

# Model Pemetaan Pengetahuan untuk Mendukung Keberhasilan UMKM Kreatif di Jawa Barat: Pendekatan Manajemen Pengetahuan

Sali Alas Majapahit<sup>1</sup>, Sandhika Galih Amalga<sup>2</sup>, Shanti Herliani<sup>3</sup>

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung

e-mail: <sup>1</sup>sali@unpas.ac.id, <sup>2</sup>sandhikagalih@unpas.ac.id, <sup>3</sup>santi.herliani@unpas.ac.id

Diajukan: 4 September 2025; Direvisi: 15 September 2025; Diterima: 23 September 2025

## Abstrak

*Industri kreatif merupakan sektor strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Saat ini masih banyak Usaha Mikro baik skala kecil dan menengah (UMKM) di sektor ini, terutama di Jawa Barat, masih menghadapi keterbatasan dalam mengakses dan mengelola pengetahuan yang dibutuhkan untuk berinovasi dan bertahan dalam persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pemetaan pengetahuan berbasis pendekatan manajemen pengetahuan (knowledge management) yang relevan dengan kebutuhan UMKM di sektor industri kreatif. Metode yang digunakan adalah pendekatan mixed-methods, dengan teknik pengumpulan data berupa survei, wawancara, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) pada pelaku UMKM kreatif di Jawa Barat. Hasil penelitian menghasilkan model knowledge map yang mencakup faktor-faktor keberhasilan UMKM kreatif, domain pengetahuan, hingga indikator implementasi yang dapat diukur. Visualisasi model dalam bentuk mind map memudahkan pemahaman dan penerapan strategi berbasis pengetahuan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi landasan konseptual dan praktis dalam pengembangan sistem manajemen pengetahuan yang mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di sektor industri kreatif, khususnya di wilayah urban kreatif seperti Bandung dan sekitarnya.*

**Kata kunci:** *industri kreatif, Jawa Barat, manajemen pengetahuan, pemetaan pengetahuan, UMKM.*

## Abstract

*The creative industry is a strategic sector in national economic growth, particularly through its contribution to Gross Domestic Product (GDP) and job creation. Currently, many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in this sector, especially in West Java, still face limitations in accessing and managing the knowledge needed to innovate and survive in competition. This study aims to develop a knowledge mapping model based on a knowledge management approach that is relevant to the needs of MSMEs in the creative industry sector. The method employed is a mixed-methods approach, utilizing data collection techniques that include surveys, interviews, and focus group discussions (FGDs) with creative MSME actors in West Java. The results of the study produce a knowledge map model that includes success factors for creative MSMEs, knowledge domains, and measurable implementation indicators. Visualization of the model in the form of a mind map facilitates the understanding and application of knowledge-based strategies. These findings are expected to serve as a conceptual and practical basis in the development of a knowledge management system that supports the sustainability and competitiveness of MSMEs in the creative industry sector, especially in creative urban areas such as Bandung and its surroundings.*

**Keywords:** *creative industry, West Java, knowledge management, knowledge mapping, MSMEs.*

## 1. Pendahuluan

Industri kreatif merupakan sektor ekonomi strategis yang terus berkembang di Indonesia. Berdasarkan laporan Badan Ekonomi Kreatif dan BPS, industri kreatif berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja, khususnya di sektor kuliner, fesyen, dan kriya [1]. Di Jawa Barat, industri kreatif telah menjadi bagian dari identitas kota serta penggerak ekonomi lokal berbasis inovasi dan budaya.

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor ini sangat dominan. UMKM kreatif tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga memperkuat kemandirian dan identitas lokal melalui produk yang berbasis budaya dan estetika. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, kurangnya kolaborasi usaha, serta belum optimalnya pengelolaan pengetahuan internal [2], [3].

Sejumlah studi menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan (KM) dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM [4]-[6]. KM memungkinkan pelaku usaha untuk mendokumentasikan pengalaman, menyebarluaskan pengetahuan, dan mengadopsi praktik terbaik secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, pendekatan ini menjadi krusial mengingat besarnya peran pengetahuan *tacit* dalam proses produksi, inovasi, dan pemasaran.

Untuk mendukung implementasi KM secara praktis dan partisipatif, pemetaan pengetahuan melalui visualisasi seperti *mind map* menjadi sangat relevan. *Mind map* tidak hanya mempermudah pemahaman, tetapi juga mampu menghubungkan elemen-elemen pengetahuan secara terstruktur dan kontekstual [7], [8]. Dalam sektor UMKM kreatif, pendekatan ini dapat membantu pelaku usaha memahami keterkaitan antara inovasi produk, pemasaran digital, perlindungan hak kekayaan intelektual, hingga kolaborasi antar pelaku usaha.

Meskipun pendekatan KM dan pemetaan pengetahuan telah banyak diterapkan di perusahaan besar dan sektor teknologi, masih sedikit penelitian yang mengkaji bagaimana model semacam ini dapat dikembangkan secara spesifik untuk UMKM industri kreatif di Indonesia, khususnya di tingkat lokal seperti Bandung dan Jawa Barat. Beberapa penelitian masih menunjukkan adanya kesenjangan, seperti kurangnya model KM yang kontekstual [9], minimnya studi empiris [10], dan belum banyak riset yang memetakan pengetahuan praktis secara visual [11]. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyusun model pemetaan pengetahuan berbasis *mind map* guna mendukung keberhasilan UMKM industri kreatif, dengan mengintegrasikan berbagai faktor keberhasilan usaha dan domain pengetahuan yang dibutuhkan secara praktis.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-methods*, yaitu penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif secara berurutan (*sequential explanatory design*). Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara menyeluruh kebutuhan, tantangan, dan struktur pengetahuan yang relevan bagi UMKM industri kreatif di Jawa Barat. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memetakan tren umum dan mengukur indikator keberhasilan, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi makna, konteks, dan keterhubungan antar pengetahuan yang akan dituangkan ke dalam *mind map*.

### 2.2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Jawa Barat sebagai salah satu pusat industri kreatif di Indonesia. Subjek penelitian terdiri atas:

1. Pemilik atau pengelola UMKM di bidang fesyen, kuliner, kriya, dan jasa kreatif.
2. Pendamping UMKM, asosiasi, dan perwakilan dinas terkait.
3. Total responden kuantitatif: 40 orang.
4. Total partisipan wawancara/FGD: 5–10 orang.

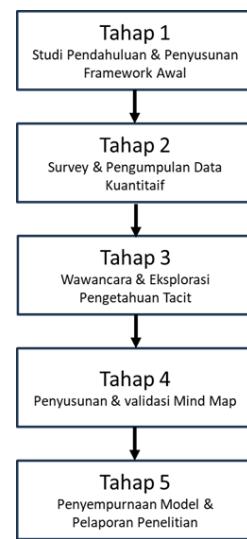
### 2.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam beberapa sesi waktu yang berbeda-beda, terdiri dari sejumlah kegiatan sebagai berikut:

1. Survei Kuantitatif: menggunakan kuesioner skala *Likert* untuk mengukur persepsi dan penilaian terhadap faktor keberhasilan serta indikator KM.
2. Wawancara Mendalam: dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali kebutuhan pengetahuan dan praktik manajemen pengetahuan dari pelaku UMKM.
3. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD): digunakan untuk memvalidasi struktur *mind map* dan merefleksikan keterkaitan antar elemen pengetahuan.
4. Studi Literatur: sebagai dasar penyusunan kerangka faktor keberhasilan dan domain pengetahuan.

### 2.4. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilaksanakan dalam lima tahap utama, dimulai dari studi awal dan penyusunan skenario framework sampai dengan penyempurnaan model dan dokumentasi. Gambaran prosedur disampaikan pada gambar 1 berupa diagram alir kegiatan.



Gambar 1. Prosedur Penelitian.

Penjelasan setiap langkah kegiatan adalah sebagai berikut:

Tahap 1: Studi Pendahuluan dan Penyusunan *Framework Awal*

- Kajian literatur tentang industri kreatif, manajemen pengetahuan, dan *mind mapping*.
- Identifikasi faktor keberhasilan UMKM berdasarkan studi sebelumnya [12], [4].
- Penyusunan *framework* awal model KM: komponen *people, process, technology*.

Tahap 2: Survei dan Pengumpulan Data Kuantitatif

- Penyusunan dan penyebaran kuesioner kepada 40 pelaku UMKM.
- Analisis deskriptif menggunakan statistik untuk mengidentifikasi item-item relevan ( $>3,5$  rerata skor *Likert*).
- Penentuan faktor dan indikator yang akan divisualisasikan dalam *mind map*.
- Mekanisme sampling menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria inklusi UMKM aktif minimal 2 tahun.

Tahap 3: Wawancara dan Eksplorasi Pengetahuan *Tacit*

- Wawancara mendalam kepada pelaku UMKM dan pendamping.
- Teknik analisis tematik dilakukan terhadap transkrip wawancara untuk menemukan domain pengetahuan praktis.
- Hasil wawancara dikonversi menjadi subdomain/subpengetahuan pendukung mind map.

Tahap 4: Penyusunan dan Validasi *Mind Map* Pengetahuan

- Penyusunan struktur knowledge map berdasarkan temuan kuantitatif dan kualitatif.
- Visualisasi awal dibuat menggunakan perangkat lunak *XMind* atau *MindMeister*.
- Validasi melalui FGD dengan pelaku UMKM dan pakar: konfirmasi relevansi, kelengkapan, dan hubungan antar elemen.
- Revisi berdasarkan masukan lapangan.

Tahap 5: Penyempurnaan Model dan Pelaporan

- Finalisasi mind map sebagai model pemetaan pengetahuan UMKM industri kreatif.
- Penyusunan indikator terukur berdasarkan subpengetahuan (menggunakan prinsip *SMART*).
- Penyusunan laporan dan artikel ilmiah.

## 2.5. Analisis Data

1. Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif (rerata, deviasi standar) untuk menilai tingkat relevansi indikator dari responden.

2. Data kualitatif dianalisis menggunakan pendekatan coding terbuka untuk mengelompokkan informasi menjadi domain dan subpengetahuan.
3. Data triangulasi digunakan dari wawancara, FGD, dan kuesioner untuk menjamin validitas struktur mind map.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini membahas hasil dari penelitian dan pada waktu yang sama juga memberikan pembahasan yang komprehensif. Hasil penelitian dapat disajikan menggunakan gambar, grafik, tabel, dan lainnya yang membuat pembaca dapat memahami hasil penelitian dengan mudah. Pembahasan dapat dibuat dengan menggunakan beberapa sub-bab.

#### 3.1. Model Kerangka Manajemen Pengetahuan (KM) untuk UMKM Industri Kreatif

Penelitian ini menghasilkan model manajemen pengetahuan (KM) yang dirancang secara kontekstual untuk mendukung keberhasilan UMKM di sektor industri kreatif di Jawa Barat. Model dikembangkan berdasarkan kerangka People–Process–Technology, yang telah diuji pada 5 UMKM melalui survei, wawancara, dan studi literatur. Komponen utama framework disampaikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Komponen utama Framework [13].

Komponen	Deskripsi
People	Pelaku UMKM, fasilitator KM (mentor, asosiasi, pemerintah), jejaring kolaborasi.
Process	Proses siklus KM: penciptaan, penangkapan, penyimpanan, penyebaran, dan pemanfaatan pengetahuan.
Technology	Media pendukung: platform digital sederhana, repository manual/digital, forum diskusi, dokumentasi praktik.

Siklus ini dijabarkan ke dalam aktivitas nyata di lapangan, seperti pelatihan, dokumentasi SOP, penggunaan WhatsApp grup komunitas, hingga replikasi produk inovatif.

#### 3.2. Identifikasi Faktor-Faktor Keberhasilan UMKM Kreatif

Penelitian ini merumuskan 10 faktor utama yang dianggap kritis dalam mendukung keberhasilan UMKM industri kreatif di Jawa Barat. Faktor-faktor tersebut disampaikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Faktor-faktor Keberhasilan penerapan Industri Kreatif.

No	Faktor Keberhasilan	Penjelasan Singkat	Literatur Pendukung
1	Kapasitas Inovasi Produk	Kemampuan UMKM menghasilkan desain baru, diversifikasi produk, dan pembaruan sesuai tren pasar.	Nonaka & Takeuchi (1995) [4]; Dalkir (2017) [5]
2	Akses Pasar & Pemasaran Digital	Kemampuan memperluas pasar melalui platform digital, <i>e-commerce, branding online</i> .	BEKRAF (2019) [1]; Magawati, (2022) [14]
3	Kolaborasi & Jejaring	Kemitraan, klaster usaha, forum kolaborasi lintas pelaku industri kreatif.	Choi & Kim (2021) [15]; Mashudi (2024) [8]
4	Pengelolaan Pengetahuan Internal	Kemampuan mendokumentasi, menyimpan, dan mendistribusikan pengetahuan praktik.	Wibisono et al. (2016) [11]; Dalkir (2017) [5]
5	Dukungan Kelembagaan & Regulasi	Kebijakan pemerintah daerah, asosiasi, inkubator bisnis yang mendukung ekosistem industri kreatif.	BEKRAF & BPS (2019) [1]; Okuwhere, et al. (2022) [16]
6	Literasi Teknologi & Digitalisasi	Tingkat kemampuan pelaku UMKM menggunakan teknologi pendukung bisnis & KM.	Durst, et al. (2022) [17]; Megawati (2022) [14]
7	Budaya Berbagi Pengetahuan	Kemauan pelaku untuk saling berbagi pengalaman dan praktik terbaik.	Rumijati, et al. (2024) [18]; Nonaka & Takeuchi (1995) [4]
8	Kualitas Sumber Daya Manusia	Kompetensi SDM di bidang kreativitas, manajemen usaha, dan literasi pasar.	Machuca et al. (2022) [19]; Wibisono et al. (2016) [11]
9	Akses Permodalan & Pembiayaan	Ketersediaan dana atau akses kredit untuk mendukung inovasi produk kreatif.	BEKRAF & BPS (2019) [1]; Mashudi (2024) [8]
10	Perlindungan HKI	Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual untuk desain, merek, atau karya kreatif UMKM.	Okuwhere, et al. (2022) [55]; Dalkir (2017) [5]

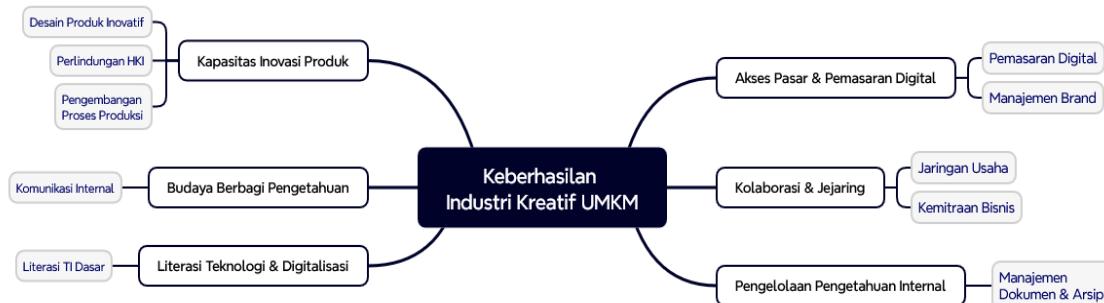
Setiap faktor diturunkan menjadi domain pengetahuan dan subpengetahuan praktis, seperti misalnya: "pemasaran digital" terdiri dari *e-commerce*, SEO, dan konten media sosial.

### 3.3. Visualisasi Pengetahuan dalam Bentuk *Mind Map*

Salah satu kontribusi utama penelitian ini adalah visualisasi struktur pengetahuan dalam bentuk mind map atau *knowledge map*. Diagram ini menyusun hubungan antara faktor keberhasilan → domain pengetahuan → subpengetahuan, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk:

1. Pengembangan indikator keberhasilan
2. Validasi kebutuhan pengetahuan lapangan
3. Perencanaan sistem KM berbasis teknologi

Visualisasi ini memungkinkan pemahaman cepat terhadap keterkaitan antar aspek yang mempengaruhi kesuksesan UMKM kreatif. Gambar pemetaan pengetahuan disampaikan pada Gambar 2, *Mind Map* Keberhasilan Industri Kreatif UMKM.



Gambar 2. *Mind Map* Keberhasilan Industri Kreatif UMKM.

Gambar 2 menyajikan sebuah *mind map* yang memvisualisasikan struktur pengetahuan kritis yang diperlukan untuk mendukung keberhasilan UMKM di sektor industri kreatif. Visualisasi ini dibangun berdasarkan hasil identifikasi 10 faktor utama keberhasilan UMKM, yang kemudian dijabarkan ke dalam domain dan subdomain pengetahuan secara sistematis. *Mind map* disusun secara hierarkis mulai dari Tingkat atas: Faktor Keberhasilan, Tingkat tengah: Domain Pengetahuan, dan Tingkat bawah: Subpengetahuan/Tema Praktis.

*Mind map* pada Gambar 2 menunjukkan keterkaitan antar domain, yaitu:

1. Literasi Teknologi berkaitan erat dengan Inovasi Produk dan Pengelolaan Pengetahuan, karena digitalisasi proses produksi membutuhkan kapasitas teknologi dan dokumentasi yang baik.
2. Kolaborasi Usaha beririsan dengan Jejaring Pengetahuan dan Komunitas Praktik, yang memfasilitasi pertukaran informasi dan replikasi keberhasilan antar pelaku UMKM.

*Mind map* ini disusun secara kontekstual, menyesuaikan dengan karakteristik UMKM kreatif di Jawa Barat. Hal ini mencakup:

1. Pengetahuan berbasis budaya lokal
2. Praktik inovasi sederhana namun berdampak
3. Adaptasi teknologi dengan sumber daya terbatas
4. Interaksi erat antara komunitas, pemerintah daerah, dan pelaku usaha

Setiap komponen dalam mind map terhubung langsung dengan kerangka People–Process–Technology yang digunakan dalam model KM:

1. *People* → aktor yang memproduksi dan menyebarluaskan pengetahuan
2. *Process* → aktivitas penciptaan, penyimpanan, dan pemanfaatan pengetahuan
3. *Technology* → alat bantu yang mendukung aliran pengetahuan, seperti platform digital atau sistem dokumentasi

### 3.4. Indikator Keberhasilan Implementasi KM

Berdasarkan struktur mind map, dirumuskan sejumlah indikator berbasis prinsip SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*). Adapun pemetaan setiap indikator terhadap domain pengetahuan dan subpengetahuan disampaikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Indikator keberhasilan implementasi industri kreatif di UMKM.

Faktor Keberhasilan	Domain Pengetahuan	Indikator Keberhasilan
Kapasitas Inovasi Produk	Desain Produk Inovatif	Jumlah desain baru per tahun, frekuensi workshop desain, kecepatan waktu pengembangan
	Perlindungan HKI	Jumlah hak cipta diaftarkan, jumlah produk dengan lisensi resmi
	Pengembangan Proses Produksi	Frekuensi revisi SOP, tingkat efisiensi produksi, kontrol kualitas diterapkan
Akses Pasar & Pemasaran Digital	Pemasaran Digital	Jumlah platform e-commerce aktif, traffic website/toko online, engagement media sosial
	Manajemen Brand	Peningkatan awareness merek, jumlah promosi storytelling, dokumentasi guideline brand
Kolaborasi & Jejaring	Jaringan Usaha	Jumlah keanggotaan klaster/komunitas, frekuensi pertemuan kolaborasi
	Kemitraan Bisnis	Jumlah kemitraan baru, nilai kontrak, keberlanjutan kerjasama
Pengelolaan Pengetahuan Internal	Manajemen Dokumen & Arsip	Jumlah SOP terdokumentasi, frekuensi pembaruan dokumen, repository aktif
Literasi Teknologi & Digitalisasi	Literasi TI Dasar	Jumlah pelatihan literasi digital, tingkat adopsi aplikasi pendukung KM
Budaya Berbagi Pengetahuan	Komunikasi Internal	Frekuensi forum sharing, jumlah pelaku aktif berbagi

Indikator ini bertujuan sebagai instrumen evaluatif dalam implementasi KM secara berkelanjutan di sektor UMKM kreatif.

### 3.5. Hasil Validasi Responden

Tujuan dilakukannya validasi pada model pengetahuan yang sudah dibuat disampaikan sebagai berikut:

1. Memastikan bahwa faktor keberhasilan, domain pengetahuan, dan indikator KM yang disusun benar-benar relevan dengan konteks UMKM industri kreatif di Jawa Barat.
2. Mendapatkan masukan praktis dari pelaku UMKM, pengelola klaster, atau pendamping untuk perbaikan model KM.
3. Menjadi bukti akademik bahwa kerangka yang disusun telah melewati proses uji kelayakan praktis.

Metode validasi menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala linker. Adapun target responden minimal 30 orang responden sesuai konsep [20]. Responden dipilih secara *purposive* dari komunitas UMKM kreatif di Jawa Barat, dengan mempertimbangkan keberagaman subsektor (kuliner, fesyen, kriya, jasa kreatif, garmen). Target responden disampaikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Target Responden.

Kategori	Kriteria
Pelaku UMKM	Pemilik atau pengelola usaha di subsektor kreatif (kuliner, fashion, kriya, desain).
Pendamping/Asosiasi	Perwakilan asosiasi, klaster industri kreatif, atau dinas terkait yang mendampingi UMKM.
Minimum Responden	Disarankan min. 30 responden untuk kuesioner; 5–10 responden untuk FGD.

Pertanyaan/Instrumen kuesioner dibuat dengan mengacu kepada indikator-indikator yang telah didefinisikan sebelumnya. Ada 10 pernyataan yang dibuat untuk kuesioner, disampaikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks pernyataan.

No	Pernyataan	Pengukuran
1	Indikator "Jumlah desain baru per tahun" relevan diterapkan di usaha saya.	Skala 1–5
2	Perlindungan HAKI sangat penting untuk menjaga aset kreativitas produk.	Skala 1–5
3	Kapasitas proses untuk meningkatkan kontrol produksi penting untuk keberhasilan UMKM industri kreatif.	Skala 1–5
4	Pengetahuan tentang tren desain sangat dibutuhkan untuk inovasi produk.	Skala 1–5
5	Pentingnya brand produk dalam meningkatkan eksistensi pasar digital.	Skala 1–5
6	Kolaborasi dan jejaring usaha mendukung keberlanjutan usaha saya.	Skala 1–5
7	Kolaborasi dan kemitraan dengan pihak lain penting untuk mendukung industri kreatif	Skala 1–5

8	Pengelolaan Pengetahuan Internal menjadi modal penting dalam melakukan inovasi produk.	Skala 1–5
9	Literasi Teknologi & Digitalisasi menjadi kebutuhan untuk melakukan perubahan-perubahan strategis ke depan.	Skala 1–5
10	Budaya Berbagi Pengetahuan antar sesama UMKM dan Stackholder terkait menjadi kunci pemahaman intang industri kreatif yang sebenarnya.	Skala 1–5

Catatan: Pernyataan dibuat per Faktor → Domain → Indikator, sehingga responden dapat menilai apakah item ini benar-benar penting dan bisa diterapkan. Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang dikembangkan dari studi literatur dan data lapangan, lalu diuji menggunakan pendekatan validitas isi dan reliabilitas internal. Hasil uji validitas dan reabilitas didapat nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 untuk 8 dari 10 item. Sedangkan 2 item berada dikisaran 0,61 – 0,67.

Hasil kuesioner yang masuk dari 40 responden, dengan responden dengan jabatan top manajerial 12,5%, level menengah 35%, dan sisanya operasional sekitar 52,5%. Bidang usaha dari tempat kerja responden terbesar dari sektor jasa sebesar 30%, diikuti sektor kerajinan/souvenir, sisanya adalah sektor makanan termasuk didalamnya restoran/cafe, serta garmen.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian. Tabel hasil statistik deskriptif disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Keberhasilan Implementasi Industri Kreatif.

No	Item Pertanyaan	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
1	3	5	3	5	3,600	0,59052
2	3	5	3	5	4,075	0,76418
3	3	5	3	5	3,625	0,58562
4	3	4	3	4	3,525	0,50574
5	3	5	3	5	4,125	0,82236
6	3	4	3	4	3,350	0,48305
7	4	5	4	5	4,475	0,50574
8	4	5	4	5	4,575	0,50064
9	4	5	4	5	4,475	0,50574
10	3	4	3	4	3,375	0,49029
Rata-rata					3,920	0,57539
Valid N (listwise) 40						

Hasil kuesioner terhadap 40 responden UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar indikator dianggap relevan dan dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Rata-rata penilaian keseluruhan: 3,92 (skala 1–5)
2. Indikator dengan skor tertinggi: pengelolaan pengetahuan internal (4,57), literasi teknologi (4,75)
3. Indikator dengan skor terendah: kolaborasi usaha (3,35)

Hasil ini mengonfirmasi bahwa pelaku UMKM mengakui pentingnya KM dalam mendukung inovasi dan keberlanjutan usaha, namun masih terdapat kesenjangan dalam penerapan budaya berbagi dan kolaborasi.

### 3.6. Kesiapan Implementasi Model

Meskipun secara konseptual model ini dinilai relevan dan aplikatif, implementasi riilnya masih membutuhkan:

1. Penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam literasi teknologi
2. Pengembangan media berbagi pengetahuan digital berbasis komunitas
3. Intervensi kebijakan dari pemerintah lokal dan asosiasi industri

Kesiapan implementasi model pemetaan pengetahuan industri kreatif UMKM di Jawa Barat ditunjukkan melalui perencanaan purwa rupa, tahapan implementasi lapangan, rancangan pelatihan pengguna, serta penggunaan platform digital terbuka seperti DokuWiki. Detail rencana implementasi disampaikan sebagai berikut:

1. Purwa Rupa dan Fitur Minimum, dirancang dalam bentuk platform berbasis web sederhana dengan tiga fitur utama: (1) *Knowledge Capture* melalui form input SOP, tutorial, atau tips praktis; (2) *Knowledge Storage* dengan repositori digital seperti Google Drive; dan (3) *Knowledge Sharing* melalui grup komunitas atau media sosial. Alur penggunaan prototype memuat proses mulai dari input, penyimpanan, hingga berbagi konten pengetahuan.

2. Tahapan Implementasi Lapangan, dilakukan secara bertahap: persiapan tools dan form (minggu ke-1), sosialisasi kepada UMKM (minggu ke-2), uji coba penggunaan (minggu ke-3 s.d 4), monitoring oleh fasilitator (minggu ke-4 s.d 6), dan penyempurnaan berdasarkan masukan (minggu ke-6 s.d 8). Setiap fase memiliki output terukur untuk mengevaluasi kesiapan.
3. Peran Stakeholder, meliputi pelaku UMKM, fasilitator KM, komunitas/organisasi UMKM, dan pemerintah daerah. Masing-masing memiliki peran spesifik mulai dari pengguna, pendamping, penyebar informasi, hingga penyokong kebijakan dan dukungan teknis.
4. Indikator Keberhasilan implementasi diukur dari keterlibatan aktif pelaku UMKM (minimal 50% aktif unggah pengetahuan), setiap pelaku memiliki minimal 1 SOP terdokumentasi, grup komunitas aktif, dan tingkat kepuasan (*feedback*) peserta yang tinggi (skor > 3.5).
5. Rencana Pelatihan Pengguna, dirancang agar pelaku UMKM dapat memahami dasar-dasar KM, serta mampu melakukan praktik capture, storage, dan sharing pengetahuan. Materi pelatihan meliputi pengantar KM, teknik dokumentasi, praktik penggunaan *prototype*, dan tugas mandiri. Modul ini menumbuhkan budaya KM sejak tahap awal.
6. Penggunaan *Platform Open Source*: DokuWiki, dipilih karena ringan, tidak memerlukan database, dan mudah dipasang. Konten dapat disusun berdasarkan faktor keberhasilan UMKM dan SOP-SOP yang diunggah pengguna. Panduan input dan pengelolaan user diberikan secara terstruktur agar tiap pengguna memahami fungsinya.
7. Template SOP UMKM Kreatif, disusun secara sederhana namun lengkap, meliputi judul, tujuan, lingkup, langkah-langkah, alat/bahan, dan kontrol kualitas. SOP ini menjadi standar dasar dokumentasi pengetahuan eksplisit.

Kesiapan implementasi ini membuktikan bahwa model *mind map* yang dikembangkan tidak hanya konseptual tetapi juga praktis untuk diadopsi oleh komunitas UMKM kreatif di tingkat lokal.

### 3.7. Kekurangan dan Justifikasi Model

Model *mind map* pengetahuan yang dikembangkan dalam penelitian ini memiliki sejumlah kelebihan sekaligus keterbatasan. Justifikasi pemilihan *mind map* sebagai pendekatan pemodelan pengetahuan dilandasi oleh beberapa alasan teoritis dan kontekstual. *Mind map* dinilai efektif dalam merepresentasikan struktur pengetahuan yang kompleks secara visual dan intuitif, serta mampu mengakomodasi baik  *tacit* maupun  *explicit knowledge* dalam satu kerangka kognitif yang mudah dipahami oleh pengguna non-teknis seperti pelaku UMKM [5]. Lebih lanjut, pendekatan ini sejalan dengan model *knowledge creation* SECI (*Socialization, Externalization, Combination, Internalization*) dari Nonaka dan Takeuchi, yang menekankan dinamika pertukaran antara pengetahuan implisit dan eksplisit dalam organisasi [4]. Struktur *mind map* memberikan ruang fleksibel untuk proses kombinasi dan eksternalisasi pengetahuan yang esensial dalam konteks UMKM. Selain itu, *mind map* terbukti bermanfaat dalam pendekatan pembelajaran dan penyusunan sistem informasi berbasis pengetahuan, karena kemampuannya dalam menyederhanakan relasi konsep yang kompleks [14]. Di sektor UMKM yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya digital dan kapasitas analisis, pendekatan ini menjadi pilihan yang sesuai secara praktis dan efisien.

Namun demikian, terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini. Validasi model masih terbatas pada sampel kecil (40 responden) dan hanya dilakukan di wilayah Bandung dan sekitarnya. Hal ini membatasi generalisasi hasil ke wilayah atau sektor industri kreatif lainnya. Selain itu, pengukuran efektivitas implementasi model dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM belum dilakukan secara kuantitatif, sehingga manfaat riilnya masih bersifat prospektif.

Keterbatasan lainnya terletak pada instrumen evaluasi model yang belum diuji dalam berbagai skenario penerapan di lapangan, seperti pelatihan, digitalisasi pengetahuan, atau penyusunan strategi inovasi berbasis klaster. Sehingga diusulkan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, sampel yang lebih besar, serta pengujian dengan melihat dampak implementasi secara longitudinal.

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pemetaan pengetahuan berbasis pendekatan manajemen pengetahuan (*Knowledge Management*) guna mendukung keberhasilan UMKM di sektor industri kreatif di Jawa Barat. Dengan menggunakan pendekatan mixed-methods, penelitian ini merumuskan struktur pengetahuan yang mencerminkan kebutuhan nyata pelaku UMKM melalui integrasi data survei, wawancara, dan validasi partisipatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model KM berbasis kerangka People–Process–Technology efektif untuk mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam siklus pengetahuan UMKM kreatif. Sepuluh

faktor keberhasilan yang dirumuskan, termasuk inovasi produk, pemasaran digital, kolaborasi, dan literasi teknologi telah diturunkan menjadi domain dan subpengetahuan praktis, kemudian divisualisasikan dalam bentuk mind map yang aplikatif dan mudah digunakan.

Model ini juga berhasil menghasilkan indikator keberhasilan yang terukur dan telah divalidasi oleh pelaku UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pemetaan pengetahuan dapat menjadi alat bantu strategis dalam mendokumentasikan, menyebarluaskan, dan mereplikasi praktik terbaik dalam ekosistem UMKM kreatif.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penggabungan kerangka teoretis KM dengan pendekatan visual interaktif (*knowledge mapping*) yang relevan secara lokal. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah, asosiasi, maupun pendamping UMKM sebagai dasar pengembangan kebijakan, pelatihan, maupun sistem berbasis teknologi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan purwarupa digital dari model ini dan menguji dampaknya terhadap kinerja usaha secara longitudinal, serta memperluas konteks penerapan di wilayah dan sektor industri lainnya.

## Daftar Pustaka

- [1] BEKRAF and BPS, *Laporan Ekonomi Kreatif Indonesia 2020*. Badan Ekonomi Kreatif, 2020.
- [2] M. Irjayanti and A. Azis, “Barrier factors and potential solutions for Indonesian SMEs,” *Procedia Economics and Finance*, vol. 4, pp. 3–12, 2012. [Online]. Available: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00315-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00315-2)
- [3] S. Setyawati, Y. Nurfaizal, C. Dwiatmadja, and A. I. Anggraeni, “Creative self-efficacy: A new approach to social support and creativity of SMEs’ owners,” *Int. J. of Economics and Business Administration*, 2019. [Online]. Available: <https://www.um.edu.my/library/oar/handle/123456789/43964>
- [4] I. Nonaka and H. Takeuchi, *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press, 1995.
- [5] K. Dalkir, *Knowledge Management in Theory and Practice*, 3rd ed. Cambridge, MA: MIT Press, 2017.
- [6] M. Pelamonia, “Pengaruh knowledge management dan inovasi berbasis layanan terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon,” *MSEJ*, vol. 1, no. 2, pp. 161–177, Jul. 2020. [Online]. Available: <https://doi.org/10.37385/msej.v1i2.80>
- [7] A. Alawneh, A. Abuali, and T. Almarabeh, “The role of knowledge management in enhancing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs),” *Commun. of the IBIMA*, 2009. [Online]. Available: <https://ibimapublishing.com/articles/CIBIMA/2009/709854>
- [8] Mashudi and L. Fauziah, “The role of knowledge management in enhancing product innovation: An empirical study of the creative industry in Indonesia,” *Branding: J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 15–28, 2024. [Online]. Available: <https://doi.org/10.15575/jb.v3i2.44435>
- [9] R. Cerchione, E. Esposito, and M. R. Spadaro, “A literature review on knowledge management in SMEs,” *Knowl. Manag. Res. Pract.*, vol. 14, pp. 169–177, 2016. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1057/kmrp.2015.12>
- [10] R. V. D. Jordão and J. Novas, “Knowledge management and intellectual capital in networks of small- and medium-sized enterprises,” *Journal of Intellectual Capital. Cap.*, vol. 18, no. 4, pp. 667–692, 2017. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0120>
- [11] S. Maryunani, *The Making of a Creative City: Bandung and Its Creative Industries Ecosystem*, Doctoral thesis, Goldsmiths, University of London, 2019. [Online]. Available: <https://doi.org/10.25602/GOLD.00027684>
- [12] Y. J. Ratna, J. Purnomo, and Sutrisno, “The role of innovation and creativity in business management to enhance SME economy in the creative industry,” *IFIJEB*, vol. 4, no. 3, pp. 858–871, Jul. 2024. [Online]. Available: <https://doi.org/10.54373/ifijec.v4i3.1473>
- [13] I. A. P. Megawati, “Digitalization of SMEs in Indonesia for post-COVID-19 economic recovery,” *Int. Conf. Fac. Econ. Bus.*, vol. 1, no. 1, pp. 143–164, 2022. [Online]. Available: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/icfeb/article/view/3548>
- [14] S. Choi and S. Kim, “Open creative labs and knowledge brokers,” *Transl. Translanguaging in Multiling. Contexts*, vol. 7, pp. 279–307, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1075/ttmc.00079.kim>

- 
- [15] A. Wibisono, I. G. B. D. Budi, M. Rif'ah, and P. Arsiwi, "Computer aided stamped batik design and manufacturing for batik machine with wax moving module," *Appl. Mech. Mater.*, vol. 842, pp. 388–394, 2016. [Online]. Available: <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.842.388>
  - [16] M. Okuwhere, T. Huynh, C. Hoyte, and A. Johnstone, "SMEs digitalisation through clustering, the role of open innovation: A research agenda," *Proc. Eur. Conf. Innov. Entrep.*, vol. 17, pp. 386–393, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.34190/ecie.17.1.579>
  - [17] S. Durst, I. Edvardsson, and S. Foli, "Knowledge management in SMEs: A follow-up literature review," *J. Knowl. Manag.*, vol. 27, no. 11, pp. 25–58, Dec. 2023. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2022-0325>
  - [18] A. Rumijati, R. S. Arifiani, and A. R. Hakim, "Leadership and knowledge management in SMEs: Organizational culture as moderation," *J. Maksipreneur*, vol. 13, no. 2, pp. 425–445, 2024. [Online]. Available: <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i2.1656>
  - [19] J. Machuca, C. López Gualdrón, and L. Bautista, "Reference framework for tacit knowledge in craft-based manufacturing processes for updating their practices with digital interventions: A systematic review," pp. 559–573, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.22492/issn.2758-0989.2022.43>
  - [20] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.