

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan pengetahuan adalah segalanya karena dengan pengetahuan kita dapat belajar untuk menjadi lebih baik, mengerti hal yang kompleks dan dapat memahami hal tersebut lebih mudah dan masih banyak hal-hal yang akan didapat dari pengetahuan. Dan salah satu pengetahuan yang penting khususnya pada perusahaan adalah *knowledge management*. Pentingnya *knowledge management* pada perusahaan adalah untuk *sharing* ilmu pengetahuan seputar proses bisnis yang berada di perusahaan, dan bisa berbagi pengalaman selama di perusahaan atau di bidang tersebut. Karena diputuskan berdasarkan pertimbangan pengalaman dan informasi yang ditinjau dari beberapa aspek yang mendukung. Salah satu dari sekian banyak perusahaan yang menggunakan *knowledge management* adalah perusahaan bisnis retail. Faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis saat ini bukan lagi era informasi, tetapi sudah beralih ke era pengetahuan. Rumusan dari arti *knowledge management* yang berlaku umum belum ada sampai saat ini. Secara sederhana *knowledge management* dapat diartikan sebagai serangkaian proses penciptaan nilai dengan menggunakan *knowledge based assets*. Dalam implementasinya, *knowledge management* meliputi kegiatan pengidentifikasian serta pemetaan aset intelektual perusahaan, penciptaan pengetahuan baru sebagai *competitive advantage*, mempermudah dan memperbanyak aksesibilitas informasi korporasi, *sharing best practices*, serta pemanfaatan teknologi untuk

memfasilitasi aktivitas-aktivitas tersebut. *Commerce-Database.com* mengartikan *knowledge management* adalah: “*Process through which organizations generate value from their intellectual property and knowledge-based assets. Knowledge management involves the creation, dissemination, and utilization of knowledge*” [3]. Selain itu manfaat *knowledge management* bagi perusahaan mempelajari dinamika pasar dan sekaligus tuntutan yang dibutuhkan *customer*. Dengan begitu, perusahaan akan selalu fokus menjual apa yang dibutuhkan atau diperlukan *customer* khususnya pada perusahaan retail.

Semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis retail khususnya pada antara produk private label indrogrosir yang diberi brand larrist dengan merk nasional maka memikirkan cara agar produk tersebut dapat bersaing dengan produk lainnya.

Akan tetapi hingga saat ini, masih banyak persepsi atau pengetahuan tentang produk private label yang lebih rendah dibanding dengan produk produk merk nasional . Oleh sebab itu, para pengusaha ritel menekankan bahwa produk private label milik perusahaan memiliki harga yang lebih murah , dan jualan produk dengan nilai dan kualitas yang bersaing dengan merk nasional. Dalam upaya pengembangan ini, pihak perusahaan khususnya di bidang merchadising dapat melakukan perbaikan ke dalam, yaitu menciptakan atau meningkatkan persepsi *customer* tentang produk private label. Dan hal yang serupa dialami oleh perusahaan PT Inti Cakrawala Citra yang mempunyai nama brand toko Indogrosir.

Pada PT Inti Cakrawala Citra memiliki knowledge management mempunyai sifat *tacit knowledge* dan *explicit knowledge*. Yang pertama *tacit knowledge* adalah pengetahuan perorangan yang didapat dari pengalaman keseharian, yang sulit diduplikasikan dan diajarkan kepada orang lain atau *personal knowledge* pada penelitian ini berada pada bagian *merchandising*. Yang kedua, *explicit knowledge* adalah pengetahuan yang ditransformasikan ke dalam sistem atau technology pada penelitian ini masih pada bagian *merchandising*. Dan dalam hal ini menganalisis *knowledge management* tentunya dibutuhkan karena untuk menentukan harga pasar yang wajar dan membuat pengetahuan yang dimiliki dapat tersimpan di repository perusahaan. Knowledge management dibutuhkan untuk bagian *merchandising*, hal tersebut berguna bagi internal perusahaan dalam menentukan harga dan membuktikan pada konsumen bahwa produk private label tidak kalah dengan merek nasional dan pengetahuan yang dimiliki dapat disimpan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin melakukan penelian dengan judul “ **Membangun *Knowledge management* pada Sistem Penjualan Produk Private Label di PT Inti Cakrawala Citra**”

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana membangun *knowledge management* pada penjualan produk *private label*
2. Bagaimana cara membagi pengetahuan yang telah dimiliki.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk *knowledge management* pada penjualan produk *private label*
2. Bagaimana sistem penentuan harga di PT Inti Cakrawala Citra khususnya pada produk *private label*
3. Bagaimana peralihan *knowledge* dari *tacit* ke *explicit*.

## **1.3 Maksud dan Tujuan**

### **1.3.1 Maksud**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* pada penjualan produk dan untuk mempertahankan keahlian atau keterampilan

### 1.3.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya yang memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Membuat bentuk knowledge manajemen pada sistem penjualan produk
2. Membuat analisis sistem penetapan harga produk di PT Inti Cakrawala Citra
3. Menganalisis peralihan knowledge dari tacit ke explicit

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah agar perusahaan PT Inti Cakrawala Citra dapat mengukur *knowledge management* seperti apa dalam penjualan produk.

### 1.5 Batasan Masalah

Dalam pembuatan laporan ini ada beberapa hal yang membatasi masalah dalam penyusunan laporan, diantaranya :

1. Bagian yang akan dibahas hanya menganalisis pengaruh *knowledge management* pada sistem penjualan produk menggunakan 6 tahap dari 10 tahap *knowledge management*
2. Bagian yang akan dibahas hanya sampai perancangan sistem

### 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dan Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti di

Tempat : PT INTI CAKRAWALA CITRA atau INDOGROSIR

Alamat : Jl. Jendral Ahmad Yani No.806, Cicaheum, Kiaracandong,  
Kota Bandung, Jawa Barat 40282.

Waktu penelitian : dilakukan pada bulan Maret dan April

**Tabel 1.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2019																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengumpulkan data pengguna a. Observasi b. Wawancara																				
2	Evaluasi Infrastruktur a. Analisis Infrastruktur yang ada b. Kesesuaian <i>knowledge managent</i> dan Strategi bisnis																				

3	<p>Analisis, Desain dan Pengembangan knowledge management system</p> <p>a. Arsitektur dan desain km</p> <p>b. Audit dan analisis knowledge</p> <p>c. Merancang tim knowledge</p> <p>d. Menciptakan cetak biru (<i>blueprint</i>) knowledge management system</p>																						
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini , maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

#### 1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang penelitian , identifikasi dan rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian , kegunaan penelitian , batasan masalah , lokasi dan waktu penelitian ,dan sistematika penulisan.

## **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi tentang penelitian terdahulu yang biasanya diisi dengan ringkasan yang berisikan judul, tujuan penelitian terdahulu, metode penelitian terdahulu, dan kesimpulan dari penelitian terdahulu tersebut.

## **3. BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

Berisi tentang Objek penelitian ( Sejarah singkat perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan, Deskripsi Tugas), Tahapan Penelitian, Analisis sistem yang berjalan.

## **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang Pembahasan, dan hasil evaluasi dan rekomendasi

## **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan analisa yang telah diuraikan pada bab sebelum-sebelumnya.