**Perkembangan Knowledge Management pada PT Unilever**

**SEJARAH PT UNILEVER INDONESIA**

PT Unilever Indonesia Tbk berdiri pada 5 Desember 1933 sebagai Zeepfabrieken N.V. Lever. Dan pada 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT Lever Brothers Indonesia kemudian pada tanggal 30 Juni 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. Di Indonesia.

 Unilever bergerak dalam bidang produksi pangan diantarannya sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari the.Adapun Produk-produk lainnya seperti kosmetik, dan produk rumah tangga.

PT Unilever Indonesia (ULI), Tbk adalah salah satu perusahaan di Indonesia yang berhasil dalam penerapan knowledge management. Misi ULI adalah "peningkatan vitalitas hidup", hal ini dapat terpenuhi melalui produk-produk mereka yang inovatif, unggul dan ekonomis. Untuk hal tersebut ULI sangat berkomitmen untuk membawa ilmu pengetahuan dan dan keahlian internasional mereka untuk dapat melayani konsumen setempat. Dari misi dan komitment tersebut ULI fokus pada memenuhi kebutuhan pelanggan, pengembangan karyawan, dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk berbagi pengetahuan.

**Penerapan Knowledge Management di PT Unilever**

1. Komunikasi Pemasaran yang Bersifat One-Voice.
Maksudnya adalah, walaupun elemen komunikasi pemasaran yang digunakan berbeda-beda dalam meraih konsumen namun semua itu harus dapat dikoordinasi dengan cara yang tepat oleh berbagai organisasi dan agensi yang bekerja pada elemen-elemen yang berbeda tersebut. Komunikasi disini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan brand awareness atau pencitraan produk yang baik saja, namun juga harus dapat menimbulkan hasil penjualan yang baik.
2. Pengembangan SDM

Karyawan merupakan aset berharga bagi ULI, karena itu mereka membuat strategi dan sistem human capital yang komprehensif.Beberapa hal yang dilakukan antara lain Performance Development Program (PDP) yaitu rencana pengembangan setiap karyawan sesuai dengan pekerjaan masing-masing. setiap pertengahan tahun PDP dimonitor melalui Continuous Improvement Discussion (CID) untuk membahas hal-hal yang perlu dilakukan untuk pengembangan karyawan.

1. Budaya Coaching
Budaya coaching disini dilakukan dengan menempatkan senior manager untuk menjadi coach suatu department. Sebelum menjadi coach, mereka dibekali dengan pelatihan dan teknik coaching. Untuk budaya coaching ini diberi nama Building Leaders as Generative Coaches.
2. Budaya Sharing Knowledge
ULI menuntuk senior manager menjadi learning champion yang dengan sukarela membagi pengetahuan karena mereka adalah ahli dalam bidangnya. Hal-hal yang dilakukan ULI adalah:
* Learning award bagi management dan karyawan yang berkontribusi aktif dalam berbagi pengetahuan dan pengalaman.
* Retrospect berupa program penulisan tacit yang diperoleh dari pengalaman para karyawan, dan bagi yang dianggap baik akan dipublikasikan di situs departemen mereka.
* SOLAR (Share of Learning and Discussion) ajang dimana pimpinan luar ULI datang sebagai narasumber
* Good idea merupakan inisiatif yang memfasilitasi karyawan (dengan berbagai level) untuk menyampaikan ide sederhana (dalam bentuk apapun) yang memiliki dampak besar bagi organisasi.

**Strategi Teknologi Informasi**

PT unilever menjalankan Komunikasi pasar terpadu (Integrated Marketing Communication/IMC). Strategi ini merupakan upaya perusahaan untuk memadukan dan mengkoordinasikan semua saluran komunikasi untuk menyampaikan pesannya secara jelas, cara untuk mendekatkan diri dengan customer agar customer lebih mengenal produk dan perusahaan.

**Fasilitas untuk knowledge sharing**

Beberapa fasilitas yang dibangun ULI adalah:

1. Learning Centre di Mega Mendung puncak dengan kelas dan e-learning.
2. Knowledge Club Online dan Online Library yang berupa database pengetahuan dan perpusatakaan online
3. Intranet yang berisi semua aktivitas dan informasi organisasi terutama scoreboard yang berisi progres pencapaian kinerja organisasi.

**Tujuan Penerapan Knowledge Management Terhadap PT Unilever**

Implementasi knowledge management atau manajemen pengetahuan akan memberikan pengaruh positif terhadap proses bisnis perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, beberapa manfaat knowledge management atau manajemen pengetahuan bagi perusahaan Unilever antara lain:

* Penghematan waktu dan biaya. Dengan adanya sumber pengetahuan yang terstruktur dengan baik, maka perusahaan akan mudah untuk menggunakan pengetahuan tersebut untuk konteks yang lainnya, sehingga perusahaan akan dapat menghemat waktu dan biaya.
* Peningkatan aset pengetahuan. Sumber pengetahuan akan memberikan kemudahaan kepada setiap karyawan untuk memanfaatkannya, sehingga proses pemanfaatan pengetahuan di lingkungan perusahaan akan meningkat, yang akhirnya proses kreatifitas dan inovasi akan terdorong lebih luas dan setiap karyawan dapat meningkatkan kompetensinya.
* Kemampuan beradaptasi. Perusahaan akan dapat dengan mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang terjadi.
* Peningkatan produktfitas. Pengetahuan yang sudah ada dapat digunakan ulang untuk proses atau produk yang akan dikembangkan, sehingga produktifitas dari perusahaan akan meningkat.

**Pengembangan Knowledge Management di PT Unilever**

Salah satu keunggulan Unilever Indonesia dalam mengembangkan Knowledge Management maupun menciptakan Learning Organization adalah kemampuannya dalam menciptakan berbagai program pembelajaran yang unik dan menarik. Awalnya program ini ada yang merupakan usulan karyawan, sebuah ide yang secara tidak sengaja disampaikan dalam sebuah pembicaraan maupun hasil dari analisa kebutuhan untuk memanfaatkan berbagai media yang ada.

**Kesimpulan**

Dari seluruh penjelasan di atas , dapat disimpulkan bahwa PT Unilever Indonesia (ULI), Tbk adalah salah satu perusahaan di Indonesia yang berhasil dalam penerapan knowledge management, dimana PT. Unilever menggunakan knowledge management untuk membantu dalam memanipulasi pengetahuan maupun pengalaman yang penting sehingga pengetahuan dan pengalaman dapat saling berkesinambungan yang berhasil memberikan value yang bermanfaat baik bagi customer maupun karyawan nya.Seperti komunikasi pemasaran bersifat one-voice atau bisa dikatakan keseragaman, lalu pengembangan SDM dimana knowledge management digunakan sebagai Performance Development Program, Budaya coaching, dan sharing knowledge bagi karyawan.

Tujuan PT.Unilever menerapkan knowledge management adalah untuk menjadi daya saing yang dimana kehidupan bisnis di masa sekarang sangatlah keras, jika kita tidak dapat bertahan maka pesaing akan meninggalkan kita yang biasanya disebut kemampuan beradaptasi dalam lingkungan bisnis.

 **Daftar pustaka**

Unilever.27 september 2014.http://www.unilever.co.id/id/aboutus/ourhistory/
Wikipedia.28 september 2014.<http://id.wikipedia.org/wiki/Unilever>
Pratanto,Christophel.”Penerapan Knowledge Management di PT UNILEVER”.18 september 2014 .http://cpratanto.blogspot.com/2012/06/penerapan-knowledge-management-di-pt.html