

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK DAN ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Ruang Lingkup dan Keterbatasan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Inovasi.....	13
2.2. Proses Inovasi.....	14
2.3. Sumber Inovasi	15
2.4. Inovasi dan Sistem Manajemen	17
2.5. Pengetahuan.....	19
2.6. Manajemen Pengetahuan	22
2.7. Peran Manajemen Pengetahuan dalam Inovasi.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27

3.1.	Lokasi dan Subjek Penelitian	27
3.2.	Metode Penelitian	27
3.3.	Kerangka Analisis	29
3.4.	Instrumen Penelitian	31
3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	38
3.7.	Pengolahan Data	44
3.8.	Analisis dan Interpretasi Hasil Pengolahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1.	Gambaran Umum PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.....	46
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	46
4.1.2.	Alfamart Dari Masa ke Masa	48
4.1.3.	Rencana Strategis Alfamart.....	49
4.1.4.	Pencapaian-Pencapaian Alfamart	52
4.2.	Hasil dan Pembahasan Penelitian	54
4.2.1.	Proses Inovasi Produk dan Jasa di Alfamart.....	54
4.2.1.1.	Proses Inovasi Produk di Alfamart	54
4.2.1.1.1.	Proses Pencarian Ide	54
4.2.1.1.2.	Proses Pemilihan dan Pengembangan Inovasi.....	57
4.2.1.1.3.	Proses Implementasi Inovasi	59
4.2.1.1.4.	Hasil Akhir Inovasi.....	60
4.2.1.2.	Proses Inovasi Jasa/Layanan di Alfamart	62
4.2.1.2.1.	Proses Pencarian Ide	62
4.2.1.2.2.	Proses Pemilihan dan Pengembangan Inovasi.....	66
4.2.1.2.3.	Proses Implementasi Inovasi	67

4.2.1.2.4. Hasil Akhir Inovasi.....	69
4.2.1.3. Ringkasan Model Proses Inovasi di Alfamart.....	70
4.2.2. Kesenjangan Proses Inovasi Saat Ini Dengan Proses Inovasi Berbasis Manajemen Pengetahuan	74
4.2.2.1. Kesenjangan Dalam Fase Pencarian Ide.....	74
4.2.2.2. Kesenjangan Dalam Fase Pemilihan Dan Pengembangan Inovasi.....	78
4.2.2.3. Kesenjangan Dalam Fase Implementasi Inovasi	83
4.2.2.4. Kesenjangan Dalam Fase Hasil Akhir Inovasi	86
4.2.3. Penyempurnaan Inovasi Berbasis Manajemen Pengetahuan	88
4.2.3.1. Penyempurnaan Dalam Fase Pencarian Ide inovasi	88
4.2.3.2. Penyempurnaan dalam Fase Pemilihan dan Pengembangan Inovasi	90
4.2.3.3. Penyempurnaan dalam Fase Implementasi Inovasi	91
4.2.3.4. Penyempurnaan dalam Fase Hasil Akhir Inovasi.....	93
4.2.3.5. Ringkasan Penyempurnaan Proses Inovasi Produk dan Jasa Berbasis Manajemen pengetahuan di Alfamart	95
4.2.3.6. Saran Implementasi Penyempurnaan Proses Inovasi Produk dan Jasa Berbasis Manajemen pengetahuan di Alfamart..	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Key Accounts Expansion Rate, Nielsen	3
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Penelitian	31
Tabel 3.2 Komponen Penelitian	32
Tabel 3.3 Pedoman Wawancara, Observasi dan Studi Dokumentasi	34
Tabel 4.1 Tonggak Perjalanan Alfamart	47
Tabel 4.2 Kesenjangan dalam Fase Pencarian Ide	73
Tabel 4.3 Kesenjangan dalam Fase Pemilihan dan Pengembangan Ide.....	78
Tabel 4.4 Kesenjangan dalam Fase Implementasi	82
Tabel 4.5 Kesenjangan dalam Fase Hasil Akhir Inovasi	85
Tabel 4.6 Penyempurnaan SECI dalam Fase Pencarian Ide	87
Tabel 4.7 Penyempurnaan SECI dalam Fase Pemilihan dan Pengembangan Ide	89
Tabel 4.8 Penyempurnaan SECI dalam Fase Implementasi Ide	91
Tabel 4.9 Penyempurnaan SECI dalam Fase Hasil Akhir	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Persentase Channel Ritel di Indonesia	2
Gambar 1.2. Tantangan Alfamart ke depan	4
Gambar 1.3. Grafik Kontribusi HBPL	8
Gambar 1.4. Grafik Pendapatan dari Fee Based Income	9
Gambar 2.1 Proses Liner Inovasi, Tidd (2009)	14
Gambar 2.2 Sumber Inovasi Menurut Tidd (2009)	17
Gambar 2.3 Lima Peran Sistem Inovasi	18
Gambar 2.4 Hubungan antara Data, Informasi, dan pengetahuan	20
Gambar 2.5 Hierarki Pengetahuan	21
Gambar 2.6 Spiral SECI Menggambarkan Empat Cara Konversi Pengetahuan	22
Gambar 3.1 Kerangka Analisis Penelitian	30
Gambar 3.2 Hubungan Instrumen (Peneliti) dan Pengumpulan Data (Adopsi dari Djam'an Satori, 2012:77)	39
Gambar 3.3 Macam-macam Teknik Pengumpulan Data	39
Gambar 3.4 Triangulasi sumber pengumpulan data, Sugiyono.....	42
Gambar 3.5 Triangulasi teknik pengumpulan data.....	43
Gambar 3.6 Triangulasi Waktu, adaptasi dari Satori (2012:171)	44
Gambar 4.1 Rencana Strategis Alfamart I (1999-2010)	50
Gambar 4.2 Rencana Strategis Alfamart II (2012-2022)	51
Gambar 4.3. Sebaran Warehouse Alfamart	52
Gambar 4.4 Kinerja perusahaan (laporan tahunan 2014)	53
Gambar 4.5 Produk HBPL Kategori Food	61
Gambar 4.6 Produk HBPL Kategori Non Food	61

Gambar 4.8 Bentuk Jasa/Layanan Financial Services dan Multi Finance di Alfamart	68
Gambar 4.9 Jasa/Layanan Transportation & Tikceting serta Financial Services di Alfamart	69
Gambar 4.10 Pertumbuhan Fee Based Income dari Payment Point	70
Gambar 4.11 Proses Inovasi Produk, Jasa/Layanan di Alfamart	71
Gambar 4.12 Proses Inovasi Berbasis Manajemen pengetahuan di Alfamart	96

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Transkrip wawancara Narasumber 1	117
Lampiran 2. Transkrip wawancara Narasumber 2	120
Lampiran 3. Transkrip wawancara Narasumber 3	123
Lampiran 4. Transkrip wawancara Narasumber 4	124