

# BERISI

Berita Skripsi



**Ruang**  
Prestasi

**Cerita**  
Wisudawan

**Galeri**  
Manajemen Bisnis

---

# BERISI 3.0

---

## Penanggung Jawab Redaksi

Imam Baihaqi, S.T., M.Sc., Ph.D.

## Pimpinan Redaksi

Alysia Meidina Savitri

## Editor

Alysia Meidina Savitri

Bobby Ardiansyah Miraja

Jeremy Ivanousky

## Reporter

Aida Safira

Ailin Muvidah

Atika Isti A. P.

Danindra Jati K.

Erica Meilina

Felicia Aileen

Ilham Rinaldi

Ilun Tisrinasari

Josua Hasiholan M.

Maulana Paldia S.

Maya Wulansari

Ni Putu Cista D. S.

Nuraini Murti

Rachel A. T.

Rizki Rahmayanti

Robiatul Adawiyah

Salsatri Rafea D.

Silvy K. A.

Tasya Arihul W.

Vevi Febrilian

Widya Dwi A.

Willy Aryanto

## Layouter

Ali Haidhar

Baskoro Tirta Nugraha

Dandy Rizky Widyanawan

Illona Diva Zakira

Mutiah Aulia

Royhan Farrasta Adam

Thasya Alifia R. P.

---

**Copyright MB Media 2019**

**BERISI (Berita Skripsi) 3.0**

Manajemen Bisnis

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya

**Informasi lebih lanjut:**

[www.its.ac.id/mb](http://www.its.ac.id/mb)

Email [news@mb.its.ac.id](mailto:news@mb.its.ac.id)

Instagram @mb.its

Facebook Manajemen Bisnis ITS

# Catatan Redaksi

Setahun yang lalu, sebelum Berisi Edisi I dirilis. Saat kami masih menjadi mahasiswa tingkat awal dengan segala keingintahuannya, ada satu pertanyaan besar yang terus tinggal di bayangan, “Kalau skripsi bisa mudah dimengerti semua orang, pasti asyik ya”.

Dan gayung pun bersambut. Selang beberapa waktu, Departemen mempercayakan kepada kami untuk memasyarakatkan skripsi lewat Berita Skripsi Edisi I. Waktu berlalu, tak terasa kami telah menginjak Berisi Edisi III dengan berbagai pengalaman dan hasil penelitian para wisudawan yang patut untuk dibagikan pada semua orang. Sebagai pemanis, pada Edisi kali ini kami juga mengulas Prestasi Mahasiswa dan Kegiatan Departemen selama satu semester terakhir.

Atas nama redaksi, saya ucapkan selamat kepada Para Wisudawan 119. Selamat karena telah berhasil melewati salah satu fase krusial dalam kehidupan. Serta terimakasih telah meluangkan waktu untuk terlibat dalam proses Berisi Ke-III ini. Rasa hormat dan terimakasih juga saya ucapkan kepada Departemen yang selalu memberikan dukungan dan fasilitas kepada kami hingga saat ini.

Kami sadar, masih banyak kekurangan dalam Edisi ke-III. Tetapi, buku yang sempurna adalah buku yang tidak pernah ditulis-begitu orang bijak pernah berkata. Ketidaksempurnaan ini sepenuhnya kami sadari dan kami selalu berusaha untuk memberikan lebih baik lagi.

Selamat Membaca

**Alysia Meidina Savitri**  
Pimpinan Redaksi Berisi 3.0

## Daftar Isi

<b>Kata Pengantar</b>	<b>iv</b>
<b>Sekilas Departemen</b>	<b>v</b>
<b>Cerita Wisudawan</b>	<b>1</b>
<b>Ruang Prestasi</b>	<b>57</b>
<b>Galeri Manajemen Bisnis</b>	<b>61</b>
	<b>iii</b>



# Kata Pengantar

**Imam Baihaqi, S.T., M.Sc., Ph.D.**

**Kepala Departemen  
Manajemen Bisnis ITS**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga Majalah Berita Skripsi (BERISI) edisi 3 dapat diselesaikan. Majalah ini juga menandai wisuda ITS yang ke-119 dimana Departemen Manajemen Bisnis berhasil meluluskan 28 wisudawan.

Sebagaimana edisi sebelumnya, BERISI selalu menyajikan informasi tentang topik skripsi mahasiswa dan juga cerita dibalik layar proses mahasiswa mengerjakan skripsi. Semoga apa yang disajikan dalam BERISI edisi 3 ini dapat memberikan inspirasi kepada seluruh mahasiswa MB-ITS terutama bagi mereka yang akan mengerjakan skripsi. Selain itu, BERISI juga bertujuan untuk menginformasikan kepada khalayak umum, tentang beragam topik skripsi yang dikerjakan oleh mahasiswa sehingga mendapatkan gambaran apa saja yang dipelajari di MB-ITS.

Atas nama pribadi dan Departemen, saya mengucapkan selamat kepada para wisudawan MB-ITS periode wisuda ITS ke 119. Semoga ilmu dan pengalaman yang kalian dapat selama di MB-ITS akan menjadi bekal untuk menatap masa depan. Saya juga menyampaikan apresiasi kepada wisudawan yang telah berbagi pengalaman pada BERISI edisi ke 3 ini. Apresiasi yang tinggi juga saya sampaikan kepada team MB-Media yang telah mampu menjaga keberlanjutan BERISI untuk selalu terbit dengan kualitas yang semakin baik.

Semoga BERISI ini memberikan manfaat buat kita semua. Amin.



## Sekilas Departemen Manajemen

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dewasa ini, telah mengubah peta persaingan bisnis. Mereka yang mampu memadukan strategi bisnisnya dengan teknologilah yang akan memenangkan persaingan. Sebagai perguruan tinggi teknologi, ITS mempunyai visi untuk berkontribusi pada perekonomian bangsa melalui pengembangan bisnis berbasis teknologi. Menjadikan teknologi menjadi produk yang bisa dipasarkan dan berdaya saing tinggi tentu memerlukan perencanaan strategi bisnis yang efektif dan efisien. Untuk itulah sejak tahun 2011, ITS membuka program sarjana Manajemen Bisnis. Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis ITS bertujuan untuk mempersiapkan lulusan yang mampu berkarier didunia bisnis sebagai Entrepreneur ataupun sebagai profesional bisnis dengan jiwa dan semangat inovasi dan entrepreneurship. Untuk itu, program sarjana manajemen

bisnis dirancang untuk memberikan skill dan pengetahuan yang penting dalam mengelola bisnis di era persaingan berbasis teknologi dewasa ini. Selain itu, mahasiswa dibekali dengan keterampilan komunikasi dan pemahaman manajerial didalam mengelola inovasi teknologi yang tepat guna bagi pengembangan masyarakat Indonesia.

Metode Pembelajaran Berbasis Problem Based Learning & Lab Based Education memberikan pengalaman yang unik pada mahasiswa tentang kondisi nyata didalam menjalankan usaha dan pengambilan keputusan kritis. Pembelajaran dilakukan melalui kombinasi kuliah konvensional dikelas, tutorial, praktek lapangan dan studi kasus membuat mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi dapat menerapkan teori kedalam problem nyata.



## **Menelisik Alasan Dibalik Bergabungnya UMKM sebagai Mitra *Mobile Payment***

**Muhammad Ridho Ar-Robi**

e-mail: [ridhoarrobi@yahoo.com](mailto:ridhoarrobi@yahoo.com)

Manajemen Bisnis 2015

Tahun 2018 seakan menjadi tahun perkembangan bagi mobile payment di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi agresif dua layanan terbesar yakni Go-Pay dan OVO. Dengan hadirnya dua layanan tersebut, pertumbuhan mobile payment Indonesia mencapai angka 361% dengan OVO menjangkau 93% wilayah di pasar.

Ditelisik lebih jauh, OVO telah mengungguli saingannya dalam menggaet merchant - merchant di Indonesia. OVO memperkuat posisinya sebagai platform fintech terdepan dengan jumlah merchant mencapai 70%. Namun apakah para merchantnya ini telah puas dengan layanan yang diberikan OVO? Pertanyaan inilah yang menjadi muasal Muhammad Ridho Ar-Robi melakukan penelitian untuk tugas akhirnya.

Berfokus pada merchant yang berada di Kota Terbesar Kedua di Indonesia, Surabaya, Head Of Collage Affair BMSA 2017/2018 ini menjelaskan penelitiannya mengambil sampel di lima wilayah Surabaya. "Responden diambil dari Surabaya Barat, Timur, Selatan, Utara, dan Pusat," urai lelaki yang kerap dipanggil Ridho ini.

Setelah melakukan wawancara mendalam ke 184 merchant. Diperoleh data mengenai karakteristik merchant dalam menggunakan layanan OVO, faktor yang membentuk kepuasan merchant, serta pengetahuan mengenai layanan OVO sebagai transaksi yang cocok bagi pengusaha dari berbagai kalangan. "Selanjutnya data diolah dengan teknik probability sampling dan tingkat kepuasan merchant diukur menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) ," tambahnya

Hasilnya, keseluruhan variabel memberikan hasil positif terhadap kepuasan merchant dalam menggunakan OVO. Dikatakan oleh Ridho, faktor-faktor yang membentuk kepuasan merchant dalam menggunakan mobile payment OVO didasarkan kualitas pemberian informasi, sistem, dan pelayanannya. "Cara OVO mempertahankan kualitas dan performa layanan untuk meningkatkan kualitas dari sistem, informasi, dan pelayanan dari merchant mereka adalah salah satu kunci untuk tetap menguasai pasar," tambahnya.

Selain itu, Ridho juga mengusulkan cara untuk menarik minat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) agar bergabung menjadi merchant OVO. Salah satunya adalah dengan membuat content success story dari merchant dengan latar belakang UMKM yang sudah tergabung di Surabaya. Konten ini disebarakan melalui media sosial, booklet serta media massa seperti koran yang bertemakan bisnis. "Selain menarik minat UMKM lain, harapannya juga agar dapat bersinergi dengan program pemerintah," tambahnya.

Meskipun menyita banyak waktu, Ridho mengaku mendapatkan banyak pembelajaran terutama manajemen waktu dan komunikasi. Selama studinya, Ridho juga terkesan dengan pembelajaran di Manajemen Bisnis yang tidak hanya teori melainkan juga praktik yang mengharuskannya berinteraksi langsung dengan UMKM, seperti mata kuliah Penciptaan Usaha Baru. "Memberi deadline pada diri sendiri merupakan kunci utamanya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu," pungkasnya. **(ai/lys)**

# Cara Taksi Bandara Bersaing Dengan Taksi Online

**Azizah Yulia Safitri**

e-mail: azizahsafitri02@yahoo.com

Manajemen Bisnis 2015

Munculnya berbagai transportasi berbasis aplikasi online menyebabkan pasar transportasi di Indonesia semakin kompetitif. Hal ini menggeser kedudukan perusahaan transportasi konvensional dan mendorong mereka untuk berpikir kreatif serta terbuka dalam membuat pengembangan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Namun, tak dapat dipungkiri bahwa munculnya transportasi berbasis aplikasi online ini membawa dampak negatif pada pendapatan transportasi konvensional. Salah satu bisnis transportasi konvensional yang merasakan dampak tersebut adalah 490 armada taksi resmi Bandar Udara Juanda yang dikelola langsung oleh PT Angkasa Pura I (Persero).

Azizah Yulia Savitri, mahasiswi Departemen Manajemen Bisnis ITS kemudian tertarik untuk menganalisis lebih lanjut kualitas layanan taksi resmi Bandar Udara Juanda Surabaya dari segi kepuasan dan loyalitas penumpang dilihat dari persepsi dan ekspektasi konsumen untuk menjadi topik tugas akhirnya.

“Ketidakmampuan identifikasi layanan yang masih belum memuaskan ini harus dapat diatasi agar perusahaan dapat merumuskan strategi dan taktik yang dapat diambil untuk meningkatkan kualitas layanannya,” jelas mahasiswi

yang akrab dipanggil Azizah ini. Penelitian yang ia lakukan difokuskan pada pengguna jasa taksi bandara resmi terminal 1 Bandar Udara Juanda pada 3 bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner secara online dan offline mengenai karakteristik, persepsi dan ekspektasi responden terhadap kualitas taksi resmi. Hasil dari kuisisioner tersebut kemudian diolah dengan metode SEM dimana metode ini bertujuan untuk mencari keterhubungan antara variabel penelitian yaitu loyalitas dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian dilanjutkan dengan analisis kesenjangan antara ekspektasi konsumen dengan apa yang dirasakan saat menggunakan layanan sesuai dengan dimensi pada service quality. Analisis pada kepuasan konsumen terhadap layanan juga diukur dengan American Customer Satisfaction Index (ACSI) dan pada loyalitas pelanggan dengan metode Customer Loyalty Index (CLI).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Selain itu, kepuasan dan loyalitas pengguna taksi resmi Bandar Udara Juanda Surabaya masih terbilang cukup dan terdapat beberapa atribut layanan yang masih memiliki kinerja





jauh dari harapan yang mereka miliki. “Apa yang dapat diterapkan saat ini adalah peremajaan armada taksi dari jenis sedang ke MVP (Multi-Purpose Vehicle), mengubah sistem penetapan tarif taksi menjadi argo meter, mengubah cara penawaran jasa taksi kepada pengunjung Bandar Udara Juanda Surabaya menjadi lebih memanfaatkan media online, dan pengadaan speed monitoring system untuk meningkatkan keamanan didalam kendaraan.” tutur wanita

kelahiran Bojonegoro ini menjawab harapannya untuk taksi bandara agar dapat bersaing dengan taksi online. **(cis/bby)**



## **Menyelami Bidang Minat dengan Menganalisis Risiko Pembangunan**

**Aldia Wira Trispantia**

e-mail: [aldiawira21@gmail.com](mailto:aldiawira21@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Seiring dengan berbagai tantangan zaman, pembangunan infrastruktur menjadi salah satu prioritas dalam kebijakan pembangunan nasional. Tantangan yang dijawab meliputi kenaikan jumlah penduduk, tingkat urbanisasi, dan disparitas pembangunan di Indonesia. Bidang konstruksi merupakan salah satu bagian penting dalam pembangunan infrastruktur, bidang konstruksi inilah yang menarik mahasiswa Manajemen Bisnis 2015, Aldia Wira Trispantia untuk melakukan identifikasi risiko pada proyek di bidang konstruksi sebagai penelitian tugas akhirnya. Memiliki ketertarikan di bidang konstruksi jauh sebelum memasuki dunia perkuliahan, membuat Wira memilih menyelami industri yang ia sukai selama proses menyelesaikan tugas akhirnya.

Bagai gayung bersambut, Wira mendapat informasi terkait pembangunan tower di Surabaya oleh salah satu perusahaan kenamaan. Menariknya, kata Wira, proyek yang memakan waktu selama 4 tahun ini belum memiliki manajemen risiko yang memadai. "Padahal, ini adalah salah satu proyek terbesar mereka, namun manajemen risikonya belum bisa dirasakan di setiap lini," tambahnya. Hal inilah yang melatarbelakangi Wira untuk menjadikan proyek tersebut sebagai objek penelitiannya.

Pernah mengemban amanah besar sebagai Ketua Himpunan Mahasiswa Manajemen Bisnis, menjadikan Wira pribadi yang pembelajar. Begitu pula, ketika dihadapkan dengan tugas akhir yang mengharuskannya selalu datang ke proyek. Dari pengalaman tersebut, Wira mendapatkan gambaran mengenai prospek dan lingkungan kerja industri konstruksi yang selama

ini ia minati.

Dalam prosesnya, penelitian ini menggunakan metode peta risiko untuk melakukan penilaian risiko dan analytical hierarchy process (AHP) untuk melakukan perbandingan pembobotan tiap faktor risiko. "Responden dalam penelitian ini berjumlah lima orang, yang terdiri dari bidang yang berbeda-beda, antara lain bagian arsitektur, sipil struktur, pengendali operasional proyek (POP), mechanical, electricity, and plumbing (MEP), dan site engineering manager," jelas Wira.

Hasil temuan penelitian ini adalah 41 faktor risiko, yang terdiri dari 11 faktor risiko bagian arsitektur, 11 faktor risiko bagian sipil struktur, 6 faktor risiko bagian POP, dan 13 faktor risiko bagian mechanical, electricity, and plumbing (MEP). Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi bahan referensi atau sebagai bahan pertimbangan pemilik dalam menentukan tindakan terhadap setiap faktor risiko yang dapat memengaruhi proyek. "Selain itu, juga dilakukan penilaian dan pemeringkatan prioritas untuk faktor risiko yang memerlukan aksi mitigasi risiko, hingga akhirnya memberikan usulan aksi mitigasi risiko," pungkasnya. **(lun/bby)**

# Teliti Alasan Wanita Pilih Green Skincare

**Nofia Ulfa Ramadhani**

e-mail: nofia.ulfah@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Industri perawatan kulit di Indonesia kian meningkat pada beberapa tahun terakhir. Terbukti dengan semakin banyaknya diversifikasi produk yang ditawarkan industri mempercantik diri ini, salah satunya green skincare. Produsen besar pun semakin intensif memposisikan produknya sebagai produk ramah lingkungan, seperti The Body Shop, Innisfree, Kiehl's, dan L'Occitane. Hal ini tidak lepas dari keberadaan green skincare yang memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap sikap serta niat beli konsumen. Tertarik akan hal tersebut mendorong Nofia Ulfa Ramadhani untuk menjadikan topik ini sebagai tugas akhir.

Mahasiswa Manajemen Bisnis 2015 yang akrab disapa Nofia ini mengaku sangat tertarik untuk mendalami ilmu marketing sebab ia sangat merasa nyaman terhadap mata kuliah yang ditempuh selama menimba ilmu di MB ITS. Melalui tugas akhirnya, Nofia berusaha untuk memaparkan bagaimana konsep positioning dalam ilmu marketing untuk menekankan pengaruhnya pada niat beli konsumen akan penggunaan green skincare. Tak hanya itu, ia juga menganalisis atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk green skincare. Untuk mendukung penelitiannya, ia menggunakan desain konklusif

deskriptif multiple cross-sectional dengan pengumpulan kuesioner online yang disebarakan kepada responden dengan kriteria perempuan yang berdomisili di Surabaya dan membeli produk green skincare yang disebutkan pada periode bulan Mei hingga Desember 2018.

Dalam proses penelitiannya, Nofia menemukan adanya pengaruh positif signifikan dari green brand knowledge terhadap attitude towards green brand dan purchase intention. Namun, ternyata attitude towards green brand berpengaruh negatif signifikan pada purchase intention. Perilaku konsumen dari kategori pengeluaran green skincare yang tinggi dan rendah juga berbeda secara signifikan. Lalu, termuat pula atribut yang memiliki kepentingan paling tinggi adalah keamanan dan kinerja produk sedangkan atribut yang dianggap tidak penting adalah warna. "Terdapat 20 implikasi manajerial yang dapat diaplikasikan oleh pemasar produk green skincare dengan memperhatikan karakteristik dan perilaku konsumen, antara lain mendesain kemasan yang membawa pesan mengenai nilai ramah lingkungan dan membuat web series yang menekankan pada gaya hidup yang ramah lingkungan. Implikasi tersebut dapat meningkatkan pengetahuan konsumen yang nantinya



dapat berdampak pada meningkatnya niat beli dan profitabilitas perusahaan”, jelasnya.

Nofia mengaku sangat senang menempuh pendidikan strata satu di Manajemen Bisnis ITS khususnya pada konsentrasi pemasaran, “ Saya sangat senang sebab di MB ITS memfasilitasi setiap mahasiswa untuk belajar bisnis secara nyata baik dalam teori maupun praktik” tuturnya. Tak hanya itu, Nofia juga membagikan beberapa tips agar tidak terlalu jenuh menyelesaikan

skripsi. Ia seringkali menyelingi dengan hal-hal yang sangat disukainya seperti film drama korea, “Sering juga nonton drama korea disela-sela mengerjakan skripsi asal tau porsi waktu yang pas buat handle itu semua”, tambahnya.

**(riz/jer)**



## **Menelidik Hubungan E-Commerce dengan Social Media Marketing Activities**

**Melissa Silalahi**

e-mail: [silalahimelissa7@gmail.com](mailto:silalahimelissa7@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Pada era saat ini, perkembangan e-commerce telah mengalami ekspansi yang cepat. Belanja online pun muncul sebagai salah satu sarana pembelian paling disukai. Efeknya, pengguna e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, dengan kata lain semakin banyak konsumen yang beralih ke e-commerce untuk berbelanja. Persaingan antar perusahaan e-commerce di Indonesia kian hari kian menarik dan disertai dengan berbagai macam model marketing nan unik. Salah satu persaingan di industri e-commerce diindikasikan lewat jumlah pengunjung pada website maupun aplikasi mobile. Kunjungan tersebut menggambarkan awareness dari para customer yang mana hal tersebut diusahakan lewat berbagai cara salah satunya lewat media sosial.

Melissa Silalahi, atau biasa di panggil Icha, adalah mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2015 yang lahir di Batam. Icha mengambil topik skripsi tentang e-commerce karena beliau pernah mengikuti lomba yang pernah diadakan oleh salah satu e-commerce terkemuka di Indonesia. Sesaat mengikuti lomba tersebut, Icha mulai mengikuti social media dari e-commerce tersebut dan memerhatikan bagaimana aktivitas pemasaran yang dilakukan sangat gencar. Saat itulah Icha terinspirasi dengan e-commerce dan beliau mengambil tema skripsi "Pengaruh Social Media Marketing Activities (SMMA) Terhadap Ekuitas Merek dan Respon Pelanggan pada E-Commerce di Indonesia".

Social media tidak dapat luput dari pandangan kita saat ini. Oleh karena itu, tidak jarang adanya isu

mengenai adiksi perihal social media. Menanggapi permasalahan tersebut, banyak perusahaan kala ini berusaha mengoptimasi berbagai pemasaran melalui social media, khususnya e-commerce. Gencarnya publikasi lewat media social banyak disertai improvisasi yang salah satunya menggunakan artificial intelligence agar pemasaran sesuai sasaran. Dari pengolahan data dan analisis yang dilakukan, bahwa aktivitas pemasaran media sosial berpengaruh secara positif terhadap ekuitas merek yang terdiri dari brand equity dan brand awareness. Tidak hanya sampai disitu, perilaku konsumen Indonesia sebagai masyarakat yang lebih sosial dicerminkan juga lewat respon pelanggan yang komitmen dan e-WOM (electronic world of mouth). Artinya disini untuk perilaku konsumen Indonesia sangat cocok mengingat penggunaan yang kontinu serta pengalaman yang cenderung dibagikan ke kerabat menguntungkan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik aktivitas pemasaran media sosial yang dilakukan dan semakin baik pula ekuitas merek perusahaan e-commerce tersebut.

Ditanya perihal pengalaman penulisan ini, Icha menjawab sederhana. "Dalam mengerjakan skripsi, dibutuhkan time management yang baik. Saya sendiri masih mengikuti tiga perkuliahan yang tentunya buat jam tidur sangat berkurang. Namun, hal ini justru jadi tantangan" kutipnya. "tidak hanya pemasaran, social media saya rasa bisa jadi alat efektif untuk efisiensi waktu dalam komunikasi" tutupnya.

**(tsy/Jer)**

# Bantu PT Inka Mitigasi Risiko Kereta Api Ekspor

## Benua Adhi Pralebda

e-mail: [benuapralebda@gmail.com](mailto:benuapralebda@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

PT Industri Kereta Api (Persero) atau PT INKA adalah Badan Usaha Milik Negara yang memproduksi kereta api terintegrasi pertama di Asia Tenggara. Proyek kereta ekspor berjenis sistem baru pertama kali dilakukan oleh PT INKA tahun 2018. Produk kereta yang diekspor tersebut merupakan jenis Diesel Multiple Unit (DMU) yang dikirimkan ke Filipina. Karena proyek ekspor kereta baru pertama kali dilakukan, maka diperlukan analisis risiko untuk menghindari dan sebagai mitigasi risiko yang dapat menghambat proyek tersebut. Kedepannya analisis risiko pada kereta ekspor PT INKA diharapkan dapat membantu dalam memperbesar peluang permintaan kereta api ekspor di masa yang akan datang. Melihat hal itu, Benua Adhi Pralebda, Mahasiswa Manajemen Bisnis 2015, merasa perlu melakukan penelitian mengenai manajemen risiko untuk mencegah adanya hambatan-hambatan tersebut.

Dalam menganalisis risiko proyek ekspor kereta api, mahasiswa kelahiran Jakarta ini mendapatkan data dengan melakukan wawancara kepada para expert perusahaan. Analisis risiko yang digunakan oleh Benua menggunakan metode House of Risk (HOR) yang menghasilkan prioritas aksi mitigasi berdasarkan rasio efektivitas. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi

permasalahan (risiko) dalam rantai pasok sehingga diperoleh sistem yang kuat.

Selama proses penelitiannya didapati 53 risiko dan 102 penyebab risiko pada proyek ekspor kereta api PT Inka. “Di antara berbagai risiko yang ada, pendistribusian desain drafter menjadi risiko yang paling signifikan”, kata Benua. “Sehingga, prioritas aksi mitigasi yang perlu pertama kali dilakukan oleh PT Inka adalah melakukan sub-contractor untuk pekerjaan seperti desain drafter”, imbuhnya.

Sesuai dengan judulnya, luaran dari skripsi ini sendiri berupa daftar analisis identifikasi risiko yang yang mungkin dapat terjadi dalam kaitannya dengan ekspor kereta sistem DMU Filipina. Daftar analisis identifikasi risiko dalam skripsi Benua tersebut diserahkan kepada perusahaan dan berguna untuk me-monitor risk assessment pada proyek kereta DMU Filipina.

Ketika ditanya mengenai pelajaran yang didapat ketika menjalankan skripsi ini, CEO dari Envase Goods ini menjawab dengan pasti tentang time management dan komunikasi. Time management menjadi hal yang penting baginya karena tempat penelitian skripsi yang dilakukan berada di Kota Madiun yang berjarak 145 km. Benua merasa perlu mengalokasikan





waktu dengan baik serta menerapkan komunikasi yang sesuai dengan budaya perusahaan. “Sejauh dan sesulit apapun lakukan semua dengan

ikhlas dan niat, Insya Allah semua akan dimudahkan”, tutupnya. **(ail/Jer)**



# Pengelolaan Risiko pada Perusahaan Pengiriman Kontainer Surabaya

**Arum Dyah Eka Ardiyanti**

e-mail: [arumdea89@gmail.com](mailto:arumdea89@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Di era sekarang, industri tidak hanya dituntut untuk meningkatkan produktivitasnya. Namun, kepedulian terhadap berbagai risiko yang mungkin terjadi juga turut menjadi sorotan. Sebab, pengelolaan risiko yang baik akan meminimalisir kemungkinan perusahaan untuk mengalami kerugian di masa depan. Salah satunya pengelolaan risiko pada rantai pasok, yang merupakan jantung dari proses bisnis utama perusahaan. Keyakinan ini yang dibawa Arum Dyah Eka Ardiyanti, Mahasiswa Manajemen Bisnis 2015, dalam memilih topik penelitian untuk tugas akhirnya.

Setelah melakukan observasi, riset, dan studi lapangan, perempuan kelahiran Banyuwangi ini menambatkan hati pada PT Salam Pacific Indonesia Lines (SPIL) sebagai obyek penelitian. Menurut pengakuannya, ada dua alasan mengapa ia memilih perusahaan jasa pengiriman kontainer tersebut. "PT SPIL adalah perusahaan yang memprakarsai pengiriman di Indonesia bagian timur, namun belum didukung manajemen risiko yang baik," beber perempuan berkerudung tersebut.

Selain itu, jelas Arum, kompleksitas proses pengiriman kontainer dan banyaknya pihak yang dilibatkan menjadikan kesalahan sekecil apapun dapat mengganggu aliran pengiriman kontainer. "Terlebih karena pengirimannya melalui jalur laut, sehingga untuk mengatasi kecelakaan di laut sangat sulit," tambahnya.

Dalam rangka menyusun skripsinya, Arum melakukan wawancara dengan asisten manajer dan staf ahli dari departemen terkait, observasi langsung ke lapangan hingga validasi ke asisten manajer di departemen masing-masing. Sedangkan, alat

pengolahan data yang digunakan dalam penilaian risiko PT SPIL oleh Arum adalah studi literatur dengan perhitungan yang menggunakan metode Average Risk Scale (ARS) dan risk mapping. "Metode ARS digunakan untuk menghitung skala rata-rata dari risiko yang ada," tambah Arum, Hasilnya, diperoleh 10 risiko yang berasal dari Departemen Yard Operational dan 5 risiko yang berasal dari Departemen Ship Operational. "Harapannya perusahaan dapat mengimplementasikan itu (aksi mitigasi risiko) karena untuk mitigasi risiko juga sudah di diskusikan dengan pihak perusahaan", kata Arum ketika ditanya apa yang dilakukan setelah penelitian telah dilaksanakan.

Pesan ke depan bagi pejuang skripsi selanjutnya yang disampaikan oleh Arum adalah kuncinya jangan pernah menyerah, selagi bisa di usahakan harus tetap diperjuangkan, harus berusaha sampai sebisanya, jangan lupa berdoa dan tentu saling menguatkan satu sama lain. "Skripsi gabisa dikerjain sendirian harus ada teman seperjuangan yg harus saling menguatkan", akunya sembari tersenyum. **(ail/lys)**

# Bolak-Balik Ke Malang Untuk Meneliti Perbaikan Kualitas Proses

## Jezibel Alfiya Soya

e-mail: jezibelalfiya@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Jezibel Alfiya Soya menjadi salah satu wisudawan termuda Manajemen Bisnis ITS di Wisuda 119. Meskipun lebih belia dibandingkan teman-temannya, tak mengurungka semangat Ibel untuk aktif di berbagai kegiatan mahasiswa. Selain aktif dalam kegiatan hmpunan mahasiswa, Ibel juga mengabdikan dirinya menjadi pemandu di ITS. Dengan kegiatan non-akademik yang cukup ramai, Ibel masih dapat lulus dengan baik selama 3,5 tahun. Tidak dapat dipungkiri bahwa manajemen waktu yang baik menjadi cara bagi Ibel untuk sukses menjalani berbagai macam kegiatannya. Perempuan kelahiran Jakarta ini juga mampu menyelesaikan skripsinya tanpa banyak masalah. Skripsi dengan judul “Analisis Dan Perbaikan Kualitas Proses Bisnis Di Departemen Housekeeping Hotel Dengan Metode Seven Tools” kini telah menjadi bagian dari skripsi alumni Departemen Manajemen Bisnis. Skripsi yang menggunakan akar ilmu manajemen operasioanl ini berbicara mengenai analisis dan perbaikan proses bisnis menggunakan metode Seven Tools khususnya pada departemen housekeeping yang bertugas mengatur dan menata peralatan hingga melakukan maintenance pada peralatan kantor. Seven Tools sendiri merupakan salah satu metode dalam melakukan

quality control yang bertujuan untuk menemukan permasalahan yang ada dalam proses bisnis sehingga dapat dibentuk solusi yang tepat untuk memperbaiki proses bisnisnya. Pada proses pengerjaan skripsi ini, banyak cerita yang dilalui oleh perempuan berzodiak cancer ini. Cerita dimulai saat dia mulai merancang judul skripsi dimana Bapak Imam Baihaqi, S.T., M.Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing turut memberikan bantuan. Setelah pembuatan judul selesai, Ibel masih harus mencari tempat untuk melakukan studi kasus skripsinya, untungnya terdapat objek studi kasus yang cocok yaitu di Ijen Suites Resort & Convention di Malang. Walaupun data yang dicari tidak begitu banyak, Ibel juga masih harus bolak-balik Surabaya-Malang sehingga memakan energi yang cukup banyak dalam proses pembuatan skripsinya ini. Selama pengambilan data, perempuan penggemar mie ayam ini mendapatkan pengalaman yang banyak, seperti bagaimana harus bersikap dan berkomunikasi yang baik dengan orang baru dan lebih tua, terutama terhadap para stakeholder professional. Ada juga kejadian lucu yang mungkin akan menjadi momen berkesan selama proses pengerjaan skripsi ini dimana tak sengaja Ibel ketahuan menyanyi dibalik bilik kantor dan terdengar oleh karyawan



hotel. Sebagai penulis skripsi, sudah menjadi kewajiban bila isi skripsi dapat memberi kebermanfaatan bagi para stakeholder untuk menentukan kebijakan yang tepat bagi perusahaan. Dengan metode Seven Tools yang menitikberatkan pada pencarian akar permasalahan dalam sebuah proses bisnis, diharapkan dapat membuka

mata para stakeholder bahwa data perusahaan dapat dijadikan alat yang penting bagi pengembangan perusahaan dan memperbaiki satu per satu akar permasalahan perusahaan. **(ham/bby)**



## **Merancang *Green Supplier* Untuk Nilai Lingkungan**

**Sofia Ramadhani**

e-mail: [adsramadhani@gmail.com](mailto:adsramadhani@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Isu mengenai lingkungan menjadi salah satu topik yang terus berkembang saat ini. Meskipun peran dan tanggung jawab sebagai pribadi maupun kelompok sudah secara informal bahkan formal menjadi aturan, lingkungan kerap kali luput dari perhatian karena faktor lain yang mungkin saja menjadi prioritas. Selain itu, faktor kesadaran akan lingkungan juga menjadi tanggung jawab perusahaan. Sebagai penggerak roda ekonomi memiliki peranan pula untuk ikut andil dalam kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Nyatanya, tidak jarang perusahaan mengabaikan lingkungan dari hal sederhana atau lebih hal kompleks.

Hal inilah yang menari Sofia Ramadhani untuk mengangkat isu lingkungan dan keterkaitannya dengan manajemen operasional perusahaan ke dalam skripsinya. Salah satu yang dapat menjadi strategi pada manajemen rantai pasok hijau adalah dengan memperhatikan supplier yang ramah lingkungan atau green supplier. Green supplier menjadi konsentrasi Sofia dalam hal operasional perusahaan yang memiliki nilai lingkungan di dalamnya dan tertuju kepada perusahaan PT Pupuk Indonesia Energi (PIE).

Dalam hal operasional yang ditelaah, ialah sistem dari manajemen rantai pasok yang memperhatikan lingkungan sehingga tidak menjadi kerugian di lingkungan sekitar maupun pihak perusahaan itu sendiri. Green supplier yang dirasa dapat membantu terjalankannya keramahan lingkungan oleh perusahaan juga dapat mengurangi risiko terhambatnya proses produksi, keuntungan dalam hal minimalisasi biaya, dan risiko kualitas

dan waktu. Selain itu, sebagai tindakan pencegahan akan hal yang tidak diinginkan semisal terkenanya sanksi lingkungan oleh pemerintah terhadap perusahaan yang tidak memerhatikan lingkungan dan merugikan bagi lingkungan maupun masyarakat sekitar. Harapan yang diinginkan pihak perusahaan penerap nilai lingkungan ialah meningkatnya usaha perusahaan dalam melibatkan nilai lingkungan dalam setiap aspek perusahaannya. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa keterlibatan nilai lingkungan terhadap penilaian supplier menjadikan proses penilaian supplier cukup lama karena terjadinya pengecekan baik dokumen maupun fisik oleh perusahaan.

Dalam mengukur keberhasilan green supplier diperlukan kerangka kerja penilaian yang melibatkan metode Analytical Hierarchy Process untuk mendapatkan bobot dari faktor dan subfaktor penilaian green supplier. Sofia yang melakukan penelitian mendapatkan hasil bahwa terdapat 7 faktor dan 26 subfaktor penilaian green supplier. Faktor dan subfaktor karena pengadaan dalam menilai green supplier merupakan kebutuhan awal dalam melakukan hal tersebut. Untuk PT Pupuk Indonesia Energi yang sudah menerapkan green supplier dalam aktivitas perusahaannya merasa bahwa cepat atau lambat semua akan menjadi seperti di mana perusahaan-perusahaan melakukan penilaian green supplier untuk tindakan meminimalisir isu lingkungan. **(rai/jer)**

# Milenial Tak Hanya Butuh Kompensasi Finansial

## Katon Abigail

e-mail: abigailkaton@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Perkembangan dunia kerja sudah mulai dijamah oleh para pekerja dari generasi milenial yang membawa banyak sekali perubahan dalam area kerja, sehingga para petinggi perusahaan beserta dengan para staf Sumber Daya Manusia (SDM) terus mencari metode dan kompensasi yang sesuai dengan tipe para milenial ini. Sebagai mahasiswa Manajemen Bsnis tahun 2015, Katon Abigail mempelajari bahwa kompensasi biasa tidak menjamin meningkatnya produktivitas serta daya tahan mereka untuk tetap berkerja baik sebagai anggota kepanitiaan maupun pegawai di perusahaan. Kompensasi biasanya dihubungkan dengan imbalan atau benefit secara finansial yang diterima oleh orang-orang atas keterlibatannya dengan sebuah organisasi atau perusahaan. Beberapa contoh yang menggambarkan kompensasi antara lain adalah upah, insentif, tunjangan, atau fasilitas.

Dalam menentukan kompensasi, para staf SDM harus memikirkan strategi dan tools yang tepat antar generasi, karena pemberlakuan dan harapan dari generasi tertentu belum tentu sama dengan generasi sebelumnya. "Generasi millennial ini meski diberikan kompensasi finansial namun tanpa didukungnya kompensasi non-finansial, tetap saja dirasa kurang

oleh generasi ini. Ya, mungkin gaji tinggi memang penting dan kecenderungannya gonta-ganti kerja tetap ada, namun hal ini dapat dihindari dengan memberikan tanggung jawab atau tugas yang unik serta fasilitas yang membentuk lingkungan kerja yang seru dapat berdampak pada karyawan" tutur Katon.

Selama proses penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan Katon adalah pemberian kuisioner secara offline yang dikhususkan kepada staf di perusahaan yang berdomisili di Kota Surabaya dengan masa kerja minimal dua tahun. Katon menilai bahwa para staf yang sudah mencapai umur tersebut sudah merasakan semua haknya didalam perusahaan sehingga jelas Katon bisa mendapatkan hasil yang lebih akurat. Para petinggi juga harus memikirkan elaborasi dan kolaborasi mengenai referensi yang ada pada generasi lain. Salah satu hal yang dapat menjadi catatan dari penelitian skripsi ini adalah bahwa rasa ingin tahu dapat mempertajam kepekaan dalam networking yang menunjang produktivitas di tempat kerja. Dalam perjalanan, Katon juga menemukan bahwa banyak staf atau pegawai milenial merasa bahwa lingkungan kerja yang tidak mendukung membuat timbulnya stress serta rasa jenuh yang





menjadi tantangan bagi tim SDM untuk mengelola para milenial ini untuk tetap nyaman didalam organisasi atau perusahaan.

Selama wawancara, Katon menjelaskan beberapa bentuk kompensasi finansial yang dapat dicontoh dari perusahaan raksasa adalah beberapa fasilitas entertainment and sport yang dapat bebas digunakan pegawai saat jam istirahat, sehingga berdampak pada tingkat stress yang berkurang serta berkorelasi

dengan produktifitas yang meningkat. “Mungkin selain dari perusahaan yang sudah besar, kita bisa lihat di jurusan-jurusan di ITS, hampir semua jurusan memiliki fasilitas olahraga yang keberadaan fasilitas itu menjadi bukti upaya jurusan mengurangi rasa jenuh kita saat berada di lingkungan kampus,” jelasnya. **(mps/bby)**



## Ukur Efek Inkubator Bisnis bagi UMKM di Surabaya

**Mirda Aimy Fahma**

e-mail: [mirda.aimy@gmail.com](mailto:mirda.aimy@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Selama ini, Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) selalu memiliki peran krusial dalam perekonomian negara. Di tahun 2018 misalnya, kontribusi UMKM dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) telah mencapai angka 62%. Akan tetapi, angka yang cukup besar ini belum diimbangi oleh peningkatan kualitas yang sepadan. Disisi lain, telah banyak lembaga penyedia layanan pengembangan bisnis guna meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Mirda Aimy Fahma dengan maksud menyelesaikan pendidikan sarjananya, membuka wawasan mengenai dukungan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan swasta guna meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia.

Ketertarikan Mirda akan penelitian ini bermula saat ia mendapatkan saran topik dari dosen pembimbingnya. Sehubungan dengan itu, rasa keingintahuan tentang pengungkit PDB itu membuat Mirda berani mengambil topik mengenai UMKM ini. “Benar-benar tertarik sih akan topik ini apalagi meliputi layanan-layanan apa aja sebenarnya telah yang diberikan oleh lembaga swasta guna meningkatkan inovasi UMKM, karena inovasi tersebut yang akan mengantarkan UMKM untuk meraih kinerja bisnis yang lebih baik.” ujar perempuan yang menyukai dunia presenter ini

Menariknya, tidak ada model penelitian yang benar-benar sama dengan penelitian ini, yang mana menjadi tantangan bagi Mirda dalam menyelesaikan pendidikan sarjananya. Penelitian ini dilakukan

dengan mengambil objek di Jawa Timur yang mendapatkan dukungan dari Lembaga Pengembangan Bisnis Yayasan Dharma Bhakti Astra.

“Lembaga pengembangan bisnisnya memiliki program sektor unggulan yang memberikan kesempatan bagi UMKM untuk masuk ke dalam value chain bisnis Astra Grup. Sedangkan program seperti ini belum tentu disediakan oleh lembaga pengembangan bisnis yang lain.” ungkapnya.

Diakui Mirda, penelitian yang membutuhkan waktu empat bulan ini, bukanlah hal yang mudah. Ia harus melakukan pengumpulan data dengan menemui pemilik-pemilik UMKM secara langsung. Akan tetapi banyak hikmah yang dapat diambil yaitu pengalaman kehidupan langsung dari pemilik UMKM

“Sebenarnya, dukungan yang diperlukan oleh UMKM itu dukungan secara internal, seperti pemberian pelatihan, pendampingan, dan jaringan industri.” ungkapnya.

Perempuan yang memiliki hobi bernyayi berharap penelitian yang menggabungkan dua metode yaitu PLS (Partial Least Square) dan SEM (Structural Equation Modelling) ini memiliki dampak positif yaitu mengantarkan UMKM dibawah binaan Astra Group untuk meraih kinerja bisnis yang lebih baik. **(tik/er)**

# Telusuri Alasan Mahasiswa Tertarik Ikuti Program ITS Eco Campus

**Tussy Yuliantika**

e-mail: [tussyulintika@gmail.com](mailto:tussyulintika@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2014

Isu pelestarian lingkungan sedang menjadi bagian dari tren global belakangan ini. Kompetisi secara internasional bahkan terus bergulir untuk menentukan negara atau institusi mana yang lebih berhasil melestarikan lingkungannya. Mengusung program ITS Smart Eco Campus, Institut Teknologi Sepuluh Nopember tak mau kalah dalam menunjukkan kehijauannya. Terbukti, ITS berhasil menduduki peringkat ke empat se-Indonesia dengan total skor 6.975 pada tahun 2018 menurut UI GreenMetric. UI GreenMetric sendiri merupakan sebuah kompetisi berskala internasional yang menilai universitas dalam segi kontribusi nyata dalam pelestarian lingkungan atau sebagai tolak ukur (rating system) untuk mengurutkan usaha sustainability kampus-kampus di dunia dengan indeks angka dan metodologi tertentu (UI Green Metrics, 2015).

Program ITS Smart Eco Campus sendiri merupakan bagian perencanaan strategis ITS dalam mewujudkan kampus yang peduli dan berbudaya lingkungan dengan melakukan pengelolaan lingkungan secara sistematis, konsisten dan berkesinambungan dengan berpedoman pada Tri Dharma Perguruan Tinggi. Meski program ini telah dilakukan dengan cukup

kompleks contohnya pada program Gugur Gunung, namun tidak semua mahasiswa mengerti maupun terlibat langsung dalam ITS Smart Eco Campus. Hal inilah yang menarik perhatian seorang mahasiswa Manajemen Bisnis 2014, Tussy Yulintika. Perempuan kelahiran Surabaya 23 tahun silam ini tertarik terhadap berbagai pengaruh yang membentuk program ITS Smart Eco Campus.

Dimulai dari pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa, motivasi terhadap minat mahasiswa dan keterlibatan terhadap minat mahasiswa, serta pengaruh simultan antara pengetahuan, motivasi dan keterlibatan terhadap minat mahasiswa pada ITS Smart Eco Campus.

Tussy memaparkan beberapa metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini. Diantaranya ia menggunakan metode survei dengan jumlah 393 responden. Jumlah sampel kuesioner ini didapat dari rumus Slovin sehingga didapatkan 12 departemen dan 8 fakultas, dari 38 departemen dan 10 fakultas. Rumus ini juga digunakan untuk mengetahui pengaruh antar ketiga variabel yang diteliti. Tak hanya itu, Tussy menggunakan SPSS dan Regresi Linear berganda sebagai metode analisis data untuk mengetahui pengaruh dari masing-



masing variabel. Setelah dilakukan beberapa proses penelitian, Tussy menyimpulkan bahwa masing-masing variabel yaitu pengetahuan, motivasi dan keterlibatan mahasiswa berpengaruh positif pada minat mahasiswa dalam program ITS Smart Eco Campus. Oleh karena itu, Tussy berharap jika hasil penelitiannya dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak kampus, khususnya Tim ITS Smart Eco Campus sebagai informasi dan rekomendasi mengenai

pengembangan program-program pelestarian lingkungan kedepannya. **(wdy/bby)**



## **Mendongkrak Industri Furnitur Nasional di Era Industri 4.0**

**Darul Husni Ila Sabili Janah**

e-mail: [iladarul19@gmail.com](mailto:iladarul19@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Saat ini, perkembangan industri disebut-sebut telah mencapai tingkat keempat atau yang lebih dikenal dengan istilah Industri 4.0, dimana manusia, mesin, dan jaringan dapat saling terhubung secara real time. Tak dapat dipungkiri, fenomena ini tentu akan membawa perubahan pada rantai nilai. Melihat hal ini, Darul Husni Ila Sabili Janah melakukan penelitian yang bertujuan untuk memetakan rantai nilai dari rantai pasok industri furnitur Indonesia agar dapat bersaing di era Industri 4.0.

Penelitian yang berfokus pada industri furnitur ini bukan tanpa alasan. Berawal dari permasalahan kerabatnya yang bekerja pada industri furnitur, mahasiswa Manajemen Bisnis 2015, ini menemukan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) bidang furnitur di Sragen Jawa Tengah mayoritas kesulitan untuk mengembangkan usahanya. Penyebabnya adalah harga jual furnitur yang stagnan kendati harga bahan bakunya terus melejit. "Harapan mereka, produksi UKM itu bisa maju, bahkan bisa ekspor" tambah Darul.

Tergerak untuk membantu mencari solusi, Darul pun memperluas obyek penelitiannya menjadi industri furnitur secara keseluruhan. Hal ini sengaja ia lakukan agar hasil penelitiannya dapat digunakan secara umum. Darul pun memilih Jepara, kota pusat furnitur, sebagai sampel penelitian. Metode rantai nilai dipilih untuk memetakan rantai nilai dari industri furnitur, serta melihat tingkat penggunaan teknologi dan teknologi informasinya.

Dalam prosesnya, Darul melakukan wawancara mendalam pada stakeholder internal 11 perusahaan furniture di Jepara. Melalui

wawancara tersebut, diketahui bahwa industri furnitur di Indonesia masih menggunakan semi mesin yang membutuhkan tenaga banyak manusia untuk proses produksi. Sedangkan, untuk tingkat penggunaan teknologi dan teknologi informasi berada pada tingkat sedang. "Fakta ini menempatkan industri furnitur Indonesia pada fase Industri 2.0 di tengah-tengah perkembangan Industri 4.0 saat ini," jelas Darul.

Sehingga, lanjut Darul, diperlukan pengembangan untuk aktivitas operasional serta aktivitas pemasaran dan penjualan pada industri ini. Memanfaatkan metode Delphi dan melibatkan tiga orang ekspertise, Darul mengembangkan strategi untuk menunjang aktivitas tersebut. Hasilnya, terdapat 24 usulan strategi jangka pendek (1-5 tahun) dan 16 usulan jangka panjang (6-15 tahun). Dijelaskannya, strategi tidak hanya berupa peningkatan bantuan namun juga peningkatan kolaborasi dan aksi secara mandiri dari perusahaan furnitur. "Industri furnitur dapat membuka lowongan magang bagi siswa SMK dengan jurusan IT atau Desain & Produksi Kria Kayu," jelas Darul.

Selain itu, riset dan pengembangan untuk teknologi tepat guna berkolaborasi dengan perusahaan dan pemerintah daerah/kota bersama akademisi juga dapat menjadi alternatif. Hal ini diharapkan agar pengusaha furnitur tidak sekedar menunggu bantuan pemerintah, namun dapat secara mandiri melakukan peningkatan industri yang dapat segera dilakukan dengan minim biaya, terlebih pada era Industri 4.0 saat ini. **(fam/lys)**

# Ukur Tingkat Kualitas Layanan pada Perusahaan Penyedia Air

**Chaira Agita Aminy**

e-mail: chairagitaminy@gmail.com

Manajemen Bisnis 2012

Bagi perusahaan, utamanya yang berbasis jasa, tingkat kualitas pelayanan (service quality) kepada pelanggan adalah salah satu kunci kesuksesan. Dengan memperhatikan service quality, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yang akan berdampak positif pada kinerja perusahaan. Chaira Agita Aminy, Mahasiswi Manajemen Bisnis ITS, mengulik lebih dalam kondisi ini dalam penelitiannya.

Mahasiswi yang tertarik bekerja di industri jasa ini merasa perlu meneliti hal tersebut seiring dengan adanya tuntutan pelanggan atas kualitas pelayanan prima yang semakin meningkat. Terkait obyek penelitian, perempuan berkacamata ini memilih permasalahan kualitas pelayannya di tempat kerja praktiknya yakni PT Aetra Air Jakarta, yang merupakan perusahaan swasta sebagai operator pengelolaan air bersih di belahan timur Jakarta.

Penelitiannya pun berfokus pada dari atribut service quality yang meliputi tangible (tampilan fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). "Dari penelitian ini didapatkan tingkat service quality dan customer satisfaction sudah baik, hasil yang sama juga dilakukan oleh

konsultan independen tentang data tingkat Customer Satisfaction Index (CSI) yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun," terang mahasiswi kelahiran Bogor itu.

Dalam prosesnya, Chaira harus terjun ke lapangan untuk mendapatkan data wawancara dari para pelanggan PT Aetra Air Jakarta. Berdasarkan pengalamannya tanya jawab dengan pelanggan, para pelanggan mengharapkan penyaluran air pada rumah-rumah jangan sampai bermasalah, terutama pada waktu-waktu vital seperti pagi dan sore hari. Pelayanan yang buruk ini lah yang akan lebih diingat oleh para pelanggan Aetra, karena akan sangat mengganggu aktivitas sehari-hari mereka. Pihak Aetra harus bisa menjaga komunikasi dan kualitas pelayanan untuk dapat mengurangi komplain dari para pelanggannya.

Hasil dari penelitiannya menunjukkan, semua atribut service quality pada PT Aetra Air Jakarta berpengaruh positif terhadap customer satisfaction. Namun, atribut yang berpengaruh signifikan adalah atribut tangible, responsiveness dan empathy, sedangkan reliability dan assurance tidak signifikan. "Oleh karena itu, perusahaan tidak boleh serampangan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan," tambahnya.





Selama mengerjakan skripsinya di PT Aetra Air Jakarta, Chaira merasakan adanya staf pengajar yang handal dan memahami kemampuan mahasiswa sangat membantu dirinya. Ia belajar banyak karena dapat secara langsung mempraktikkan ilmunya di perusahaan. “PT Aetra Air Jakarta sebagai perusahaan pengelolaan air bersih di Indonesia merupakan tempat yang baik, bukan hanya tentang pengelolaan pelanggan tetapi juga mengenai efisiensi operasional,

restrukturisasi, pengelolaan target, dan pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM),” ujar Chaira sembari mengingat pengalamannya saat itu. **(wly/lys)**



## **Rancang Pengukuran Kinerja Terintegrasikan Hingga Tingkat Divisi**

**Cindy Ade Mei Arlina**

e-mail: [cindy.adelina05@gmail.com](mailto:cindy.adelina05@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Persaingan bisnis yang kian ketat menjadikan kegiatan evaluasi kinerja perusahaan sebagai salah satu kunci untuk memenangkan pasar. Evaluasi kinerja yang mumpuni memberikan gambaran pada perusahaan soal kondisi terkini, sehingga keputusan strategis pun dapat diambil dengan lebih bijak. Faktanya, tak sedikit perusahaan yang kesulitan menerjemahkan pengukuran kinerjanya pada level divisi, PT Boma Bisma Indra (BBI) salah satunya. Kondisi yang menarik perhatian Cindy Ade Mei Arlina untuk meneliti apa yang sebenarnya terjadi.

Mahasiswa Manajemen Bisnis Angkatan 2015 ini pun memulai penelitiannya dengan mengidentifikasi permasalahan pada tubuh perusahaan. Dikatakan, Sumber Daya Manusia (SDM), modal kerja, ketidaksesuaian realisasi dengan target proyek, dan keterlambatan proyek adalah masalah yang sering terjadi di perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur ini. "Setelah dianalisis, ternyata akar permasalahannya bersumber dari divisi MPJ," jelas Cindy.

Penyebabnya, urai Cindy, adalah belum terintegrasinya pengukuran kinerja dari level korporat ke level divisi. Padahal Divisi MPJ adalah salah satu lini bisnis utama perusahaan. Memanfaatkan metode Balanced Scorecard, penelitian Cindy berfokus pada perancangan pengukuran kinerja terintegrasi dari level korporat hingga divisi. "Jadi dari strategi perusahaan dilakukan penyusunan sasaran dan strategi untuk Divisi MPJ serta dua departemen dibawahnya (Departemen Engineering dan Departemen Konstruksi) sesuai dengan peran mereka," beber Cindy. Kemudian, Cindy melakukan

wawancara dan penyebaran kuisioner kepada Manager Divisi PT Boma Bisma Indra dan para ahli. Sebagai penguat, perempuan asal Tuban tersebut juga menghimpun data-data perusahaan meliputi RJJ, RKAP, laporan keuangan, struktur organisasi, dan job description. Hasilnya, diperoleh beberapa peta strategi divisi MPJ yang menjadi bahan untuk menyusun indikator penilaian kinerja (Key Performance Index) tiap strategi. Lebih rinci, penelitian ini menghasilkan 16 sasaran strategis dan 21 KPI pada level divisi, 8 sasaran strategis dan 10 KPI pada Departemen Engineering, dan 9 sasaran strategis dan 10 KPI untuk Departemen Konstruksi.

Selanjutnya dilakukan pembobotan dengan menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP) dan uji coba pengukuran kinerja menggunakan Traffic Light System. Hasil penilaian dari divisi MPJ, diperoleh 15 KPI mencapai target, 1 KPI dibawah target namun nilai sudah mendekati target, dan 5 KPI jauh dari. "Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kinerja divisi MPJ pada tahun 2018 adalah baik," jelas Cindy. Dengan adanya penelitian ini, Cindy berharap perusahaan mampu memberikan pemahaman kepada seluruh karyawan mengenai KPI, proses penyusunan strategi serta sasaran ke seluruh level organisasi yang ada di perusahaan. "Agar tercipta sistem pengukuran kinerja terintegrasi yang harmonis," pungkasnya. **(vvy/lys)**

# Mengulas Performa Platform UGC Pada Industri Kecantikan

**Helena Stephanie Bintang**

e-mail: helenastephanies@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Industri kecantikan di Indonesia pada tahun 2018 mengalami pertumbuhan yang pesat sehingga pemain dalam industri ini semakin meningkat tiap tahunnya. User-generated content (UGC) memungkinkan pengguna untuk membuat konten mereka sendiri dan dipublikasikan secara terbuka dalam sebuah sistem di media social, ini merupakan strategi yang kerap digunakan pelaku bisnis industry kecantikan. Female Daily Network adalah sebuah media informasi bagi perempuan yang berisikan konten seputar produk kecantikan di Indonesia. Namun, pada kenyataannya Female Daily Network masih belum maksimal dalam menyediakan platform yang berisikan ulasan kecantikan.

Helena Stephanie Bintang yang memiliki ketertarikan akan hal industri kecantikan dan UGC akhirnya melakukan penelitian dengan maksud menyelesaikan pendidikan sarjananya. Ia yang awalnya memiliki passion di bidang kecantikan berupaya untuk mengetahui kenapa orang ingin menggunakan sosial media Female Daily.

Ketertarikan Helena akan penelitian ini bermula saat ia penasaran terhadap platform media sosial kecantikan pertama di Indonesia. Helena melakukan Penelitian dengan konklusif-deskriptif-cross sectional. Metode

tersebut menguji model UTAUT2 yang merupakan pembaharuan UTAUT1 dengan menyebar kuisisioner secara online. Responden merupakan pengguna Female Daily di seluruh Indonesia yang pernah melakukan ulasan terhadap produk mereka.

Kurangnya Female Daily Network dalam menyediakan platform yang berisikan ulasan kecantikan membuat salah satu mantan Ketua departemen sosial masyarakat BEM FMBT ITS ini meneliti tentang UGC milik Female Daily Network. Dalam penelitiannya, mahasiswa yang pernah terlibat dalam “Mini Bites” sebagai chief marketing officer ini menggunakan analisis fishbone, terdapat 5 kategori utama permasalahan dalam Female Daily Network yaitu kategori promotion, place, product, physical evidence, dan process. “Di dalam kategori ini, terdapat cabang-cabang penyebab permasalahan. Selain itu, agar dapat mencapai misi perusahaan dalam menjadikan media sosial yang juga menjual produk kecantikan, Female Daily Network perlu meningkatkan basis penggunaannya”, terang Helena. Analisis fishbone digunakan untuk identifikasi peluang penyebab perusahaan FDN belum maksimal dalam menyediakan media sosial untuk melakukan ulasan produk kecantikan. “Saya menggunakan



pendekatan Marketing Mix 8P, hasilnya paling banyak permasalahan ada di promotion, place, physical evidence. Promosi: Promosi FDN kurang menarik dibandingkan kompetitornya, Place : Aplikasinya suka error, bug pada sistem. Physical evidence: Fitur yang ditawarkan kurang beragam” tuturnya. “Dengan mengadakan program rutin Try And Review diharapkan pengguna FDN tidak berpindah ke kompetitor lain”, tutur Helena. Ia juga mengatakan bahwa strategi yang tepat juga dapat

dilakukan dengan memperbanyak jenis konten berupa video pendek atau animasi (Visual Marketing) dan juga mengundang Beauty Influencer sebagai narasumber ke dalam forum, serta membuat mascot FDN. Hal unik lain dalam penelitiannya yaitu laki-laki mulai tertarik terhadap produk kecantikan. **(dan/bby)**



## **Menelaah Prioritas Layanan Pengembangan UKM pada Lembaga Pengembangan Bisnis**

**Ba'da Maulidia Rizqi Putri**

e-mail: badamau74@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Berkaca pada perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia serta perannya dalam penggerak perekonomian negara, menjadi penting untuk memberdayakan UKM dalam rangka mengurangi tingkat kegagalan dan memicu pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan. Inkubator bisnis dan Business Development Service Provider (BDS-P) menjadi solusi untuk mendukung pengembangan bisnis UKM. Namun, kenyataannya praktek lembaga pengembangan bisnis ini dilakukan tanpa menyaring aspirasi dari UKM yang tergabung di dalamnya sehingga seringkali lembaga ini tidak mengetahui layanan yang tepat untuk mengembangkan UKM selaku tenant mereka. Ba'da Maulidia Rizqi Putri menyadari adanya urgensi dari penentuan prioritas layanan pengembangan UKM dikarenakan hal kritis ini belum pernah diteliti sebelumnya. Dalam penelitian ini, ia memilih fokus studi di Kota Surabaya dikarenakan perhatian besar yang ditaruh pada perkembangan UKM.

Menurut Dea, topik ini menjadi menarik karena selama ini penentuan layanan hanya diambil dari sudut pandang lembaga pengembangan bisnis dan bukan UKM sebagai konsumen mereka. "Analoginya adalah perusahaan berhasil karena mengikuti preferensi konsumen dan hal ini serupa dengan lembaga pengembangan bisnis dimana UKM sebagai konsumennya" jelas mahasiswi asal Bojonegoro ini. Ia juga menambahkan bahwa penting mengikutsertakan pandangan dari UKM agar layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diperlukan. Dea pun menyusun sesi wawancara dengan pihak UKM yang ada di

Surabaya terkait dengan kendala yang dihadapi pihak UKM selama ini dan kebutuhan mereka dalam menyelesaikan masalah tersebut serta untuk pengembangan usaha secara berkelanjutan. Hasil dari sesi wawancara kemudian disusun dalam kategori layanan dan diolah menggunakan metode Analytical Hierarchial Process (AHP) dimana metode ini berfungsi untuk menentukan prioritas kategori yang paling tepat untuk memenuhi kebutuhan pengembangan UKM.

Hasil dari pengolahan data tersebut menghasilkan prioritas 5 dari 9 kategori layanan yang dibutuhkan untuk mengembangkan UKM yaitu pendampingan oleh pakar, akses jaringan usaha, layanan pendukung, akses pendanaan, dan bantuan riset. Dari kelima kategori tersebut dianalisis juga prioritas bagian sub-kategorinya dimana secara keseluruhan UKM memerlukan pendampingan secara offline, akses untuk pasar nasional dan internasional, perumusan strategi, akses dana, serta analisis mengenai bisnis secara detail pada empat pilarnya. "Hasil olahan data yang telah dijelaskan diharapkan dapat menjadi masukan untuk lembaga pengembangan bisnis agar dapat lebih memenuhi kebutuhan UKM selaku konsumennya" tutur perempuan kelahiran 11 Agustus 1997 ini. Pada akhir wawancara, ia menambahkan harapannya melalui tugas akhirnya, "Saya harap kedepannya penelitian ini dapat difokuskan juga hingga implementasi layanan dan evaluasi layanan pengembangan yang menjadi rekomendasi untuk dilakukan." **(cis/jer)**

# Mengukur Sasaran Pengukuran Kinerja

## Shobah Hidayatul Ilmi

e-mail: shobahilmi@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Pengukuran kinerja merupakan satu parameter penting bagi sebuah perusahaan. Dari pengukuran yang dilakukan, sebuah perusahaan dapat menilai persentase tujuan yang telah dicapai serta dapat mendeteksi permasalahan bilamana ada. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam merumuskan pengukuran kinerja adalah dengan melakukan metode balance scorecard. Metode ini merumuskan pengukuran kinerja melalui empat perspektif yakni perspektif keuangan, pembelajaran dan pertumbuhan, proses bisnis internal, dan pelanggan.

Ketertarikan dalam manajemen kinerja menjadi salah satu alasan Shobah Hidayatul Ilmi melakukan penelitian akhir tentang pengukuran kinerja di PT Boma Bisma Indra (Persero). Penelitian dilakukan dalam perusahaan tersebut karena adanya pandangan bahwa manajemen kinerja belum begitu baik diterapkan di dalamnya. Hal ini tampak dari adanya keterlambatan penyelesaian proyek perusahaan yang mana merupakan salah satu dampak dari kualitas SDM dalam perusahaan. Peningkatan kualitas SDM yang merupakan tanggung jawab dari divisi SDM, hingga saat ini belum memiliki pengukuran kinerja tingkat divisi melainkan hanya pengukuran tingkat perusahaan saja. "Pengukuran

kinerja tingkat divisi khususnya divisi SDM sangat penting dilakukan karena memiliki tanggung jawab penuh atas perencanaan serta pengukuran kinerja sumber daya manusia perusahaan" jelas Ilmi.

Penggunaan metode studi kasus dalam pengukuran kinerja dengan basis balance scorecard memberikan pengalaman tersendiri bagi Ilmi. "Metode penelitian tidak hanya berfokus pada studi keilmiah saja namun interaksi dari sasaran juga, membuat saya harus pintar memilih waktu yang tepat untuk mewawancarai mereka. Apalagi mereka orangnya juga sibuk ditambah lagi dengan status saya disana sebagai seseorang yang sedang magang" ungkapnya.

Melalui studi keilmiah dan wawancara, diperoleh data yang dapat diproses pada setiap tahapan penelitian. Tahapan pertama yang dijalani adalah identifikasi permasalahan mengenai urgensi perusahaan membuat pengukuran kinerja pada tingkat divisi, yang selanjutnya didesain strategy map Divisi SDM berdasarkan sasaran strategisnya. Hingga pada akhirnya pembuatan dan pembobotan KPI menggunakan software expert choice guna merumuskan hasil KPI tersebut. Dari hasil penelitian ini, terdapat 10 sasaran strategis divisi SDM dengan





masing-masing KPI. Perspektif pelanggan menghasilkan bobot perspektif tertinggi dengan sasaran strategis utamanya adalah peningkatan motivasi karyawan. Sasaran dengan bobot tertinggi pada perspektif bisnis internal adalah perbaikan sistem administrasi SDM berbasis IT. Sedangkan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan sasaran strategis dibutuhkan penyempurnaan sistem peningkatan karir karyawan. Di bagian akhir berdasarkan penilaian KPI pada

tahun 2018, terdapat 5 dari 10 KPI yang berada dibawah target sehingga dirumuskan action plan untuk membantu pencapaian target. "Saya merasa masih perlu pemahaman lebih lanjut bagi seluruh karyawan mengenai pengukuran kinerja, karena suka tak suka pengukuran kinerja merupakan core bisnis perusahaan kan?" tutup Ilmi. **(myw/Jer)**



# Rancang Manajemen Risiko Perusahaan Sayuran Beku

**Dwiki Septia Rahma**

e-mail: [dwiki09@gmail.com](mailto:dwiki09@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Kualitas sering menjadi salah satu alasan utama keputusan pembelian. Hal ini akan menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan yang menjual produk yang kualitasnya mudah menurun karena pengaruh lingkungan (produk perishable) seperti sayuran. PT Mitratani Dua Tujuh misalnya, sebagai perusahaan yang memproduksi sayuran beku dari pasar lokal hingga global, perusahaan dituntut untuk menjaga kualitas sayurannya hingga dapur pelanggan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan manajemen risiko rantai pasok yang mumpuni. Namun rupanya, perusahaan yang terletak di Kabupaten Jember tersebut belum memiliki pengelolaan risiko yang memadai. Akselerasi proses bisnis pun menjadi sulit karena mitigasi risiko yang belum terintegrasi. Berkaca pada fakta ini, Dwiki Septia Rahma berinisiatif untuk merancang manajemen risiko rantai pasok sesuai kondisi perusahaan.

Dalam prosesnya, mahasiswa 22 tahun ini menggunakan metode expert judgement untuk mengetahui permasalahan yang sering terjadi di tubuh perusahaan. Untuk itu, Dwiki melakukan wawancara mendalam dengan para manajer seluruh divisi di perusahaan. "Hasilnya, ada 65 risiko potensial dari 88 penyebab risiko berdasarkan proses utamanya," tambahnya.

Selanjutnya, dilakukan pengelolaan data menggunakan metode House of Risk. Dijelaskan oleh Dwiki, di fase pertama terdapat 39 penyebab risiko dan 57 alternatif aksi mitigasi. "Karena langkah mitigasinya terlalu banyak, dilakukan fase kedua dan dihasilkan 12 aksi mitigasi prioritas

perusahaan," tambahnya.

Dari 12 aksi tersebut, risiko paling banyak muncul berasal dari Divisi Budidaya dan Divisi Pengolahan. Dijelaskan oleh perempuan berkacamata tersebut, Divisi Budidaya harus fokus pada pencapaian produktivitas lahan dengan optimal. Mayoritas risiko yang dihadapi adalah terkait dengan kerusakan tanaman yang dapat menghambat produktivitas tanaman. "Penyebabnya bermacam-macam, mulai dari lingkungan, gangguan penyakit, dan human error," papar Dwiki.

Sedangkan untuk Divisi Pengolahan, lanjut Dwiki, harus fokus pada proses pengolahan produk. Menurut Dwiki, permasalahan semakin riskan terjadi seiring dengan banyak dan kompleksnya aktivitas yang terjadi pada proses pengolahan, seperti kerusakan mesin water chiller dan kerusakan produk. Setali tiga uang, selain memberikan rancangan manajemen rantai pasok yang sesuai, Dwiki juga membantu tercapainya tujuan perusahaan untuk menjadi perusahaan dengan tata kelola yang baik (Good Corporate Governance) dimana manajemen risiko menjadi salah satu prasyarat untuk menjadi GCG.

Diakui Dwiki, banyak hal yang bisa ia dapatkan selama menjalani penelitian ini, utamanya soal komunikasi dan profesionalitas. Bagaimana dirinya harus berkomunikasi dengan beberapa pihak berpengalaman di masing-masing bidang, mengatur jadwal wawancara dan hadir tepat waktu sesuai dengan perjanjian, dan membagi waktu antara bimbingan dan penelitiannya. **(vvy/lys)**

# Alasan Masyarakat Indonesia Investasi Reksa Dana

**Joshua Yudiantio Utomo**

e-mail: [joshuautama@gmail.com](mailto:joshuautama@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2014

Reksa dana menawarkan kesempatan berinvestasi pada portofolio yang dikelola oleh manajer investasi profesional tanpa perlu modal yang besar. Hal ini membuat reksa dana sebagai alternatif investasi yang menarik bagi investor kecil. Sifat reksa dana yang menarik inilah yang membuat salah satu Mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2014 mengambil tema skripsi terkait Analisis Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap minat Berinvestasi reksa dana.

Penelitian yang dilakukan oleh Joshua Yudiantio Utomo dengan maksud menyelesaikan Pendidikan sarjananya ini juga membuka wawasan soal minat masyarakat di Indonesia dalam bidang Investasi Reksa Dana.

“Saya ingin melihat hubungan variabel-variabel yang mempengaruhi kenapa seseorang ingin atau tidak ingin berinvestasi di Reksa Dana” Ujar mahasiswa yang kerap disapa Joshua ini. Awal dari penelitiannya ini adalah saat ia mendapat saran topik setelah membaca jurnal dan berkonsultasi dengan dosennya. Saat ia mulai meneliti ia mendapatkan bantuan-bantuan dari pihak yang tidak diduga sebelumnya seperti kerabat-kerabat dan keluarganya.

“Saya meneliti dengan cara membagikan kuisisioner ke kurang lebih

200 orang dengan total lebih dari 100 responden secara online, saya membagikan Kuisisioner itu kepada orang yang sudah memiliki kurang lebih 6 bulan pengalaman dalam berinvestasi” terangnya. Kemajuan teknologi dalam bidang penelitian memudahkan Joshua untuk mengolah data menggunakan metode regresi. Setelah data terkumpul, Joshua lalu mengolahnya melalui SPSS, sebuah perangkat lunak pengolah data. Ia juga menyatakan bahwa penelitiannya memiliki dua Implikasi manajerial utama yaitu untuk Manajemen Investasi dan untuk pemangku kepentingan seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Ia mengatakan pembukaan Galeri Investasi misalnya, merupakan keputusan strategis yang dapat dipertimbangkan oleh lembaga yang berminat untuk meningkatkan jumlah investor di Indonesia. Hal ini dikarenakan dalam penelitiannya Variabel Sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat seseorang untuk berinvestasi dan Galeri Investasi dapat menciptakan citra positif yang kemudian merubah sikap calon investor. “Dengan dibentuknya pandangan positif serta persepsi yang bagus dapat membuat orang memiliki minat dalam berinvestasi” terang Joshua. Ia juga mengatakan dengan adanya seminar tentang berinvestasi



pandangan positif juga dapat tumbuh. “Semakin banyak sumber daya yang dimiliki seseorang, semakin besar juga minat seseorang untuk berinvestasi” kata Joshua. Tetapi berbeda halnya dengan Norma subyektif. Menurut Joshua Norma Subyektif tidak positif signifikan saat diteliti olehnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat berinvestasi seseorang tidak

dipengaruhi oleh lingkungan sekitar orang tersebut. **(dan/bby)**



## Dibalik Layar Promo Harga Online Travel Agencies

**Stefanus Rafelito**

e-mail: [stefanus.rafelito@gmail.com](mailto:stefanus.rafelito@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2014

Kemajuan teknologi seringkali ditemui menjadi latar belakang penelitian mahasiswa belakangan ini. Begitu pula bagi mahasiswa kelahiran Bandung, Stefanus Rafelito, yang mengangkat penelitian skripsi pada perkembangan dunia pariwisata berbasis digital di industri perhotelan.

Baginya, dengan potensi dunia pariwisata dalam bidang penginapan (lounge) yang semakin maju dan terus berkembang, serta jumlah customer yang semakin banyak membuat peluang terciptanya bisnis agen perjalanan (travel agents) semakin besar. "Munculnya Online Travel Agencies (OTA) seperti Traveloka, Booking.com, Tiket.com, Hostelworld, Pegipegi, Expedia, AirBnb dan yang lain sebagai pihak agen perjalanan berbasis online, memudahkan masyarakat yang membutuhkan jasa travel mudah dan cepat." terangnya.

Namun, yang menjadi daya tarik bagi pria yang akrab disapa Steve ini adalah strategi penentuan kuota dan tarif kamar hotel melalui kerja sama dengan pihak OTA yang diterapkan sebagian besar industri hotel saat ini sangat menarik untuk diperhatikan. "Lantaran pihak manajemen hotel harus paham keuntungan yang diperoleh lewat strategi penentuan kuota dan tarif kamar melalui kerja sama dengan pihak ketiga/OTA dalam membantu menawarkan kamar hotel" pungkasnya.

Dengan mengambil studi kasus Hotel XYZ Surabaya, Steve bertujuan untuk merancang strategi penentuan kuota dan tarif kamar hotel melalui Online Travel Agencies (OTA) secara efektif dan efisien dalam rangka memangkas biaya pemasaran serta meningkatkan target profit dan target hunian

hotel. "Untuk merancang strategi ini, digunakan metode customer obtainment cost analysis (NetRevPAR) dan Hubbart formula. Hasil penelitian berdasarkan metode NetRevPAR adalah teridentifikasi OTA yang memberikan profit per kamar paling kecil pada pihak hotel dalam jangka waktu enam bulan, yakni Expedia dan Hostelworld", kutip Steve.

Pria yang gemar musik ini menambahkan implikasi manajerial dari penelitian ini adalah memutuskan kerja sama dengan OTA Expedia dan Hostelworld dan membuka hubungan kerja sama baru dengan OTA AirBnb. Demikian pihak hotel dapat melakukan perjanjian kontrak yang baru mengenai penerapan strategi penentuan kuota dan tarif kamar yang baru pada pihak OTA secara efektif dan efisien. Sedangkan berdasarkan metode Hubbart formula adalah rancangan tarif hunian rata – rata harian (ADR) sebesar Rp 155.000,00 untuk memenuhi perencanaan target profit hotel sebesar 24 % dan target hunian hotel sebesar 90 % per bulan, menghasilkan rancangan pengenaan tarif baru untuk kamar single sebesar Rp 135.000,00 per malam, dan untuk kamar double sebesar Rp 230.000,00 per malam. "Implikasi manajerialnya adalah dengan penerapan rancangan pengenaan tarif kamar yang baru, diharapkan terjadi peningkatan hunian kamar hotel menjadi 90 % per bulan, sehingga terjadi peningkatan profit hotel mencapai 24 %". **(din/Jer)**

# Bedah Manajemen Risiko Industri Pengolahan Kayu

**Siti Aisyah**

e-mail: [sitiaisyah6796@gmail.com](mailto:sitiaisyah6796@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Perusahaan di bidang pengolahan memiliki proses operasional yang kadang sangat membahayakan keselamatan para pekerjanya, PT Kutai Timber adalah salah satu perusahaan pengolahan kayu yang menjadi sasaran penelitian, perusahaan ini terletak di Probolinggo dan telah berdiri sejak 1973. Dalam perusahaan terdapat salah satu divisi yang menggunakan mesin serta berbagai peralatan kerja yang membahayakan untuk proses produksi, yaitu pada divisi produksi 1 yang bertugas memproduksi kayu lapis (plywood). "Divisi ini selain menjadi bagian penting dalam produksi dan divisi penyumbang pendapatan terbesar bagi perusahaan, namun banyak kesalahan operasi tanpa terduga menjadikan divisi ini memiliki banyak potensi bahaya yang kemungkinan terjadi" ujar Siti Aisyah. Keberadaan resiko yang begitu banyak dan berbahaya membuat divisi ini harus memiliki tata kelola atau manajemen resiko yang lebih komprehensif yang juga akan berdampak pada keuntungan dan produktivitas perusahaan menarik perhatian lis, mahasiswa manajemen bisnis 2015 yang pernah mengemban amanat di himpunan sebagai ketua divisi sosial masyarakat yang menjadikannya dirinya sosok yang penuh dengan empati dan solusi.

Dalam penelitiannya, lis tidak hanya mencari dan mengidentifikasi resiko-resiko yang dapat terjadi, namun juga mencari penyebab terjadinya hal tersebut yang kemudian bisa langsung dimitigasi oleh pihak divisi perusahaan. Metode yang digunakan adalah menggunakan metode House Of Risk (HOR) yang dilakukan secara bertahap, dimana tahap pertama adalah melakukan proses identifikasi dan penilaian resiko yang kemudian dilanjutkan dengan tahap kedua, yaitu proses perancangan strategi mitigasi. Selama pengumpulan data, lis melakukan wawancara dengan diiringi kuisoner offline yang kemudian akan divalidasi langsung oleh pihak expert melalui pertemuan Focus Group Discussion (FGD).

Setelah proses identifikasi, diperoleh 67 kejadian resiko dan 58 agen resiko (penyebab terjadinya kejadian resiko) pada HOR tahap 1. Selanjutnya, pada HOR tahap kedua diperoleh 23 preventive action atau aksi pencegahan yang disusun dan dirancang untuk menangani agen resiko. Tahap kedua ini memunculkan usulan perbaikan untuk melakukan mitigasi penyebab resiko, baik mengurangi maupun menghilangkan resiko yang mungkin terjadi yang mengurangi kemungkinan terjadinya kecelakaan kerja.





Banyak hal menarik yang ditemukan lis selama melakukan penelitian ini. PT. Kutai Timber Indonesia ternyata telah memiliki manajemen K3 yang sangat baik, terdapat ISO 31000 yang menjadi pedoman manajemen resiko, sistem manajemen keselamatan, dan kesehatan kerja (SMK3), ISO 14001 yang menjadi standar internasional karena memiliki sistem manajemen lingkungan yang efektif dan masih banyak lagi sertifikasi baik nasional maupun internasional. “Menurut saya,

manajemennya sudah bagus (K3), perusahaan sudah banyak sertifikasi internasional dan nasional, tapi hal ini tidak menjamin tidak adanya resiko, khususnya atas kelalaian pekerja itu sendiri, mulai dari keteledoran yang kecil hingga rasa kantuk. Hal ini disebabkan adanya beban kerja yang lebih besar dan memacu konsentrasi, serta hari kerja pada hari libur yang saya anggap tidak normal.” tuturnya. **(mps/bby)**



# Tingkatkan Motivasi Kerja pada Tenaga Kependidikan

**Fatmawati**

e-mail: [fatmakerisifa@gmail.com](mailto:fatmakerisifa@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2014

Organizational Culture Behaviour (OCB) merupakan perilaku individu yang bersifat sukarela dalam meningkatkan efektifitas dan efisiensi sebuah organisasi. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan kepuasan kerja serta motivasi pada karyawan. Tertarik untuk membantu mengembangkan kinerja tenaga kependidikan di salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Fatmawati mencoba untuk melakukan penelitian mengenai masalah yang belum pernah disoroti ini lebih jauh lagi. Dalam penelitiannya, mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2014 ini menggunakan metode PLS-SEM, yaitu metode analisis statistik yang mempelajari perilaku dan hubungan antara dua atau lebih variabel dengan ukuran sampel yang relatif kecil. Pengumpulan data berupa kuisisioner yang dibagikan secara daring dan non-daring selama tiga bulan. Merujuk pada 243 data yang diberikan oleh responden dari 10 organisasi yang berbeda di PTN tersebut, menyatakan bahwa semakin tinggi kepuasan kerja yang tenaga kependidikan rasakan maka tingkat motivasi kerja yang dimiliki tenaga kependidikan juga semakin meningkat. Selain itu, kepuasan tenaga kerja juga mempengaruhi peran tenaga kependidikan dalam memberikan suara, tanggapan atas perkembangan organisasi, juga rasa patuh atas peraturan yang ditetapkan organisasi.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, kurangnya semangat kerja dan kelebihan beban kerja menyebabkan tenaga kependidikan di PTN tersebut memiliki kecenderungan untuk mengutamakan pekerjaan individu. Sebaliknya, kepuasan atas gaji, pekerjaan, atasan, promosi dan rekan

kerja dapat meningkatkan kepuasan tenaga kependidikan di PTN tersebut sehingga meningkatkan perilaku OCB pada pekerja. Motivasi kerja yang positif berupa arah perilaku, tingkat usaha, dan kegigihan tenaga kependidikan di PTN tersebut juga menunjukkan hasil serupa, yaitu meningkatnya perilaku OCB pada pekerja.

Implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh PTN tersebut adalah meningkatkan kepuasan kerja dengan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif berupa perbaikan dan penambahan fasilitas yang dapat membuat tenaga kependidikan lebih santai dalam bekerja. Motivasi kerja yang menjadi pengaruh timbulnya OCB pada pekerja juga perlu ditingkatkan dengan cara meningkatkan frekuensi komunikasi antarkaryawan ataupun dengan atasan, melibatkan tenaga kerja pada setiap pengambilan keputusan, dan memberikan apresiasi atas pencapaian tenaga kerja di PTN tersebut.

Terakhir, Fatmawati menambahkan bahwa untuk meningkatkan OCB pada tenaga kependidikan, PTN tersebut harus menjaga dan meningkatkan kepuasan kerja serta motivasi para karyawan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan performa tenaga kependidikan dalam bekerja sama, keterbukaan dalam menyampaikan aspirasi dan tanggapan atas keputusan dan peraturan yang diterapkan PTN tersebut, dan menerapkan punishment internal untuk meningkatkan kedisiplinan pekerja. **(erc/bby)**

# Usulkan Cara Pikat Hati Karyawan Milenial

**Talitha Rahmawati**

e-mail: [tussyulintika@gmail.com](mailto:tussyulintika@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2014

Saat ini dunia kerja didominasi oleh karyawan dari generasi milenial. Sebagai generasi yang mendominasi usia produktif, milenial terkenal memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dengan generasi - generasi pendahulunya. Perbedaan antar generasi ini dapat mempengaruhi sistem manajemen sumber daya manusia yang dibentuk dalam suatu perusahaan. Hal inilah yang melatarbelakangi Talitha Rahmawati untuk menelitinya lebih dalam.

Hasil studi literatur Talitha menunjukkan, salah satu karakteristik generasi dengan rentang usia 18-37 tahun ini adalah kecenderungannya untuk mudah berpindah dan kurangnya keterikatan kerja pada perusahaan. Ditambah dengan tingkat kebosanan yang tinggi, membuat generasi milenial memiliki kecenderungan dua kali lebih besar untuk keluar dari pekerjaannya dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Imbasnya, perusahaan berpotensi mengalami kerugian seperti berkurangnya produktivitas, dan biaya yang harus dikeluarkan untuk merekrut dan mengembangkan karyawan baru. Berangkat dari permasalahan tersebut, perempuan yang akrab disapa Talitha ini merancang penelitiannya terkait pengaruh karakter generasi, aspek kondisi pekerjaan, dan aspek individu, terhadap keterikatan kerja

pada karyawan generasi milenial. "Bagaimanapun mereka adalah generasi yang mendominasi bursa kerja hingga beberapa tahun mendatang," tambahnya.

Talitha mengawali penelitiannya dengan menjangkau aspirasi dari 210 orang karyawan generasi milenial yang bekerja pada sektor Pemerintah, Swasta, dan BUMN di Indonesia. Kuesioner ini berisi pertanyaan seputar kesesuaian karyawan dengan perusahaan, seperti bagaimana lingkungan pekerjaan responden, cara responden bekerja dan menyelesaikan masalah, hingga kriteria atasan dan lingkungan kerja yang diharapkan responden. Selanjutnya, data diolah dengan metode Partial Least Score-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Penelitian yang memakan waktu selama enam bulan ini menemukan bahwa variabel karakter generasi, personal resources, dan job resources berpengaruh positif terhadap work engagement. Namun, hanya variabel karakter generasi dan personal resources yang memiliki pengaruh signifikan terhadap work engagement. Artinya, terang Talitha, perbedaan karakter antara generasi milenial dengan generasi sebelumnya mempengaruhi tingkat keterikatan kerja pada perusahaan. Sehingga,



sistem manajemen perusahaan harus dapat beradaptasi sesuai karakteristik generasi milenial. “Generasi milenial sangat memperhatikan keuntungan bekerja dalam sebuah perusahaan, seperti fasilitas, kenyamanan bekerja, serta beragam pelatihan dan pengembangan diri yang disediakan,” jelas Sekretaris II BEM FTI ITS 2016/2017 tersebut.

Di akhir, mahasiswa asal Malang ini menyarankan perusahaan untuk membuat program-program baru

yang dapat meningkatkan work engagement pada karyawan generasi Y. “Misalnya, penempatan karyawan sesuai dengan minat yang dimiliki, memberi kebebasan cara bekerja karyawan generasi milenial, dan pemberian hadiah berupa voucher liburan bersama tim atas pencapaian kerjanya,” pungkasnya. **(fam/lys)**



# Rancang Model Perencanaan Produksi Untuk Semen

**Nenden Lizautami**

e-mail: [lizautamin@gmail.com](mailto:lizautamin@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Lebih dari 52 tahun berkontribusi dalam industri konstruksi Indonesia, PT Holcim Indonesia Tbk secara konsisten menyediakan berbagai macam produk semen untuk memfasilitasi industri konstruksi. Sebagai perusahaan yang terus berkembang, tahun 2018 lalu Holcim meluncurkan produk baru, meliputi Power Max, Green Cement, dan Wall Max. Terhitung selama 10 bulan sejak peluncuran, terjadi perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah produksi yang sesungguhnya dengan permintaan yang diramalkan untuk tiga produk tersebut. Nenden Lizautami yang telah menyelesaikan kerja praktik di Holcim, menjadikan fenomena tersebut sebagai topik penelitian.

Dalam penelitiannya, Nenden berfokus pada pembuatan model perencanaan produksi semen tipe baru di PT. Holcim Indonesia Tbk. Pembentukan perencanaan produksi, jelas Nenden, adalah proses analisa dan pemilihan alternatif persamaan matematis yang dapat menggambarkan kondisi nyata sistem produksi dan meminimasi biaya produksi. "Setelah dilakukan studi literatur dan riset, maka model linear programming menjadi metode paling sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut," jelas Nenden.

Selanjutnya, Nenden mengumpulkan data terkait perencanaan produksi melalui studi lapangan dan wawancara semi terstruktur dengan pihak-pihak yang terkait. Dikatakan oleh Nenden, data historis ini merujuk pada pola tertentu, sehingga metode peramalannya mengikuti pola yang ada. "Namun, terdapat banyak pilihan metode. Jadi harus dilakukan pemeringkatan untuk mengetahui metode yang paling sesuai dengan bantuan Symetric Mean Absolute

Percentage Error (SMAPE)," urai perempuan berkerudung tersebut.

Hasil penelitian Nenden menunjukkan bahwa metode peramalan yang sesuai untuk produk Power Max dan Green Cement adalah holt's linear exponential smoothing dengan masing-masing Symetric Mean Absolute Percentage Error (SMAPE) sebesar 33,03% dan 21,35%. Sedangkan, metode peramalan yang tepat untuk produk Wall Max adalah exponential model dengan nilai SMAPE sebesar 28,42%. Nenden berharap, hasil yang ia temukan dapat meminimalisir kesenjangan antara aktual produksi dengan peramalan permintaan yang berdampak pada perencanaan produksi yang tidak tepat dan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan akan jauh lebih tinggi.

Penelitian ini merupakan hal yang sangat menantang bagi Nenden menjelang akhir masa perkuliahannya. Bagi Nenden, manajemen waktu merupakan hal krusial untuk menyelesaikan skripsi di semester tujuh. Dibutuhkan ketekunan serta kesabaran dalam membagi waktu antara kuliah, mengambil data perusahaan dan bimbingan skripsi. Nenden harus pergi ke Holcim Narogong Plant di Bogor setidaknya satu bulan sekali untuk mengambil data perusahaan. Namun, kelelahan tersebut tidak begitu terasa karena Bogor merupakan kampung halaman Nenden, sehingga ia dapat sesekali pulang untuk bertemu keluarga. **(viv/lys)**

# Ulas Cara Perusahaan Keluarga Bagikan Dividen

**Desy Mevianti Suryaning Astuti**

e-mail: [dmevianti@gmail.com](mailto:dmevianti@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2014

Selama ini, perusahaan keluarga telah menjadi salah satu penggerak bisnis utama pertumbuhan ekonomi dan pencipta kekayaan bisnis di dunia. Bahkan di negara berkembang, perusahaan keluarga memiliki sumbangsih krusial dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Di Indonesia misalnya, riset yang dilakukan PwC pada tahun 2014 mengungkapkan kontribusi perusahaan keluarga pada PDB mencapai 25%. Selain itu, 95% perusahaan yang ada di Indonesia adalah perusahaan keluarga.

Fakta ini membuat Desy Mevianti untuk menilik lebih jauh pada bisnis yang menghimpun kekayaan bersih hingga \$134 juta di Indonesia ini. Dalam penelitian untuk tugas akhirnya, perempuan yang akrab disapa Mevi ini berfokus pada pentingnya wawasan mengenai penerapan tata kelola perusahaan yang baik bagi perusahaan keluarga untuk meminimalisir adanya *agency problem*.

Dalam prosesnya, alumnus SMA Negeri 5 Surabaya ini menggunakan regresi data panel di mana ia menggabungkan dua jenis data yaitu *cross section* (lebih dari satu perusahaan atau individu) dan *time series* (lebih dari 1 periode). "Hasil riset, studi literatur, dan konsultasi dirasa bahwa regresi data panel paling sesuai dengan kriteria data yang saya punya," akunya.

Untuk datanya sendiri, mahasiswa yang ingin melanjutkan pendidikan magister di ITB ini membaca lebih seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia guna sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dikatakan oleh Mevi, dari 539 perusahaan yang terdaftar 180 diantaranya adalah perusahaan keluarga. "Perusahaan tersebut saya seleksi lagi hingga didapatkan 35 perusahaan keluarga yang membagikan dividen selama lima tahun berturut-turut," tambah perempuan berkacamata tersebut.

Sedangkan untuk variabel penelitiannya, Mevi menggunakan komisar independen, frekuensi pertemuan dewan komisaris, generasi keluarga dan kepemilikan keluarga yang mungkin akan berpengaruh pada kebijakan dividen pada perusahaan keluarga. Hasilnya, hanya variabel kepemilikan keluarga yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen. Artinya, ketika persentase kepemilikan keluarga dalam suatu perusahaan cenderung tinggi, maka pembayaran dividen kepada pemegang saham juga akan cenderung meningkat sehingga keluarga memiliki kontrol terhadap perusahaan dalam jangka waktu yang panjang serta dapat memenuhi pendapatannya dari pembayaran





dividen yang tinggi. Diakui Mevi, penelitian yang dilakukan memang cukup rumit serta perlu adanya time management yang baik dari peneliti itu sendiri. Ia juga berharap, penelitiannya ini memberi manfaat bagi perusahaan keluarga memiliki gambaran dalam mengambil keputusan keuangan khususnya

dalam kebijakan dividen sehingga bisa mengurangi adanya agency problem yang sering terjadi di perusahaan keluarga. **(tik/lys)**



## GO-PAY atau OVO, Mana Pilihanmu?

**Moch Afif Muhggni Labib**

e-mail: [afismuhggni@gmail.com](mailto:afismuhggni@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2015

Teknologi masa kini, mencoba menggiring masyarakat untuk melakukan transaksi dengan menggunakan mobile payment. Mobile payment sendiri mencoba menarik perhatian masyarakat dengan sistem mobilisasi dan praktis. Alih alih membayar dengan uang tunai, masyarakat saat ini sudah bisa menggunakan handphone untuk membayar beragam transaksi yang diinginkan. Hal tersebut yang membuat Moch Afif Muhggni Labib tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam tugas akhirnya.

Mahasiswa dengan sapaan Afif ini merasa dibutuhkan sistem yang unggul dalam bisnis di era revolusi industri saat ini. "Pengalaman saya dalam merintis bisnis dalam salah satu mata kuliah misalnya, harus kreatif dan inovatif pastinya supaya unggul di mata konsumen," jelasnya. Ia merasa mobile payment merupakan produk fintech yang jadi keunggulan dalam transaksi. Berdasarkan data Indonesia's Fintech Assosiation, di 2015-2016 industri fintech mengalami pertumbuhan yang tajam mencapai 78%. Berbarengan dengan omset penjualan yang mereka capai selama di Indonesia, menurut MDI Ventures & Mandiri Sekuritas 2017 telah mencapai nilai 18 Triliun Rupiah bahkan diperkirakan pada 2020 omzet menyentuh angka 459 triliun atau hampir 3% dari nominal GDP Negara Indonesia. .

Dari sekian banyak mobile payment yang hadir di Indonesia, Go-pay dan Ovo adalah layanan yang paling mendominasi saat ini, dengan jumlah pengguna Go-pay di 2016 sebanyak 10 juta dan Ovo di 2017 sebanyak 8 juta. Fakta tersebut tidak lepas dari usaha kedua perusahaan dalam

menjadi asisten masyarakat bagi banyak aktivitas yang diperlukan.

Ada dua metode yang dilakukan oleh Afif, pertama dengan repository research atau menggunakan data yang sudah ada dengan sumber utama dari Fintech News Singapore dan Bank Indonesia, dan conclusive research atau survey dengan melakukan kuisisioner online. Menariknya ada strategi khusus yang dilakukan oleh mahasiswa yang pernah meraih juara 1 dalam lomba National Agribisnis Fair 2017 ini, yaitu dengan mengadakan giveaway senilai 100.000 untuk menarik perhatian pengguna dalam mengisi kuisisioner.

Selama data diolah menggunakan analisis perbandingan semantic differential dan Structural Equation Modelling (SEM), ada beberapa kriteria yang menjadi bahan keputusan mulai dari kemudahan penggunaan, kepraktisan sistem, kemenarikan tampilan, kebaruan layanan, kesesuaian aplikasi, kualitas sistem, kecepatan waktu, kepercayaan layanan, keamanan sistem, keberagaman fitur dan layanan, jumlah merchant, tingkat promosi, harga transaksi yang lebih murah sampai tingkat reward berupa poin yang lebih tinggi. Menariknya, hasil akhir menunjukkan bahwa Go-pay lebih unggul dibanding Ovo walau dengan perbandingan skor yang tidak terlalu signifikan. Lantas, bagaimana pendapatmu? **(jos/Jer)**

# Ungkap Peran Media Sosial Bagi Klinik Kecantikan

**Claresta Dwi Pranindya**

e-mail: clarestadwi@gmail.com

Manajemen Bisnis 2015

Munculnya berbagai klinik kecantikan yang menawarkan beraneka ragam metode perawatan menandai pesatnya perkembangan industri kecantikan di Indonesia. Perkembangan tersebut salah satunya dipicu oleh tren social media, seperti YouTube dan Instagram yang dimanfaatkan untuk menggali informasi seputar kecantikan. Berdasarkan data yang dirilis oleh MarkPlus, 16,6% wanita Indonesia menyatakan bahwa social media turut mengubah mindset mereka untuk merawat kecantikan. Fenomena inilah yang menginspirasi Claresta Dwi Pranindya untuk mengulasnya dalam skripsi berjudul “Pengaruh Social Media Marketing Efforts (SMME) terhadap Ekuitas Merek dan Respon Konsumen”. Melaksanakan penelitiannya di salah satu klinik dengan brand yang cukup terkenal bagi pecinta dunia kecantikan, ternyata persaingan yang kian kompetitif menghambat ZAP Clinic untuk menjadi “Top of Mind” konsumen. “Selain mengukur tingkat loyalitas konsumen, saya juga ingin tahu seberapa besar pengaruh pemasaran melalui social media terhadap ekuitas merek dan respon dari customer” tutur Claresta.

Penelitian ini diawali dengan survei kuisisioner terhadap pelanggan ZAP Clinic, yang selanjutnya dianalisis dengan metode Structural Equation

Modelling (SEM) dan Customer Loyalty Index (CLI). Meskipun pemasaran melalui media sosial tidak memengaruhi respon konsumen secara langsung, berlandaskan metode SEM didapatkan bahwa semakin baik pemasaran yang dilakukan melalui social media, semakin tinggi pula kesadaran konsumen akan merek ZAP dan citranya sebagai klinik kecantikan yang berkualitas.

Jadi, semakin kuat ekuitas merek maka semakin meningkat respon konsumen, yaitu berupa preferensi merek, kerelaan membayar dengan harga tinggi, dan loyalitas terhadap ZAP Clinic. “Terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan ZAP untuk meningkatkan ekuitas merek supaya mendapat respon positif dari konsumen. Contohnya membuat social media yang kekinian dan up to date dengan mengunggah konten video seperti vlog dan web series” papar Claresta. Sedangkan temuan yang didapat dari analisis CLI yaitu pelanggan ZAP saat ini berada pada tingkat loyal. Loyalitas tersebut dicerminkan dari keinginan pelanggan untuk merekomendasikan ZAP Clinic kepada orang-orang terdekatnya, serta kunjungan yang teratur untuk melakukan perawatan kecantikan dan kembali di waktu lainnya. “Untuk menjaga loyalitas customer, ZAP Clinic dapat melakukan beberapa strategi



seperti menjaga kualitas layanan, menciptakan suasana nyaman, dan memberikan perlakuan special pada pelanggan. Selain itu, ZAP juga dapat melakukan sosialisasi agar pelanggan aware akan ZAP Point dan mengadakan program cashback dengan merangkul penyedia kartu kredit” jelas Claresta.

Ditanya soal pengalaman, Claresta mengakui berbagai pengalaman berharga, diantaranya time management, problem solving, serta

communication skill yang semuanya terintegrasi pada ilmu marketing. “Marketing itu up to date dan crucial, istilahnya untuk apa produk/jasa berkualitas diciptakan, jika tidak dipasarkan?” tutupnya. **(bii/jer)**

# Kesibukan Tak Menghalangi Berkarya

**Bobby Ardiansyah Miraja**

e-mail: bobard.m@outlook.com

Manajemen Bisnis 2016

Selama ini penelitian identik sebagai syarat mahasiswa tingkat akhir untuk memperoleh gelar sarjananya, namun siapa sangka ada seorang mahasiswa tingkat tiga Departemen Manajemen Bisnis ITS yang berhasil membawa hasil penelitiannya untuk dipublikasikan bersama artikel ilmiah terindeks Scopus lainnya di International Journal of Emerging Technologies in Learning. Adalah Bobby Ardiansyah Miraja, Mahasiswa Manajemen Bisnis Angkatan 2016, yang berhasil mengharumkan nama Manajemen Bisnis ITS di salah satu publisher artikel ilmiah kenamaan asal Jerman tersebut. Mengangkat niat perilaku Generasi Z dalam menggunakan digital learning sebagai topik riset. Ketertarikan Chief Operation Officer BMSA ITS 2018/2019 ini berawal dari perbedaan penerimaan dan penggunaan teknologi yang dialami Generasi Z dengan para pendahulunya. “Untuk meminimalisir kesenjangan antara Generasi X dan Y sebagai guru atau penyedia konten dengan Generasi Z sebagai siswa,” tambahnya.

Untuk mewujudkan penelitian tersebut, pria kelahiran Malang 21 tahun silam ini melibatkan 150 responden dengan menggunakan pendekatan Unified Theory of Acceptance & Use of Technology (UTAUT). Hasilnya, jelas Bobby, diketahui bahwa generasi

yang dianggap digital native pun, fasilitas atau kemudahan teknologi masih menjadi faktor terpenting dalam proses penerimaan pembelajaran digital. “Tumbuh bersama internet tidak membuat mereka auto melek digital learning pula,” tambah Asisten Laboratorium Business Analytics Strategy (BAS) tersebut.

Pemandu Panah Emas ITS ini mengaku keberhasilannya mempublikasikan penelitiannya ini tidak lepas dari peran Satria Fadil Persada S, Kom MBA PhD, Dosen Departemen Manajemen Bisnis, yang terus memotivasi dan membimbingnya untuk melakukan riset ini. “Dulu ditawarkan oleh Pak Satria ketika upgrading Kelompok Studi Mahasiswa (KSM) MB-ITS (ormawa keilmiahan di MB ITS, red) karena menurut saya riset itu keren dan ada kesempatan, kenapa tidak?,” urainya sembari mengingat kenangan tersebut.

Rencananya, penelitian yang memakan waktu selama 5 minggu ini akan dipublikasikan pada 15 Maret 2019 lalu. Kendati belum menjadi main researcher, Bobby menarget akan mempublikasikan 5-10 riset setahun kedepan. “Sekarang sedang mengikuti coaching sekaligus membimbing dua orang teman yang tertarik untuk mempublikasikan risetnya,” tutur Manager Kajian Strategis KSM MB ITS 2018/2019 tersebut.



Ketika ditanya bagaimana menyeimbangkan antara kuliah, organisasi, dan penelitiannya, pria berkacamata tersebut mengaku cara orang menyeimbangkan hiburan dengan pekerjaan adalah apa yang ia lakukan. “Karena saat seseorang sangat tertarik dan dan semangat pada suatu hal, sesuatu yang sulit dan membosankan sekalipun akan berubah menjadi hal yang menghibur,” pungkasnya sembari mengulas senyum.

Ditemui pada kesempatan berbeda, Satria Fadil Persada S, Kom MBA PhD, Dosen Departemen Manajemen Bisnis, mengaku sangat senang niatnya menularkan hobi menulis artikel ilmiah pada mahasiswa berbuah publikasi internasional. Menurut Satria, track record sebagai peneliti dapat menjadi modal mahasiswa untuk

melanjutkan studi ke jenjang master. “Karena menulis ilmiah itu hanya masalah intesitas dan kemauan saja,” tambahnya sembari tersenyum.

Mendapatkan hasil positif pada coaching pertamanya, Satria berencana untuk membentuk komunitas mahasiswa Manajemen Bisnis yang memiliki minat dan komitmen untuk menerbitkan artikel ilmiah terpublikasi internasional. “Bagi saya menulis artikel ilmiah adalah bentuk aktualisasi sebagai global citizen, selain itu ada kebanggaan tersendiri apabila berhasil mengantarkan mahasiswa menjadi peneliti muda Indonesia,” pungkasnya.

**(rai/lys)**

# Keluar dari Zona Nyaman untuk Menggapai Kesuksesan

## Amanda Meisandy Rizqiana

e-mail: [amandameisandy@gmail.com](mailto:amandameisandy@gmail.com)

Manajemen Bisnis 2016

Menjadi mahasiswa berprestasi adalah suatu kebanggaan dan meraihnya butuh kerja keras. Amanda Meisandy Rizqiana, bungsu dari 3 bersaudara yang lahir di Situbondo pada 11 Mei 1998 ini tertarik pada dunia permodelan. Ketertarikan tersebut membawanya pada segudang prestasi yang dicetaknya. Deretan prestasinya dimulai saat ia menjadi Wakil I Embug Situbondo pada tahun 2016.

Kontes model Kakang Embug tersebut dilaksanakan di Situbondo sehingga memaksa Amanda untuk meninggalkan kuliah selama satu bulan untuk melakukan karantina. Meski sempat ragu, Amanda memutuskan untuk melanjutkan mengejar impiannya di Situbondo meski harus mengorbankan kuliahnya. Pengorbanan itu membuahkan hasil. Amanda berhasil menjadi Wakil I Embug Situbondo tetapi di sisi lain dia harus menghadapi kenyataan IP-nya yang tidak sesuai harapan. Dari sana Amanda mengetahui batasannya. Kata-kata yang ia gemakan pada diri sendiri yaitu “Kamu harus berprestasi tapi kamu juga harus memikirkan kuliahmu.” Ia tidak memilih berhenti, tetapi ia mencoba menyeimbangkan hobinya dengan akademiknya.

Pada tahun 2017, Amanda kembali menjadi Juara 1 Hijab Model Search yang diadakan Glamour Look. Karena

mendapat juara 1, Glamour Look merekrutnya dalam manajemen dan memberinya pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kemampuan Amanda dalam dunia modelling. Bergabungnya Amanda dengan Glamour Look membuatnya semakin mudah mengakses informasi-informasi mengenai kontes model. Prestasi lain yang diraih Amanda yaitu menjadi Runner Up 1 Hijabers Surabaya Model 2017, Juara 1 Jatim Model Search 2017, Finalis Miss Global Jawa Timur 2018, dan Juara 1 Azzura Model Hunt Surabaya 2018.

Tidak hanya dunia permodelan yang dia geluti, Amanda juga pernah menjadi manajer non-teknis Mobil Listrik ITS. Saat menjadi manajer inilah kemampuan memanajemen waktunya diuji. Ia harus menyeimbangkan kesibukannya dalam urusan yang berkaitan dengan mobil listrik ITS dan perkuliahan. Kesibukan tersebut membawanya ke Negeri Sakura untuk mengikuti kompetisi Student Formula Japan 2018. Prestasinya yang terakhir adalah menjadi Juara 2 Market Research Competition “Comparative Study” yang digelar di Malaysia, Singapura, dan Thailand pada tahun 2019.

Amanda selalu berpikir bahwa meninggalkan zona nyaman adalah cara untuk bisa berkembang.





Pengalaman-pengalaman berharga tidak ia dapatkan hanya dengan duduk di bangku kuliah, tetapi ia dapatkan dengan mengorbankan banyak hal dan kerja keras. Dengan meninggalkan zona nyaman, Amanda juga bertemu banyak orang yang mimpinya lebih tinggi. “Kalau kamu berada di sini terus,

di zona nyaman, maka kamu akan merasa puas tanpa tahu bahwa di luar sana banyak orang yang bermimpi tinggi dan berjuang untuk meraih mimpi itu,” katanya. **(syl/bby)**

# Departemen Manajemen Bisnis ITS Kenalkan Kewirausahaan Sosial pada Mahasiswa Internasional

## CommTECH 2019 (Community and Technological Camp)

Akhir Januari kemarin, Departemen Manajemen Bisnis kembali dipercaya oleh Direktorat Hubungan Internasional Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) untuk menjadi salah satu tuan rumah bagi kegiatan rutin mereka Community and Technological Camp (CommTECH). Pada gelaran yang melibatkan 64 peserta dari 14 negara dari benua Asia dan Eropa ini, Departemen Manajemen Bisnis kembali menawarkan kewirausahaan sosial sebagai course pilihan mereka.

Dengan tema besar "Solving Local Problem with Global Knowledge" Departemen Manajemen Bisnis menawarkan Sociopreneurship in Action kepada para peserta commtech. Dr.oec. Syarifa Hanoum, S.T., M.T, Penanggung Jawab Sociopreneurship inAction, menjelaskan sociopreneurship sendiri dapat diartikan sebagai usaha atau bisnis yang tujuan utamanya tidak hanya maksimalisasi profit tetapi juga memberikan kebermanfaatn bagi lingkungan sekitar. "Ditengah-tengah kecanggihan seperti saat ini, dunia entrepreneur berbasis sosial budaya semakin jarang ditemukan," tambah Dosen Manajemen Bisnis ITS tersebut. Selain itu, sociopreneurship juga menjadi salah satu mata kuliah andalan Departemen Manajemen Bisnis.

Melalui mata kuliah ini, Departemen

Manajemen Bisnis telah menghasilkan puluhan proyek sosial buah karya mahasiswanya. "Kami terus belajar dan berinovasi untuk mendesain matakuliah ini agar menjadi lebih baik lagi," aku perempuan berkacamata tersebut.

Selama 14 hari di ITS, jelas Syarifa, para peserta diajak untuk memecahkan permasalahan sosial dalam lingkup lokal dengan wawasan global. "Karena sistemnya project based learning, jadi selain mendapatkan materi di kelas para peserta juga diajak untuk mengunjungi bisnis sosial. Harapannya ilmunya menjadi lebih aplikatif," tambahnya.

Diakhir courses para peserta juga dituntut untuk menyusun social project plannya masing-masing yang akan dipamerkan pada hari terakhir Commtech. "Mayoritas mahasiswa internasional kurang peka terhadap lingkungan mereka sehingga kegiatan ini sangat berkesan dan membuat mereka antusias," kenang Doktor Lulusan Universitas St. Gallen tersebut. Disisi lain, Thoi Do Kieu Trang, salah satu peserta Commtech merasa sangat beruntung dapat mengikuti kegiatan ini.

Perempuan yang akrab disapa Jane ini mengaku menjadi sangat tertarik dengan dunia sociopreneurship bahkan ia berencana untuk melakukan



kunjungan kembali ke bisnis sosial di Indonesia . “Apalagi ketika kami dibagi menjadi tim dan melakukan banyak aktivitas terkait sociopreneurship, saya belajar banyak dari hal ini,” tambah Mahasiswa Vietnam National University tersebut.

Dalam kesempatan tersebut, para peserta juga dikenalkan permainan

khas nusantara, kunjungan ke tempat bersejarah di Surabaya & Surabaya Smart City, serta diajak berbelanja ke sentra UKM dan Batik di Surabaya.

**(bii/lys)**



## Profesor dari Polandia Lakukan Penelitian Perkembangan UKM

**Katarzyna Łobacz, Ph.D.**

Asisten Profesor di Departement of Innovation Effectiveness  
University of Szczecin Polandia

Departemen Manajemen Bisnis (MB) ITS memiliki visi untuk menjadi program studi manajemen bisnis terkemuka dan bereputasi internasional. Untuk itu, secara konsisten MB-ITS menggelar kuliah tamu yang menghadirkan dosen dari luar negeri. Selain itu, MB-ITS juga menerima dengan tangan terbuka jika ada peneliti dari luar negeri yang ingin bekerjasama dengan departemen. Satu diantaranya adalah Katarzyna Lobacz PhD, Asisten Profesor di Department of Innovation Effectiveness University of Szczecin Polandia.

Kedatangan perempuan yang akrab disapa Kasya ke MB-ITS adalah untuk melakukannya penelitiannya terkait Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia. Dalam penelitiannya, Kasya berfokus pada pengaruh pengetahuan yang berasal dari berbagai sumber terhadap proses perkembangan UKM. "Penelitian saya berfokus pada bagaimana para UKM menggunakan pengetahuan manajemen untuk proses bisnis usaha mereka," jelasnya.

Selama keberadaannya di Indonesia, Kasya melakukan wawancara dengan para pemilik UKM di Surabaya. Kasya mengaku merasa terhormat dapat bertemu dengan pemilik-pemilik bisnis yang berkompeten. "Terlebih keberadaaan MB-ITS yang menjamu dan memfasilitasi saya dengan sangat baik selama disini," akunya sembari mengulas senyum.

Kasya juga melakukan kolaborasi dengan para dosen di Manajemen Bisnis ITS. Mereka mendiskusikan dasar-dasar penelitian hingga hasil penelitian yang diperoleh Kasya. Selain itu, penelitian yang dilakukan Kasya bertepatan dengan mata kuliah Business Consulting Project. Pada mata kuliah ini, para mahasiswa

berperan sebagai konsultan bisnis para UKM di Surabaya. Kasya pun tidak menyia-nyiakan kesempatan tersebut untuk ikut mewawancarai mahasiswa terkait obyek UKM mahasiswa.

"Mereka (mahasiswa MB-ITS,red) sangat kooperatif sehingga saya mendapatkan banyak informasi terkait UKM di Indonesia, selain itu saya juga memberikan beberapa saran untuk proyek konsultasi mereka," tambahnya. Diakhir, Kasya mengaku merasa beruntung memilih obyek Indonesia. Dikatakannya, selama enam bulan berada di Indonesia orang-orang yang ia temui sangat baik dan rela berbagai informasi yang dibutuhkannya. Ia juga senang dapat bekerjasama dengan MB-ITS. Perbedaan bahasa dan budaya pun bukanlah penghalang bagi mereka untuk berkolaborasi. "Semoga MB-ITS dapat semakin memperluas kerjasama internasional karena dengan begitu pengetahuan-pengetahuan baru dapat terkumpul di departemen ini," tutupnya **(sil/lys)**



## Manajemen Bisnis ITS Bantu City Branding Trenggalek

Selaras dengan salah satu amanah Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni Pengabdian Masyarakat, Departemen Manajemen Bisnis ITS dipercaya oleh Kabupaten Trenggalek untuk merancang city branding mereka. Setelah melewati proses yang panjang selama setahun belakang, Januari lalu secara resmi rancangan ini diimplementasikan oleh Bupati Trenggalek, Emil Dradak, melalui penetapan SK Bupati Trenggalek No. 188.45/989/35.03.001.3/2018 tentang Penetapan City Branding.

Berto Mulia Wibawa S Pi MM, Ketua Tim City Branding Trenggalek, menjelaskan kerjasama Manajemen Bisnis dan Kabupaten Trenggalek tidak lepas dari peran Bramantya Yoga, Mahasiswa Manajemen Bisnis 2013, yang mengusung konsep city branding daerah asalnya tersebut sebagai topik skripsinya. “Karena idenya yang bagus, oleh pemerintah Trenggalek diminta untuk segera diimplementasi, akhirnya dilakukan riset lanjutan melalui Divisi Pengabdian Masyarakat ITS,” tambah Kaprodi MB tersebut.

Sebagai orang yang mendalami bidang branding, Berto menerangkan city branding memiliki peran penting untuk mendongkrak pendaatan daerah. “Ketika memiliki identitas yang konsisten, ada cerita, nilai, emosional, yang melekat pada sebuah daerah sehingga dapat menarik pengunjung baik investor/wisatwan karena mudah diingat,” urainya.

Untuk Kabupaten Trenggalek, jelas Berto, selain mempertahankan karakteristik daerah desain yang digunakan pun mengandung unsur fun, modern, simple, dan up to date sesuai dengan selera target pasar. Selain itu, slogan “Trenggalek Southern Paradise” diusung untuk menunjang tiga karakteristik utama Kabupaten Trenggalek yakni pantai, dataran tinggi, dan kesenian. “Kami juga buat desain untuk produk komersial, seperti mug, tas, dan baju,” pungkasnya **(lys)**



MANAJEMEN  
BISNIS



**ITS**  
Institut  
Teknologi  
Sepuluh Nopember

