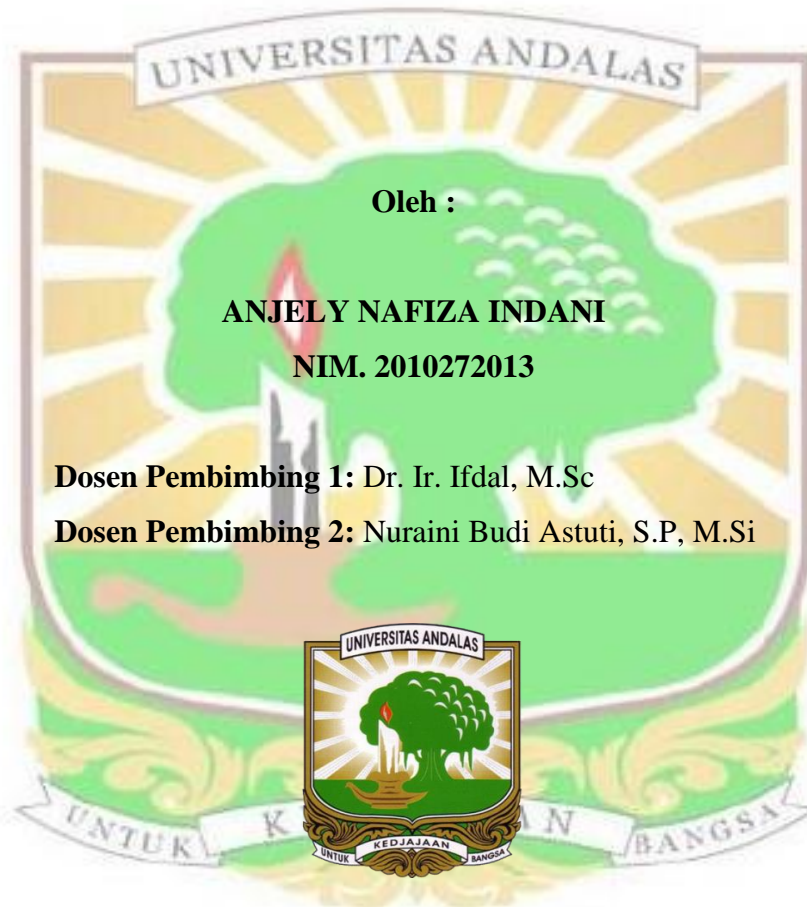


**MANAJEMEN PENGETAHUAN PEMASARAN DAN
IMPLEMENTASINYA PADA KELOMPOK SENTRA IKM
DODOL KENTANG 'KAYO' DI DESA LUBUK NAGODANG,
KECAMATAN SIULAK, KABUPATEN KERINCI**

SKRIPSI



Dosen Pembimbing 1: Dr. Ir. Ifdal, M.Sc

Dosen Pembimbing 2: Nuraini Budi Astuti, S.P, M.Si

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2024

MANAJEMEN PENGETAHUAN PEMASARAN DAN IMPLEMENTASINYA PADA KELOMPOK SENTRA IKM DODOL KENTANG 'KAYO' DI DESA LUBUK NAGODANG, KECAMATAN SIULAK, KABUPATEN KERINCI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan hasil survey penulis yang dilakukan pada Kelompok Sentra IKM Dodol Kentang 'KAYO' di Desa Lubuk Nagodang Kecamatan Siulak, Kabupaten Kerinci, yang ingin melihat apakah pada kelompok tersebut terjadi suatu proses manajemen pengetahuan dalam pemasaran produknya dan bagaimana tingkat penerapan manajemen pengetahuan pemasaran pada kelompok tersebut. hal ini akan dilihat dari aspek manajemen pengetahuan (Akuisisi Pengetahuan, Penciptaan Pengetahuan, Distribusi Pengetahuan, Penerapan Pengetahuan) serta dari aspek implementasi manajemen pengetahuan (Manusia, Kepemimpinan, Organisasi, Belajar, Teknologi). Penelitian ini menggunakan pendekatan yang menggabungkan antara pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif, atau sering juga disebut dengan Mixed Method. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha dodol kentang di Desa Lubuk Nagodang. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 pengusaha dodol kentang yang tergabung kedalam kelompok Sentra IKM Dodol Kentang 'KAYO' dengan menggunakan teknik Sensus Sampling. Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket dalam bentuk Skala Likert yang sudah diuji coba untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan pengusaha dodol kentang di Desa Lubuk Nagodang sudah melakukan manajemen pengetahuan pemasaran. Hal ini terlihat dari proses akuisisi pengetahuan atau pemerolehan pengetahuan dimana pengetahuan pertama kali diperoleh dari program pemerintah, yang dilanjutkan dengan proses penciptaan pengetahuan, proses distribusi pengetahuan hingga proses penerapan pengetahuan. Implementasi manajemen pengetahuan pemasaran pada kelompok Sentra IKM Dodol Kentang 'KAYO' memperoleh nilai grand mean sebesar 4,1835 yang berada pada rentang skala 3,41 – 4,20 dan dikategorikan tinggi.

Kata Kunci : Implementasi, Manajemen Pengetahuan, Pemasaran

**MARKETING KNOWLEDGE MANAGEMENT AND ITS
IMPLEMENTATION IN THE CENTER GROUP OF 'KAYO' POTATO
DODOL SME IN LUBUK NAGODANG VILLAGE, SIULAK DISTRICT,
KERINCI REGENCY**

ABSTRACT



This study aims to identify knowledge management process in product marketing of 'KAYO' Potato Dodol SME Center Group in Lubuk Nagodang Village, Siulak District, Kerinci Regency, and analyze the level of implementation of marketing knowledge management. The knowledge management aspect includes knowledge acquisition, knowledge creation, knowledge distribution, knowledge application. Moreover, the knowledge management implementation aspects are human, leadership, organization, learning, and technology. This study used mixed method, combining quantitative and qualitative approach. The population in this study were all potato dodol entrepreneurs in Lubuk Nagodang Village. The sample in this study was 40 potato dodol entrepreneurs who were members of the 'KAYO' Potato Dodol IKM Center group using the census sampling technique. The research instrument used was a questionnaire using Likert Scale which had been tested to determine its validity and reliability. The results of the research show that potato dodol entrepreneurs in Lubuk Nagodang Village have carried out marketing knowledge management. This can be seen from the knowledge acquisition process. The knowledge was previously obtained from government programs, which is followed by the knowledge creation process, the knowledge distribution process and the knowledge application process. The implementation of marketing knowledge management in the 'KAYO' Potato Dodol IKM Center group shows the mean value of 4.1835 which is in the scale range of 3.41 – 4.20, categorized as high.

Keywords : *Implementation, Knowledge Management, Marketing*