

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | i |
| PERNYATAAN PERUSAHAAN..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAKSI | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB 1 LATAR BELAKANG | 1 |
| 1. 1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1. 2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1. 3 Tujuan Penulisan | 11 |
| 1. 4 Manfaat Penulisan | 11 |
| 1. 5 Lingkup Penulisan..... | 12 |
| 1. 6 Sistematika Penulisan..... | 12 |
| BAB 2 KAJIAN TEORI..... | 14 |
| 2. 1 Strategi Bisnis Perusahaan..... | 14 |
| 2. 2 <i>Knowledge Management</i> | 19 |
| 2. 3 <i>Knowledge Management Strategy</i> | 20 |
| 2. 4 <i>Critical Success Factor</i> dari <i>Knowledge Management</i> | 23 |
| 2. 4. 1 <i>Knowledge Management Enabler</i> | 23 |
| 2. 4. 2 <i>Knowledge Management Process</i> | 27 |
| 2. 5 Sintesa Teori..... | 30 |
| BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN | 34 |
| 3. 1 Kerangka Analisis | 34 |
| 3. 2 Metodologi Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3. 2. 1 Jenis Penelitian | 37 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 3. 3 | Populasi dan <i>Sampling</i> | 38 |
| 3. 4 | Metode Analisis Data | 38 |
| BAB 4 | PROFIL PERUSAHAAN | 41 |
| 4. 1 | Kompas Gramedia | 41 |
| | 4.1.1 Visi dan Misi Kompas Gramedia | 41 |
| | 4.1.2 Struktur Organisasi Kompas Gramedia | 41 |
| 4. 2 | PT. Gramedia Printing | 42 |
| | 4.2.1 Visi dan Misi PT. Gramedia Printing | 42 |
| | 4.2.2 Nilai – Nilai PT. Gramedia Printing | 43 |
| | 4.2.3 Sejarah Singkat Pendirian dan Perkembangan PT. Gramedia Printing | 45 |
| | 4.2.4 Struktur Organisasi PT. Gramedia Printing..... | 47 |
| | 4.2.5 Strategi Bisnis PT. Gramedia Printing | 49 |
| 4. 3 | PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 50 |
| | 4.3.1 Sejarah Singkat Pendirian dan Perkembangan PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 50 |
| | 4.3.2 Struktur Organisasi PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 51 |
| | 4.3.3 Demografi Karyawan PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 53 |
| | 4.3.4 Strategi Bisnis PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 57 |
| | 4.3.5 Produk yang Dihasilkan PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 62 |
| | 4.3.6 Proses Bisnis PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 64 |
| | 4.3.7 Penerapan <i>Knowledge Management</i> di PT. Percetakan Gramedia Cikarang..... | 67 |
| BAB 5 | ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 71 |
| 5. 1 | Hubungan Antara Visi, Misi, dan Strategi Kompas Gramedia Terhadap Strategi Bisnis PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 71 |
| 5. 2 | Identifikasi Strategi Bisnis PT.Percetakan Gramedia Cikarang | 77 |

| | | |
|--------------|---|------------|
| 5. 3 | Identifikasi Arahan Strategi <i>Knowledge Management</i> PT. Percetakan Gamedia Cikarang..... | 83 |
| 5. 4 | Identifikasi Arahan Strategi <i>Knowledge Management</i> PT. Percetakan Gamedia Cikarang..... | 91 |
| 5. 5 | Rekapitulasi Pengetahuan yang Dibutuhkan oleh Percetakan Gamedia Cikarang..... | 97 |
| BAB 6 | ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | 105 |
| 6. 1 | Hubungan Antara Visi, Misi, dan Strategi Kompas Gamedia Terhadap Strategi Bisnis PT. Percetakan Gamedia Cikarang | 105 |
| 6. 2 | Sasaran <i>Knowledge Management</i> di PT. Percetakan Gamedia Cikarang. . | 106 |
| 6. 3 | Turunan Sasaran <i>Knowledge Management</i> Menjadi Strategi <i>Knowledge Management</i> di PT. Percetakan Gamedia Cikarang | 110 |
| 6. 3. 1 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Pendekatan <i>Codification</i> | 116 |
| 6. 3. 1. 1 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Knowledge Acquisition</i> | 116 |
| 6. 3. 1. 2 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Knowledge Conversion</i> | 120 |
| 6. 3. 1. 3 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Knowledge Application</i> | 121 |
| 6. 3. 1. 4 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Knowledge Protection</i> | 122 |
| 6. 3. 1. 5 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Culture</i> | 122 |
| 6. 3. 1. 6 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Leadership</i> | 124 |
| 6. 3. 1. 7 | Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Reward</i> | 126 |

| | |
|---|-----|
| 6. 3. 1. 8 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Technology</i> | 127 |
| 6. 3. 2 Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Pendekatan <i>Personalization</i> | 129 |
| 6. 3. 2. 1 Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> untuk Aspek <i>Knowledge Acquisition</i> | 129 |
| 6. 3. 2. 2 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Knowledge Conversion</i> | 130 |
| 6. 3. 2. 3 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Knowledge Application</i> | 130 |
| 6. 3. 2. 4 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Knowledge Protection</i> | 131 |
| 6. 3. 2. 5 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Culture</i> | 131 |
| 6. 3. 2. 6 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Leadership</i> | 133 |
| 6. 3. 2. 7 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Reward</i> | 134 |
| 6. 3. 2. 8 Strategi dan Program Knowledge Management untuk Aspek <i>Technology</i> | 135 |
| 6. 4 Rancangan Program <i>Knowledge Management</i> Stratejik | 136 |
| BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN | 139 |
| 7. 1 Kesimpulan | 139 |
| 7.2 Saran | 139 |
| DAFTAR PUSTAKA | 141 |
| LAMPIRAN | 144 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| TABEL 2.1 <i>Common Organization Characteristics for Generic Strategies</i> | 18 |
| TABEL 2.2 Perbandingan Pendekatan Strategi <i>Codification</i> dan <i>Personalization</i> | 22 |
| TABEL 3.1 Metodologi Pengumpulan Data | 36 |
| TABEL 3.2 Daftar Narasumber Penelitian | 38 |
| TABEL 3.3 Contoh Model Verbatim..... | 39 |
| TABEL 3.4 Contoh Reduksi Data | 39 |
| TABEL 4.1 Demografi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 55 |
| TABEL 4.2 Demografi Karyawan Berdasarkan Tingkat Usia | 56 |
| TABEL 4.3 Produk Yang Dihasilkan PT. Percetakan Gramedia Cikarang..... | 63 |
| TABEL 5.1 Identifikasi Strategi Bisnis PT. Percetakan Gramedia Cikarang Berdasarkan Karakteristik Organisasi..... | 79 |
| TABEL 5.2 Identifikasi Strategi Bisnis PT. Percetakan Gramedia Cikarang Berdasarkan Karakteristik Organisasi – Cont'd..... | 85 |
| TABEL 5.3 Analisa Karakter Bisnis Perusahaan Terhadap Pendekatan Strategi <i>Knowledge Management</i> | 86 |
| TABEL 5.4 Identifikasi Jenis Pengetahuan yang Dibutuhkan PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 97 |
| TABEL 5.5 Penetapan Prioritas Pengetahuan Yang Dibutuhkan PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 99 |
| TABEL 5.6 Rekapitulasi Karakteristik Pendekatan <i>Codification</i> | 100 |
| TABEL 6.1 Sasaran <i>Knowledge Management</i> Periode 2014 - 2016..... | 108 |
| TABEL 6.2 Turunan Sasaran <i>Knowledge Management</i> Menjadi Strategi dan Program <i>Knowledge Management</i> di PT. Percetakan Gramedia Cikarang..... | 111 |
| TABEL 6.3 Prioritas Pengetahuan yang Diakuisisi..... | 118 |
| TABEL 6.4 Rancangan Program <i>Knowledge Management</i> Stratejik | 136 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| GAMBAR 1.1 Pertumbuhan Media Cetak 1997 – 2010..... | 1 |
| GAMBAR 2.1 Kerangka Konseptual..... | 33 |
| GAMBAR 3.1 Kerangka Analisis..... | 34 |
| GAMBAR 4.1 Struktur Unit Bisnis di Bawah Kompas Gramedia | 42 |
| GAMBAR 4.2 Struktur Organisasi PT. Gramedia Printing | 48 |
| GAMBAR 4.3 <i>Strategic Road Map</i> PT. Gramedia Printing | 49 |
| GAMBAR 4.4 Struktur Organisasi. PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 52 |
| GAMBAR 4.5 Pertumbuhan Karyawan di PT. Percetakan Gramedia Cikarang. | 54 |
| GAMBAR 4.6 Demografi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan. | 55 |
| GAMBAR 4.7 Demografi Karyawan Berdasarkan Usia..... | 56 |
| GAMBAR 4.8 Strategy Map PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 58 |
| GAMBAR 4.9 Proses Bisnis PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 67 |
| GAMBAR 5.1 Hubungan Antara Visi Misi Kmpas Gramedia dengan PT. Gramedia Printing dan PT. Percetakan Gramedia Cikarang..... | 72 |
| GAMBAR 5.2 <i>Balanced Scorecard</i> PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 76 |
| GAMBAR 6.1 Hubungan Antara Strategi Bisnis dengan Strategi Knowledge Management di PT. Percetakan Gramedia Cikarang | 106 |