bandung: Knowledge Management Society Indonesia.
- Uriarte A. 2008 . *Filemon, Introduction to Knowledge Management, ASEAN Foundation*, Jakarta, Indonesia