

MANAJEMEN
BISNIS



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

BERISI 2.0 berita skripsi

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iv
.....	
Sekilas Departemen	vi
.....	
Cerita Skripsi	1
.....	
Manifest	55
.....	
Improve	57
.....	

For Further Information:

Instagram: @mb.its

twitter: @mb_its

news@mb.its.ac.id

<https://www.mb.its.ac.id>



Copyright MB MEDIA 2018

MB-MEDIA TEAM

Penanggung Jawab Redaksi

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

Pimpinan Redaksi

Alysia Meidina

Editor

Alysia Meidina S.

Bobby A.

M. Fadel Yulian

Reporter

Aida Safira

Ailin Muvidah

Atika Isti Aditya P.

Danindra Jati K.

Dwika Zain M. M.

Erald David Sibatuara

Felicia Aileen M.

Ilun Tisrinasari

Mathara Rizkiah W.

Muthiah Aulia

Nadinda Indar S.

Ni Luh Dewi W. M. K.

Ni Putu Cista D. S.

Odrifaza Girindra W.

Rachel Annisatul I.

Rasendriya Zahra N.

Rizki Rahmayanti

Robiatul A.

Salasatri Rafaa Dinni

Sarah Adilah A.

Vevy Febrilian

Willy Aryanto

Layouter

Ali Haidar

Thasya Alifia R. P.

Dandy Rizky W.

Illona Diva Z.

Royhan Farrasta A.

Atika Isti A. P.

Baskoro Tirta N.

Rizky M. Fajar



Berita Skripsi 2.0.
Manajemen Bisnis
Institut Teknologi Sepuluh Nopember



• • •

**NOTHING
WORTH
HAVING
COMES
EASY**

KATA PENGANTAR

IMAM BAIHAQI S.T., M.SC., PH.D.

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas terbitnya edisi kedua bulletin Berisi MB (Berita Skripsi). Bulletin merupakan inisiatif dari Departemen Manajemen Bisnis bertujuan untuk memberikan informasi hal apa saja yang menjadi topik riset mahasiswa Manajemen Bisnis. Selain pengalaman mahasiswa dalam mengerjakan penelitian/skripsi kepada civitas akademika MB-ITS maupun khalayak umum. Buletin ini juga. Pengalaman adalah guru terbaik. Maka dari itu, saya yakin topik maupun pengalaman - pengalaman dalam mengerjakan penelitian dapat menjadi inspirasi bagi

seluruh mahasiswa MB-ITS terutama bagi mereka yang akan mengerjakan skripsi.

Atas nama Departemen, saya memebrikan apresiasi yang tinggi kepada para wisudawan periode 118 (15 September 2018) yang telah bersedia untuk berbagi pengalaman melalui bulletin ini. Apresiasi juga kepada team MB-Media yang telah berhasil megawali bulleitin ini. Semoga bulletin ini membawa manfaat untuk kita semua. Amin.

DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS

Sekilas Departemen

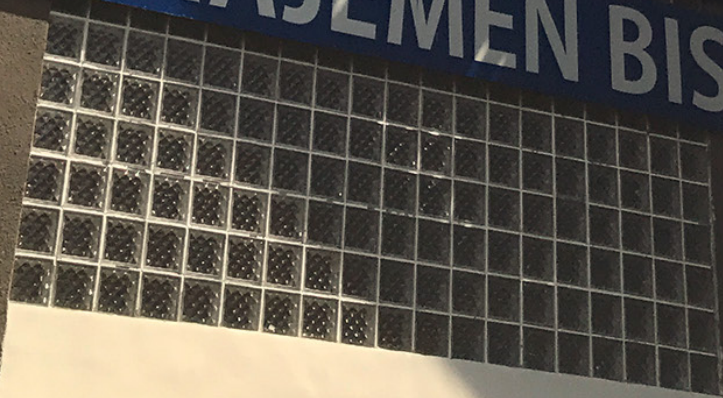
Perkembangan teknologi yang semakin cepat dewasa ini, telah mengubah peta persaingan bisnis. Mereka yang mampu memadukan strategi bisnisnya dengan teknologilah yang akan memenangkan persaingan. Sebagai perguruan tinggi teknologi, ITS mempunyai visi untuk berkontribusi pada perekonomian bangsa melalui 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 di dunia 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.



MANAJEMEN BISNIS





UKUR INOVASI INDUSTRI KREATIF

HARVELLA KLAPICA NASTITI

Manajemen Bisnis 2014

Industri kreatif menjadi salah satu sektor dengan perkembangan paling masif di Indonesia. Data yang dirilis Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyebutkan di tahun 2015 ekonomi kreatif menyumbang 7,38% dari total

perekonomian nasional. Pemerintah pun memproyeksikan ekonomi kreatif sebagai kekuatan ekonomi nasional di masa depan. Dengan semakin terbatasnya sumber daya yang tersedia, para pelaku industri kreatif pun dituntut

untuk terus berinovasi.

Tingginya keterlibatan kemampuan berinovasi bagi para pelaku 15 sektor industri kreatif untuk bertahan di pasar, mengilhami Harsvella Klapica Nastiti untuk menjadikannya sebagai topik skripsi. “Industri kreatif ini sedikit berbeda dengan sektor lainnya, bagi mereka inovasi harga mati kalau gagal beradaptasi bisa selesai bisnisnya,” jelas perempuan yang akrab disapa Vella ini.

Penelitian Vella pun berfokus pada pengukuran tingkat inovasi UKM sektor kuliner di Surabaya. Dikatakannya sektor kuliner dipilih karena sumbangsihnya yang paling tinggi bagi perekonomian nasional dibandingkan dengan sektor lainnya. Selain itu, kata Vella, inovasi bidang kuliner yang sesuai dengan kebutuhan pasar sangat mudah untuk menjadi viral dalam hitungan singkat. “Bikin makanan yang nyleneh terus viral, besoknya sudah banyak yang ikut jualan saking banyaknya permintaan di pasar,” tambahnya.

Dalam prosesnya, Vella melakukan pengumpulan indikator penilaian yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran tingkat inovasi. Melalui riset dan studi penelitian terdahulu, Vella mendapatkan 7 faktor dan 30 indikator penelitian individual yang diverifikasi oleh para ekspertise. Indikator ideal ini, jelas Vella, disusun kedalam kerangka kerja metode *Modified Multidimensional Innovation Index* (MMI). “Kemudian dilakukan pembobotan untuk tiap indikator menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP),” bebernya.

Kerangka indikator ideal ini, urai Vella, digunakan sebagai wadah pengukuran tingkat inovasi yang telah dilakukan UKM kuliner di Surabaya. Data penelitian didapatkan Vella dari survei kuisioner kepada pemilik atau manajer dari UKM Kuliner Surabaya terpilih. “Lalu disisun indeks inovasinya,” ujar perempuan berkerudung ini.

Rupanya, dari 30 indikator penilaian yang dipersiapkan hanya 28 indikator yang sesuai dengan kondisi industri ekonomi kreatif di Surabaya. Vella melanjutkan untuk *Knowledge and Technology* (KT) dengan jumlah 6 indikator, *Economic Effect* (EE) dengan 8 indikator, faktor *Human Resources* (HR) dengan 2 indikator, *Processes and Infrastructure* (PI) yang memiliki 5 indikator, faktor *Strategy and Organization* (SI) dengan total 4 indikator, *Finance* (F) memiliki 2 indikator dan yang terakhir yaitu faktor *Marketing* (M) yang memiliki 1 indikator. “Nantinya, pengukuran ini dapat digunakan sebagai salah satu pilihan untuk menilai tingkat kecakapan inovasi industri kreatif,” ujarnya.

Selain itu, melalui penelitiannya diketahui bahwa mayoritas sektor kuliner di Surabaya tergolong inovatif. “Namun, masih ada beberapa nilai indeks inovasi yang dibawah standar dan membutuhkan peningkatan kinerja,” kata Vella. Diakhir, Vella berharap penelitiannya dapat diperluas pada sektor lainnya sehingga tidak hanya terbatas pada sektor kuliner industri kreatif. “Bisnis tidak bisa dilepaskan dari inovasi untuk dapat tetap bertahan,”
(tar/lys)

MENELISIK ALASAN PENGUNAAN GO-PAY DI INDONESIA

YASIR HUWAYDI

Manajemen Bisnis 2014

3

Berisi 2.0.

Kekiniian, penggunaan teknologi di bidang finansial (fintech) kian akrab di kehidupan masyarakat Indonesia. Data yang dirilis Asosiasi Fintech Indonesia menyebutkan dalam dua tahun perkembangnya total transaksi fintech telah menyentuh angka Rp 302,4 miliar. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari berbagai kemudahan penggunaan dan promosi menarik yang ditawarkan oleh 235 perusahaan fintech yang terdaftar di Indonesia.

Salah satu perusahaan yang menawarkan fintech untuk layanan yang dimiliki adalah GO-JEK. Lewat layanan Go-Pay, Go-Jek menawarkan berbagai promosi menarik untuk transaksi yang menggunakan Go-Pay kepada penggunanya. Namun apakah GO-PAY benar-benar dapat memikat hati para pengguna jasa layanan transportasi online ? Berbekal dengan pertanyaan tersebut , Yasir Huwaydi mencari jawabannya dalam penelitiannya untuk tugas akhirnya.

Pria yang akrab disapa Yasir ini mulai tertarik dengan teknologi finansial (fintech) dikarenakan pesatnya pertumbuhan fintech di Indonesia.

Selain itu, dibandingkan dengan fintech lainnya, Go-Pay menawarkan metode pembayaran opsional untuk setiap transaksi di fitur Go-Jek. "Layannya Go-Pay lebih pada transaksi sehari-hari. Sehingga tidak terbatas pada pinjam-meminjam seperti fintech kebanyakan," Menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan penggunaan layanan GO-PAY, Yasir pun mulai menyusun strategi penelitian untuk mempelajari fenomena tersebut. Dalam penelitiannya Yasir mengungkapkan terdapat 24 indikator yang nantinya akan dianalisa yang nantinya berhubungan juga terhadap 4 variabel independen dan 1 variabel dependen dalam UTAUT. Dijelaskan oleh Yasir, variabel independennya meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*. Sedangkan variabel dependennya adalah *behavior intention* atau niat menggunakan GO-PAY.

Melalui desain penelitian, desain konklusif deskriptif *multiple cross-*



sectional dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik convenience, data diolah menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Dalam prosesnya, jelas Yasir, terdapat dua cara pengumpulan data yakni melalui survey offline dan survey online. “Penyebaran kuisiornya di Surabaya selama minggu ke 3 November hingga minggu pertama Desember, hasilnya terdapat 942 kuisiornya namun hanya 646 butir yang layak untuk bahan penelitian,” jelasnya. Berbekal data yang telah lolos screening, Yasir mulai melakukan

analisa Structural Equation Modeling. Hasilnya, variabel performance expectation, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition berpengaruh positif terhadap keinginan menggunakan GO-PAY (behavior intention) .

Dibandingkan variabel lainnya, performance expectation menjadi faktor yang paling dominan dan berpengaruh bagi pengguna layanan GO-PAY. “Ini menunjukkan alasan pengguna menggunakan GO-PAY karena mereka meyakini GO-PAY dapat memudahkan, mempercepat, dan efisien dalam melakukan transaksi,” pungkasnya (**dri/lys**)



TERAPKAN CIRCULAR ECONOMY DI SEKTOR PETERNAKAN

MUCHROMATUL **AULA**

Manajemen Bisnis 2014

Meningkatnya pengaruh keberlanjutan dalam praktik manajemen rantai pasok menuntut organisasi untuk meningkatkan kinerja ekonomi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh organisasi dalam mewujudkan hal tersebut adalah dengan menerapkan *Circular Economy*. *Circular economy* sebagai strategi menuju visi zero waste bertujuan untuk mempertahankan nilai sebuah produk agar dapat digunakan berulang-ulang tanpa menghasilkan sampah melalui cara mendaur ulang (*recycling*) dan penggunaan kembali (*reuse*). Melalui *Master Plan Implementasi Circular Economy*, Pemerintah Indonesia menunjukkan rancangan dan strateginya terhadap bidang ini hingga tahun 2025 mendatang.

Ketertarikan terhadap dunia *Green Supply Chain Management*, utamanya *circular economy* menjadi alasan Muchromatul Aula untuk meneliti lebih jauh pada tugas akhirnya. Aula pun menambatkan hati pada KPSP Setia Kawan Pasuruan sebagai obyek penelitian. Dijelaskannya, koperasi ini telah menerapkan *Circular Economy* dengan hasil produksi susu yang tidak sedikit. “Setelah melakukan beberapa survey lapangan, pilihan saya jatuh pada KPSP Setia Kawan,” jelasnya.

Dikatakannya sebagai hal yang masih terbilang baru di Indonesia, saat ini fokus pemerintah terkait penerapan *circular economy* masih terbatas di industri manufaktur. Padahal, lanjut

Aula, potensi limbah di sektor peternakan untuk diolah menjadi sesuatu yang lebih ekonomis terbilang cukup tinggi. “Limbah peternakan juga menjadi salah satu penyumbang pemanasan global yang besar,” tambahnya.

Menggunakan metode kualitatif dengan desain penelitian eksploratif, penelitian ini berfokus pada perancangan *Circular Business Model Canvas* (CBMC) KPSP Setia Kawan menggunakan *expert opinion*. “Selain itu, penelitian ini juga akan menghitung prediksi kelayakan potensi pendapatan baru hasil redesain dan hubungan antara *circular economy* dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs)”, imbuhnya.

Dalam penyusunan skripsinya, Aula menggunakan dua sumber data yang berasal dari wawancara dan data historis objek yang diamati. Oleh karenanya, tak jarang ia harus bolak-balik ke Nongkojajar, Pasuruan dan Surabaya. “Padahal, waktu itu saya masih ada beberapa kelas,” kenangnya. Dijelaskannya, tahapan yang dilalui dalam penelitiannya terdiri dari penyusunan dan identifikasi *Business Model Canvas* (BMC), mengidentifikasi *Value Proposition Canvas* (VPC), merancang *Circular Business Model* (CBM), redesain CBMC sesuai dengan *expert opinion*, menganalisis kelayakan potensi pendapatan baru dari koperasi melalui rasio B/C, hingga mengidentifikasi potensi diversifikasi produk dari usaha peternakan. (ail/lys)



RANCANG RANTAI PASOK RAMAH LINGKUNGAN UNTUK MANUFAKTUR

MAMDUH ABDUL JAWAD

Manajemen Bisnis 2014

Di era sekarang, industri tidak hanya dituntut untuk meningkatkan produktivitasnya. Namun, kepedulian terhadap kelestarian lingkungan pun turut menjadi sorotan. Salah satunya

melalui penyusunan rantai pasok yang ramah lingkungan. Kecintaannya terhadap alam dan isu lingkungan membulatkan tekad Mamduh Abdul Jawad untuk menyusun penelitian yang

berbasis pada ranah ini.

Berawal dari keikutsertannya pada Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) pecinta alam, intuisi Mamduh terkait hal yang berbau lingkungan semakin terasah. Bagai gayung bersambut, perusahaan tempatnya melakukan kerja praktik pun mengalami masalah dengan sistem rantai pasoknya. “Bukan soal produknya tetapi dampak yang dihasilkan pada lingkungan selama ini kurang menjadi perhatian,” jelasnya.

Mahasiswa yang cukup aktif dalam hal organisasi kependamuan di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) ini memilih memakai metode *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) Model serta *House of Quality* dalam menganalisa permasalahan.

Metode ini berguna untuk mengintegrasikan keseluruhan proses bisnis yang dilaksanakan oleh perusahaan (agar mendapat pandangan holistik) serta menurunkan beberapa kualitas yang dirasa perlu ada dalam sistem tersebut. Analogi sederhananya adalah layaknya seorang montir yang hendak memperbaiki mobil: keseluruhan sistem dicek terlebih dahulu, baru kemudian hal-hal yang dirasa perlu ditingkatkan akan mendapat perhatian khusus.

Luaran dari skripsi ini sendiri berupa rekomendasi mengenai hal-hal yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan bila ingin meningkatkan aspek lingkungan terhadap sistem pasoknya. Sayangnya, karena karakteristik yang berbeda setiap perusahaan, tidak semua rekomendasi yang ia rumuskan dapat

diaplikasikan ke semua perusahaan. “Tetapi untuk prinsip-prinsipnya lebih general dan aplikatif,” akunya.

Ketika ditanya mengenai suka dan duka selama pengerjaan skripsi, mahasiswa ini hanya tersenyum simpul. Salah satu hal yang merepotkan baginya adalah harus tinggal beberapa waktu di Tuban demi mencari data yang relevan. Namun begitu, ia tetap bersyukur karena selama proses penelitian, ia dapat berhubungan lebih dekat dengan masyarakat, sesuatu yang menjadi *passion*-nya selama ini. Apa yang dilakukan oleh Mamduh ini merupakan bukti nyata bahwa sebuah *passion*, bila diarahkan dengan benar, akan dapat membawa manfaat bagi banyak orang.

(eds/lys)

INTERNASIONALISASI PERUSAHAAN DARI SUDUT PANDANG FINANSIAL

DODY LUMBAN GAOL

Manajemen Bisnis 2014

Lahir di Manna, sebuah daerah yang terletak di Bengkulu Selatan, Dody Lumban Gaol yang akrab di sapa Dody mengemban ilmu sebagai Mahasiswa Manajemen Bisnis di Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya. Status anak rantau dari pulau seberang tak menurunkan semangatnya untuk lulus dengan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang memuaskan tentunya.

Seluk beluk kehidupan kampus telah dilewati dan pastinya tidak sedikit pengalaman susah dan senang yang dialami. Manajemen Bisnis ITS menjadi saksi perjuangan tugas akhir para calon wisudawan angkatan 2014 nantinya, termasuk Dody. Kini tinggal hitungan hari semua tugas terselesaikan di kampus tercinta Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Bagi Dody, usaha tidak akan mengkhianati hasil. Kerja kerasnya membuahkan sebuah ide skripsi yang menarik dan masih jarang dipakai di Indonesia dan kemungkinan pertama kalinya di Indonesia, yaitu perlunya sebuah perusahaan menerapkan internasionalisasi. Keperluan ini mulai muncul dikarenakan dunia yang

semakin global dan teknologi yang juga semakin maju, persaingan dengan perusahaan internasional pun juga semakin meningkat. Internasionalisasi juga dapat berguna bagi negara karena dapat meningkatkan ekonomi negara tersebut. Cara internasionalisasi yang banyak dilakukan perusahaan yaitu melalui kegiatan ekspor dan *Foreign Direct Investment* (FDI). Perusahaan sebaiknya melakukan internasionalisasi dalam bentuk FDI atau ekspor, namun tetap memikirkan efek negatif dari pelaksanaannya.

“Penelitian mengenai pengaruh internasionalisasi terhadap kinerja perusahaan telah banyak dilakukan, namun hingga saat ini hasil yang diberikan tidak konsisten” ujar Dody, menekankan kembali perlunya penelitiannya.

Penelitian ini, jelas Dody, bertujuan untuk mengetahui pengaruh internasionalisasi terhadap kinerja perusahaan. Dalam menyelesaikan penelitiannya Dody menggunakan metode regresi data panel dinamis. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 22 dari 568 perusahaan



yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010 hingga 2016. Walaupun masih jauh dari banyaknya perusahaan yang terdaftar di BEI, akan tetapi tetap dapat didapatkan temuan bahwa masih sedikit perusahaan yang melakukan internasionalisasi dengan melakukan kegiatan ekspor dan FDI. Hasil penelitian menyatakan bahwa FDI berpengaruh positif terhadap Tobin's Q, FDI berpengaruh negatif terhadap *Return On Equity* (ROE), ekspor tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q, dan ekspor berpengaruh positif terhadap ROE. Harapan kedepan yang disampaikan

Dody adalah semoga perusahaan dapat melaksanakan internasionalisasi karena manfaat internasionalisasi sangat dibutuhkan bagi setiap perusahaan. **(ndn/bob)**



SKEMA PEMBIAYAAN UNTUK PETANI YANG LEBIH PRODUKTIF

ADHITYA PARDANA ZUNAEDI

Manajemen Bisnis 2014

Saat ini populasi dunia mencapai tujuh miliar orang. Kendati begitu, riset yang dilakukan National Geographic menunjukkan hanya lima miliar orang yang terpenuhi kebutuhan pangannya, dua miliar sisanya harus menderita kelaparan dan malnutrisi. Padahal, Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) memperkirakan akan ada 9,3 miliar orang yang hidup di bumi 2050 mendatang. Ketersediaan lahan dan pangan pun menjadi masalah yang tak dapat dielakkan. Kondisi ini menarik Adhitya Perdana Zunaedi untuk mencari solusi sekaligus topik skripsi.

Adhit, begitulah ia akrab disapa, menjelaskan bukan barang mudah bagi Mahasiswa Manajemen Bisnis untuk berkecimpung di dunia pertanian. Setelah melakukan berbagai riset, kelompok petani yang menerapkan sistem hidroponik dinilai efektif dan efisien dalam menghadapi permasalahan pangan. “Alasan utamanya mereka tidak menggunakan tanah sebagai media tanam selain itu sistem yang digunakan jauh lebih modern dibandingkan petani konvensional,” aku Adhit.

Pria asal Kediri ini pun menambatkan hati pada Kelompok Tani Hidroponik Tulungagung (KTHT) sebagai obyek penelitian. Dikatakannya, masalah yang dihadapi KTHT sesuai dengan rumpun ilmu yang ia pelajari. “KTHT mengalami kendala dalam melangsungkan kegiatan pertanian karena urusan permodalan,” jelas Adhit.

Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa

(BEM) Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi (FBMT) 2017/2018 ini menjelaskan sejatinya KTHT telah menerapkan sistem permodalan namun ada beberapa hal yang menjadi batu kerikil dalam perjalanan mereka. “Padahal, kita tau permodalan adalah kunci demi kelanjutan praktik sistem pertanian,” terang Adhit.

Tak ingin membuang waktu, Adhit pun memberikan kuisisioner pada 73 petani yang tergabung dalam KTHT. Dalam kuisisionernya, Adhit menyinggung aspek, kinerja, kemampuan, dan kondisi KTHT dalam mendapatkan akses permodalan. “Kemudian datanya diolah menggunakan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP),” tambah Adhit.

Hasilnya, urai Adhit, dapat menjadi bahan untuk mencari skema permodalan dengan jangka waktu yang paling cocok untuk petani. Dikatakannya, bunga yang terlalu besar atau jangka waktu pengembalian yang terlalu singkat bukan lagi hambatan bagi petani untuk mencari modal. “Kini, mereka tau skema pembiayaan apa yang paling cocok untuk masing-masingnya,” beber Adhit.

Melalui penelitian ini, Adhit menyusun pemilihan skema pembiayaan dibutuhkan pertimbangan bobot aspek dan faktor yang akan berpengaruh. Selain itu, preferensi akan skema pembiayaan yang akan dipilih juga disesuaikan dengan kebutuhan setiap petani di KTHT. “Karena skala bisnisnya beragam, tidak bisa memilih skema permodalan hanya karena ikut-ikutan **(rairlys)**



TINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM LEWAT EVALUASI ORGANISASI

MONICA HASIANE

Manajemen Bisnis 2014

Kebutuhan telur nasional terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Konsumsi masyarakat akan telur yang terus meningkat juga

diimbangi dengan jumlah peternak ayam petelur yang semakin banyak di pasar. Tak hanya memenuhi kebutuhan dalam negeri, para peternak ayam

petelur juga mengekspor produknya ke luar negeri. Data yang dirilis Badan Pusat Statistik menyebutkan ekspor telur unggas di tahun 2017 sebesar 386 ton. Angka ini meningkat 27,39 persen dibandingkan tahun sebelumnya.

Sayangnya, peluang emas di sub-sektor peternakan ayam ini belum ditangkap dengan baik oleh seluruh peternak ayam. Tak jarang, beberapa peternak ayam petelur masih menggunakan manajemen tradisional sehingga tidak terjadi peningkatan produksi. Berkaca dari hal tersebut, Monica Hesiani tergerak untuk mengevaluasi efektivitas organisasi peternak ayam petelur.

Melalui pengamatan pada suatu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ayam petelur, Monica mengetahui ada beberapa kendala internal di tubuh usaha. Akibatnya, jelas Monica, sulit untuk meningkatkan produktivitas sehingga bisnis tidak terus bertumbuh. “Padahal UMKM ini berencana untuk mengekspansi pasarnya,” tambahnya. Oleh karenanya, Monica mengevaluasi efektivitas organisasi yang telah berjalan. Efektivitas organisasi, kata Monica, membantu untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. “Karena nanti akan diketahui sejauh mana keefektifitasan pengelolaan organisasi pada indikator di tiap kriteria yang diteliti,” urainya.

Monica mengevaluasi efektivitas perusahaan dengan menggunakan Organizational Effectiveness Checklist (OEC). Tahapannya, terang Monica, yaitu menentukan indikator, identifikasi prioritas, dan penentuan performance

standard. Untuk identifikasi penilaian tiap indikator, dilakukan dengan wawancara dengan para ahli. Hasilnya diberikan pembobotan yang diolah menggunakan Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk mengetahui prioritas indikator terpilih yang harus diperhatikan terlebih dahulu.

Pada akhirnya, melalui perhitungan implementasi tools tersebut secara keseluruhan, didapatkan kesimpulan peternakan ayam petelur X berada dalam kondisi aman namun terdapat beberapa aspek yang membutuhkan perkembangan. “Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu diperlukannya perbaikan dalam tiga kriteria di antaranya pertumbuhan, stabilitas, dan manajemen informasi dalam meningkatkan efektivitas perusahaan.” ujar Monica.

Hingga penghujung masa perkuliahannya, Monica mendapatkan banyak hal baru yang didapatkan di Departemen Manajemen Bisnis, baik dari rekanan baru serta sistem pembelajaran yang diberikan. Tidak hanya pembelajaran secara teori, namun juga cara mengelola bisnis dengan baik, serta tanggung jawab dalam serangkaian tugas dan keikutsertaan dalam organisasi. Skripsi sebagai syarat kelulusan merupakan tugas yang cukup berat dimana mahasiswa mengerjakan topik yang berbeda-beda secara individu. Dalam menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya, tanggung jawab, pengelolaan waktu, serta kesabaran merupakan kunci penting bagi Monica. **(tia/lys)**

ULAS PENYEBAB KEPUASAN MAHASISWA KETIKA MAGANG

WINASTITI HASTANINGTAMI

Manajemen Bisnis 2014

15

Berisi 2.0.

Dunia kerja yang sangat kompetitif mengharuskan mahasiswa mempersiapkan dirinya dalam mengasah kemampuan pasca pembelajaran di perguruan tinggi. Selama kegiatan pembelajaran di institusi, mahasiswa dibekali dengan studi eksak di dalam kelas. Namun mahasiswa masih memerlukan keterampilan praktik pada dunia kerja nyata. Pengalaman lapangan tersebut dapat diperoleh mahasiswa melalui pelaksanaan program magang atau kerja praktik. Magang secara bertahap telah meningkat ke dalam sistem kurikulum akademik dari penyedia lembaga pendidikan dan telah menjadi persyaratan dalam kelulusan di beberapa bagian dunia, termasuk Indonesia. Begitu juga kehadiran Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang menjadi pelecut bagi bangsa untuk meningkatkan kualitasnya.

Mengetahui pentingnya pengalaman praktik serta meningkatnya penggalakan pelaksanaannya, Winastiti Hastaningtami tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat berkontribusi terhadap kepuasan

magang mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Terdapat tiga faktor inti yang akan diteliti melalui studi literatur sebagai prediktor kepuasan magang, yaitu karakteristik pekerjaan, lingkungan kerja, dan faktor kontekstual.

Mahasiswa yang akrab disapa Winas menerangkan bahwa pengumpulan data akan dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa ITS yang telah menjalankan magang selama sekurang-kurangnya tiga bulan dan expert opinion dari pihak perusahaan sebagai pembimbing atau supervisor untuk pendukung penelitian. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasilnya, ketiga faktor prediktor kepuasan magang berpengaruh positif terhadap kepuasan magang. "Faktor lingkungan kerja adalah faktor paling dominan diantara tiga tersebut," kata Winas, "Ini menunjukkan bahwa mahasiswa magang cenderung lebih puas jika menerima lingkungan kerja yang baik." Dalam faktor tersebut, peluang pengembangan karir menjadi



prediktor terkuat sehingga dengan melakukannya program magang mahasiswa cenderung lebih siap dalam menghadapi dunia kerja.

Tidak hanya mendapatkan penemuan baru tentang program magang pada mahasiswa, Winas juga belajar tentang manajemen waktu serta kemampuan menulis dalam mengerjakan skripsi. Mendorong diri untuk mengerjakan skripsi dengan waktu terbatas merupakan tantangan baginya.

Selama studinya di Departemen Manajemen Bisnis, Winas mengaku terkesan dengan pembelajaran yang ditawarkan, karena tidak hanya mempelajari ilmu bisnis secara teori

namun juga terdapat pembelajaran bersifat praktik. Di samping itu, Winas juga mengasah soft skill melalui organisasi himpunan mahasiswa departemen yang ia jalani selama dua tahun kepengurusan. Winas yang tertarik dengan kegiatan mengorganisir manusia dengan mengetahui karakter individu maupun komunitas, memilih untuk memperdalam ilmu manajemen sumber daya manusia.**(tia/lys)**



PERLUNYA PENETAPAN HPP CABAI MENINGKATKAN PERFORMA PERUSAHAAN

NEZELA ARDIANI P.

Manajemen Bisnis 2014

Menjadi salah satu bumbu rempah khas Indonesia, cabai menjadi satu komoditas yang selalu dicari masyarakat Indonesia. Harga cabai pun cenderung fluktuatif terutama menjelang hari besar keagamaan. Harga yang selalu fluktuatif menjadikan cabai sebagai salah satu komponen penyusun Indeks Harga Konsumen (IHK). IHK menjadi salah satu indikator inflasi yang mana sumber tertinggi berasal dari volatile foods.

Penelitian yang dilakukan oleh Nezela Ardiani P dengan maksud menyelesaikan pendidikan sarjananya, membuka wawasan soal pentingnya penetapan harga pokok produksi cabai guna meningkatkan performa perusahaan.

Ketertarikan Nezela akan penelitian ini bermula saat ia mendapat saran topik skripsi mengenai “Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Cabai Giling PT.X” dari dosennya. Uniknya, mahasiswa yang sempat magang di Pertamina Lubricants ini meneliti harga pokok produksi dengan menggabungkan metode Interest Rate of Return (IRR) dan Willingness to Pay (WTP)..

“Sebenarnya penelitian yang saya lakukan lebih ke arah business evaluation yang menggabungkan dua metode yaitu IRR dan WTP pada PT. X, karena ternyata dua metode tersebut sangat diperlukan perusahaan untuk menetapkan HPP produk yang mana tujuannya adalah mengevaluasi kelayakan bisnis pada perusahaan yang notabennya sebagai pemain baru di pasar”, ungkapanya.

Belum adanya penelitian mengenai penetapan harga pokok produksi maksimum dengan mempertimbangkan faktor internal seperti IRR dan WTP menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswi yang saat ini sedang melakukan internship di Unilever untuk mengangkat topik tersebut.

“Penetapan HPP yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal sangat diperlukan bagi perusahaan guna menghindari adanya repricing strategy. Akibatnya bisa jadi karena strategi tersebut perusahaan akan mengalami declining dan berdampak ke usaha tidak layak”, pungkasnya.

Diakui Nezela, penelitian yang menghabiskan waktu sekitar 6 bulan ini, bukanlah hal yang mudah. Mencari data eksternal, pada faktor willingness to pay membuat ia harus mengunjungi industri saus cabai yang ada di wilayah Tangerang, Sidoarjo, dan Bandung yang menjadi target konsumen PT. X. “Mencari datanya lumayan lama karena harus pergi ke wilayah tersebut untuk berhubungan dengan pihak luar, Karena perlu mengetahui WOP dari setiap industri saus cabai bagaimana.” ujar perempuan yang saat ini mengidolakan Elon Musk

Perempuan yang menyukai Muaythai ini berharap adanya respon positif dari PT. X untuk mengkaji lebih dalam mengenai penetapan HPP cabai yang digarapnya, karena hal itu dapat digunakan sebagai acuan perusahaan untuk meningkatkan performanya. **(tik/del)**

PERANCANGAN PANDUAN IDENTITAS VISUAL DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS ITS

ORIZA DEWI

Manajemen Bisnis 2014

Berdiri sejak delapan tahun yang lalu, Departemen Manajemen Bisnis ITS tergolong jurusan yang masih baru. Tentunya masih sangat perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan citra dan jati diri Departemen Manajemen Bisnis ITS ini, dimulai dari mahasiswanya sendiri. Oleh karena itu, Oriza Dewi, mahasiswa Manajemen Bisnis ITS 2014 dalam skripsinya, membahas tentang panduan identitas visual Departemen Manajemen Bisnis ITS.

Menurut gadis asal kota Madiun ini, memperluas pasar adalah hal yang perlu dilakukan oleh Departemen Manajemen Bisnis ITS dengan mengimplementasikan identitas visual yang dimiliki dengan sangat variatif dari segi konsep, konten dan kualitas. Identitas visual merupakan aset penting yang mencerminkan jiwa, nilai, budaya dan karakter organisasi dalam menatap masa depan. Untuk itulah, Departemen Manajemen Bisnis perlu membuat panduan identitas visual ini sebagai upaya untuk meningkatkan citra, dan membangun jati diri Departemen Manajemen Bisnis. Panduan identitas visual bertujuan untuk memberikan

arahan yang jelas dalam membangun dan mengkomunikasikan citra Departemen Manajemen Bisnis ITS secara konsisten.

Penelitian ini terdiri dari lima tahap, dimulai dari tahap identifikasi kebutuhan, perancangan panduan, konfirmasi serta validasi, sampai dengan perbaikan dan penyusunan rencana penerapan. Identifikasi kebutuhan panduan identitas visual dilakukan melalui benchmarking dan wawancara mendalam. “Benchmarking dilakukan dengan lima perguruan tinggi terbaik dunia dan dua perguruan tinggi terbaik di Indonesia yang memiliki panduan identitas visual. Wawancara mendalam dilakukan dengan dua keyplayer Departemen Manajemen Bisnis ITS enam anggota tim branding ITS”, jelas Oriza.

Lanjut Oriza, Benchmarking dilakukan dengan lima perguruan tinggi terbaik dunia dan dua perguruan tinggi terbaik di Indonesia yang memiliki panduan identitas visual. Wawancara mendalam dilakukan dengan dua keyplayer Departemen Manajemen Bisnis ITS enam anggota tim branding



ITS. Berdasarkan hasil benchmarking dan wawancara mendalam, panduan identitas visual Departemen Manajemen Bisnis ITS yang dirancang berisi introduction, elemen dasar beserta aturan penggunaannya, bentuk aplikatif dalam berbagai media dan pelengkap teknis.

Tak tanggung-tanggung, konfirmasi dan validasi hasil rancangan panduan identitas visual dilakukan melalui Forum Group Discussion yang dihadiri oleh enam dosen Departemen Manajemen Bisnis ITS sebagai keyplayer. Berdasarkan hasil FGD, terdapat tiga hal yang perlu diperbaiki dan/atau ditambahkan yaitu logo untuk

keperluan internasional, hak cipta jenis huruf dan contoh aplikatif penggunaan supergrafis.

Panduan identitas visual ini diharapkan dapat memberikan arahan yang jelas dalam membangun dan mengkomunikasikan citra Departemen Manajemen Bisnis ITS dan seluruh elemen didalamnya secara konsisten. Dengan adanya panduan ini, maka semua elemen di Departemen Manajemen Bisnis dapat membangun *brand identity* dan *visual identify* dalam berbagai format dan media dengan baik serta konsisten. **(din/del)**



MENCARI POTENSI DI PELABUHAN OVERCAPACITY

MUHAMMAD RIVALDY ALFIANUR

Manajemen Bisnis 2014

Pelabuhan memiliki peran penting bagi perkembangan sektor kelautan yang ada di Indonesia. Pasalnya, pelabuhan adalah tempat utama untuk berkumpulnya kapal, sebagai

sarana ekspor, impor serta pengiriman dengan menggunakan transportasi laut. Namun, kurang meratanya ekspor dan impor dalam negeri, menyebabkan proses berkumpulnya kapal bertumpu

pada satu daerah saja. Efeknya, daerah tumpuan ini menjadi **overcapacity** dan pengembangan terhadap perusahaan yang memiliki operasi di daerah tersebut perlu dilakukan. Harapan dari pengembangan ini adalah arus ekspor dan impor dapat berjalan dengan lancar pun juga meratanya pengiriman produk di seluruh penjuru Indonesia pun.

Masalah ini membuat Muhammad Rivaldy Alfianur tertarik untuk menjadikan proses pengembangan perusahaan di daerah tumpuan sebagai objek penelitian. Rivaldy memulai penelitiannya dengan melakukan uji kelayakan keuangan dan analisis sensitivitas pada salah satu perusahaan yang bergerak di bagian ekspor impor kendaraan bermotor dan suku cadang di beberapa daerah, antara lain Makassar, Medan, Balikpapan, Dumai, Pontianak, dan Bitung.

Sebelum melakukan uji kelayakan dan analisis sensitivitas, perusahaan harus memiliki potensi yang mana dapat dilihat dari rasio keuangan perusahaan, **cash flow**, neraca, dan laba rugi. Hasil dari laporan keuangan akan mendapatkan hasil berupa pendapatan, bunga diskonto berupa WACC (**Weighted Average Cost of Capital**), analisis empat rasio (likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan aktivitas) serta pengukuran **debt capacity** untuk perusahaan. Pemodelan keuangan didapat dari DCF (**Discounted Cash Flow**) akan menghasilkan bunga diskonto untuk menguji kelayakan keuangan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Setelah dianalisis, barulah

menentukan perusahaan dapat melakukan pengembangan usaha pada keenam daerah tersebut atau tidak.

Dengan hasil NPV (**Net Present Value**), IRR (**Internal Rate of Return**) dan **payback period** didapatkan urutan dari yang terbaik yaitu: 1. Soekarno Hatta Makassar; 2. Kuala Tanjung Medan; 3. Semayang Balikpapan; 4. Patra Niaga Dumai; 5. Dwikora Pontianak; dan 6. Bitung Manado. Setelah mendapatkan hasil dari uji kelayakan yang dapat diterima perusahaan akan dikaitkan dengan analisis sensitivitas ($\pm 10\%$) dan kapasitas perusahaan dapat membiayai investasi yang akan dilakukan. Selain itu, dalam melakukan pengembangan usaha, perusahaan mempertimbangkan asumsi seperti tingkat inflasi per daerah, Upah Minimum Provinsi (UMP) atau Upah Minimum Regional (UMR) per daerah dan beberapa asumsi para ahli di bidang sipil.

Walaupun pembuatan skripsi ini penuh perjuangan dan pengorbanan, Rivaldy bisa memetik banyak pelajaran hidup dari ini. “Segala sesuatu yang dijalani dengan ikhlas dan tawakal akan menjadi mudah,” ungkapnya. Ia pun mengaku dapat lebih menghargai waktu untuk belajar dan mencari ilmu. Manajemen Bisnis, tempatnya melakukan pengembangan skill pada organisasi, ilmu pelajaran, dan kehidupan, serta memiliki banyak pengalaman dengan mengenal banyak orang, menjadi saksi bisu perjuangannya selama ini hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. **(rzn/bob)**

HAFSAH, RANGKUL BISNIS SOSIAL AGAR NAIK KELAS

ANDI HAFSAH

Manajemen Bisnis 2014

23

Berisi 2.0.

Pemberitaan yang sempat ramai mengenai penutupan eks lokalisasi Dolly oleh Pemerintah Kota Surabaya di tahun 2014 lalu telah menyita perhatian publik. Banyak orang yang mendukung upaya pemerintah dalam menutup lokalisasi Dolly, namun tidak sedikit pula mereka yang menentang usaha tersebut. Pekerja-pekerja di eks lokalisasi Dolly berdalih bahwa lokalisasi telah menjadi sumber penghasilan utama mereka.

Isu ekonomi yang dibawa oleh pihak yang menentang penutupan eks lokalisasi Dolly mendapat perhatian dari pemerintah dan masyarakat dimana kemudian mereka turut membantu perekonomian warga eks lokalisasi Dolly dengan menawarkan berbagai usaha lain untuk menggerakkan kembali roda perekonomian di daerah tersebut.

Salah satu produk usaha warga eks lokalisasi Dolly adalah Samijali, bisnis warga eks lokalisasi Dolly pertama yang menjadi ikon kebangkitan perekonomian warga eks lokalisasi Dolly. Samijali yang telah mendapat perhatian baik dari pemerintah kota maupun investor lain rupanya tidak

sejalan dengan perkembangan bisnis Samijali yang tergolong sangat lambat. Isu tersebut menggelitik Andi Hafsah, Mahasiswa Manajemen Bisnis 2014 untuk mengangkat produk bisnis sosial tersebut dalam tugas akhirnya.

Mahasiswa kelahiran Cilacap ini menyatakan bahwa model bisnis yang diadopsi oleh Samijali tergolong cukup sederhana jika dibandingkan dengan model bisnis *sociopreneur* lainnya, sehingga fokus utama dalam penelitiannya adalah mengembangkan sosial model bisnis yang dimiliki Samijali. “Padahal, model bisnis ini penting untuk meningkatkan daya saing bisnis dan mengembangkan **branding** agar semakin kompetitif,” tambahnya

Oleh karenanya, Hafsah melakukan wawancara mendalam kepada pemangku kepentingan Samijali dan ahli bisnis untuk merumuskan model bisnis yang ideal bagi Samijali. Informasi ini, lanjut Hafsah, diolah dalam desain penelitian eksploratif-induktif dengan metode kualitatif. “Selanjutnya saya menyusun model bisnis baru, **brand element**, dan IMC Samijali,” urai



perempuan berkerudung tersebut. Luaran dari penelitian ini, terang Hafsah, adalah *Social Business Model Canvas* (SBMC) yang telah di evaluasi dan strategi pemasaran berdasarkan *Integrated Marketing Communication* (IMC) bagi Samijali. Hafsah berharap dengan penelitian yang telah ia lakukan tersebut dapat membantu Samijali untuk mengembangkan bisnisnya sesuai dengan model bisnis yang tepat, membantu mendesain strategi pemasaran yang tepat melalui peningkatan branding, dan desain pemasaran offline maupun online yang terintegrasi bagi Samijali.

“Selain itu, semoga Samijali dapat menjadi *role-model* UKM berbasis sosial yang ada di Surabaya,” pungkasnya sembari tersenyum. (srh/lys)

DILEMA PERAN GANDA PADA WANITA KARIR

YOHANA DIAN PUSPITASARI

Manajemen Bisnis 2014

Menjadi seorang wanita karir bukanlah sesuatu yang mudah. Banyaknya wanita yang bekerja baik di instansi pemerintahan, BUMN, BUMD, maupun perusahaan swasta, jika disandingkan dengan tuntutan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, mampu memunculkan irisan peran ganda.

Imbasnya, wanita karir yang tidak mampu menyeimbangkan kehidupan rumah tangga dan pekerjaan mampu menimbulkan konflik, baik konflik di dalam keluarga yang berakibat pada pekerjaan (*family-work conflict*) maupun konflik di tempat kerja yang berakibat pada keluarga (*work-family conflict*).

Ikatan keluarga yang merenggang disebabkan karena wanita karir cenderung sibuk dengan pekerjaan yang berakibat menurunnya performa pekerjaan akibat memikirkan masalah rumah tangga. Hal ini menjadi salah satu implikasi dari peran ganda seorang wanita karir. Oleh karena itu, perlu adanya keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan (*work-life balance*) untuk meminimalisasi konflik yang dapat memengaruhi

keharmonisan rumah tangga dan pekerjaan wanita karir.

Oleh karena itu, hal inilah yang menjadi alasan Yohana Dian Puspitasari, mahasiswa Manajemen Bisnis 2014 mengangkat judul skripsi “Pengaruh Konflik Peran Ganda dan Keseimbangan Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Wanita Karir” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh peran ganda dan keseimbangan kehidupan-kerja terhadap kinerja wanita karir dan membandingkan peran ganda pada sektor pemerintahan, BUMN, BUMD, dan swasta.

Dalam mengolah data, mahasiswa kelahiran Tulungagung yang hobi bervakansi ini mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online* kepada 495 responden yang sudah berumah tangga dan bekerja di pemerintahan, BUMN, BUMD, dan perusahaan swasta yang tersebar di beberapa wilayah baik di Kota Surabaya maupun di luar Kota Surabaya. Kemudian, penyebaran data dianalisis menggunakan program statistika terkomputerisasi SPSS dan MRA (*Moderate Regression*



Analysis). Metode *convenience sampling* kepada keluarga, teman, dan berbagai lembaga pemerintah maupun perusahaan merupakan langkah yang ditempuhnya untuk menemukan responden yang ia cari. Dari hasil penelitian, keseimbangan kehidupan-kerja berpengaruh terhadap *work-family conflict* dan *family-work conflict*. Wanita karir yang mampu menjaga keseimbangan kehidupan-kerja (*work-life balance*), kehidupan rumah tangga yang harmonis akan berpengaruh positif terhadap tingkat kinerjanya di perusahaan. Selain itu, wanita karir yang mampu menjaga

keseimbangan kehidupan-kerjanya, kepuasan terhadap pekerjaannya akan meminimalisir konflik yang terjadi dalam rumah tangga. **(vvy/del)**



MITIGASI RISIKO DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS ITS DI ERA MEA

ACHMAD YULIAN

Manajemen Bisnis 2013

Kehadiran Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sejak tahun 2015 silam, membuat Indonesia membuka diri untuk ikut mengambil langkah perubahan pada era perdagangan bebas ini. Imbasnya,

berbagai sektorpun mengalami penyesuaian seiring dengan kehadiran MEA, tak terkecuali sektor pendidikan. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) adalah salah satu dari sekian

banyak institusi pendidikan yang memberikan dukungan MEA. Memiliki visi menjadi perguruan tinggi yang unggul berbasis standar internasional, maka ITS harus menerapkan visinya tersebut ke setiap departemen di dalamnya.

Salah satu, departemen di ITS yang sejalan dengan visi ini ialah Departemen Manajemen Bisnis. Departemen yang belum genap berusia sepuluh tahun ini telah menjalin kerja sama dengan University of Queensland Business School untuk program double degree S1. Melihat hal itu, Achmad Yulian Dwi Prasetyo, Mahasiswa Manajemen Bisnis 2013, merasa perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengenai manajemen risiko untuk menangani dampaknya. “Perubahan cepat yang dilakukan oleh Departemen Manajemen Bisnis pastilah memiliki berbagai risiko, terlebih pada sektor akademiknya, maka perlu melakukan manajemen risiko pada bidang tersebut,” jelasnya.

Yulian, sapaan akrabnya, merasa tertarik untuk meneliti dampak yang ditimbulkan MEA terhadap bidang akademik, khususnya bagian Human Resource di Manajemen Bisnis. Apalagi, ia memang senang mengeksplor hal-hal baru yang berkaitan dengan sumber daya manusia, seperti pelatihan-pelatihan untuk meng-upgrade kemampuan individu.

Mahasiswa yang senang bertemu dengan orang-orang baru ini menggunakan pendekatan dengan framework ISO 31000 untuk menyelesaikan tugas akhirnya itu. Tak

lupa ia menggunakan risk matrix untuk menilai tingkat risiko-risiko yang dapat terjadi dalam bidang akademik pada Departemen Manajemen Bisnis. Risiko-risiko yang tergolong ekstrem akan dimitigasi dengan menggunakan cara-cara yang ia usulkan.

Keluaran dari penelitian ini adalah semua risiko yang mungkin dan dapat terjadi dalam kaitannya bidang akademik di Manajemen Bisnis. Ia mengusulkan untuk risiko-risiko yang tergolong ekstrem agar dimitigasi dengan menggunakan pendekatan teori HR, seperti training and development. “Misalnya melalui workshop, seminar, dan sertifikasi nasional maupun internasional,” usulnya.

Ia juga menekankan bahwasanya risiko-risiko rendah dan sedang pun perlu diperhatikan karena sewaktu-waktu risiko tersebut dapat berubah menjadi risiko yang tinggi bahkan ekstrem jika tidak mendapatkan perhatian. “Maka dari itu, perlu diadakan pelatihan manajemen risiko pada seluruh bidang yang ada pada Departemen Manajemen Bisnis agar seluruh bidang tersebut dapat melakukan evaluasi serta analisis risiko,” ujarnya. **(wly/lvs)**

MEMASYARAKATAKAN KAMBING LEWAT SKRIPSI

YWANG NARA PRAGNYA

Manajemen Bisnis 2014

29

Berisi 2.0.

Akibat keresahannya akan dunia peternakan yang dinilai kurang seimbang dalam mengatur permintaan dan penawaran (supply and demand) di kota Surabaya, Ywang Nara Pragnya, Mahasiswa Angkatan 2014 Departemen Manajemen Bisnis ITS tergerak untuk mengangkat tema tersebut lebih dalam pada topik skripsinya.

Menurut pria yang memiliki kegemaran di bidang digital ini, salah satu komoditi ternak yang memiliki potensi terbesar dalam mencukupi kebutuhan manusia terhadap protein hewani adalah kambing. Hewan kambing sendiri sebenarnya memiliki biaya pemeliharaan yang relatif terjangkau. Namun justru, distribusi daging kambing dan produk olahannya di Surabaya masih jauh tertinggal jika dibandingkan dengan daging ayam dan daging sapi. “Kalau dilihat secara kasat mata, sekarang berapa banyak produk olahan kambing di sekitar ITS saja? Paling juga gulai atau sate, tidak ada kambing geprek atau kambing crispy,” jelasnya sembari tertawa.

Rupanya, riset yang dilakukan Ywang

menemukan penyebab utamanya adalah preferensi konsumen dan distribusi produk olahan kambing itu sendiri. Dijelaskan oleh pria berkacamata ini, konsumen daging cenderung lebih memilih daging sapi karena lebih rendah lemak. Dalam penelitiannya, Ywang menelisik preferensi konsumen terhadap atribut produk olahan kambing. Atribut sendiri, kata Ywang, adalah dasar – dasar yang mendukung konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. “Ada 11 atribut yang dilibatkan, meliputi : ukuran, promosi, rasa, harga, ketersediaan, label halal, tempat penjualan, kesehatan, komposisi bahan baku, masa kadaluarsa, dan kebersihan,” bebernya.

Tak berhenti disini, pria asli Sidoarjo ini juga menyusun rekomendasi rantai nilai (value chain) bagi komoditas kambing agar lebih berkembang. Oleh karenanya, ada dua metode yang digunakan oleh Ywang, metode kuantitatif untuk preferensi konsumen dan metode kualitatif untuk rantai nilai. “Saya tidak ingin mengetahui preferensinya saja lalu selesai, harus ada solusi yang lain,”



akunya sembari tersenyum.

Dalam prosesnya, Ywang melakukan survei kepada 431 responden, dimana 428 responden untuk analisis preferensi konsumen dan 3 responden sisanya adalah pelaku usaha pada komoditas kambing di Surabaya. Setelah rampung dengan penelitiannya, ia menemukan fakta terkait preferensi dari kesebelas atribut pada produk olahan kambing diwakilkan dengan tiga kategori yakni, netral, positif, dan sangat positif.

Ternyata, urai Ywang, atribut dalam kategori netral adalah ukuran dan promosi. Sedangkan, atribut yang

yang bersifat positif adalah rasa, harga, ketersediaan, label halal, tempat penjualan, kesehatan, komposisi bahan baku, dan masa kadaluarsa. Untuk kategori sangat positif terdiri dari atribut kebersihan. Dilain sisi, analisis rantai nilai menemukan 17 produk olahan yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi komoditas kambing.

Ywang berharap semakin hari kambing tidak hanya tersaji ketika Idul Adha saja, namun olahannya dapat semakin familiar di mata masyarakat. "Semoga calon pelaku dan pelaku usaha produk olahan kambing dapat meningkatkan mutu produk dan nilai tambah produk itu sendiri," tutupnya.

(dee/lys)

KUASAI PASAR TRANSPORTASI ONLINE LEWAT STRATEGI BRANDING

RENDA SAFIRA GATTI

Manajemen Bisnis 2014

31

Berisi 2.0.

Demam transportasi online mulai menjalar di Indonesia awal tahun 2015 lalu. Sejak saat itu, perusahaan yang menggunakan aplikasi sebagai penghubung antara pengguna dan pengemudi ini menjadi bagian tak terpisahkan dari hiruk pikuk kehidupan kaum urban Indonesia. Tak ayal, persaingan duo raksasa penyedia jasa transportasi online pun kian hari kian sengit. Tertarik dengan perilaku para pengguna layanan transportasi online, Renda Safira Gatti menguliknya dalam penelitian untuk tugas akhir.

Perempuan yang akrab disapa Renda ini mengaku hal yang paling menarik minatnya adalah soal fenomena perpindahan konsumen (switching behaviour) di antara Go-Jek dan Grab. Padahal, loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan. Berlandaskan Konsep Blue Ocean Strategy (BOS), Renda pun menyusun strategi branding yang tepat bagi persaingan jasa transportasi online di Indonesia.

CEO BMSA ITS 2016/2017 ini menjelaskan, BOS dipilih karena sejak awal pasar transportasi online diciptakan sendiri hasil dari inovasi

yang dilakukan pelaku bisnisnya. "Oleh karena itu, strategi brandingnya pun juga harus inovatif agar memenangkan persaingan," tambahnya. Dalam proses pengumpulan data, Renda melakukan wawancara mendalam (indepth interview) pada tiga pakar branding.

Awalnya, terang Renda, dilakukan pemetaan terkait bagaimana dua perusahaan ini memposisikan dirinya di pasar. Tujuannya untuk mendapatkan konsep branding yang sesuai dengan visi perusahaan. Penelitian pun berlanjut pada penentuan tolak ukur keberhasilan branding yang dilakukan dua perusahaan ini. Hasilnya, terdapat 7 faktor, meliputi : konsistensi, kualitas sumber daya manusia, pendanaan, kampanye (aware, appeal, ask, act, advocate), nilai nyata, nilai tidak nyata dan merek dagang.

Ketujuh faktor ini, kata Renda, diberi bobot oleh para responden melalui strategi kanvas yang kemudian diolah menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). "Hasil olahan data digunakan untuk merancang Kerangka Kerja 4 Langkah BOS tentang strategi pemasaran," jelasnya.



Sesuai dengan fokus penelitian yakni segi branding, keluaran dari penelitian ini adalah 4 strategi utama yang dapat diterapkan perusahaan untuk merumuskan strategi branding paling efektif. Pertama, terang Renda, mengganti kegiatan yang berfokus pada mendapatkan konsumen baru (user acquisition) dengan kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan (loyalitas). “Misalnya dengan menambah feature dan benefits bagi pengguna,” usul perempuan yang pernah magang di divisi Overseas Marketing PT Industri Kereta Api tersebut.

Strategi selanjutnya adalah dengan

meningkatkan user interface dan user experience untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan aplikasi serta meningkatkan user engagement. “Perusahaan juga harus terus berinovasi baik dengan menambah produk atau layanan,” tutur perempuan asli Madiun tersebut.

Terakhir, terang Renda, perusahaan harus mereduksi waktu, energi dan biaya yang dikeluarkan. “Proses ini harus dilakukan secara berulang-ulang dan konsisten untuk menghasilkan inovasi dan unggul dalam kompetisi yang ada,” pungkasnya. **(lys)**



BANTU PT PELINDO III UJI KESIAPAN KNOWLEDGE MANAGEMENT

QORINATUS TSANIYAH

Manajemen Bisnis 2014

Knowledge Management (KM) sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan Sumber Daya Manusia (SDM) secara berkesinambungan, telah ditetapkan pada rencana strategis

Kementerian BUMN sejak tahun 2012 silam. Namun, sampai saat ini PT Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III belum juga menerapkan Knowledge Management dalam perusahaannya.

Sebagai salah satu perusahaan BUMN penyedia jasa fasilitas kepelabuhanan, sudah seharusnya Pelindo III perlu meningkatkan performanya khususnya dalam keterampilan sumber daya manusia. Hingga hari ini, PT Pelindo III belum melakukan sosialisasi secara khusus dan merata kepada karyawan dalam penerapan program KM.

Dalam rangka mengetahui kesiapan perusahaan dalam implementasi Knowledge Management, PT Pelindo III mempercayakan penelitian ini kepada Qorinatus Tsaniyah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor implementasi KM, mengurutkan prioritas faktor, serta mengevaluasi kesiapan implementasi KM pada PT Pelabuhan Indonesia III (Persero). Perempuan yang biasa disapa Qorina ini melakukan penelitian menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Likert Summated Ratings* (LSR). Data yang didapatkan merupakan hasil wawancara dengan lima orang ahli dan dua orang akademisi sekaligus praktisi, serta hasil kuesioner dari 23 orang staff human capital sebagai responden.

Hasil dari penelitian ini, jelas Qorina, terdapat 8 faktor dengan total 38 indikator yang sesuai dengan PT Pelindo III. Sedangkan berdasarkan tingkat kesiapan, hasil evaluasi kesiapan menerangkan bahwa perusahaan berada pada posisi tidak siap. Namun, jika menilik hasil rekap responden, sebagian besar indikator dinyatakan sudah siap untuk diimplementasikan. "Artinya, karyawan sudah siap melakukan program KM

namun perusahaan merasa masih perlu perbaikan pada indikator implementasi KM," urai Qorina.

Dalam pengerjaan penelitian, Qorina menemukan banyak kendala tak terduga. Sukar mengumpulkan data sesuai target, melihat kurang baiknya data yang terkumpul, serta hasil yang tidak sesuai harapan telah ia lalui. "Oleh karena itu, perlu sekali untuk memanfaatkan waktu yang ada, dan jangan pernah menganggap remeh skripsi sendiri." kata Qorina. Selama masa studinya di Manajemen Bisnis, hal yang paling berkesan baginya adalah pengalaman saat belajar berbisnis dengan sekelompok mahasiswa yang berbeda latar belakang melalui mata kuliah *Sociopreneur* dan *Business Creation Project*. "Ada tawa, tangis, marah, kecewa, bahagia yang kami rasakan bersama-sama." kenang Qorina. (tia/lys)

MENELISIK ALASAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK HALAL LEWAT ONLINE

MARDHATILLA PEFIZA SIDIK

Manajemen Bisnis 2014

Sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, permintaan produk makanan halal di Indonesia memiliki tren positif. Bahkan, pasar produk makanan halal telah menyentuh penjualan produk makanan halal melalui e-commerce. Untuk memastikan kehalalan produk makanan yang mereka beli secara online maka konsumen membutuhkan informasi dari penjual yaitu informasi kehalalan produk berupa argumen penjual dan adanya simbol religius (logo halal) pada kolom deskripsi produk di website e-commerce sehingga penting bagi penjual untuk memiliki strategi yang baik pada kualitas argumen dan simbol religius (logo halal) yang ditampilkan di website e-commerce.

Melihat hal ini, Mardhatilla Pefiza Sidik tertarik untuk meneliti pengaruh perbedaan kualitas argumen dan simbol religius terhadap sikap dan niat membeli konsumen di e-commerce khususnya pada produk makanan halal. Perempuan berkerudung ini mengungkapkan bahwa konsumen Muslim saat ini masih sering mengalami

kesulitan dalam menentukan kehalalan produk makanan yang mereka beli secara online di website e-commerce. "Hal ini terjadi karena penjual tidak memberikan informasi yang tertera dengan jelas pada konsumen mengenai kehalalan produk makanan yang dijual padahal dalam memproses informasi tersebut konsumen memiliki cara yang berbeda-beda" jelasnya.

Ia menambahkan bahwa kurangnya informasi yang diberikan oleh penjual juga menyalahi peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah sehingga diperlukan tindak lanjut mengenai hal tersebut bagi para penjual yang tidak dapat secara jelas menginformasikan kehalalan produk makanan halal yang dijual.

Dalam penelitiannya, Pefiza memanfaatkan metode desain eksperimen dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster sampling*. Penyebaran kuisisioner ia lakukan dengan metode online kepada 150 responden beragama Muslim berusia 19 – 41 tahun. Dilanjutkan dengan analisis menggunakan *Analysis*



of Variance (ANOVA), simple linear regression, dan Analysis of Covariance (ANCOVA) untuk menguji hipotesis.

Dari penelitian yang dilakukan mahasiswa Manajemen Bisnis 2014 ini ditemukan bahwa pada kualitas argumen yaitu penulisan bahan baku makanan dan pernyataan bahwa produk tersebut telah tersertifikasi halal menjadi faktor yang sangat penting yang menentukan sikap konsumen dibandingkan pada kualitas argumen lemah yang hanya mencantumkan bahwa produk diproduksi pada perusahaan yang terpercaya memproduksi makanan

halal. Selain itu, pada manipulasi simbol religius ditemukan bahwa logo halal MUI lebih menakutkan bagi konsumen. **(fam/lys)**



GO-JEK, GRAB, DAN SENTIMEN PELANGGANNYA

SYARIEF NUR HUSIN

Manajemen Bisnis 2014

Online Ride Sharing (ORS) saat ini menjadi salah satu pilihan utama konsumen di seluruh dunia untuk bepergian, termasuk juga konsumen di Indonesia. Saat ini terdapat dua perusahaan ORS yang menguasai pasar di Indonesia: Go-Jek dan Grab. Meskipun layanan jasa ORS mendapat respon positif, namun terdapat masalah yang dihadapi oleh perusahaan penyedia layanan ORS yaitu banyaknya konsumen yang kecewa dan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini juga ditambah dengan rendahnya *switching cost* yaitu bagaimana proses berpindah penyedia layanan sangatlah mudah dan tanpa komitmen. Tertarik akan hal tersebut, Syarif Nur Husin untuk menjadikan topik ini sebagai tugas akhir. Pria yang akrab disapa Syarif ini mengaku bahwa salah satu hal yang sangat menarik untuk ditelusuri adalah perbandingan antara kepuasan serta loyalitas pelanggan Go-Jek dan Grab dalam memperebutkan pasar transportasi online di Indonesia. Pertanyaan ini dapat dijawab dengan melakukan penelitian menggunakan metode *conclusive-descriptive* (metode simpulan) dengan desain *multiple cross sectional* (sampel lebih dari satu). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling* (sampling dengan asas kemudahan), kemudian data dianalisis dengan metode *Importance Performance Analysis* (analisis performa kepentingan), *analisis Customer Satisfaction Index* (indeks kepuasan pelanggan) dan

analisis Customer Loyalty Index (indeks kelayakan pelanggan).

Sampel data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 567 responden ini disebarakan melalui kuesioner secara online. Dalam melakukan penelitian tersebut tentu bukanlah perkara yang mudah. “Tantangan yang saya hadapi saat melakukan penelitian ini adalah saat melakukan pengolahan data responden,” tambahnya.

Dalam penelitian yang dilakukannya, Syarif menyatakan bahwa terdapat tujuh atribut pelayanan Go-Jek yang harus menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Begitu juga dengan Grab yang memiliki tujuh atribut pelayanan yang harus menjadi prioritas utama. Hasil CSI menunjukkan bahwa konsumen Go-Jek memiliki tingkat kepuasan sebesar 78,2 persen sementara Grab sebesar 77,2 persen. Hasil CLI menunjukkan konsumen Go-Jek memiliki tingkat loyalitas sebesar 71,5 persen sementara pengguna Grab memiliki tingkat loyalitas sebesar 73,1 persen. “Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan diantara kedua perusahaan tidaklah jauh berbeda dan sangat kompetitif sehingga perusahaan harus berinovasi secara cepat dan membuat diferensiasi dibanding kompetitornya agar dapat meraih market share yang lebih tinggi,” pungkasnya. **(riz/bob)**



ULAS KUALITAS PELAYANAN INDUSTRI LOGISTIK MARITIM

ZAMRIDA MA'RIFATUL L.

Manajemen Bisnis 2014

Sebagai negara maritim, transportasi laut berperan penting dalam dunia perdagangan internasional maupun domestik di Indonesia. Kini, mulai banyak perusahaan dari dalam maupun

luar negeri yang mendistribusikan barangnya melalui jalur laut dikarenakan kapasitas yang besar dan biaya yang relatif murah. Salah satu industri jasa yang menangani aktivitas logistik jalur

laut adalah pelabuhan. Pintu gerbang aktivitas perdagangan maritim ini menjadi penyambung salah satu mata rantai proses transportasi dari tempat asal barang ke tempat tujuan. Atas dasar latar belakang tersebut, Zamrida Ma'rifatul Lillah melakukan penelitian berjudul "Pengukuran dan Analisis Kualitas Pelayanan Logistik pada PT Terminal Petikemas Surabaya".

Zamrida, sapaan akrabnya, pun mengidentifikasi indikator layanan logistik serta melakukan pengukuran dan analisis kualitas pelayanan logistik pada PT Terminal Petikemas Surabaya. Dalam risetnya, identifikasi indikator yang sesuai dengan proses bisnis PT Terminal Petikemas Surabaya dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa indikator dari penelitian terdahulu yang diverifikasi melalui wawancara mendalam kepada pihak expert. "Kemudian, dilakukan analisis untuk menentukan pelayanan logistik mana yang kurang memuaskan," beber perempuan berkerudung tersebut.

Menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Likert Summated Rating (LSR) sebagai metode penelitian, Zamrida menemukan nilai kualitas pelayanan logistik di PT Terminal Petikemas Surabaya adalah 56.646. "Nilai ini menunjukkan posisi perusahaan sangat berkualitas," jeasnya.

Zamrida berharap penelitian yang ia lakukan untuk memenuhi syarat sebagai sarjana manajemen ini dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi setiap Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

bidang pelayanan pelabuhan dan jasa transportasi dalam menentukan kualitas pelayanan perusahaan, khususnya di PT. Terminal Petikemas Surabaya. Pada penerapan praktisnya, ia juga berharap PT Terminal Petikemas Surabaya dapat menindaklanjuti faktor atau komponen pada proses pelayanan pelabuhan yang masih membutuhkan perhatian dan improvisasi.

Diakui Zamrida, penelitian yang menjadi penutup kisah perkuliahannya ini memiliki kesan tersendiri. Bagi Zamrida, pengerjaan skripsi merupakan hal krusial dimana setiap penulisnya diharuskan memahami secara keseluruhan akan penelitian yang ia lakukan. "Pembuatan perencanaan dengan manajemen waktu yang baik sangat membantu agar skripsi dapat selesai tepat waktu," akunya. Ia juga menambahkan, dosen pembimbing berperan sangat penting dalam pengerjaan skripsi sejak dimulai hingga berakhir. "Manfaatkan masa konsultasi sebaik mungkin dan jangan ada yang ditutup-tutupi," pungkasnya

(vi/lys)

MENILIK KESEHATAN PERUSAHAAN

DZURIAH MELINDA S.

Manajemen Bisnis 2014

Perubahan dalam konteks bisnis adalah proses peralihan menuju kondisi yang baru dan berbeda dari kondisi yang bisa jadi konstan bagi perusahaan. Perubahan organisasi sendiri merupakan sebuah strategi yang cukup beresiko, karena perubahan dan sifat peralihannya dapat mengancam identitas suatu organisasi. Akan tetapi bukan berarti strategi ini tidak digunakan, salah satu organisasi yang sedang menjalankan strategi ini adalah PT PLN (Persero).

PT PLN (Persero) menjalankan proyek pilot Service Point yang mengubah Unit Layanan Dengan Rayon (ULDR) menjadi Unit Layanan Tanpa Rayon (ULTR). Dari seluruh unit yang terpasang, hanya unit layanan Salatiga yang berhasil menerapkan ULTR lebih dari lima tahun. Ketertarikan kepada hal inilah yang membuat Dzuriah Melinda Syams mengulasnya dalam tugas akhir. Tujuan skripsinya, jelas Linda, adalah analisa dan pengukuran tingkat kesehatan organisasi Unit Layanan Rayon PT PLN menggunakan Organizational Health Index. Contoh dari ULTR sendiri adalah saat PLN

menerima complain dari masyarakat, maka yang akan menangani adalah pihak vendor, sementara pihak PLN hanya akan melakukan rekap atas apa yang telah dilakukan oleh pihak vendor. McKinsey, sebuah perusahaan konsultan manajemen multinasional, menggunakan pendekatan 9 elemen untuk mendefinisikan dan mengukur tingkat kesehatan sebuah organisasi. McKinsey juga menggunakan 37 praktik manajemen untuk mengetahui pola dasar manajemen perusahaan yang menggunakannya. Dari referensi pengukuran tersebut, ditemukan bahwa Rayon Salatiga telah mendapatkan predikat “Organisasi Sehat” tetapi belum mendapatkan predikat “Organisasi Sehat Unggul”. Dan jika ditinjau dari praktik manajemen McKinsey, diketahui Unit Rayon Salatiga dominan Execution Edge, praktik yang menekankan produktifitas dan perbaikan yang kontinyu.

Dari situ, Linda merekomendasikan penerapan tiga praktik manajemen pada Unit Layanan Rayon Salatiga tersebut. Praktik pertama adalah “Keterlibatan Pegawai” untuk meningkatkan etos



kerja. “Ada tiga implikasi manajerial, Pemimpinan Menanamkan Visi dan Misi Perusahaan dan Sikap Optimis pada Karyawannya, menumbuhkan Rasa Antusias dari Pegawai, dan peningkatan komitmen perusahaan,” jelas Linda.

Praktik kedua adalah “Pengembangan Talenta” “Implikasi manajerialnya untuk meningkatkan kesadaran karyawan, perusahaan mengimbangi dengan evaluasi yang konsisten, dan sesi coaching serta mentoring informal,” tuturnya. Hal ini bersangkutan dengan praktik pertama, keterlibatan pegawai membuat perusahaan dapat

berkembang tetapi jika pegawai tidak dididik maka praktik pertama akan menjadi sia-sia. Terakhir adalah “Manajemen Konsekuensi”, dalam poin ini Linda hanya menerapkan dua implikasi manajerial yaitu meningkatkan akuntabilitas yang dilandasi dengan menghubungkan imbalan dan konsekuensi dengan kinerja pegawai dan meningkatkan pemahaman karyawan bahwa tiap tindakannya memiliki timbal balik, baik berupa imbalan maupun berupa konsekuensi. **(dan/bob)**



TINGKATKAN KUALITAS LAYANAN LOGISTIK MARITIM

ISMA SAFINA ULFAH

Manajemen Bisnis 2014

Distribusi barang di Indonesia salah satunya dipengaruhi oleh kinerja logistik. Sebagai Negara maritim, kinerja barang logistik (logistik maritim) memiliki peran yang sangat besar. Oleh karena itu, Indonesia membutuhkan logistik maritim yang efektif dan efisien untuk mendukung keberlangsungan pendistribusian barang. Hal tersebut yang menarik Isma Safina Ulfah untuk mengulasnya dalam penelitian untuk tugas akhir dengan judul “Evaluasi Kualitas Layanan Logistik dan Perancangan Perbaikan Pelayanan Pada Petikemas di Pelabuhan”.

Perempuan kelahiran Blitar, 9 April 1997 yang kerap dipanggil Isma ini melaksanakan penelitiannya di PT Terminal Teluk Lamong, Surabaya. PT Terminal Teluk Lamong merupakan perusahaan jasa kepelabuhan yang dibangun dengan konsep ramah lingkungan dengan teknologi semi otomatis pertama di Indonesia. Seluruh kegiatan pelayanan di Terminal Teluk Lamong memanfaatkan energi yang ramah lingkungan dimana kebanyakan sistem pengoperasiannya minim tenaga manusia, namun menggunakan sistem yang telah terkomputerisasi. Konsep tersebutlah yang membedakan PT Terminal Teluk Lamong dari pelabuhan-pelabuhan yang sudah ada sebelumnya.

“Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi indikator-indikator kualitas layanan logistik dan merancang rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan

logistiknya,” tutur Isma, Mahasiswa Manajemen Bisnis 2014 yang mengambil konsentrasi Manajemen Operasional ini. Penelitian yang dilakukan Isma terbagi menjadi dua tahap, yang pertama yaitu tahap evaluasi kualitas layanan dan tahap kedua adalah perbaikan kualitas. Pada tahap pertama, indikator kualitas layanan logistik diidentifikasi dan dianalisis menggunakan metode Importance-Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan mengukur tingkat kepuasan konsumen atas masing-masing indikator. “Hasil dari Importance-Performance Analysis yang telah diuji tersebut menunjukkan bahwa terdapat 12 indikator dari total 23 indikator memiliki kualitas yang belum memuaskan,” jelas Isma.

Selanjutnya, tahap kedua yang digunakan Isma untuk mengembangkan rekomendasi perbaikan pelayanan adalah dengan melalui metode House of Quality (HOQ). Dari hasil metode House of Quality tersebut, didapatkan 14 upaya perusahaan yang dapat dilakukan dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ada. Pada akhirnya, dari tindakan perbaikan tersebut dilakukan pembobotan untuk mengetahui urutan-prioritasnya sebagai fokus perbaikan dalam meningkatkan kualitas layanan. **(bia/bob)**



PENGELOLAAN RISIKO PADA PERUSAHAAN BAJA PASURUAN

DHEA ELVIRA ROSA

Manajemen Bisnis 2014

Pembangunan industri nasional memiliki visi dan misi yang ditujukan untuk mendukung sektor pertahanan yaitu melalui pembangunan industri strategis. Dalam usaha memenuhi tujuan tersebut, perusahaan sebagai industri

strategis memerlukan kajian dalam hal peningkatan kinerja perusahaan, utamanya pada pengelolaan risiko rantai pasok dan pemilihan bahan baku proyek.

Pentingnya pengelolaan risiko ini

dikaitkan dengan tidak tepatnya realisasi pertumbuhan perusahaan yang telah direncanakan. Dhea Elfira Rossa, mahasiswi Manajemen Bisnis ITS, tertarik untuk menelaahnya lebih dalam untuk penelitian tugas akhirnya. Perempuan dengan panggilan Dhea ini menemukan suatu urgensi dalam pengelolaan risiko pada PT Bromo Steel di Pasuruan yang merupakan anak perusahaan PT Boma Bhisma Indra dalam proyek Fixed Power Plant Package 4 (PLTMG 4) milik PT PLN yang kemudian di subkontrak perusahaan ini. Dhea menjelaskan bahwa risiko terbesar perusahaan ada pada pemasok bahan baku utama yaitu pelat baja. “Perusahaan ini belum menerapkan manajemen risiko terstruktur sehingga risiko keterlambatan material akibat pemasok dapat dengan mudah terjadi tanpa disadari pihak perusahaan.” tambah mahasiswi angkatan 2014 ini. Menurut Dhea, proyek ini berperan penting dalam realisasi kinerja perusahaan terutama dalam pertumbuhan perusahaannya dan fakta bahwa proyek ini mengalami keterlambatan selama 3 bulan sejak Mei 2018 lalu membuatnya semakin tertarik dengan topik tersebut. Dhea pun menyusun strategi mitigasi risiko dengan pendekatan House of Risk (HOR) untuk menjadi pertimbangan perusahaan dalam mengatasi risiko keterlambatan yang terjadi. Penelitian data dengan pertimbangan khusus (*purposive sampling*) ini ditujukan untuk manajer serta staf divisi operasional dan pemasaran.

Perempuan yang lama menetap di Bojonegoro ini juga menjelaskan, “Analisis dari penelitian ini terfokus pada 4 kriteria yaitu harga, pengalaman, kualitas, dan pelayanan sebagai dasar dalam mengambil keputusan langkah mitigasi risiko”.

Hasil dari pengumpulan data diidentifikasi melalui pendekatan Supply Chain Operation Reference (SCOR) untuk kemudian diidentifikasi dan diberikan bobot oleh ahli dalam bidang industri terkait. Data yang telah diberi bobot kemudian dievaluasi dengan menggunakan Aggregate Risk Potential (ARP) dan menjadi data yang dimasukkan dalam HOR.

Sesuai dengan fokus penelitian pada pengelolaan risiko maka pada akhir analisis, kemudian dijelaskan mengenai 6 kategori yang menjadi penyelesaian risiko proyek yang meliputi: evaluasi pemilihan pemasok, peningkatan koordinasi eksternal maupun internal perusahaan, mempererat hubungan dan komunikasi, peninjauan kontrak, serta evaluasi kinerja pemasok.

“Hasil olahan data yang telah dijelaskan implikasi manajemennya berupa strategi mitigasi risiko atas permasalahan tersebut.” tutur perempuan kelahiran 11 Juni 1997 ini. Pada akhir wawancara, Dhea menambahkan harapannya melalui tugas akhirnya, “Saya harap kedepannya penelitian ini dapat difokuskan pada dua sisi, perusahaan dengan stakeholder maupun pemasok dengan perusahaan sehingga pengukuran dapat dilakukan dengan lebih meluas.” (*cis/bob*)

KOLABORASI PROMOSI, INSTAGRAM, DAN OFFICIAL ACCOUNT ITS

DIAJENG ELSA P.

Manajemen Bisnis 2014

Era digitalisasi kini telah merambah ke seluruh kegiatan manusia, baik dalam pekerjaan maupun kegiatan bersosialisasi. Di era ini, kegiatan bersosialisasi tidak hanya berupa interaksi langsung, interaksi jarak jauh melalui media sosial juga semakin sering dilakukan. Tersedia banyak jenis dan macam media sosial, salah satu platform yang memiliki fungsi utama sebagai tempat berbagi foto adalah Instagram.

Tidak hanya dimiliki oleh akun perseorangan, Instagram yang juga digunakan sebagai media berita maupun branding turut dimanfaatkan oleh institusi bisnis dan pemerintahan. Salah satunya akun resmi instagram ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember), tertarik akan penggunaan Instagram oleh ITS, Diajeng Elsa Pameilia mengulasnya dalam penelitian tugas akhirnya.

Dalam Proses penelitian, perempuan asal Sidoarjo ini melakukan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif untuk mengetahui sikap dan niat pengguna instagram terhadap akun resmi instagram ITS. Metode

penelitian kuantitatif menggunakan desain eksperimen, "Sejumlah empat eksperimen yang berbeda, dengan teknik pengambilan sampel secara 'cluster sampling' didapatkan sebanyak 440 hasil kuesioner yang kemudian dikurangi dengan sejumlah responden yang tidak mengikuti akun resmi instagram perguruan tinggi menjadi 327 responden. Responden adalah siswa/ siswi SMA kelas 3 yang berdomisili di Surabaya," ungkapnya.

Selain itu, data kualitatif juga diperoleh melalui wawancara, wawancara dilakukan terhadap enam narasumber yang hasilnya mendukung temuan data kuantitatif penelitian ini. Data kuantitatif selanjutnya diolah menggunakan Analysis of Variance (ANOVA), Analysis of Covariance (ANCOVA), dan simple linear regression untuk menguji hipotesis. Hasil temuan penelitian ini adalah dengan banyaknya jumlah followers Instagram ITS, adanya hashtag memengaruhi sikap dan niat untuk berpartisipasi (follow).

Juga didukung hasil manipulation check, kecenderungan responden memilih akun resmi sebuah institusi



dengan jumlah followers yang lebih tinggi dan adanya penggunaan hashtag menjadi kesimpulan yang kuat. “Jadi, dengan ada hashtag bisa dengan mudah untuk mencari konten dan akun yang relevan. Selain itu, berdasar teori OL (observational learning) jumlah followers yang tinggi dan hashtag memiliki nilai OL yang tinggi sekaligus cenderung memiliki sikap kredibel sehingga akun tersebut menarik untuk diikuti,” jelas Mahasiswi yang mengambil konsentrasi Manajemen Pemasaran ini.

Implikasi manajerial atau kebijakan yang dapat digunakan oleh ITS

adalah kolaborasi dengan akun-akun yang juga memiliki jumlah follower banyak dan masih dalam lingkup ITS, “Sangat perlu untuk menggandeng akun terkait seperti GERIGI ITS dan ILITS untuk membantu mempromosikan akun resmi ITS, dan juga harus ada hashtag yang konsisten yang jadi ciri khas,” pungkas Diajeng. **(lun/bob)**



TINGKATKAN KINERJA KARYAWAN LEWAT PELATIHAN

BOBBY HERI PUTRANTO

Manajemen Bisnis 2013

Dalam dunia bisnis masa kini, peran karyawan sangat berpengaruh pada keberlangsungan bisnis perusahaan, karyawan adalah aset terbesar dari sebuah perusahaan, proses bisnis tidak

akan berjalan dengan semestinya dan menghasilkan output apabila sumber daya manusianya tidak bekerja dengan maksimal. Ketercapaian ini dikenal dengan kinerja karyawan, dalam

kinerja karyawan sangat penting untuk kesuksesan sebuah perusahaan secara keseluruhan sehingga pemilik bisnis membutuhkan karyawan yang mampu menyelesaikan pekerjaan secara efektif. Para manajer perlu memahami manfaat utama dari kinerja karyawan sehingga mereka dapat mengembangkan metode yang konsisten dan obyektif untuk meningkatkan kinerja karyawan. Dalam implementasinya peningkatan kinerja karyawan dapat dicapai salah satunya dengan pelatihan karyawan, beberapa penelitian terdahulu telah banyak meneliti mengenai kebutuhan pelatihan karyawan, hal ini menarik Bobby Heri Putranto untuk meneliti lebih lanjut untuk tugas akhirnya. Memilih PT. Segar Murni Utama sebagai obyek penelitian, penelitian ini bertujuan untuk dapat menganalisis kebutuhan pelatihan yang ideal untuk karyawan PT. Segar Murni Utama yang merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2010. Bergerak dalam industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). terletak di kota Mojokerto, dengan menggunakan mesin teknologi Jerman sehingga menghasilkan air yang berkualitas.

Bobby melakukan pengambilan data dengan metode *offline survey* terhadap 100 orang karyawan PT. Segar Murni Utama di Mojokerto, lebih lanjut dalam teknik penyebaran kuisioner menggunakan metode *purposive sampling*, "Data yang saya peroleh dari 100 karyawan langsung saya temui di Mojokerto, terkait penentuan sampel dengan cara menetapkan ciri khusus

yang sesuai jadi tidak asal pilih orang," urai Bobby.

Mahasiswa yang mengambil konsentrasi sumber daya manusia ini, melakukan analisis deskriptif untuk dapat mengetahui demografi karyawan pada PT. Segar Murni Utama, selain itu *Training Needs Analysis* juga digunakan untuk dapat menganalisis kebutuhan pelatihan yang sesuai untuk perusahaan air minum ini. Penelitian ini diperlukan karena sesuai dengan salah satu misi perusahaan yaitu mengembangkan SDM dan manajemen yang profesional.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa karyawan dari PT. Segar Murni Utama membutuhkan pelatihan yang dapat membantu meningkatkan kualitas kompetensi dalam bekerja, "banyak dari sampel karyawan merasa kalau pelatihan yang diberikan perusahaan masih tergolong kurang, jadi idealnya jenis pelatihan *on the job training* sesuai dengan kebutuhan karyawan di PT. Segar Murni Utama ini, karena adanya proses terorganisasi untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan kebiasaan kerja dan sikap karyawan dalam kondisi pekerjaan yang sebenarnya, dibawah bimbingan dan pengawasan dari pegawai yang telah berpengalaman atau seorang *supervisor*." pungkas Bobby. **(lun/lys)**

UKUR PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI

GEILANO MANGERBANG

Manajemen Bisnis 2014

Perkembangan teknologi secara perlahan telah dan terus mengubah gaya hidup masyarakat. Saat ini hampir semua bidang kehidupan masyarakat telah disusupi teknologi, termasuk bisnis travel. Tak mengherankan jika semakin hari semakin banyak bermunculan perusahaan travel terdigitalisasi. Kian sengitnya persaingan dalam bisnis travel membutuhkan suatu metode pengiklanan yang efektif untuk dapat menguasai pasar. Geilano Mangerbang pun menguliknya lebih dalam pada skripsinya.

Pria yang akrab disapa Gelano ini pun menambatkan hati pada Traveloka sebagai obyek penelitian. Ia pun menyebutkan terdapat dua tujuan dalam topik skripsi ini, pertama adalah menganalisis efektivitas iklan Traveloka melalui online advertising serta mengukur pengaruh teknologi terhadap behavior intention konsumen terhadap produk Traveloka menggunakan metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).

Penyusunan skripsi diawali dengan diskusi dan konsultasi mengenai judul dan topik skripsi dengan dosen

pembimbing. Dilanjutkan dengan survei terhadap responden menggunakan metode Customer Response Index (CRI) yang terdiri dari lima tahapan, meliputi *exposure*, *awareness*, *comprehend*, *intention*, dan *action*) untuk mengetahui efektivitas iklan pada online advertising dan metode UTAUT untuk melihat pengaruh teknologi terhadap behavior intention, UTAUT tersusun dari empat indikator, yaitu *performances expectation*, *effort expectation*, *social influence*, serta *facilitating condition*.

Kedua metode tersebut dipilih karena memiliki indikator yang tepat sehingga data yang dihasilkan memiliki tingkat keakuratan yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan. Sesuai dengan pokok utama skripsi hasil dari metode CRI menunjukkan bahwa iklan Traveloka adalah iklan yang efektif dan strategi pengiklanan tersebut merupakan strategi yang tepat dengan nilai 78%. UTAUT juga menerangkan bahwa *performance expectation* dan *facilitating condition* (yang keduanya merupakan indikator tingkat kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan konsumen) memiliki pengaruh yang signifikan



terhadap *behavioral intention*. Dan juga, perusahaan terkait harus terus berusaha untuk meningkatkan pelayanannya agar bisa terus *mem-back-up demand*.

Terakhir, memperkaya pengetahuan, memperkuat mental, dan menjadi lebih siap *struggle* dalam menghadapi hidup adalah secuil dari sekian banyak pelajaran yang Gelano dapatkan selama proses kuliah hingga penyusunan skripsi. 'Ada banyak hal baru yang akan memberikan banyak pengalaman tak terlupakan,' kenangnya. **(aka/lys)**

MANAJEMEN BISNIS FESTIVAL

Think **Youth**, Think **Innovative**!





Manifest, merupakan akronim dari Manajemen Bisnis Festival. Manifest sekaligus mewakili arti dari buah pikir yang segera diwujudkan, selayaknya sebuah bisnis dirintis. Sebagai kampus yang membawa keprofesian bisnis, Manajemen Bisnis ITS berinisiatif untuk mewadahi para calon pebisnis muda di Indonesia. Yang mana, Inisiatif tersebut berupa *business plan competition* sebagai langkah awal merintis bisnis untuk para pelajar SMA/K sederajat. Berawal dari inisiatif 4 tahun silam, Manifest sudah banyak menaungi ide para pebisnis muda, yaitu kalangan pelajar SMA/K sederajat. Wadah yang dibuat diharapkan akan menjadi poros perkembangan para pebisnis di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sekaligus visi misi himpunan Manajemen Bisnis ITS, BMSA, yaitu menjadi *role model* organisasi kemahasiswaan berbasis

bisnis di Indonesia. Manifest selalu menghadirkan tema yang berbeda setiap periodenya, dengan maksud melakukan ekspansi terhadap wadah bisnis. Pada Manifest lalu, bertemakan “enviropreneur”, bermaksud untuk menaungi ide bisnis yang juga memperdulikan atau mengadopsi nilai tambah lewat kepedulian lingkungan. Dalam menyalurkan ide mereka, Manifest berusaha memfasilitasi berbagai keterampilan merancang bisnis dalam waktu yang terbatas. Di mulai dari bagaimana rancangan awal yang berupa abstraksi, dirancang menjadi kerangka *business plan* sederhana, simulasi kasus bisnis dalam realita, hingga presentasi secara keseluruhan *business plan* agar dapat diterima di masyarakat luas terlebih para donatur usaha. Kemeriahan dan antusiasme tidak hanya dapat dirasakan oleh peserta Manifest, melainkan juga para



Suasana closing
4th Manifest yang
dilaksanakan pada 16
Maret 2018.



simpatisan closing Manifest: “enviropreneur”. Sejak dilaksanakan empat tahun silam, animo Manifest akhirnya dapat dirasakan masyarakat sekitar Surabaya. Menghadirkan closing nan meriah, Manifest dianggap berhasil menciptakan pasar hiburan baru di kalangan masyarakat Surabaya.

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dipungkiri keberadaanya. Eksistensi teknologi seakan menembus pasar manapun, dari kalangan menengah atas bahkan sampai menengah ke bawah. Seiring dengan perkembangan tersebut, menjadi sebuah tanggung jawab untuk tetap menjaga unsur nilai sosial dan berbudaya di dalamnya. , nilai sosial dan budaya adalah unsur kehidupan yang tidak dapat dihilangkan begitu saja. Akulturasi antara budaya dengan teknologi sudah seharusnya dilakukan. Oleh karena itu, Manifest 5th kini hadir dengan tema: “technoculture” untuk menerima peluang dari masalah akulturasi budaya dan teknologi. Berbagai ide startup dengan add value digitalisasi berbagai kegiatan berbudaya transaksi atau kegiatan bisnis lainnya dinaungi oleh Manifest 5th. Manifest: “technoculture” sedang dalam pencarian untuk menjawab peluang akulturasi tersebut, apakah anda orang yang kami cari? (Jer)

**Every Idea
Has The
Potential
To Be Real**

IMPROVE

Inkubator Bisnis Manajemen Bisnis

IMPROVE hadir sebagai ruang pengembangan bisnis Mahasiswa Departemen Manajemen Bisnis yang terbentuk untuk mendukung kegiatan berwirausaha. Improve itu sendiri terbentuk pada tanggal 28 oktober 2017 yang diresmikan oleh dekan FBMT bapak Udi soebakti, visi dari IMPROVE "Creating Future Business Leader". Dalam beberapa waktu kedepan IMPROVE akan berfokus dalam menciptakan ekosistem bisnis yang terasa di departemen Manajemen Bisnis. Oleh karena itu IMPROVE memiliki kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan ekosistem bisnis di lingkungan Manajemen Bisnis ITS. Dengan melaksanakan seminar serta pelatihan yang melibatkan ahli dibidangnya sebagai tambahan bekal para wirausahawan muda serta melakukan agenda rutin yaitu diskusi mengenai perkembangan dunia bisnis. Program – program yang ada di IMPROVE yaitu 1. I-CON = investasi corner, IMPROVE mempunyai divisi bisnis yang akan bekerja sama dengan komunitas trading saham baik yang ada di ITS ataupun yang berasal dari luar ITS yang sudah memiliki pengalaman dalam dunia investasi. Untuk kegiatan trading kami memanfaatkan aplikasi virtual trading yang ada di Stockbit. 2. 101 Worshop = 101 workshop

hadir dalam bentuk workshop yang membahas mengenai kemampuan hardskill yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan bisnis beserta penerapannya. 3. Sharing Session wirh Expert = Bentuk kegiatan Sharing Session with Expert yaitu membawa pembicara yang merupakan praktisi. Membahas tentang topik bisnis global yang dipandu oleh moderator dan keynote speaker. Terdapat juga sesi tanya jawab yang melibatkan peserta. Kegiatan IMPROVE yang lain adalah STARTUP MEETUP, dalam kegiatan tersebut kami berkolaborasi dengan IKA ITS PW JATIM, IDSF (Indonesian startup founders), Inkubator Industri ITS yang sudah berlangsung pada tanggal 2 September 2018. Kegiatan tersebut terdiri dari 3 kegiatan utama (business exhibition, business talkshow, business pitch).





GALERI WISUDA 117

Beberapa Senyuman yang
Selalu Membahagiakan



