BAB III
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3. 1 Objek Penelitian

CV. Metric Design adalah sebuah perusahaan penyedia jasa pembuatan perangkat lunak. Berlokasi di Jalan Rereng Adumanis No. 51 Bandung. CV. Metric Design didirikan pada tahun 2006 dimana pendirinya merupakan alumni yang berasal dari perguruan tinggi yang sama yaitu ITB. Para pendiri CV. Metric Design terdiri dari berbagai jurusan yang berbeda namun memiliki keinginan yang sama pada bisnis, terutama dibidang teknologi.

Pada awalnya CV. Metric Design hanya menangani pekerjaan yang terbatas pada desain saja. Namun seiring dengan meningkatnya kebutuhan klien dan pasar maka CV. Metric Design mulai memasuki bidang multimedia, dimana CD interaktif merupakan *core business* dari CV. Metric Design pada saat itu. Seiring banyaknya pekerjaan dari lembaga pemerintahan dan perusahaan besar yang membutuhkan data dan kelengkapan administrasi yang lebih tersruktur maka CV. Metric Design membuat badan hukum pada awal 2008.

Pada tahun 2009 CV. Metric Design mulai merambah pada bisnis baru seperti pembuatan perangkat lunak untuk perangkat *mobile* baik untuk kebutuhan internal perusahaan maupun untuk kebutuhan eksternal seperti pelanggan perusahaan tersebut. Sampai saat ini CV. Metric Design telah mengerjakan lebih dari 50 perangkat lunak dengan skala pekerjaan dan klien yang cukup besar, sebut saja Pertamina, Telkom, Lintasartha, Sampoerna, Suzuki, dan lainnya. Tidak hanya itu CV. Metric Design juga telah memulai untuk mengembangkan produk sendiri diberbagai media, seperti *website*, perangkat *mobile*, dan media lainnya.

3. 2 Visi dan Misi

Visi

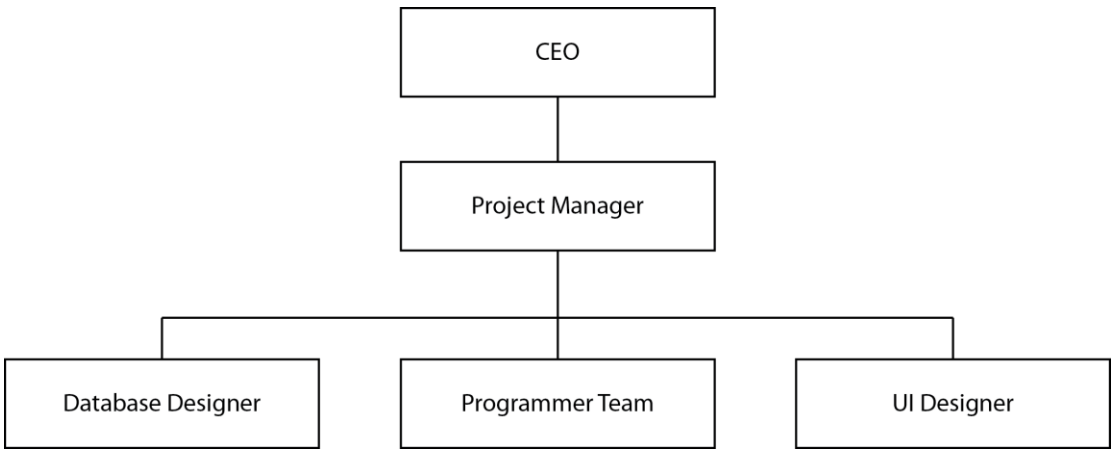
To Be an Indonesian Company Leader at Digital Industry

Misi

1. *Build a strong and coherence teamwork.*
2. *Generate multilevel partnership network market.*
3. *Best management quality system.*
4. *Smooth and efficient management execution.*
5. *Make strong financial management.*

3. 3 Struktur Organisasi

Pada dasarnya struktur organisasi dari CV. Metric Design belum terbentuk seperti perusahaan pada umumnya. Namun terdapat struktur organisasi yang langsung menangani proyek seperti terlihat pada Gambar III.1.



Gambar III.1 Struktur Organisasi CV. Metric Design

Berikut keterangan dari struktur organisasi tim pengembang CV. Metric Design pada Gambar III.1.

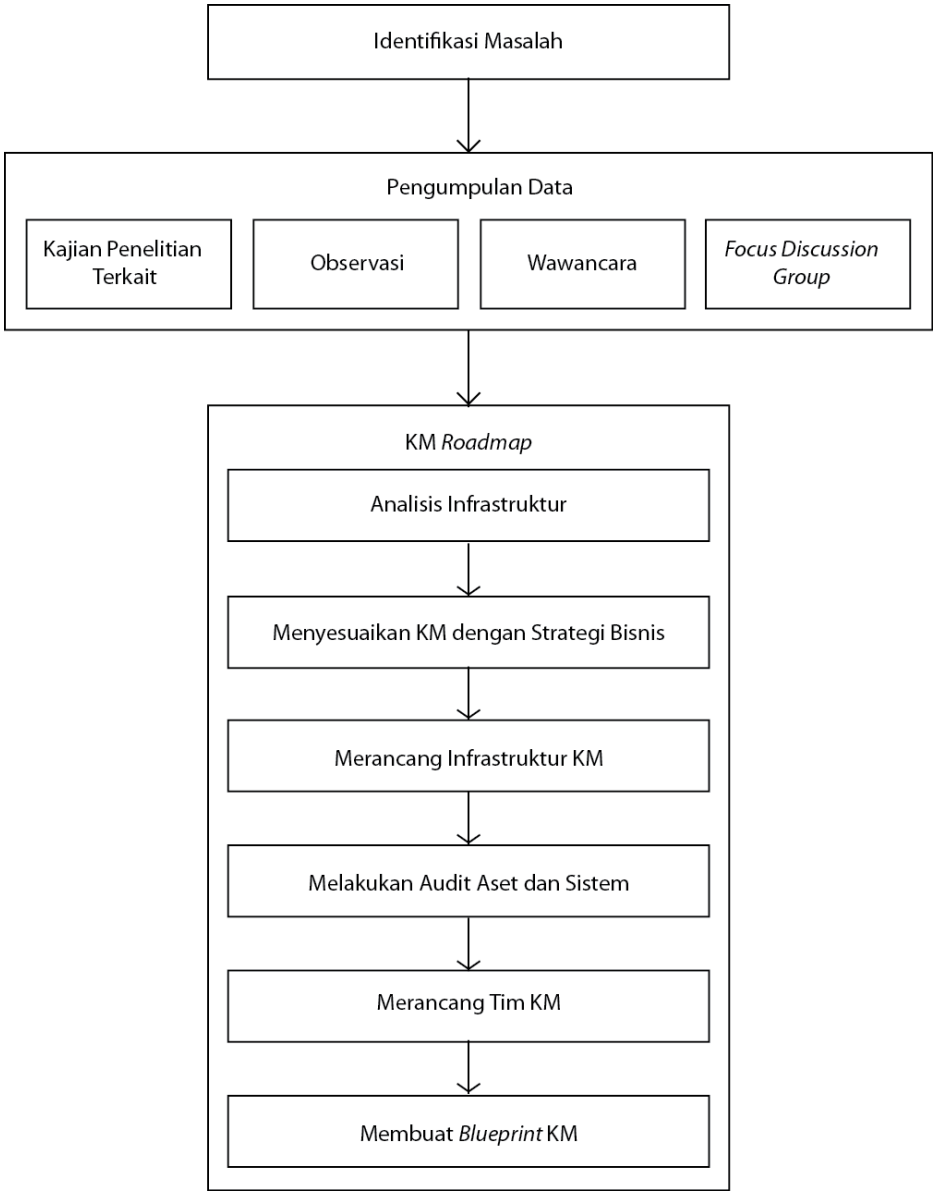
1. CEO, merupakan kepala dari CV. Metric Design.
2. *Project Manager,* bertanggung jawab dalam pembuatan perangkat lunak beserta pembagian tugas dan waktu kerja.
3. *Database Designer,* bertugas merancang basis data dan bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan DBMS.
4. *Programmer,* bertugas pada pembangunan aplikasi meliputi pembuatan perangkat lunak sesuai dengan rancangan sampai dengan pengujian perangkat lunak itu sendiri.
5. UI *Designer,* bertugas membuat rancangan antarmuka dari perangkat lunak yang akan dibangun.

3. 4 Metodologi Penelitian

Tahapan dari metodologi penelitian diawali dari identifikasi masalah yang ada di perusahaan, pengumpulan data yang terdiri dari kajian penelitian terkait, observasi, dan wawancara yang nantinya akan digabungkan dengan metodologi penelitian untuk pengembangan *knowledge management* berupa *The 10-Step Knowledge Management Roadmap* (Tiwana: 2002).

Pada sepuluh langkah yang ada pada *The 10-Step Knowledge Management Roadmap*, penelitian ini membatasi sampai dengan tahapan keenam, yaitu sampai dengan tahapan *blueprint*. Adapun keenam tahapan pengembangan *knowledge management* berdasarkan *The 10-Step Knowledge Management Roadmap* adalah analsis infrastruktur, menyelaraskan strategi bisnis dengan *knowledge management*, merancang infrastruktur *knowledge management*, melakukan audit terhadap aset dan infrastruktur, merancang tim *knowledge management*, serta membuat prototipe dari

knowledge management yang akan dibangun. Adapun metodologi penelitian tersebut dapat dilihat pada pada Gambar III.2.



Gambar III.2 Metodologi Penelitian

3. 4. 1 Identifikasi Masalah

Tahapan pertama dari metodologi penelitian adalah melakukan identifikasi masalah. Dengan mengidentifikasi masalah maka akan tergambar masalah-masalah secara umum yang ada di perusahaan.

3. 4. 2 Kajian Penelitian Terkait

Kajiak penelitian terkait merupakan kegiatan mempelajari baik literatur ataupun penelitian relevan yang sudah dilakukan sebelumnya. Data dan informasi yang diperoleh dari literatur dan penelitan tersebut bersifat sekunder.

3. 4. 3 Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi berupa data sekunder. Data sekunder hasil dari studi lapangan ini berupa data atau dokumen yang berkaitan tentang profil dari perusahaan. Nantinya data profil ini akan digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai visi, misi, dan struktur organisasi dari perusahaan yang diteliti.

3. 4. 4 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara digunakan untuk mendapatkan data primer. Adapun keuntungan dari metode ini adalah mampu memperoleh jawaban yang berkualitas.

3. 4. 5 *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) adalah salah satu cara untuk mengumpulkan data kualitatif yang melibatkan sejumlah kecil partisipan dalam diskusi kelompok informal tentang topik dan serangkaian isu tertentu (Wilkinson: 2004). Partisipan dari grup ini dipimpin oleh seorang moderator yang memiliki topik tertentu yang membantu para partisipan untuk membahas topik tersebut. Kelebihan dari FGD yaitu bisa memberikan kebebasan kepada para partisipan untuk berpendapat, memberikan ide, serta setuju atau tidak sehingga bisa menunjukkan bagaimana sebuah grup berpendapat tentang isu tertentu. FGD dapat digunakan untuk mengeksplorasi suatu

hal yang tidak bisa dijelaskan secara statistik atau pengumpulan data yang tidak bisa menggunakan pernyataan terbatas tentang suatu hal. FGD harus dipersiapkan dengan matang seperti mempersiapkan tema, membuat pertanyaan kunci, dan membuat rencana bagaimana pengambilan data dari diskusi yang dilakukan. Tahap selanjutnya dari persiapan FGD adalah memilih dengan tepat partisipan yang akan terlibat dalam grup.

3. 4. 6 Analisis Infrastruktur

Tahap pertama yang dilakukan dalam *The 10-Step Knowledge Management Roadmap* adalah melakukan analisis terhadap infrastruktur yang ada saat ini. Dengan memahami infrastruktur yang sudah tersedia saat ini maka diharapkan akan dapat mengidentifikasi komponen infrastruktur apa saja yang akan menjadi bagian dari *Knowledge Management Systems*. Berikut ini adalah fokus-fokus yang dilakukan sebagai bagian dari analisis infrastuktur:

1. Memahami pemanfaatan infrasturktur perusahaan yang ada saat ini berupa jaringan internet dan intranet yang digunakan untuk mengelola pengetahuan.
2. Memahami pemanfaatan media penyimpanan yang digunakan perusahaan yang digunakan sebagai media penyimpanan data pengetahuan perusahaan.

3. 4. 7 Penyesuaian *Knowledge Management* dengan Strategi Bisnis

Pada dasarnya ilmu pengetahuan akan memberikan arahan terhadap strategi dan sebaliknya strategi juga akan memberikan arahan terhadap pengelolaan ilmu pengetahuan tersebut (Tiwana: 2002). Tanpa adanya kejelasan hubungan antara pengelolaan pengetahuan dan strategi bisnis yang diterapkan maka sebaik apapun *knowledge management systems* dibuat maka tidak akan pernah berhasil.

Strategi bisnis pengelolaan pengetahuan dibagi menjadi dua strategi, yaitu strategi personalisasi dan strategi kodefikasi. Strategi personalisasi memiliki fokus pada bagaimana perusahaan memfasilitasi para pegawai untuk berbagi pengetahuan secara langsung dari satu pegawai ke pegawai lain secara verbal misalnya dengan *chatting* atau diskusi *online*. Sedangkan strategi kodefikasi memiliki fokus pada bagaimana menyimpan pengetahuan pegawai ke dalam bentuk dokumen atau data sehingga proses pengelolaan pengetahuan tidak tergantung pada pegawai tertentu namun melalui dokumen atau data pengetahuan yang tersimpan. Analisis strategi bisnis dilakukan menggunakan pertanyaan. Setiap pertanyaan memiliki bobot yang ditentukan oleh perusahaan sesuai dengan konteks bisnis perusahaan. Bobot yang diberikan memiliki rentang 1-5. Hasil dari bobot tersebut akan menentukan strategi utama yang akan digunakan oleh perusahaan.

Target yang ingin dicapai pada langkah ini adalah penyelarasan antara kebutuhan pengelolaan pengetahuan dengan strategi bisnis perusahaan sehingga dapat dipastikan bahwa pembangunan *knowledge management systems* memiliki konsep yang tepat dan dapat menghasilkan keuntungan secara kompetitif bagi perusahaan serta bermanfaat baik terhadap perusahaan maupun para pekerja.

3. 4. 8 Merancang Infrastruktur *Knowledge Management*

Tahap ketiga dalam membangun *knowledge management systems* adalah memilih komponen secara infrastruktur yang akan menjadi bagian dari arsitektur *knowledge management systems* yang akan dibangun. Target yang ingin dicapat pada langka ini adalah menentukan komponen apa saja yang akan menjadi bagian dari *knowledge management systems*.

3. 4. 9 Melakukan Audit Aset dan Sistem

Sebuah proyek KM haruslah dimulai dari pengetahuan apa saja yang sudah ada di perusahaan tersebut. Pada tahap keempat ini akan dilakukan audit dan analisis terhadap pengetahuan yang sudah ada. Adapun bagian dari proses audit dan analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengetahuan yang sudah ada di perusahaan dan menentukan pengetahuan mana saja yang harus disimpan.
2. Memahami kerangka kerja yang digunakan dalam manajemen proyek dan mengidentifikasi permasalahan utama yang muncul pada manajemen proyek yang dilakukan saat ini.

3. 4. 10 Merancang Tim *Knowledge Management*

Tahapan kelima 10-*Step* KM *Roadmap* adalah membuat tim yang akan merancangan, membangun, dan mengimplementasikan KMS. Untuk membuat tim KMS maka perlu diidentifikasi para *stakeholder* dan para ahli yang akan membantu mensukseskan pembangunan KMS ini. Berikut ini tahapan untuk membuat tim yang efektif dalam pengimplementasian KM:

1. Mengidentifikasi *stakeholder* kunci seperti para manajer dan pengguna yang akan terlibat kemudian mengumpulkan kebutuhan dari masing-masing *stakeholder* tersebut.
2. Mengidentifikasi sumber-sumber pengetahuan yang diperlukan.
3. Menyeimbangkan keahlian teknis dan manajerial sebagai bagian dari tim.

3. 4. 11 Membuat Prototipe *Knowledge Management*

Tim KM yang dibentuk pada tahapan sebelumnya akan mengimplementasikan *blueprint* KMS yang menyajikan sebuah rancangan KMS. Berikut ini adalah tahapan dalam membuat *blueprint* dari KMS:

1. Menerapkan secara detail dari ketujuh lapisan pembentuk arsitektur KMS.
2. Memahami dan memilih komponen yang dibutuhkan oleh perusahaan terkait repositori yang digunakan untuk menyimpan dan mengambil pengetahuan.

Tahapan terakhir dari metodologi penelitian ini pada akhirnya akan mengintegrasikan semua pekerjaan dari tahapan-tahapan sebelumnya, yaitu berupa *blueprint* perancangan *knowledge management system*.