



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
PROGRAM STUDI
MANAJEMEN - AKUNTANSI - PERBANKAN SYARIAH
TERAKREDITASI - A

PROSIDING
SEMINAR & CALL FOR PAPER INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN (INOBIIS) 2018



PROSIDING

SEMINAR & CALL FOR PAPER

INOVASI BISNIS & MANAJEMEN 2018

*"Perkembangan Bisnis dan Manajemen
di Era Teknologi 4.0"*

03 MEI 2018
Hall Abdurrahman Wahid
Gedung Ali bin Abi Thalib L17 Pascasarjana
Universitas Islam Malang

BPFE
UNISMA

Jl. Mayor Haryono 193 Malang 65144 Jawa Timur
Telp. (0341) 502386 Fax. (0341) 582386 552249
Ema : bpfe.unisma@gmail.com
website : www.fe.unisma.ac.id, www.unisma.ac.id

ISBN : 978-979-3490-78-6



FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG



FORUM
INOVASI BISNIS
DAN MANAJEMEN

FMI FORUM
MANAJEMEN
INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH JAWA TIMUR

PROSEDING

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN (INOBIS) 2018 “PERKEMBANGAN BISNIS DAN MANAJEMEN DI ERA TEKNOOGI 4.0”

Tim Editor:

Nur Diana SE, MSi.

T. Aria Auliandri, SE. MSc.

Andhy Setyawan, SSi. MSc.

Syaifuddin Fahmi, SSos. SE. MM.

Ronny Malavia Mardani, SE. MM.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Islam Malang (UNISMA)

Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBIS)

Asosiasi Forum Manajemen Indonesia (FMI) Koordinator Wilayah Jawa Timur

Mei 2018

REVIEWER INOBIS 2018 MALANG

- Nur Diana SE, MSi (Universitas Islam Malang)
- Dr. Fatchur Rohman, SE. MSi. (Universitas Brawijaya Malang)
- Dr. Aris Armuninggar (Universitas Airlangga)
- Dr. Tri Siwi Agustina (Universitas Airlangga)
- Syaifuddin Fahmi, SSos. SE. MM (STIE Kertanegara Malang)
- Ronny Malavia Mardani, SE. MM. (Universitas Islam Malang)
- Utik Bidayati, SE. MM (Universitas Ahmad Dahlan Jogjakarta)
- Muhammad Sabir Mustafa, SE. MSi. (Universitas Ichsan Gorontalo)
- Andhy Setyawan, SSi. MSc. (Universitas Surabaya)
- Moh. Agus Salim Monoarfa, SE. MM (Universitas Negeri Gorontalo)
- Tifa Noer Amalia, SE. MAcc. (Perbanas Institute Jakarta)
- Murtianingsih, SE. MM. (STIE ASIA Malang)
- Fani Firmansyah, SE. MM (Universitas Islam Negeri Malang)
- Aditya Budi K, STP. MBA. (STIE Jayanegara Malang)
- T. Aria Auliandri, SE. MSc. (Universitas Airlangga)

PANITIA INOBIS 2018 MALANG

TIM PENGARAH

1. Nur Diana, SE. MSi. (Dekan – Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang – UNISMA)
2. T. Aria Auliandri, SE. MSc. (Ketua – Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen – INOBIS)
3. Dr. Indrianawati, SE. MSc. (Ketua Wilayah Jawa Timur – Forum Manajemen Indonesia – FMI)

TIM PELAKSANA

1. **Ketua** : Syaifuddin Fahmi, SSos. SE. MM (STIE Kertanegara Malang)
2. **Wakil Ketua** : Afifudin SE, MSA. (Universitas Islam Malang)
3. **Sekretaris** : Ronny Malavia Mardani, SE. MM. (Universitas Islam Malang)
4. **Bendahara** : Utik Bidayati, SE. MM (Universitas Ahmad Dahlan Jogjakarta)
M. Cholid Mawardi SE, MM (Universitas Islam Malang)

5. Divisi Aktivitas Seminar

- Muhammad Sabir Mustafa, SE. MSi. (Universitas Ichsan Gorontalo)
- Rahmawati SE, MM (Universitas Islam Malang)
- N. Rachma SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Fahrurrozi Rahman SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Ahmad Subhan Mahardhani SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Fauziah SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Dita Rosmella SE, MM (Universitas Islam Malang)

6. Divisi Aktivitas Call for Papers

- Andhy Setyawan, SSi. MSc. (Universitas Surabaya)
- Moh. Agus Salim Monoarfa, SE. MM (Universitas Negeri Gorontalo)
- Rois Arfin, SE. MM. (Universitas Islam Malang)
- Moh. Rizal SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Ridwan Basalamah SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Alfiyan Budi Primanto Ssos, MBA (Universitas Islam Malang)

7. Divisi Sekretariat dan Acara

- Dr. Pardiman SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Tifa Noer Amalia, SE. MAcc. (Perbanas Institute Jakarta)
- Murtianingsih, SE. MM. (STIE ASIA Malang)
- Satria Putra Utama SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Khalikussabir SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Arini Puspita SE, MM (Universitas Islam Malang)

8. Divisi Perlengkapan

- Fani Firmansyah, SE. MM (Universitas Islam Negeri Malang)
- Aditya Budi K, STP. MBA. (STIE Jayanegara Malang)
- Budi Wahono SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Afi Rahmad Slamet SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Sulton Sholehuddin SE, MM (Universitas Islam Malang)
- Tody Arsiyanto SE, MM (Universitas Islam Malang)



Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Selamat pagi dan salam sejahtera bagi kita semua

Bapak dan Ibu yang saya hormati.

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga kita di sini bersama-sama mengikuti acara Seminar dan Call for Papers Inovasi dan Bisnis Manajemen dengan tema: “ **Perkembangan Bisnis dan Manajemen di era Teknologi 4.0**”.

Era Revolusi Industri 4.0 saat ini telah menciptakan persaingan global yang semakin ketat di tengah derasnya perkembangan Ilmu pengetahuan dan teknologi informasi khususnya dibidang bisnis dan manajemen. Hal ini mengubah perilaku dan preferensi bisnis yang menuntut kreativitas dan inovasi tanpa batas untuk melahirkan invensi dan inovasi dengan memperkuat riset dan mutu pendidikan tinggi. Sebagai bagian dari Pendidikan tinggi, kita harus sadar untuk meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia melalui penguatan dan inovasi riset bidang manajemen dan bisnis yang saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Atas dasar hal tersebut dan dalam rangka Dies Natalis FEB UNISMA yang ke 37 maka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang bekerjasama dengan Forum INOBIS dan Forum Manajemen Indonesia (FMI) Wilayah Jawa Timur menyelenggarakan Seminar dan Call for Papers Inovasi dan Bisnis Manajemen dengan tema: “ **Perkembangan Bisnis dan Manajemen di era Teknologi 4.0**. Kegiatan ini merupakan ajang pertukaran informasi, hasil riset dan platform untuk mengumpulkan dan menyebarkan pengetahuan terkini dalam bidang manajemen dan bisnis.

Kami mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada : Ketua Forum INOBIS dan Ketua Forum Manajemen Indonesia (FMI) Wilayah Jawa Timur, Speaker dalam seminar ini yaitu Ibu Dr. Indrianawati dan Dr. Putu Anom Mahadwartha serta para presenter dan partisipan dalam seminar ini. Kami mohon maaf apabila dalam kegiatan seminar dan Call for paper terdapat kekurangan.

Akhir kata, kami ucapkan selamat datang dan selamat mengikuti seminar serta rangkaian kegiatan pendukungnya. Semoga apa yang kita lakukan hari ini bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan bidang bisnis dan manajemen di masa depan. Amin ya rabbal 'alamin

Terima kasih atas perhatiannya

Wassalamualaikum Wr. Wb

Nur Diana SE, MSi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang



Kata Pengantar

Seminar dan Call for Paper INOBIS 2018 ini merupakan penegasan atas komitmen Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBIS) dalam memfasilitasi pertukaran ide serta kolaborasi antara akademisi dan peneliti manajemen, untuk bekerjasama mendekonstruksi tantangan- tantangan manajemen.

Pada tahun 2018 ini, seminar INOBIS diselenggarakan di Malang dan bertindak sebagai penyelenggara adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang (UNISMA). Panitia telah menerima beragam karya ilmiah dari perwakilan universitas-universitas di seluruh Indonesia, untuk dapat dipresentasikan pada sesi Call for paper, yang terbagi pada beberapa konsentrasi riset manajemen yaitu: Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Operasional dan Manajemen Umum.

Apresiasi dan terima kasih saya sampaikan kepada Tim Panitia dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Islam Malang (FEB - UNISMA) yang telah mempersiapkan segala sesuatunya dengan baik sehingga aktivitas Seminar dan Call for Paper INOBIS 2018 ini bisa berjalan dengan sukses.

Akhir kata, saya ucapkan selamat datang di acara Seminar dan Call for Paper INOBIS 2018 di Malang. Harapan saya semoga kekompakan kita dalam mengembangkan keilmuan dan praktik manajemen akan semakin menguat di masa mendatang, sehingga bisa beradaptasi menghadapi beragam gelombang perubahan.

Salam,

T. Aria Auliandri, SE. MSc.

Ketua

Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen - INOBIS

DAFTAR ISI

Cover	i
Daftar Reviewer INOBIS 2018	ii
Panitia Pelaksana INOBIS 2018	iii
Kata Sambutan - Dekan FEB Universitas Islam Malang (UNISMA)	iv
Kata Pengantar - Ketua Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBIS)	v
Daftar Isi	vi
Jadwal Acara INOBIS 2018	vii
Jadwal Presentasi Call for Papers INOBIS 2018	xii

No	ID	Judul	Author 1	Author 2	Author 3	Author 4	Hal.
1	FIN 1	ANALISIS DU PONT SYSTEM UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Property & Real Estate LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015)	Sri Dwiningsih				2
2	FIN 16	Kajian Pembuat Bukti Potong Pajak atas Pembayaran dengan Mekanisme Langsung	Mila Mumpuni				2
3	FIN 29	PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN DAN IMPULSIVE BUYING WANITA MUSLIM SURABAYA	Dewi Ayu Wulandari	Elfira Maya Adiba			3
4	FIN 41	PENILAIAN TINGKAT KESEHATAN BANK DENGAN PENDEKATAN RISK BASED BANK RATING PADA PT. BRI (PERSERO) TBK	Ovirani Matria	Ni Putu Ayu Darmayanti			3
5	FIN 43	MEMPERKIRAKAN RISIKO KREDIT PERUSAHAAN DENGAN RATING RENDAH MENGGUNAKAN MODEL DISKRIMINAN DAN MODEL PROBABILITAS LOGIT	Nyoman Triaryati	Anak Agung Gede Suarjaya			4
6	FIN 47	PENGARUH RISIKO KREDIT DAN EFISIENSI OPERASIONAL TERHADAP KINERJA BPR KONVENSIONAL	Misti Hariasih	Rizal Yulianto	Amrin Hidayat		4
7	FIN 50	KORELASI ROE , ROI DENGAN RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2012-2016	Wahyuning sih	Khairil Wijanarko	Dresthia Yusuf Kalpika	Rani Widhiyawati	5
8	FIN 53	PENINGKATAN DAYA SAING PERBANKAN MELALUI EFISIENSI BIAYA DENGAN METODE STOCHASTIC FRONTIER APPROACH	Sholikha Oktavi Khalifaturofi 'ah				5
9	FIN 55	Analisis Pengaruh Modal Manusia, Modal Pelanggan, Modal Struktural terhadap Kinerja Usaha Ekonomi Kelurahan Simpan Pinjam di Pekanbaru	Bambang Supeno				6
10	FIN 63	REAKSI PASAR MODAL DAN PASAR UANG DUNIA TERHADAP PEMILIHAN PRESIDEN AMERIKA SERIKAT 2016 (Studi Pada 8 Pasar Saham Dunia dan 14 Kurs Mata Uang Teraktif)	Meina Wulansari Yusniar	Sufi Jikrillah			6
11	FIN 73	PENGARUH MEKANISME GCG, KEBIJAKAN INVESTASI DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH KEBIJAKAN PENDANAAN	Rusdayanti Asma	Redawati			7
12	FIN 75	ANALISIS KONTRIBUSI PBB-P2 TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA KEDIRI KARENA PENERAPAN UU NO 28 TAHUN 2009	Zulistiani	Gesty Ernestivita	Ema Nurzainul Hakimah		7

No	ID	Judul	Author 1	Author 2	Author 3	Author 4	Hal.
13	FIN 100	Model Standar Operasional Prosedur Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Dengan Economic Entity Concept	Agus Rahman Alamsyah				8
14	MAR 3	Cooperative Development Strategy In Efforts To Increase Competitiveness In Karawang Regency (Case Study On Group of Non-Employee Cooperatives in Karawang Regency)	Siti Nurdinasari	Puji Isyanto			10
15	MAR 5	Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Pembentukan Kesetiaan Merek (Studi Pada Pengguna Aplikasi Line Today)	Yonatan Widiyanto	Febriansyah			10
16	MAR 10	Identifikasi Budaya Organisasi Dan Keterampilan Manajemen Untuk Memelihara Eksistensi Usaha Kreatif Batik Jambi Di Kota Jambi	Dwi Kurniawan	Sumarni			11
17	MAR 11	PENGARUH LIFESTYLE, EFEK KOMUNITAS DAN FITUR PRODUK TERHADAP BRAND SWITCHING WARUNG INTERNET KE WIFI ID CORNER (Studi pada Wifi Id Corner di Denpasar)	I Putu Wimahayana Adnyana	Ni Ketut Seminari			11
18	MAR 12	EVALUASI KEBUTUHAN UNIT FILLING MACHINE LPG KEMASAN TABUNG 3 KG: STUDI KASUS PADA DEPOT LPG X	Ratna Mentari	Andian Ari Istiningrum			12
19	MAR 14	Analisis Kebutuhan Wisatawan untuk Mengembangkan Decision Support System dalam Pengelolaan Tujuan Wisata untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif	Dini Arwati	Dini Verdania Latif			12
20	MAR 15	Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality), Penghargaan (Reward) dan Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Capaian Kinerja Lembaga (Studi Empiris di Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau)	Sudarno	Hasmuri			13
21	MAR 19	PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION	Made Ayu Swari Oktarini	I Made Wardana			13
22	MAR 24	PERAN MEDIASI E-SATISFACTION PADA PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY SITUS ONLINE TRAVEL DI BALI	I Wayan Santika	Komang Agus Satria Pramudana			14
23	MAR 25	ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PROSES PRODUKSI PIE SUSU PADA PERUSAHAAN PIE SUSU DI KOTA DENPASAR	Ni Kadek Ratna Sari	Ni Ketut Purnawati			14
24	MAR 32	PERAN KENIKMATAN BERBELANJA DALAM MEMEDIASI KEPRIBADIAN TERHADAP IMPULSE BUYING	Adelia Christina Purnasari	Ni Made Rastini			15
25	MAR 35	Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Attitude terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya	Elfira Maya Adiba	Dewi Ayu Wulandari			15
26	MAR 42	EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PERIZINAN DI KOTA BANDUNG	Joeliaty	Yevis Marty Oesman			16
27	MAR 44	Analisis Pengaruh Dimensi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda (Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Riau)	Helwen Heri	Saut Maruba Sihombing			16

No	ID	Judul	Author 1	Author 2	Author 3	Author 4	Hal.
28	MAR 48	Peran Mediasi Pemasaran Hijau Pada Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Repurchase Intension Pada Garden Villa Seminyak Bali	Gilang Dwi Arta	Ni Made Purnami			17
29	MAR 54	KEUNGGULAN MANAJEMEN TRADISIONAL DI ERA GLOBAL PENGRAJIN TENUN ATBM KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	N.N. Kurniyati	K.S. Utami	I.M. Sukanadi		17
30	MAR 59	PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP KEPUASAN, KOMITMEN, DAN LOYALITAS NASABAH INTERNET BANKING DI KOTA DENPASAR	I Made Stevana Adi Santhika Sudirman	I Gusti Agung Ketut Gede Suasana			18
31	MAR 61	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA DAN KUALITAS HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL PURNAMA DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN	Dyah Sawitri	Wisma Miftahur Rozi	Gendut Budi Wahyono	Eko Budi Siswandoyo	18
32	MAR 64	PERAN INOVASI PRODUK MEMEDIASI ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UKM KERAJINAN ENDEK DI KABUPATEN KLUNGKUNG	Made Amilia Laksmi Putri	Ni Nyoman Kerti Yasa	I G. A. Ketut Giantari		19
33	MAR 67	"KEDIRI THE SERVICE CITY" SEBAGAI INOVASI PELAYANAN PUBLIK DI KOTA KEDIRI	Rino Sardanto	Restin Meilina	Basthoumi Muslih		19
34	MAR 68	MOBILE DISPLAY ADVERTISING "PENGARUH AKTIFITAS BROWSING, FLOW, DAN KEPERCAYAAN ONLINE TERHADAP NIAT PEMBELIAN BARANG-BARANG TERBARU DI INSTAGRAM" (Studi Pada Follower Akun Instagram Kategori Produk Fashion, Gadget, dan Kuliner di Surabaya)	Jiwangga Hadi Nata	Sukaris			20
35	MAR 70	Kajian Ekuitas Merek dalam Meningkatkan Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Alam dan Budaya di Kabupaten Karawang	Terra Saptina Maulani	Mohamad Hadi Prasetyo			20
36	MAR 71	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE (GRAB) DI MALANG	Ratna Tri Hardaningtyas				21
37	MAR 72	FAKTOR KONTEKSTUAL, BRAND SWITCHING, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OPERATOR SELULER DI KOTA DENPASAR	I Made Oka Santika	I Nyoman Nurcaya			21
38	MAR 76	The effect of firm created content and user generated content evaluation on customer-based brand equity	Vinna Hermaren	Adrian Achyar			22
39	MAR 77	ANALISIS PENGARUH POSITIONING PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Civitas Akademika di Universitas Kahuripan Kediri dan Universitas Islam Kediri)	Muhammad Tody Arsyanto	Rahmawati			22
40	MAR 79	The Effect of Spectator-Based Brand Equity on Behavioral Intentions in Football Club	Muhammad Naufal Makarim				23
41	MAR 82	STUDI BRAND SWITCHING BEHAVIOR DARI TAXI METER KONVENSIIONAL KE TAXI ONLINE	Arief Bowo Prayoga Kasmoo	Riska Jayanti			23
42	MAR 85	Pengaruh Promosi dan Brand Repositioning Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kopi Singa (Survei Pada Pelanggan Kopi Singa di PT Puji Surya Indah Bandung)	Henny Utarsih	Rizka Hernawati			24

No	ID	Judul	Author 1	Author 2	Author 3	Author 4	Hal.
43	MAR 89	DIFFERENT BUYING BEHAVIOR TOWARD STREET FOOD BASED ON PRODUCT TYPE (TRADITIONAL VS MODERN STREET FOOD)	Budhi Haryanto	Djoko Purwanto	Dewi Aminah	Edi Cahyono	24
44	MAR 90	BAGAIMANA LOYALITAS TERHADAP HEWLETT PACKARD DI INDONESIA DIBENTUK?	Mursid Dwi Hastomo	Budhi Haryanto	Didik Setyawan		25
45	MAR 91	KUALITAS E-SERVICE DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PENGGUNA WEBSITE PENDAFTARAN ONLINE RSUD Dr. MOEWARDI DENGAN PERSEPSI NILAI SEBAGAI VARIABEL MODERASI	Anggraeni Dewi Risma Handayani	Didik Setyawan	Waluyo Budi Atmoko		25
46	MAR 99	Alasan Siswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta (Survei terhadap Perilaku Siswa dalam memilih Politeknik Manufaktur di Ceper-Klaten)	Tri Daryanto	Budhi Haryanto			26
47	MAR 57	Model 3 C (Connect – Collaborate – Commerce) dalam Mendukung program Kemitraan Strategis Pemda Jawa Barat dengan Komunitas Kreatif	Imas Soemaryani	Ferry Hadiyanto	Hilmiana		26
48	MAR 74	Persepsi Stakeholder dan Pemetaan Potensi Ekonomi Kreatif di Kota Bandung	Hilmiana	Imas Soemaryani	Joeliaty	Kurniawan Saefullah	27
49	MAR 104	A CONCEPTUAL PAPER ON HOW TO MARKET A BEACH AS TOURIST DESTINATION	Kurniawati Darmaningrum	Budhi Haryanto			27
50	MAR 105	Apakah Kepribadian Konsumen (The Big-five Personality) Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Halal? (Studi Konseptual)	Solikhah	Budhi Haryanto			28
51	SDM 4	STRATEGI MENINGKATKAN PRESTASI KERJA GURU BERDASARKAN MOTIVASI, KOMPENSASI, STRES KERJA, DAN KEPEMIMPINAN	Tegowati	Nenny Syahrenny	Winatin Khamimah	Mega Arisia Dewi	30
52	SDM 21	Peran Stress Kerja Pada Hubungan Persepsi Konflik Keluarga – Pekerjaan dengan Kepuasan Kerja	I Gusti Ayu Ari Warmadewi	Putu saroyini Piartrini			30
53	SDM 33	PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI, DAN ORIENTASI STRATEGIS TERHADAP KINERJA ORGANISASI MELALUI PERAN MEDIASI KNOWLEDGE MANAGEMENT (STUDI PADA PDAM DI NUSA TENGGARA BARAT)	Hermanto				31
54	SDM 40	Pengaruh Gender dan Pemberdayaan Pada Kinerja Pengelola Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kabupaten Gianyar	Ayu Desi Indrawati	Desak Ketut Sintaasih			31
55	SDM 45	KOMPETENSI SEBAGAI DETERMINAN KINERJA PEGAWAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI	Wa Ode Zusnita Muizu	Andhita Titisari	Umi Kaltum		32
56	SDM 46	PERAN KNOWLEDGE SHARING TERHADAP KINERJA PEGAWAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI	Wa Ode Zusnita Muizu	Andhita Titisari	Ernie T. Sule		32
57	SDM 49	METAMORFOSIS PERSEPSI DAN SIKAP MAHASISWA MANAJEMEN ATAS PEMBELAJARAN PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tingkat 4 UNPGRI Kediri)	Diah Ayu Septi Fauji				33

No	ID	Judul	Author 1	Author 2	Author 3	Author 4	Hal.
58	SDM 51	THE IMPACT OF UNIVERSITY'S PROGRAMS TOWARD ALUMNI PERCEIVED DEVELOPMENT (A Case Study in International Program, Faculty of Economics, Islamic University of Indonesia)	Anas Hidayat	Jaya Addin Linando	Sri Rejeki Ekasasi		33
59	SDM 58	PEMILICU KINERJA KARYAWAN PERBANKAN MELALUI PENGUATAN KNOWLEDGE MANAGEMENT DAN BUDAYA KERJA	Gendut Sukarno	Kustini			34
60	SDM 60	PENGEMBANGAN KOMPETENSI UMKM DENGAN PEMBELAJARAN ORGANISASI	Andi Hendrawan	Aneu Yuliane	Hari Sucahyawati	Indriyani	34
61	SDM 66	PENGARUH PEMBERDAYAAN, PERILAKU INOVATIF, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN BUMBU BALI RESTORAN TANJUNG BENOA BADUNG, BALI	A.A. Sagung Diah Istri Pramayani	I Gusti Ayu Dewi Adnyani			35
62	SDM 80	ANTESEDEN PEMBERDAYAAN DAN PENGARUHNIA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PDAM DI SAMARINDA DAN KUTAI KARTANEGARA	Dirga Lestari	Siti Maria			35
63	SDM 6	ANALISIS TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT KAMPUNG SASIRANGAN TERHADAP PENGEMBANGAN EKOWISATA DI KAWASAN BANTARAN SUNGAI MARTAPURA	Maya Sari Dewi	Muhammad Ziyad	M. Zainal Abidin		36
64	SDM 103	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA DAN KONSEKUENSINYA	Amananda Susena	Mugi Harsono			36
65	KWU 13	PERAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM MEMEDIASI ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DENGAN KINERJA UKM	Nyoman Gede Aditya Jay Medhika	I Gusti Ayu Ketut Gintari	Ni Nyoman Kerti Yasa		38
66	KWU 17	INOVASI DISRUPTIF: TANTANGAN DAN PELUANG BAGI UKM	Nurhajati	N. Rachma	Rio Era Deka	Erizaldy Azwar	38
67	KWU 18	POLA KEWIRAUSAHAAN PELAKU USAHA KECIL PERAJIN TENUN LURIK ATBM GUNA Mendukung Daya Saing Di Kabupaten Sleman	Kristiana Sri Utami	Nany Noor Kurniyati	I Made Sukanadi		39
68	KWU 26	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)	Maria Endang Jamu				39
69	KWU 69	Tinjauan Empiris Tentang Orientasi Kewirausahaan Bagi Pengusaha Perempuan Di Kota Malang	Rois Arifin	Hadi Sunaryo			40
70	KWU 78	ANALISIS PEMBERDAYAAN UMKM DAN Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global	Kristina Sedyastuti				40

JADWAL ACARA
SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER
INOBIS 2018

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi : Universitas Islam Malang – Gedung Pasca Sarjana – Lantai 7

Waktu	Kegiatan
08.00	Registrasi Peserta
08.30 – 09.00	Opening Ceremony <ul style="list-style-type: none">• Sambutan Ketua Panitia INOBIS 2018• Sambutan Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang• Sambutan dan Pembukaan oleh Rektor, Universitas Islam Malang
09.00 – 11.30	Keynote Speech <ul style="list-style-type: none">• Dr. Indrianawati (KPS S3 Manajemen, Universitas Airlangga)<ul style="list-style-type: none">○ Perkembangan Bisnis dan Manajemen di Era Teknologi 4.0• Dr. Putu Anom Mahadwartha (KPS S2 Magister Manajemen, Universitas Surabaya)<ul style="list-style-type: none">○ Sharing Session Strategi Publikasi Jurnal Ilmiah dengan Topik Bisnis dan Manajemen
11.30 – 12.30	Istirahat dan Makan Siang
12.30 – 15.30	Presentasi Call for Papers
15.30 – 16.00	Closing Ceremony <ul style="list-style-type: none">• Sambutan dan Penutupan oleh Ketua INOBIS• Penyerahan Award Best Papers
16.00 – 17.00	Kunjungan ke UKM Produsen Keramik di Malang
17.00	Acara Selesai

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPERS

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi: Universitas Islam Malang - Gedung Pasca Sarjana - Lantai 6 - Ruang 01

Session Chair :

Moh. Agus Salim Monoarfa, SE. MM (Universitas Negeri Gorontalo)

Ayub Wijayati Sapta P., SE., M.Si (Universitas Islam Malang)

Info	No	ID	Judul	Presenter	Universitas / Organisasi
Sesi A ; Jam 1230 - 1530	1	FIN 1	ANALISIS DU PONT SYSTEM UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Property & Real Estate LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015)	Sri Dwiningsih	SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KERTANEGARA MALANG (STIEKMA)
	2	FIN 16	Kajian Pembuat Bukti Potong Pajak atas Pembayaran dengan Mekanisme Langsung	Mila Mumpuni	Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan, Kementerian Keuangan
	3	FIN 29	PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN DAN IMPULSIVE BUYING WANITA MUSLIM SURABAYA	Dewi Ayu Wulandari	STIE Perbanas Surabaya
	4	FIN 41	PENILAIAN TINGKAT KESEHATAN BANK DENGAN PENDEKATAN RISK BASED BANK RATING PADA PT. BRI (PERSERO) TBK	Ni Putu Ayu Darmayanti	Universitas Udayana
	5	FIN 43	MEMPERKIRAKAN RISIKO KREDIT PERUSAHAAN DENGAN RATING RENDAH MENGGUNAKAN MODEL DISKRIMINAN DAN MODEL PROBABILITAS LOGIT	Nyoman Triaryati	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	6	FIN 47	PENGARUH RISIKO KREDIT DAN EFISIENSI OPERASIONAL TERHADAP KINERJA BPR KONVENSIONAL	Misti Hariasih	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
	7	FIN 50	KORELASI ROE , ROI DENGAN RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2012-2016	Wahyuningsih	Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya
	8	FIN 53	PENINGKATAN DAYA SAING PERBANKAN MELALUI EFISIENSI BIAYA DENGAN METODE STOCHASTIC FRONTIER APPROACH	Sholikha Oktavi Khalifaturofi'ah	STIE Perbanas Surabaya
	9	FIN 55	Analisis Pengaruh Modal Manusia, Modal Pelanggan, Modal Struktural terhadap Kinerja Usaha Ekonomi Kelurahan Simpan Pinjam di Pekanbaru	Bambang Supeno	Universitas Lancang Kuning Pekanbaru
	10	FIN 63	REAKSI PASAR MODAL DAN PASAR UANG DUNIA TERHADAP PEMILIHAN PRESIDEN AMERIKA SERIKAT 2016 (Studi Pada 8 Pasar Saham Dunia dan 14 Kurs Mata Uang Teraktif)	Meina Wulansari Yusniar	Universitas Lambung Mangkurat
	11	FIN 73	PENGARUH MEKANISME GCG, KEBIJAKAN INVESTASI DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH KEBIJAKAN PENDANAAN	Redawati	Universitas Lambung Mangkurat
	12	FIN 75	ANALISIS KONTRIBUSI PBB-P2 TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA KEDIRI KARENA PENERAPAN UU NO 28 TAHUN 2009	Zulistiani	Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPERS

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi: Universitas Islam Malang - Gedung Pasca Sarjana - Lantai 6 - Ruang 02

Session Chair :

Andhy Setyawan, SSI. MSc. (Universitas Surabaya)

Fahrurrozi Rahman, SE., MM. (Universitas Islam Malang)

Info	No	ID	Judul	Presenter	Universitas / Organisasi
Sesi B ; Jam 1230 - 1530	13	MAR 3	Cooperative Development Strategy In Efforts To Increase Competitiveness In Karawang Regency (Case Study On Group of Non-Employee Cooperatives in Karawang Regency)	Siti Nurdinasari	Singaperbangsa Karawang University
	14	MAR 5	Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Pembentukan Kesetiaan Merek (Studi Pada Pengguna Aplikasi Line Today)	Febriansyah	Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
	15	MAR 10	Identifikasi Budaya Organisasi Dan Keterampilan Manajemen Untuk Memelihara Eksistensi Usaha Kreatif Batik Jambi Di Kota Jambi	Dwi Kurniawan	Universitas Jambi
	16	MAR 11	PENGARUH LIFESTYLE, EFEK KOMUNITAS DAN FITUR PRODUK TERHADAP BRAND SWITCHING WARUNG INTERNET KE WIFI ID CORNER (Studi pada Wifi Id Corner di Denpasar)	Ni Ketut Seminari	Universitas Udayana
	17	MAR 12	EVALUASI KEBUTUHAN UNIT FILLING MACHINE LPG KEMASAN TABUNG 3 KG: STUDI KASUS PADA DEPOT LPG X	Andian Ari Istiningrum	Politeknik Energi dan Mineral - PEM Akamigas, Cepu
	18	MAR 14	Analisis Kebutuhan Wisatawan untuk Mengembangkan Decision Support System dalam Pengelolaan Tujuan Wisata untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif	Dini Arwati	Universitas Widyatama, Bandung
	19	MAR 15	Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality), Penghargaan (Reward) dan Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Capaian Kinerja Lembaga (Studi Empiris di Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau)	Sudarno	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pelita Indonesia, Pekanbaru
	20	MAR 19	PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION	I Made Wardana	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	21	MAR 99	Alasan Siswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta (Survei terhadap Perilaku Siswa dalam memilih Politeknik Manufaktur di Ceper-Klaten)	Tri Daryanto	Program Studi Pengecoran Logam, Politeknik Manufaktur Ceper, Klaten
	22	MAR 104	A CONCEPTUAL PAPER ON HOW TO MARKET A BEACH AS TOURIST DESTINATION	Kurniawati Darmaningrum	Universitas Sebelas Maret Surakarta
	23	MAR 32	PERAN KENIKMATAN BERBELANJA DALAM MEMEDIASI KEPRIBADIAN TERHADAP IMPULSE BUYING	Ni Made Rastini	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali
	24	MAR 57	Model 3 C (Connect – Collaborate – Commerce) dalam Mendukung program Kemitraan Strategis Pemda Jawa Barat dengan Komunitas Kreatif	Imas Soemaryani	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPERS

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi: Universitas Islam Malang - Gedung Pasca Sarjana - Lantai 6 - Ruang 03

Session Chair :

Aditya Budi K, STP. MBA. (STIE Jayanegara Malang)

Muhammad Ridwan Basalamah, SE., MM (Universitas Islam Malang)

Info	No	ID	Judul	Presenter	Universitas / Organisasi
Sesi C ; Jam 1230 - 1530	25	MAR 35	Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Attitude terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya	Elfira Maya Adiba	STIE Perbanas Surabaya
	26	MAR 42	EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PERIZINAN DI KOTA BANDUNG	Joeliaty	Departemen Manajemen Bisnis, FEB - UNPAD
	27	MAR 44	Analisis Pengaruh Dimensi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda (Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Riau)	Helwen Heri	Universitas Lancang Kuning Pekanbaru
	28	MAR 48	Peran Mediasi Pemasaran Hijau Pada Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Repurchase Intension Pada Garden Villa Seminyak Bali	Ni Made Purnami	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
	29	MAR 54	KEUNGGULAN MANAJEMEN TRADISIONAL DI ERA GLOBAL PENGRAJIN TENUN ATBM KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	N.N. Kurniyati	Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram
	30	MAR 59	PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP KEPUASAN, KOMITMEN, DAN LOYALITAS NASABAH INTERNET BANKING DI KOTA DENPASAR	I Gusti Agung Ketut Gede Suasana	Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
	31	MAR 79	The Effect of Spectator-Based Brand Equity on Behavioral Intentions in Football Club	Muhammad Naufal Makarim	Department of Management, Universitas Indonesia
	32	MAR 64	PERAN INOVASI PRODUK MEMEDIASI ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UKM KERAJINAN ENDEK DI KABUPATEN KLUNGKUNG	Ni Nyoman Kerti Yasa	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	33	MAR 67	"KEDIRI THE SERVICE CITY" SEBAGAI INOVASI PELAYANAN PUBLIK DI KOTA KEDIRI	Rino Sardanto	Universitas Nusantara PGRI Kediri
	34	MAR 71	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE (GRAB) DI MALANG	Ratna Tri Hardaningtyas	FEB-Universitas Islam Malang
	35	MAR 70	Kajian Ekuitas Merek dalam Meningkatkan Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Alam dan Budaya di Kabupaten Karawang	Terra Saptina Maulani	STIE Ekuitas
	36	MAR 74	Persepsi Stakeholder dan Pemetaan Potensi Ekonomi Kreatif di Kota Bandung	Hilmiana	Universitas Padjadjaran

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPERS

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi: Universitas Islam Malang - Gedung Pasca Sarjana - Lantai 6 - Ruang 04

Session Chair :

Murtianingsih, SE. MM. (STIE ASIA Malang)

Rahmawati, SE., MM., MBA. (Universitas Islam Malang)

Info	No	ID	Judul	Presenter	Universitas / Organisasi
Sesi D ; Jam 1230 - 1530	37	MAR 68	MOBILE DISPLAY ADVERTISING "PENGARUH AKTIFITAS BROWSING, FLOW, DAN KEPERCAYAAN ONLINE TERHADAP NIAT PEMBELIAN BARANG-BARANG TERBARU DI INSTAGRAM" (Studi Pada Follower Akun Instagram Kategori Produk Fashion, Gadget, dan Kuliner di Surabaya)	Jiwangga Hadi Nata	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik
	38	MAR 72	FAKTOR KONTEKSTUAL, BRAND SWITCHING, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OPERATOR SELULER DI KOTA DENPASAR	I Nyoman Nurcaya	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	39	MAR 76	The effect of firm created content and user generated content evaluation on customer-based brand equity	Vinna Hermaren	Department of Management, University of Indonesia
	40	MAR 61	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA DAN KUALITAS HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL PURNAMA DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN	Dyah Sawitri	Universitas Gajayana Malang
	41	MAR 82	STUDI BRAND SWITCHING BEHAVIOR DARI TAXI METER KONVENSIIONAL KE TAXI ONLINE	Arief Bowo Prayoga Kasmoo	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta
	42	MAR 85	Pengaruh Promosi dan Brand Repositioning Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kopi Singa (Survei Pada Pelanggan Kopi Singa di PT Puji Surya Indah Bandung)	Henny Utasih	STIE EKUITAS BANDUNG
	43	MAR 89	DIFFERENT BUYING BEHAVIOR TOWARD STREET FOOD BASED ON PRODUCT TYPE (TRADITIONAL VS MODERN STREET FOOD)	Budhi Haryanto	Universitas Sebelas Maret, Surakarta
	44	MAR 90	BAGAIMANA LOYALITAS TERHADAP HEWLETT PACKARD DI INDONESIA DIBENTUK?	Mursid Dwi Hastomo	Academy of Management Informatics and Computer, Harapan Bangsa
	45	MAR 91	KUALITAS E-SERVICE DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PENGGUNA WEBSITE PENDAFTARAN ONLINE RSUD Dr. MOEWARDI DENGAN PERSEPSI NILAI SEBAGAI VARIABEL MODERASI	Didik Setyawan	Fakultas Ekonomi, Universitas Setia Budi Surakarta
	46	MAR 24	PERAN MEDIASI E-SATISFACTION PADA PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY SITUS ONLINE TRAVEL DI BALI	I Wayan Santika	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	47	MAR 77	ANALISIS PENGARUH POSITIONING PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Civitas Akademika di Universitas Kahuripan Kediri dan Universitas Islam Kediri)	Rahmawati	Universitas Islam Malang
	48	MAR 105	Apakah Kepribadian Konsumen (The Big-five Personality) Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Halal? (Studi Konseptual)	Solikhah	Universitas Sebelas Maret Surakarta

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPERS

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi: Universitas Islam Malang - Gedung Pasca Sarjana - Lantai 6 - Ruang 05

Session Chair :

Syaifuddin Fahmi, SSos. SE. MM (STIE Kertanegara Malang)

Dr. Pardiman, SE., MM. (Universitas Islam Malang)

Info	No	ID	Judul	Presenter	Universitas / Organisasi
Sesi E ; Jam 1230 - 1530	49	SDM 4	STRATEGI MENINGKATKAN PRESTASI KERJA GURU BERDASARKAN MOTIVASI, KOMPENSASI, STRES KERJA, DAN KEPEMIMPINAN	Tegowati	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
	50	SDM 21	Peran Stress Kerja Pada Hubungan Persepsi Konflik Keluarga – Pekerjaan dengan Kepuasan Kerja	Putu saroyini Piartrini	Universitas Udayana
	51	SDM 33	PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI, DAN ORIENTASI STRATEGIS TERHADAP KINERJA ORGANISASI MELALUI PERAN MEDIASI KNOWLEDGE MANAGEMENT (STUDI PADA PDAM DI NUSA TENGGARA BARAT)	Hermanto	FEB - Universitas Mataram
	52	SDM 40	Pengaruh Gender dan Pemberdayaan Pada Kinerja Pengelola Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kabupaten Gianyar	Ayu Desi Indrawati	Universitas Udayana
	53	SDM 45	KOMPETENSI SEBAGAI DETERMINAN KINERJA PEGAWAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI	Wa Ode Zusnita Muizu	FEB Unpad
	54	SDM 49	METAMORFOSIS PERSEPSI DAN SIKAP MAHASISWA MANAJEMEN ATAS PEMBELAJARAN PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tingkat 4 UNPGRi Kediri)	Diah Ayu Septi Fauji	Universitas Nusantara PGRI Kediri
	55	SDM 51	THE IMPACT OF UNIVERSITY'S PROGRAMS TOWARD ALUMNI PERCEIVED DEVELOPMENT (A Case Study in International Program, Faculty of Economics, Islamic University of Indonesia)	Jaya Addin Linando	Faculty of Business and Economics, International Program, Universitas Islam Indonesia
	56	SDM 58	PEMBCU KINERJA KARYAWAN PERBANKAN MELALUI PENGUATAN KNOWLEDGE MANAGEMENT DAN BUDAYA KERJA	Gendut Sukarno	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN "Veteran" Jawa Timur
	57	SDM 66	PENGARUH PEMBERDAYAAN, PERILAKU INOVATIF, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN BUMBU BALI RESTORAN TANJUNG BENOA BADUNG, BALI	I Gusti Ayu Dewi Adnyani	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	58	SDM 80	ANTESEDEN PEMBERDAYAAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PDAM DI SAMARINDA DAN KUTAI KARTANEGARA	Dirga Lestari	Faculty of Economics and Business, Universitas Mulawarman
	59	SDM 6	ANALISIS TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT KAMPUNG SASIRANGAN TERHADAP PENGEMBANGAN EKOWISATA DI KAWASAN BANTARAN SUNGAI MARTAPURA	Maya Sari Dewi	Universitas Lambung Mangkurat
	60	SDM 103	FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA DAN KONSEKUENSINYA	Amananda Susena	Universitas Sebelas Maret

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPERS

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Lokasi: Universitas Islam Malang - Gedung Pasca Sarjana - Lantai 6 - Ruang 06

Session Chair :

Utik Bidayati, SE. MM (Universitas Ahmad Dahlan Jogjakarta)

Alfian Budi Primanto, S.AB., M.BA. (Universitas Islam Malang)

Info	No	ID	Judul	Presenter	Universitas / Organisasi
Sesi F ; Jam 1230 - 1530	61	KWU 13	PERAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM MEMEDIASI ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DENGAN KINERJA UKM	I Gusti Ayu Ketut Giantari	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	62	KWU 17	INOVASI DISRUPTIF: TANTANGAN DAN PELUANG BAGI UKM	Nurhajati	Fakultas Ekonomi UNISMA
	63	KWU 18	POLA KEWIRAUSAHAAN PELAKU USAHA KECIL PERAJIN TENUN LURIK ATBM GUNA Mendukung DAYA SAING DI KABUPATEN SLEMAN	Kristiana Sri Utami	Universitas Widya Mataram, Yogyakarta
	64	KWU 26	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG Mempengaruhi MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)	Maria Endang Jamu	Fakultas Ekonomi, Universitas Flores - Ende
	65	KWU 69	Tinjauan Empiris Tentang Orientasi Kewirausahaan Bagi Pengusaha Perempuan Di Kota Malang	Hadi Sunaryo	Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Malang
	66	KWU 78	ANALISIS PEMBERDAYAAN UMKM DAN PENINGKATAN DAYA SAING DALAM KANCAH PASAR GLOBAL	Kristina Sedyastuti	Universitas Bina Darma
	67	FIN 100	Model Standar Operasional Prosedur Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Dengan Economic Entity Concept	Agus Rahman Alamsyah	STIE Asia, Malang
	68	MAR 25	ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PROSES PRODUKSI PIE SUSU PADA PERUSAHAAN PIE SUSU DI KOTA DENPASAR	Ni Ketut Purnawati	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
	69	SDM 46	PERAN KNOWLEDGE SHARING TERHADAP KINERJA PEGAWAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI	Wa Ode Zusnita Muizu	FEB Unpad
	70	SDM 60	PENGEMBANGAN KOMPETENSI UMKM DENGAN PEMBELAJARAN ORGANISASI	Andi Hendrawan	Program Doktor Ilmu Manajemen UNSOED

MANAJEMEN KEUANGAN

**ANALISIS DU PONT SYSTEM UNTUK MENILAI
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan Property & Real Estate LQ45
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015)**

Sri Dwiningsih, SE.,MM
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang (STIEKMA)
Alamat Email : sri_dwi76@yahoo.com

ABSTRAK

Perusahaan property & real estate sangat diminati di Indonesia, tetapi pada 4 tahun terakhir (antara tahun 2014 s/d 2017) perusahaan property & real estate dari segi pemasaran mengalami penurunan. Tapi kondisi ini tidak menghambat untuk semakin berkembangnya bisnis property di Indonesia.

Melalui analisis laporan keuangan dapat di ketahui kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi baik, wajar atau buruk, terdapat kenaikan atau penurunan. Perusahaan harus menilai kondisi dan perkembangan perusahaan melalui laporan keuangan salah satunya dengan alat analisis *Du Pont System*, sehingga perusahaan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan pertumbuhan perusahaan di tengah persaingan yang ketat.

Obyek penelitian ini adalah 6 (enam) perusahaan yang bergerak dalam sektor Property & Real Estate yang masuk dalam perusahaan LQ45 selama 2 tahun berturut-turut yaitu Pebruari tahun 2015 s/d Januari 2017 untuk periode 2013-2015.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Lippo Karawaci Tbk memiliki hasil ROE terendah yaitu sebesar 11,41% & PP (Persero) memiliki hasil ROE tertinggi yaitu sebesar 34,09%. PP (Persero) Tbk menjadi perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan yang paling baik jika dibandingkan dengan perusahaan property & real estate lain periode tahun 2013-2015. Adapun urutan kinerja yang dihasilkan dari keenam perusahaan property & real Estate adalah sebagai berikut:

1. (PTPP) Pembangunan Perumahan (Persero) Tbk
2. (PWON) Pakuwon Jati Tbk
3. (BSDE) Bumi Serpong Damai
4. (ASRI) Alam Sutera Reality Tbk
5. (WSKT) Waskita Karya (Persero) Tbk
6. (LPKR) Lippo Karawaci, Tbk

Kata Kunci : Du Pont System, LQ45, Property & Real Estate

Kajian Pembuat Bukti Potong Pajak atas Pembayaran dengan Mekanisme Langsung

Mila Mumpuni
Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan – Kementerian Keuangan
milamumpuni@kemenkeu.go.id

ABSTRAK

Artikel ini merupakan hasil kajian literatur tentang kondisi praktek pembuatan bukti potong pajak. Bukti potong pajak merupakan bagian dari proses penyetoran dan pelaporan pajak. Praktek yang dimaksud adalah bukti potong pajak melalui mekanisme pembayaran langsung (LS). Bendahara ditunjuk sebagai pemotong dan pemungut pajak untuk mekanisme pembayaran Uang Persediaan (UP), sedangkan Kuasa Pengguna Anggaran (KPA)/Pejabat Penandatangan SPM (PPSPM) ditunjuk untuk mekanisme pembayaran Langsung (LS). Bendahara Pengeluaran dihadapkan dilematis pengambilan keputusan untuk membuat bukti potong pajak atau tidak terhadap pajak melalui mekanisme pembayaran LS. Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 34/PMK.010/2017 sudah mengatur tugas KPA/PPSPM terkait pemungutan pajak, sampai dengan pelaporan pajak. Namun, prakteknya hanya sampai proses pemungutan, terkait bukti potong pajak diserahkan kepada Bendahara Pengeluaran. Kondisi ini terjadi karena belum terjadi sinkronisasi regulasi-regulasi yang mengatur siapa, apa, bagaimana pemungutan pajak atas pembayaran melalui mekanisme LS. Hasil kajian literatur ini berupa rekomendasi penegasan regulasi terhadap kewajiban formil bagi pemungut pajak baik Bendahara Pengeluaran, KPA/PPSPM.

Kata kunci: Mekanisme Langsung, Mekanisme Uang Persediaan, Bukti Potong Pajak, Bendahara Pengeluaran.

PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN DAN IMPULSIVE BUYING WANITA MUSLIM SURABAYA

Dewi Ayu Wulandari¹

Elfira Maya Adiba²

STIE Perbanas Surabaya

dewiayu.wulandari@perbanas.ac.id

ABSTRACT

Kemajuan teknologi secara langsung berdampak pada kemajuan diberbagai bidang. Salah satunya bidang perdagangan, yang menyebabkan banyak tumbuh pusat-pusat perbelanjaan khususnya di Surabaya. Bagi sebagian orang terutama wanita, berbelanja tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, berbelanja juga dapat menjadi hal yang menyenangkan sehingga membuat kecenderungan untuk melakukan kegiatan hedonic yang akhirnya mengarahkan pada perilaku impulsive buying. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku keuangan, yaitu *Financial Attitude*, *Financial Practice* dan *Financial Knowledge* dampaknya terhadap perilaku *Impulsive Buying* para wanita muslim di Surabaya. Data diperoleh dari 102 responden dengan menggunakan kuesioner dengan teknik *convenience sampling* dan *snowball sampling*. Setelah diuji menggunakan *multiple regression analysis*, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Financial Attitude* (FA) dan *Financial Practice* (FP) berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*.

Kata kunci : perilaku keuangan, impulsive buying, muslim, attitude, knowledge

PENILAIAN TINGKAT KESEHATAN BANK DENGAN PENDEKATAN RISK BASED BANK RATING PADA PT. BRI (PERSERO) TBK

Ovirani Matria¹

Ni Putu Ayu Darmayanti²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
email: ayudarma2013@gmail.com , oviranimatria@gmail.com

ABSTRAK

Terjadinya krisis moneter pada pertengahan tahun 1997-1998 maupun gejala krisis global yang terjadi pada tahun 2008 menyebabkan banyak perusahaan yang bangkrut termasuk industri perbankan mengalami penurunan kinerja, salah satunya Bank Rakyat Indonesia yang pernah meminta bantuan likuiditas pada pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kesehatan BRI periode 2014-2016 dengan menggunakan pendekatan Risk Based Bank Rating (RBBR).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Variabel yang dinilai adalah Profil Risiko diukur dengan rasio Non Performing Loan (NPL) dan Loan to Deposito Ratio (LDR), Tata Kelola diukur melalui hasil self assesment, Rentabilitas diukur melalui rasio Return on Assets (ROA) dan Net Interest Margin (NIM), dan Permodalan diukur melalui rasio Captital Adequacy Ratio (CAR). Hasil penelitian menunjukkan selama periode 2014-2016 bank mendapatkan Peringkat Komposit 1 atau sangat sehat, mencerminkan kondisi Bank Rakyat Indonesia dinilai sangat mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal. Implikasi penelitian ini secara teoritis memperkuat ketepatan penggunaan metode RBBR dalam menilai tingkat kesehatan bank dan secara praktis sebagai informasi bagi calon investor, kreditor dan masyarakat serta bagi bank agar mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya walaupun sudah sangat sehat.

Kata kunci: Risk Based Bank Rating, Kesehatan Bank

**MEMPERKIRAKAN RISIKO KREDIT PERUSAHAAN DENGAN RATING RENDAH MENGGUNAKAN
MODEL DISKRIMINAN DAN MODEL PROBABILITAS LOGIT**

Nyoman Triaryati
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
triaryati@unud.ac.id
Anak Agung Gede Suarjaya
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
aagedesuarjaya@yahoo.com

ABSTRAK

Keputusan investasi obligasi oleh investor, tergantung pada preferensi risiko investor yang bersangkutan. Perusahaan dengan rating rendah menjanjikan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan obligasi dengan rating tinggi, sehingga dapat dijadikan pilihan bagi investor yang menyukai resiko. Selain ranking, investor memerlukan metode yang dapat digunakan untuk memperkirakan risiko. Penelitian ini akan menguji konsistensi hasil pengklasifikasian dua model skoring kredit yaitu model diskriminan dan model probabilitas logit pada perusahaan penerbit utang dengan ranking rendah. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar dalam pengambilan keputusan investasi bagi investor yang memiliki preferensi risiko dan return yang tinggi dan dapat dijadikan referensi dalam perhitungan risiko kredit dalam analisis risiko perusahaan penerbit utang. Penelitian ini akan menggunakan model diskriminan Altman dan model probabilitas logit dengan tiga variabel tidak terikat yaitu probabilitas, likuiditas dan solvabilitas. Hasil dari pengklasifikasian kedua model ini kemudian dibandingkan dan diharapkan dapat memberikan gambaran yang sama agar dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan yang tepat dalam berinvestasi pada obligasi. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan pengklasifikasian kedua model dalam memprediksi kemungkinan kebangkrutan perusahaan ber ranking rendah. Implikasinya adalah kedua model tetap bisa dijadikan dasar pengambilan keputusan investasi dari pengklasifikasiannya dan probabilitas yang dihasilkan, namun pengambilan keputusan akhir ditentukan oleh preferensi risiko masing-masing investor.

Kata kunci: obligasi, rating obligasi, analisis diskriminan, analisis probabilitas logit

**PENGARUH RISIKO KREDIT DAN EFISIENSI OPERASIONAL TERHADAP KINERJA
BPR KONVENSIONAL**

Misti Hariasih, Rizal Yulianto, Amrin Hidayat
(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Email : mistihariasih@umsida.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh risiko kredit (NPL) dan Efisiensi operasional (BOPO) secara simultan terhadap kinerja keuangan bpr konvensional, untuk mengetahui pengaruh risiko kredit (NPL) secara parsial terhadap kinerja keuangan bpr konvensional, dan untuk mengetahui pengaruh efisiensi operasional (BOPO) secara parsial terhadap kinerja keuangan bpr konvensional. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis regresi linier berganda dan menggunakan program SPSS versi 16 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel risiko kredit (X1) berpengaruh secara signifikan negatif terhadap kinerja keuangan bpr konvensional (Y), sedangkan variabel efisiensi operasional (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan bpr konvensional (Y). Dan hasil uji secara simultan atau bersama-sama, variabel risiko kredit (X1) dan efisiensi operasional (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan bpr konvensional (Y), hal ini dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai sebesar $\text{sig } 0,000 < 0,05$.

Kata-kata kunci: risiko kredit (non performing loan), efisiensi operasional (Bopo) dan kinerja keuangan (return on assets)

KORELASI ROE , ROI DENGAN RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2012-2016

Wahyuningsih, Khairil Wijanarko, Dresthia Yusuf Kalpika, Rani Widhiyawati*

Program Studi Manajemen Bisnis Maritim , Jurusan Teknik Bangunan Kapal,

Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya,

*E-mail: raniwidhi8@gmail.com

ABSTRAK

ROE merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengetahui tingkat profitabilitas perusahaan, sedangkan ROI merupakan salah satu cara / rasio keuangan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menunjukkan pengembalian atas aktiva yang diinvestasikan oleh perusahaan.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui korelasi Return On Investment (ROI), dan Return On Equity (ROE) dengan Return Saha pada Perusahaan Otomotif. Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016. Data yang digunakan merupakan data sekunder dan metode analisis yang digunakan yaitu analisis *rank spearman* dengan bantuan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 21.0 Untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai korelasi antara variabel satu dengan variabel yang lain.

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 7 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam pengamatan 2012 sampai dengan 2016 dengan purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel. Pengujian dilakukan dengan tahap: (1) Tahap pertama, yaitu menguji pengaruh indikator mikro, yaitu : Return On Investment (ROI), Return On Equity (ROE), terhadap Return Saham secara parsial.

Hasil penelitian menunjukkan ada korelasi negatif yang cukup antara ROE dengan Return Saham, dan juga ROI dengan Return Saham.

Kata Kunci : ROE (Return on Equity) , ROI (Return on Investment), Return Saham

PENINGKATAN DAYA SAING PERBANKAN MELALUI EFISIENSI BIAYA DENGAN METODE STOCHASTIC FRONTIER APPROACH

Sholikha Oktavi Khalifaturrofi'ah
STIE Perbanas Surabaya
sholikha@perbanas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang efisiensi biaya pada bank umum konvensional dan pengaruhnya terhadap total aset dan profitabilitas. Efisiensi merupakan sesuatu yang sangat penting bagi perbankan. Adanya inefisiensi merupakan sinyal utama bahwa terjadi masalah pada perbankan. Dengan menggunakan pendekatan *stochastic frontier*, didapatkan hasil bahwa rata-rata tingkat efisiensi biaya pada bank umum konvensional adalah 93.21%. Data panel pada 17 bank umum konvensional menunjukkan bahwa efisiensi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas dan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap total aset. Total aset dan ROE dipengaruhi oleh CAR, LDR, dan NIM sedangkan ROA dipengaruhi oleh NIM. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa perbankan harus menjaga kecukupan atas modal, besarnya pembiayaan, dan tingkat suku bunga kredit supaya dapat meningkatkan total aset dan profitabilitas.

Kata Kunci : SFA, efisiensi biaya, total aset, profitabilitas, bank umum konvensional

Analisis Pengaruh Modal Manusia, Modal Pelanggan, Modal Struktural terhadap Kinerja Usaha Ekonomi Kelurahan Simpan Pinjam di Pekanbaru

Bambang Supeno

f2bams@gmail.com

Universitas Lancang Kuning Pekanbaru

ABSTRAK

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) telah lama berperan dalam mengembangkan ekonomi rakyat dan memberdayakan masyarakat miskin, sementara LKM adalah salah satu pendekatan untuk mengatasi kemiskinan, karena dapat menjadi institusi yang menyediakan berbagai layanan keuangan, untuk kegiatan produktif dan konsumtif bagi keluarga miskin. Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UED SP) sebagai salah satu LKM di Pekanbaru Provinsi Riau belum dapat menjawab kebutuhan masyarakat secara keseluruhan untuk bantuan modal usaha seperti yang diharapkan. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh modal manusia, modal pelanggan, modal struktural terhadap kinerja UED SP di Pekanbaru Provinsi Riau. Analisis regresi linier digunakan untuk menguji model hipotesis secara statistik, serta untuk menentukan sejauh mana usulan penggunaan Model tersebut konsisten dengan data sampel. Hasil penelitian menunjukkan variabel modal manusia, modal pelanggan dan modal struktural baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap kinerja UED SP di Pekanbaru Provinsi Riau. Secara praktis, penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan dua manfaat: pertama: untuk memberikan pemahaman dan kesadaran kepada pengurus LKM UED SP bahwa mereka memiliki budaya organisasi yang dapat mempengaruhi kemampuan manajemen, strategi bisnis dan kinerja LKM UED SP. Kedua: memberikan kontribusi pemikiran kepada Pemerintah Daerah di Provinsi Riau dalam menentukan kebijakan pengembangan LKM UED SP.

Kata Kunci : Modal Manusia, Modal Pelanggan, Modal Struktural, Kinerja Bisnis

**REAKSI PASAR MODAL DAN PASAR UANG DUNIA TERHADAP PEMILIHAN PRESIDEN AMERIKA SERIKAT 2016
(Studi Pada 8 Pasar Saham Dunia dan 14 Kurs Mata Uang Teraktif)**

Meina Wulansari Yusniar¹, Sufi Jikrillah²

Universitas Lambung Mangkurat

mwyusniar@unlam.ac.id

ABSTRAK

Peristiwa Pemilihan Presiden Amerika Serikat selalu mendapat perhatian dari dunia karena akan memberikan dampak terhadap perekonomian dunia. Penelitian merupakan penelitian event study yang bertujuan untuk mengetahui apakah Pasar Modal dan Pasar Uang dunia bereaksi terhadap peristiwa pemilihan Presiden Amerika Serikat pada tanggal 8 November 2016. Metode yang digunakan adalah uji beda dengan periode pengamatan 5 hari sebelum peristiwa dan 5 hari setelah peristiwa. Data yang digunakan adalah Harga Saham Gabungan dari 8 negara dan 14 nilai mata uang asing terhadap dollar. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan indeks harga saham gabungan sebelum dan sesudah peristiwa. Namun terdapat perbedaan yang signifikan kurs nilai mata uang sebelum dan sesudah peristiwa.

Kata kunci: studi peristiwa, pemilihan presiden, harga saham gabungan, nilai tukar

PENGARUH MEKANISME GCG, KEBIJAKAN INVESTASI DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH KEBIJAKAN PENDANAAN

Rusdayanti Asma

(email: rusdayanti97@yahoo.co.id)

Redawati

Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRAK

Tujuan akhir dari perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang dapat dilihat dari meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Mekanisme GCG, Kebijakan Investasi dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Kebijakan Pendanaan perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 268 perusahaan. Metode analisis data penelitian ini yaitu analisis SEM-PLS dengan menggunakan alat statistik WrapPLS 5.0. Hasil penelitian pengujian pengaruh langsung menunjukkan bahwa Kebijakan investasi berpengaruh terhadap Kebijakan Pendanaan, sedangkan Mekanisme GCG dan Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap Kebijakan Pendanaan. Hasil Pengujian juga menunjukkan bahwa Kebijakan investasi, Kebijakan dividend dan Kebijakan Pendanaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan sedangkan Mekanisme GCG tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kebijakan pendanaan mampu memediasi hubungan antara Kebijakan Investasi dengan nilai perusahaan, tetapi tidak mampu memediasi hubungan antara Mekanisme GCG dan Kebijakan Dividen dengan nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Mekanisme GCG, Kebijakan Investasi, Kebijakan Dividen, Kebijakan Pendanaan dan Nilai Perusahaan

ANALISIS KONTRIBUSI PBB-P2 TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA KEDIRI KARENA PENERAPAN UU NO 28 TAHUN 2009

Zulistiani

zulistiani@unpkediri.ac.id

Gesty Ernestivita

gesty@unpkediri.ac.id

Emma Nurzainul Hakimah

emma_hakimah@yahoo.com

ABSTRAK

Perubahan UU No. 28 Tahun 2009 yang menyatakan adanya penambahan jenis pajak dalam Pendapatan Asli daerah (PAD) yang semula hanya terdiri dari 7 jenis pajak sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) sekarang ditambahkan 4 jenis pajak menjadi total 11 jenis pajak yang menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dari 4 jenis pajak penambahan tersebut terdapat Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB P-2). Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB P-2) merupakan penambahan pajak dalam PAD hasil peralihan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah sebagai bentuk kebijakan otonomi daerah dan desentralisasi fiskal. Dengan pengalihan ini maka kegiatan proses pendataan, penilaian, penetapan, pengadministrasian, pemungutan/penagihan dan pelayanan PBB-P2 akan diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah (Kabupaten/Kota). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari UU No 28 Tahun 2009 terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan kontribusi Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang pengelolaannya merupakan pengalihan dari pemerintah pusat kepada Pemerintah Daerah.

Kata Kunci: Kontribusi, PBB-P2, PAD Kota Kediri

Model Standar Operasional Prosedur Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Dengan *Economic Entity Concept*

Agus Rahman Alamsyah
STIE Asia Malang
agusra.5757@gmail.com

Abstrak

Toko kelontong merupakan salah satu jenis usaha kecil mikro yang banyak berada di masyarakat meskipun semakin lama jumlahnya semakin sedikit karena harus bersaing dengan minimarket modern. Begitu pula yang harus dihadapi Toko Kelontong Ashar di Malang, untuk dapat bersaing dengan minimarket modern maka diperlukan adanya penerapan kaidah pengelolaan keuangan dan pembukuan yang benar dalam bentuk Standar Operasional Prosedur (SOP). Implementasi ilmu Manajemen Keuangan dalam menjalankan usaha kecil mikro adalah salah satu aspek penting yang menentukan kesuksesan usaha khususnya kelola keuangan. Sedangkan dalam Akuntansi, *Economic Entity Concept* merupakan konsep ideal untuk usaha mikro karena akan mengetahui laba operasional usaha yang sebenarnya. Tujuan Penelitian ini untuk menghasilkan model SOP yang memberikan wawasan dan panduan di usaha Toko Kelontong Ashar agar dapat mengelola keuangan dengan *Economic Entity Concept*. Metode pengumpulan data menggunakan observasi langsung dan wawancara. Penelitian ini menggunakan tehnik analisis data kualitatif yang akan menghasilkan deskripsi tentang model SOP keuangan berbasis *economic entity concept* yang dikembangkan. Hasilnya penerapan SOP di Toko Kelontong Ashar meskipun belum sempurna namun mampu melakukan pembukuan sederhana sehingga diperoleh laba yang jelas jumlahnya dan terjadi pengambilan keputusan yang tepat. Manfaat yang dirasakan oleh Toko Kelontong adalah memudahkan usahanya ketika ingin mengembangkan usahanya melalui pinjaman ke perbankan.

Kata Kunci: Standar Operatinal Prosedur, Usaha Mikro, Economic Entity Concept

MANAJEMEN PEMASARAN

Cooperative Development Strategy In Efforts To Increase Competitiveness In Karawang Regency (Case Study On Group of Non-Employee Cooperatives in Karawang Regency)

Siti Nurdinasari
Puji Isyanto
Singaperbangsa Karawang University, email: sitinurdinasari@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of the research to find out how the implementation of non-employee cooperative management strategy in KabupatenKarawang. Research with qualitative approach based on postpositivesme philosophy, is used to examine the natural object condition where the researcher is as the key instrument, the sampling of the data source is done purposively, the collecting technique with triangulation, the data analysis is inductive / qualitative, and the result of more qualitative research Emphasizing the meaning of generalization.

From the results of research, obtained the following conclusions: (1). Non-Employee Cooperatives in KabupatenKarawang that have been established Implementation Strategy management is still not optimal, (2). The concept of competitiveness of non-Employee Cooperatives in KabupatenKarawang as an independent economic institution, has not been applied, (3). Constraints faced by cooperatives in facing the competitiveness of cooperatives implicate inhibiting the ability of the competitiveness of cooperatives in Karawang regency, especially Human Resources which is the main resources as a driver of cooperatives and strategic management of human centered cooperatives, (4). Cooperative development strategies in an effort to increase competitiveness require development and require the attention of various parties. Furthermore, the established cooperatives should apply strategic management by applying the organization's and management's standards seen from the organization.

Keywords : Cooperative, Strategic Management, Competitiveness.

Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Pembentukan Kesetiaan Merek (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Line Today*)

Yonatan Widiyanto¹⁾ Febriansyah²⁾

¹⁾Manajemen, Fakultas Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jl. Pulo Mas Selatan Kav. 22, RT. 4 / RW. 9, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur, 13210
Email: yonathan.widiyanto1@gmail.com

²⁾Manajemen, Fakultas Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jl. Pulo Mas Selatan Kav. 22, RT. 4 / RW. 9, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur, 13210
Email:febriansyah@kalbis.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap pembentukan kesetiaan merek studi pada pengguna aplikasi Line Today di kampus Kalbis Institut Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Sampel untuk penelitian ini adalah pengguna aplikasi line today di kampus kalbis Institut jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 347 sampel. Metode kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji f, uji t dan koefisien determinasi. Dalam teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Teknik pengujian dengan menggunakan bantuan sistem SPSS 19. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kesadaran merek (X1) dan citra merek (X2) secara parsial masing-masing variabel berpengaruh signifikan terhadap pembentukan kesetiaan merek (Y), dan selanjutnya variabel kesadaran merek (X1) dan citra merek (X2) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembentukan kesetiaan merek sebagai variabel terikat (Y).

Kata kunci: Kesadaran merek, citra merek, kesetiaan merek, Line Today

Identifikasi Budaya Organisasi Dan Keterampilan Manajemen Untuk Memelihara Eksistensi Usaha Kreatif Batik Jambi Di Kota Jambi

Oleh:

Dwi Kurniawan

Universitas Jambi / dwi.kurniawan13@unja.ac.id

Sumarni

Universitas Jambi / mm_sumarni@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Identifikasi Budaya Organisasi dan Keterampilan Manajemen Untuk Memelihara Eksistensi Usaha Kreatif Batik Jambi di Kota Jambi. Objek penelitian yaitu para pengusaha batik yang berada di Kota Jambi dengan jumlah responden sebanyak 20 unit usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang dikembangkan oleh Cameron and Quinn yang dikenal dengan *Competing Value Framework (CVF)* dengan dua pengukuran yaitu *Organizational Assessment Culture Instrument (OCAI)* untuk mengukur profil budaya, dan *Management Skills Assessment Instrumen (MSAI)* untuk mengukur kompetensi manajerial para manajemen. Dari hasil penelitian diketahui bahwa tipe budaya yang ingin ditingkatkan proporsinya adalah tipe budaya *Adhocracy* dan budaya *Market* yaitu masing-masing bertambah sebesar 3,42 dan 8,86. Perubahan pada proporsi tipe budaya organisasi usaha kreatif pengrajin batik secara umum memperlihatkan bahwa tipe budaya yang diharapkan akan mendominasi adalah tipe Budaya *Adhocracy* dan Budaya *Market*. Untuk Profil Keterampilan Manajemen ditemukan bahwa kegiatan usaha batik di Kota Jambi, para manajemen memiliki kecenderungan melakukan keempat profil budaya, baik budaya yang bersifat *Clan, Adhocracy, Market, dan Hierarchy*.

Kata kunci: Profil Budaya, Competing Value Framework (CVF), Organizational Assessment Culture Instrument (OCAI), Management Skills Assessment Instrumen (MSAI), Batik Jambi.

PENGARUH LIFESTYLE, EFEK KOMUNITAS DAN FITUR PRODUK TERHADAP BRAND SWITCHING WARUNG INTERNET KE WIFI ID CORNER (Studi pada *Wifi Id Corner* di Denpasar)

I Putu Wimahayana Adnyana¹

Ni Ketut Seminari²

^{1,2}Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Udayana, Bali, Indonesia

¹e-mail: wimahayana_39@yahoo.com / 082146587215

²e-mail : ketutseminari@yahoo.com /08123952839

ABSTRAK

Konsumen sebelumnya menggunakan warung internet untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal pencarian informasi di internet. Perkembangan zaman dan teknologi ke arah yang lebih modern, berdampak munculnya banyak teknologi baru yang bergerak di bidang telekomunikasi dan informasi seperti contoh teknologi Wi-Fi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, efek komunitas serta fitur produk kepada *brand switching*. Penelitian dilakukan di Kota Denpasar dengan pelanggan *Wifi id corner* sebagai subjek penelitian. Ukuran sampel yang digunakan berjumlah 102 orang dengan perhitungan $17 \times 6 = 102$ (jumlah indikator dikali 5 sampai 10). Penentuan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Skala Likert digunakan untuk mengukur 17 indikator dari empat variabel penelitian. Regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang diuji telah valid dan reliabel serta uji asumsi klasik menyatakan model penelitian sudah layak untuk diujikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eluruh variabel bebas (*lifestyle*, efek komunitas dan fitur produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *brand switching* konsumen *wifi id corner* di Denpasar.

Kata kunci : Lifestyle, efek komunitas, fitur produk, brand switching

**EVALUASI KEBUTUHAN UNIT FILLING MACHINE
LPG KEMASAN TABUNG 3 KG: STUDI KASUS PADA DEPOT LPG X**

Ratna Mentari, Andian Ari Istiningrum
Politeknik Energi dan Mineral (PEM Akamigas)
mentari.na21@gmail.com; aa_istiningrum@esdm.go.id

ABSTRACT

LPG X Depot has three main functions to receive, store, and distribute LPG 3 kg to SPPBE, SPBE, and agencies. The distribution of LPG 3 kg has increased 39.29% during 2012-2016. Therefore, the LPG filling process using unit filling machine (UFM) has experienced high load from year to year. This research has objectives to evaluate the effectiveness of standard operating procedure(SOP) of LPG filling process, to predict LPG 3 kg sales during 2017-2021, and to evaluate the number of UFM needed by LPG X Depot to fulfill the sales during 2017-2021. The research are descriptive qualitative research. The data regarding the effectiveness of LPG filling process SOP and the capacity of UFM were collected through observations; whereas the data regarding the sales of LPG during 2012-2016 was collected through documentation. The data was analyzed descriptively. The results show that: (1) the SOP of LPG filling process is effective with the effectiveness rate about 94.44%, (2) there will be a growth for 8.71% per year in the number of LPG 3 kg sales, and (3) there will be a need to add the number of UFM from 7 unit in 2017 to 16 units in 2021 to fulfill the increase of sales.

Kata kunci: LPG, unit filling machine, prediksi penjualan

Analisis Kebutuhan Wisatawan untuk Mengembangkan *Decision Support System* dalam Pengelolaan Tujuan Wisata untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif

Dini Arwati

Dini Verdania Latif

Universitas Widyatama, Bandung

Email :dini.arwaty@widyatama.ac.id

ABSTRAK

Meski pariwisata Indonesia telah mengalami perkembangan pesat, sektor pariwisata di Indonesia masih tertinggal dibanding Thailand dan Singapura. *Decision Support System* (DSS) dapat membantu sektor pariwisata Indonesia dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan. Tahap pertama pelaksanaan DSS adalah dengan melakukan analisis kebutuhan wisatawan. Dengan hadirnya DSS, diharapkan pariwisata Indonesia mendapatkan keunggulan kompetitif dalam bidang pariwisata.

Kata Kunci: Sistem Pendukung Keputusan, Wisatawan, Analisis Kebutuhan Wisatawan, Keunggulan Kompetitif.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*), Penghargaan (*Reward*) dan Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Capaian Kinerja Lembaga - Studi Empiris di Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau

Sudarno & Hasmuri

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pelita Indonesia Pekanbaru.

ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*), penghargaan (*rewards*) dan kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor terhadap capaian kinerja lembaga. Regresi linier berganda untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta untuk menentukan sejauh mana menggunakan model yang diajukan konsisten dengan data sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap capaian kinerja lembaga kemudian penghargaan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap capaian kinerja lembaga dan kepuasan wajib pajak mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap capaian kinerja lembaga unit pelaksana teknis pendapatan dinas pendapatan Provinsi Riau serta secara bersama-sama kualitas pelayanan, penghargaan dan kepuasan wajib pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap capaian kinerja lembaga unit pelaksana teknis pendapatan dinas pendapatan Provinsi Riau.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan (Service Quality), Penghargaan (Reward), Kepuasan Wajib Pajak dan Capaian Kinerja Lembaga*

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION*

Made Ayu Swari Oktarini¹
e-mail: ayuswari20@yahoo.com¹
I Made Wardana²
e-mail: wardana@unud.ac.id

^{1,2} **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention*. Di samping itu penelitian ini juga menguji peran mediasi *Customer Satisfaction* hubungan antara *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Repurchase Intention*. Penelitian ini dilakukan pada pengguna jasa travel online T di Bali dengan jumlah sampel sebanyak 150 sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis jalur, dan peran mediasi diuji dengan formula Sobel. Penelitian menemukan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Variabel *perceived ease of use*, *perceived enjoyment* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Penelitian membuktikan semua hipotesis terbukti dan *customer satisfaction* secara signifikan memediasi pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci : *perceived ease of use, perceived enjoyment, customer satisfaction, repurchase intention.*

**PERAN MEDIASI *E-SATISFACTION* PADA PENGARUH
E-SERVICE QUALITY TERHADAP *E-LOYALTY*
SITUS *ONLINE TRAVEL* DI BALI**

I Wayan Santika¹, Komang Agus Satria Pramudana²

¹Jur. Manajemen, Fak. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran, Indonesia

²Jur. Manajemen, Fak. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran, Indonesia

¹iwayansantika@unud.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh mudahnya konsumen dalam bisnis *online* untuk melakukan peralihan (*switching*) dari suatu situs *online* ke situs lainnya serta mudahnya konsumen dalam melakukan komparasi pembelian suatu produk yang sama antar situs *online* yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *e-satisfaction* dalam memediasi hubungan *e-service quality* dengan *e-loyalty* pada pengguna situs *e-commerce* pemesanan tiket dan kamar hotel (situs *online travel*) di Bali. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 100 responden yang memenuhi kriteria pernah melakukan transaksi *online* pada situs *online travel* minimal dua kali. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur dan uji Sobel untuk menguji signifikansi peran *e-satisfaction* dalam memediasi hubungan *e-service quality* dengan *e-loyalty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*; *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*; *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*; dan *e-satisfaction* secara signifikan mampu memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty*.

Kata kunci: e-satisfaction, e-service quality, e-loyalty, online travel

**ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PROSES PRODUKSI PIE SUSU PADA PERUSAHAAN
PIE SUSU DI KOTA DENPASAR**

Ni Kadek Ratna Sari

Ni Ketut Purnawati

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia

e-mail: madepurnawati61@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengendalian kualitas proses yang dilakukan oleh Perusahaan Pie Susu sudah optimal. Penelitian dilakukan di Perusahaan Pie Susu di Kota Denpasar. Penelitian menggunakan metode deskriptif. Metode pengambilan sampel untuk tes kualitas menggunakan *random sampling*. Data yang digunakan adalah jumlah kerusakan pada produksi periode Oktober sampai dengan November 2017. Teknik analisis data menggunakan *statistical quality control*, yaitu diagram peta kendali p (*p-Chart*) dan diagram sebab akibat serta untuk menganalisis penyebab masalah. Hasil analisis biaya kualitas menunjukkan pengendalian kualitas belum optimal, karena tingkat kerusakan aktual 7884 biji pie susu total biaya kualitas (TQC) sebesar Rp 45.130.510 yang terdiri dari biaya pengawasan kualitas (QCC) sebesar Rp 35.669.710 dan biaya jaminan kualitas (QAC) sebesar Rp 9.460.800 lebih besar dibandingkan tingkat kerusakan optimal dengan total biaya kualitas (TQC*) sebesar Rp 36.740.386 yang terdiri dari biaya pengawasan kualitas (QCC*) sebesar Rp 18.370.786 dan biaya jaminan kualitas (QAC*) sebesar Rp 18.369.600.

Kata Kunci : kualitas produk biaya kualitas, pengendalian kualitas, statistical quality control

**PERAN KENIKMATAN BERBELANJA DALAM MEMEDIASI KEPRIBADIAN TERHADAP
IMPULSE BUYING**

Adelia Christina Purnasari¹

Ni Made Rastini²

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: nimaderastini@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kenikmatan berbelanja dalam memediasi kepribadian terhadap *impulse buying* pada Stradivarius Beachwalk di Kabupaten Badung. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak sebanyak 125 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenikmatan berbelanja di Stradivarius Beachwalk Kabupaten Badung. Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di Stradivarius Beachwalk Kabupaten Badung. Kenikmatan berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di Stradivarius Beachwalk Kabupaten Badung. Serta kenikmatan berbelanja berpengaruh positif dan signifikan sebagai variabel yang mampu memediasi kepribadian terhadap *impulse buying* di Stradivarius Beachwalk Kabupaten Badung. Sehubungan dengan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka diharapkan pihak pengelola Stradivarius lebih memberikan rasa nyaman saat konsumen berbelanja dan hendaknya lebih memperhatikan kenyamanan suhu di dalam ruangan.

Kata kunci: kepribadian, kenikmatan berbelanja, impulse buying

**Pengaruh *Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Attitude*
terhadap *Behavior* Konsumen Muslim Generasi Y
Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya**

Elfira Maya Adiba*

Dewi Ayu Wulandari*

*STIE Perbanas Surabaya

ABSTRAK

Pasar halal menjadi sektor pertumbuhan ekonomi baru dalam dunia global. Pasar halal tidak hanya pada industri keuangan dan makanan, tetapi juga pada industri kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *halal knowledge, Islamic religiosity, dan attitude* terhadap perilaku pembelian aktual atau *behavior* konsumen generasi Y pada pembelian kosmetik halal. Penelitian tentang perilaku konsumen muslim generasi Y dalam pembelian kosmetik halal di Indonesia masih terbatas, sehingga hal ini menarik dilakukan penelitian mengingat generasi Y adalah generasi yang unik dan berbeda dengan generasi sebelumnya. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah *multiple regression analysis*. Hasil dari penelitian ini yaitu *halal knowledge, Islamic religiosity, dan attitude* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior* konsumen muslim generasi Y pengguna kosmetik halal di Surabaya. Variabel *halal knowledge* dan *Islamic religiosity* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *behavior* konsumen, sedangkan *attitude* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior* konsumen muslim generasi Y pengguna kosmetik halal di Surabaya.

Kata Kunci: halal knowledge, Islamic religiosity, attitude, consumer behavior, halal cosmetic

EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PERIZINAN DI KOTA BANDUNG

Joeliaty
joeliaty@unpad.ac.id
Yevis Marty Oesman
yevismarty@yahoo.com
Departemen Manajemen Dan Bisnis FEB Unpad

ABSTRAK

Era otonomi menuntut setiap pemerintah daerah mandiri dan kreatif mencari sumber-sumber pembiayaan serta aktif mencari berbagai peluang yang bisa dijadikan sumber pemasukan kas daerah. Kemauan Pemerintah Daerah dalam menciptakan iklim usaha yang bersahabat melalui kemudahan proses perizinan serta berbagai kebijakan yang akomodatif merupakan daya tarik bagi para penanam modal baik dari dalam maupun investor asing. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap sistem pelayanan perijinan di Kota Bandung sebagai bagian dari implementasi *e-government* bidang perijinan serta merumuskan langkah-langkah peningkatan kinerja perijinan. Kajian ini akan dilakukan melalui pengumpulan data sekunder dan primer (*survey*) yang dilakukan dengan wawancara tokoh (responden) kunci di antaranya pengguna (*user*) pelayanan perijinan dan pejabat di SKPD pemberi perijinan di Kota Bandung. Hasil dari kajian ini bahwa Layanan kinerja yang belum efektif kinerjanya dilihat dari tingkat kepentingan dan harapan, melalui prosedur layanan, persyaratan perizinan, kejelasan petugas, layanan, kedisiplinan petugas, tanggung jawab, kemampuan layanan, kecepatan, keadilan mendapatkan pelayanan, kesopanan dan keramahan layanan.

Kata Kunci : *Kepuasan konsumen , Pelayanan Perizinan, Aparat SKPD*

Analisis Pengaruh Dimensi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda (Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Riau)

Helwen Heri & Saut Maruba Sihombing
 Universitas Lancang Kuning Pekanbaru

ABSTRAK

Data penjualan sepeda motor Honda, terutama dalam 5 tahun terakhir (2011-2015), menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Honda berfluktuasi yang pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 2,0%, dan pada tahun 2013 turun sebesar 1,562% namun pada tahun 2014 meningkat sebesar 4,084% dan kemudian menurun. pada tahun 2015 sebesar 2.331%. Kondisi di atas membutuhkan perhatian serius dari sisi manajemen PT. Capella Dinamik Nusantara dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan setiap tahunnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi Marketing Mix (produk, harga, distribusi dan promosi) untuk meningkatkan volume penjualan sepeda motor Honda di PT. Capella Dinamik Nusantara di Provinsi Riau dan Mengetahui variabel dominan dari Bauran Pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi) yang mempengaruhi kenaikan volume penjualan. Sampel penelitian terdiri dari konsumen yang membeli motor Honda pada tahun 2015.

Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk dan Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan Price memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dan dari pada Promotions memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap volume penjualan.
2. Produk, harga, distribusi (lokasi) dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Volume Penjualan*

**PERAN MEDIASI PEMASARAN HIJAU PADA PENGARUH PERSEPSI NILAI TERHADAP
REPURCHASE INTENSION PADA GARDEN VILLA SEMINYAK BALI**

**Gilang Dwi Arta¹
Ni Made Purnami²**

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
email:madepurnami@unud.ac.id

ABSTRAK

Penerapan pemasaran hijau suatu perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan mengenai kelestarian lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pemasaran hijau dalam memediasi pengaruh persepsi nilai terhadap *repurchase intension*. Penelitian ini dilakukan di *Garden Villa Seminyak Bali* dengan jumlah responden 140 orang. Responden penelitian adalah konsumen yang sudah pernah menginap di lebih dari satu malam di *Garden Villa Seminyak Bali*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Persepsi nilai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran hijau; 2) Persepsi nilai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intension*; 3) Pemasaran hijau memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *niat beli kembali*; 4) Pemasaran hijau memediasi pengaruh persepsi nilai terhadap *repurchase intension* pada *Garden Villa Seminyak Bali*.

Kata kunci : pemasaran hijau, persepsi nilai, repurchase intension

**KEUNGGULAN MANAJEMEN TRADISIONAL DI ERA GLOBAL PENGRAJIN TENUN ATBM
KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

N.N. Kurniyati¹⁾, K.S. Utami²⁾, dan I.M. Sukanadi³⁾

^{1,2)} Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram

³⁾ ISI Yogyakarta

Email: nanykurniyati@gmail.com

ABSTRACT

Apart from debates emerging in the management systems between traditional management and modern management, the management applied by each business actor should be varied according to the business orientation to be achieved. The different management systems can be benchmarks and innovations for business actors who still use the old management and want to improve the quality of the company, or vice versa, the business actors who eventually apply the traditional management to become the business eminence. The research used qualitative method, interactive model analysis technique, and triangulation technique for data validity test. The result of this study explains that ATBM weaving lurik craftsmen have been using the traditional management model as a competitive business eminence until nowadays.

Keywords: Management Innovation, Traditional Management, Eminence.

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN, KOMITMEN, DAN LOYALITAS NASABAH *INTERNET BANKING* DI KOTA DENPASAR

I Made Stevana Adi Santhika Sudirman, I Gusti Agung Ketut Gede Suasana

@mail: st3v4n4@yahoo.com ; @mail: agung_suasana@unud.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Indonesia

ABSTRAK

Pelayanan melalui internet merupakan salah satu isu, terkait dengan strategi ekspansi bisnis perbankan. Kualitas layanan secara *online* terbaik dapat menentukan loyalitas nasabah terhadap suatu bank. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk; menjelaskan pengaruh kualitas layanan *online* yang dibentuk oleh dimensi-dimensi *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah; menjelaskan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*, baik secara langsung maupun melalui mediasi komitmen nasabah. Subjek penelitian adalah nasabah bank umum di Kota Denpasar yang memanfaatkan fasilitas layanan *internet banking*. Anggota sampel terdiri dari para nasabah Bank Mandiri, BCA, Bank Permata, Bank CIMB Niaga, dan Bank Commonwealth di Kota Denpasar, dengan ukuran sampel sebesar 200 orang. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Data dianalisis dengan teknik analisis *Structural Equation Modelling (SEM)*. Validitas data diuji menggunakan konfirmasi *first order* dan *second order*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *construct reliability*. Hasil analisis konfirmasi *full* model struktural terhadap tujuh dimensi *e-service quality*, menunjukkan bahwa kualitas informasi *website*, kualitas interaksi *website*, kualitas desain *website*, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil lain juga ditemukan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melalui mediasi secara parsial komitmen nasabah. Pengembangan layanan *internet banking* perlu memperhatikan dengan seksama dimensi-dimensi *e-service quality* sebagai pembentuk kualitas layanan *online*. Perbaikan terhadap dimensi-dimensi *e-service quality* diharapkan dapat meningkatkan kinerja layanan *internet banking* sesuai dengan harapan nasabah demi tercapainya kepuasan, komitmen, serta loyalitas nasabah.

Kata Kunci: kualitas layanan online, kepuasan nasabah, komitmen nasabah, loyalitas nasabah, & internet banking.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Purnama Dimediasi oleh Kepercayaan

Dyah Sawitri, Wisma Miftahur Rozi, Gendut Budi Wahyono, Eko Budi Siswandoyo
Universitas Gajayana Malang

ABSTRAK

Latar belakang penelitian adalah Salah satu kegiatan yang menunjang pariwisata Kota Batu adalah penyediaan akomodasi berupa tempat-tempat penginapan yang memadai bagi wisatawan yang masuk Kota Batu. Puluhan Hotel berbintang dan ratusan hotel non bintang seperti homestay dan vila, siap menyediakan fasilitas akomodasi bagi pengunjung Kota Wisata Batu. Salah satu indikator keberhasilan hotel dalam memperoleh pelanggan adalah dengan memberikan jaminan kepuasan. Kepuasan merupakan salah satu indikator keberhasilan dalam kerjanya sehingga dapat menjamin terjadinya loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Purnama, (2) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh yang signifikan kualitas harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Purnama, (3) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepercayaan konsumen pada Hotel Purnama, (4) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh yang signifikan kualitas harga terhadap kepercayaan konsumen pada Hotel Purnama.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 87 pelanggan, analisis data menggunakan model struktur (Inner Model).

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan, kualitas harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kualitas harga, kepuasan pelanggan

**PERAN INOVASI PRODUK MEMEDIASI ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UKM
KERAJINAN ENDEK DI KABUPATEN KLUNGKUNG**

Made Amilia Laksmi Putri¹

Ni Nyoman Kerti Yasa²

I G. A. Ketut Giantari³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

e-mail: manraikerti@yahoo.co.id

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis membuat pengusaha dituntut untuk dapat mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada UKM kerajinan endek, untuk menjelaskan pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UKM, dan orientasi pasar terhadap kinerja UKM kerajinan endek, serta menjelaskan peran inovasi produk dalam memediasi hubungan orientasi pasar dengan kinerja UKM kerajinan endek di Kabupaten Klungkung. Populasi dalam penelitian ini adalah UKM kerajinan endek di Kabupaten Klungkung yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali tahun 2016. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu hanya pada UKM kerajinan endek yang masih beroperasi saat sekarang, sebanyak 37 usaha sebagai unit analisis. Data dianalisis menggunakan teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Produk UKM kerajinan endek di Kabupaten Klungkung. Inovasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UKM kerajinan endek, dan Orientasi Pasar juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM kerajinan endek di Kabupaten Klungkung. Inovasi Produk secara signifikan memediasi pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UKM kerajinan endek di Kabupaten Klungkung.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kinerja UKM.

“KEDIRI THE SERVICE CITY” SEBAGAI INOVASI PELAYANAN PUBLIK DI KOTA KEDIRI

Rino Sardanto¹, Restin Meilina², Basthoumi Muslih³

Universitas Nusantara PGRI Kediri

rinosardanto@unpkediri.ac.id¹, restin@unpkediri.ac.id², basthoumi@unpkediri.ac.id³

ABSTRAK

Kediri The Service City merupakan *city brand* kota Kediri yang baru diresmikan pada pertengahan 2016. *Brand* ini merupakan inovasi dari *brand* sebelumnya yaitu Kediri Bersemi (bersih, indah, menarik). *The service city* menekankan citra kota Kediri sebagai kota pelayanan. Hal ini menunjukkan komitmen kota Kediri untuk memberikan pelayanan prima yang diwujudkan dengan inovasi-inovasi dalam pelayanan publik di kota Kediri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah perbedaan yang signifikan dalam kualitas pelayanan publik di kota Kediri sebelum dan sesudah adanya *brand* Kediri The Service City, sehingga dapat diketahui pula apakah masyarakat kota Kediri mempersepsikan adanya perbedaan pelayanan yang semakin baik sebagai indikator keberhasilan inovasi dalam pelayanan publik di kota Kediri. Penelitian ini dilakukan di kantor Dispendukcapil kota Kediri yang merupakan muara pelayanan-pelayanan kependudukan seperti KTP, KK, pindah datang, akta kelahiran, akta perkawinan, akta perceraian, akta kematian, dan identitas orang asing. Metode penelitian ini adalah komparatif, dengan sampel yang diambil adalah 30 masyarakat yang pernah melakukan pelayanan sebelum dan sesudah adanya *brand* Kediri The Service City. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan yang positif signifikan kualitas pelayanan publik sebelum dan sesudah adanya *brand* Kediri The Service City sehingga membuktikan bahwa *brand* Kediri The Service City telah berhasil dalam memberikan inovasi pelayanan publik di kota Kediri.

Kata Kunci : City Brand, Kediri The Service City, Inovasi, Pelayanan Publik

MOBILE DISPLAY ADVERTISING ”PENGARUH AKTIFITAS *BROWSING*, *FLOW*, DAN KEPERCAYAAN *ONLINE* TERHADAP NIAT PEMBELIAN BARANG-BARANG TERBARU DI INSTAGRAM”

(Studi Pada *Follower* Akun Instagram Kategori Produk *Fashion*, *Gadget*, dan *Kuliner* di Surabaya)

Jiwanngga Hadi Nata, MSM ; Sukaris, MSM

jiwanngga.edpunair@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik

ABSTRAK

Popularitas Instagram yang pada awal peluncurannya merupakan sosial media untuk berbagi foto dan video, pada saat ini bertransformasi menjadi salah satu media pemasaran yang potensial. Pesatnya perkembangan *M-Commerce* membuat Instagram menjadi sosial media favorit bagi para pemasar untuk menstimuli perilaku konsumen. Selain untuk berbagi foto dan video, pengguna instagram memanfaatkannya untuk mencari informasi tentang suatu produk dari akun yang mereka ikuti. Perasaan menyenangkan yang didapat membuat mereka menghabiskan waktu lama, dan mereka mendapatkan informasi yang membuat mereka percaya terhadap akun tersebut dan menstimuli terjadinya niat pembelian pada produk yang di *posting* akun yang mereka ikuti.

Penelitian ini menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan *metode non-probability sampling*, menggunakan tehnik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Teknik Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktifitas *browsing* pada Instagram memiliki pengaruh positif terhadap kondisi *flow*, kepercayaan *online*, dan niat pembelian. Kemudian kepercayaan *online* pada akun di Instagram memiliki pengaruh positif terhadap kondisi *flow*. Demikian juga dengan variabel kondisi *flow* dan kepercayaan *online* juga memiliki pengaruh terhadap niat pembelian barang-barang terbaru di Instagram.

Kata kunci : *aktifitas browsing, flow, kepercayaan online, niat pembelian.*

Kajian Ekuitas Merek dalam Meningkatkan Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Alam dan Budaya di Kabupaten Karawang

Terra Saptina Maulani, Mohamad Hadi Prasetyo

STIE Ekuitas

terra.saptina@ekuitas.ac.id ; hadi.p@ekuitas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan perekonomian di era globalisasi saat ini sangat pesat yang dimana kegiatan ekonomi tidak hanya berfokus pada pertukaran produk manufaktur saja akan tetapi lebih banyak melibatkan sektor jasa. Salah satu bisnis jasa yang berkembang sangat pesat adalah jasa pariwisata. Indonesia adalah negara yang kaya dengan keanekaragaman wisata alam maupun wisata budaya karena setiap daerah memiliki karakteristik geografis dan demografis yang berbeda-beda sehingga hal tersebut dapat menjadi potensi bagi kepariwisataan daerah, salah satunya adalah Kabupaten Karawang yang memiliki potensi objek wisata dan daya tarik wisata alam berupa pantai yang berada di pesisir utara Jawa Barat dan wisata budayanya. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Barat tidak diikuti dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Karawang. Dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung destinasi wisata diperlukan membangun merek yang kuat. Dengan ekuitas merek yang merupakan suatu upaya membangun merek, mengaitkan merek dan mempengaruhi wisatawan dalam membuat keputusan mengunjungi destinasi (*purchase decision*), menarik wisatawan dan mempertahankannya. Objek penelitian ini adalah destinasi wisata alam dan budaya potensial di Kabupaten Karawang. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif, dengan alat pengumpulan data berupa kuisisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 responden yang mengunjungi destinasi wisata alam dan budaya di Kabupaten Karawang.

Keywords: *Ekuitas Merek, Keputusan berkunjung, Kabupaten Karawang*

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI *ONLINE* (GRAB) DI MALANG

Ratna Tri Hardaningtyas
 FEB-Universitas Islam Malang
 E-mail: ratnatyas@unisma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online di Malang (GRAB). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan pelayanan dari transportasi online (GRAB). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode in-depth interview dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada informan yang berjumlah 10 orang dilatar belakangi usia dan profesi yang berbeda. Teknik analisa yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (GRAB) berpengaruh signifikan dan positif. Persepsi masyarakat terbukti bahwa dapat mempengaruhi pandangan terhadap transportasi online. Dikarenakan transportasi online melakukan pelayanan terhadap masyarakat, maka mulai dari kinerja maupun atribut transportasi dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Baik atau buruknya persepsi yang ada di masyarakat terhadap transportasi online, bergantung pada kualitas pelayanan itu sendiri. Kesuksesan sebuah pelayanan dibidang jasa ditunjang oleh kinerja para pengemudi transportasi online pada saat memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Pelayanan yang diberikan kepada masyarakat akan sangat mempengaruhi persepsi masyarakat sebagai konsumen baik itu persepsi buruk maupun persepsi yang baik terhadap transportasi online.

Kata kunci: GRAB, penggunaan transportasi online, dan persepsi masyarakat.

FAKTOR KONTEKSTUAL, *BRAND SWITCHING*, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OPERATOR SELULER DI KOTA DENPASAR

I Made Oka Santika¹
 I Nyoman Nurcaya²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
 email: ichangnur@unud.ac.id

ABSTRACT

In this era there are many mobile operators who offer various services with excellence and uniqueness of its own. Young consumers are more likely to follow trends, so they make operator purchases by alternating. This phenomenon shows that contextual and behavioral factors alternating brands lead to consumer purchase decisions. The purpose of this study is to explain the influence of contextual factors and brand switching on purchasing decisions. This research was conducted on the user of mobile operator in Denpasar City which domiciled in Denpasar City. Sample size taken as many as 120 people with purposive sampling method. Data were collected by distributing questionnaires using a 5-point Likert scale to measure 15 indicators. The analysis technique used is multiple linear regression. The result of research indicate that contextual factor variable have positive and significant effect to purchasing decision. Brand switching variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. This research is expected to be a consideration for cellular service providers in meeting the needs and desires of consumers and is expected to be used as a subject of further study and add references related to variables studied.

Keywords: Contextual Factors, Brand Switching, Purchase Decision

The Effect Of Firm Created Content And User Generated Content Evaluation On Customer-Based Brand Equity

Vinna Hermaren and Adrian Achyar

Department of Management, University of Indonesia, Salemba 10430, Indonesia

E-mail: vhermaren@yahoo.com

ABSTRACT

Purpose – The purpose of this paper is to investigate social media communication and its impact on customer-based brand equity. Compare two social media communication tools that are firm created content and user generated content.

Design/methodology/approach – A total of 114 data sets developed through a standard online survey to investigate the impact of firm created content and user-generated content evaluation in social media on brand awareness / association, perceived quality and brand loyalty to the cosmetics industry in Indonesia. A mini survey was conducted to find out the types of cosmetic brands that do not perform ad campaigns in traditional media such as television to see clearly the influence of brand communication in social media against brand awareness and association. The author applies Structural Equation Modeling (SEM) techniques to investigate the effect of communication on social media on customer-based brand equity.

Findings – The findings of this study indicate that evaluation of firm created content has a positive and significant impact on brand association / awareness, perceived quality and brand loyalty. Meanwhile, evaluation of user-generated content has significant effect only on brand awareness / association and perceived quality. In the dimensions of customer-based brand equity, only perceived quality is significantly influenced by brand awareness / association.

Originality/value – This study examines the effect of two types of social media communications: firm-created and user-generated content on social media to customer-based brand equity. Firm created and user generated content are assessed based on consumer evaluations of corporate social media. This research is relevant for marketers for the development of corporate strategy, especially in the cosmetics industry that uses social media as a medium of communication to customers.

Keywords Marketing, Firm created content, User generated content, Customer based brand equity, SEM

ANALISIS PENGARUH *POSITIONING* PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Civitas Akademika di Universitas Kahuripan Kediri dan Universitas Islam Kediri)

Muhammad Tody Arsyanto, Rahmawati

todyarsiyanto@yahoo.com ; Rahma.w104@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh langsung atau tidak langsung, positioning produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen samsung mobile. Penelitian ini dilaksanakan di Kampus Universitas Kahuripan Kediri dan Universitas Islam Kadiri Kediri. Desain penelitian survey digunakan dalam penelitian ini. Untuk pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis path (*path analysis*).

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel Atribut Produk, Manfaat, Pemakai, Pesaing, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel citra merek, sedangkan variabel penerapan & penggunaan dan kategori Produk tidak berpengaruh yang signifikan; (2). Variable citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (3). variabel Atribut Produk, penerapan & penggunaan, Pemakai, Pesaing, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variable Manfaat, Kategori Produk, dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa variable penerapan dan penggunaan, pemakai, pesaing dan citra merek berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Adapun variable atribut produk, manfaat dan harga berpengaruh tidak langsung pada keputusan pembelian melalui variable citra merek. Untuk itu, dengan tidak mengurangi peran penting variable yang berpengaruh tidak langsung, variable yang berpengaruh langsung seyogyanya dipertahankan dan ditingkatkan.

Kata Kunci : *positioning produk, citra merek, keputusan pembelian, Samsung mobile*

The Effect of Spectator-Based Brand Equity on Behavioral Intentions in Football Club

Muhammad Naufal Makarim
Department of Management, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia
naufal.makarim@gmail.com

Abstract

Purpose – The purpose of this paper is to find out the effect of Spectator-Based Brand Equity on Behavioral Intentions in Football Club.

Design/methodology/approach – The research is descriptive in nature that used survey data in the form of questionnaire from 100 respondent from each sample.

Findings – The model developed in this study identifies that social interaction, team success, and internalization were the significant positive predictors of behavioral intentions among the overall sample. These findings highlight the importance of studying different types of consumers and suggest managerial implications, such as the need for clubs to establish reciprocal relationships with fans in order to increase their levels of internalization and contribute to increased behavioral intentions.

Research limitations/implications – This research only focuses on perception from Indonesian football fans towards major European football club and might not be representative of other football leagues in Europe and around the world.

Originality/Value – This research offers a framework that can help football club managers plan marketing strategies to approach different segment of customers.

Keywords – *Brand equity, Behavioral intentions, Football fan club*

STUDI BRAND SWITCHING BEHAVIOR DARI TAXI METER KONVENSIONAL KE TAXI ONLINE

Arief Bowo Prayoga Kasmoo
Riska Jayanti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta
ariefbowo@yahoo.com

ABSTRAK

Pada perkembangan teknologi era 4.0 membawa perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan jasa, hal ini juga terjadi pada jasa transportasi dimana perubahan perilaku masyarakat penggunaan taxi meter konvensional ke taxi online. Siring dengan bertambahnya pengguna internet di Indonesia yang di perbanyak dengan bertambahnya pengguna smart phone di Indonesia dimana fenomena ini telah menjamur di berbagai daerah di Indonesia. Studi ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi penyebab perilaku masyarakat dalam mencari variasi pemenuhan kebutuhannya pada era teknologi ini, terutama pada penyebab perpindahan konsumen dari taxi konvensional ke taxi online.

Penelitian ini melibatkan 155 responden pengguna taxi meter konvensional yang telah beralih ke taxi online di Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap keputusan brand switching, Penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan brand swiching dan variety seeking berpengaruh terhadap brand switching.

Kata kunci: *brand switching, variety seeking, penetapan harga, atribut produk*

**Pengaruh Promosi dan *Brand Repositioning* Terhadap Kepercayaan Pelanggan Kopi Singa
(Survei Pada Pelanggan Kopi Singa di PT Puji Surya Indah Bandung)**

Henny Utarsih, SE., M.Si
Rizka Hernawati
STIE EKUITAS BANDUNG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen tentang pelaksanaan promosi dan *brand repositioning*, serta pengaruhnya terhadap kepercayaan pelanggan Kopi Singa produk PT. Puji Surya Indah. Sampel penelitian sebanyak 171 responden yang adalah para penikmat kopi yang pernah atau sedang menggunakan Kopi Singa di Bandung. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara, yang validitas dan reliabilitas kuesioner telah diuji terlebih dahulu.

Data yang didapat dianalisis dengan metode deskriptif untuk mengukur kinerja promosi dan *brand repositioning*, dan kepercayaan pelanggan. Analisis verifikatif menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji normalitas data, uji hipotesis, dan uji signifikansi untuk mengukur pengaruh promosi dan *brand repositioning* terhadap kepercayaan pelanggan Kopi Singa secara simultan dan parsial.

Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa promosi Kopi Singa yang dilakukan PT. Puji Surya Indah Bandung secara keseluruhan berada dalam kategori baik. *brand repositioning* secara keseluruhan berada dalam kategori cukup baik. Kepercayaan pelanggan atas Kopi Singa secara keseluruhan berada dalam kategori tinggi. Aroma dan rasa Kopi Singa sudah sesuai keinginan konsumen. Namun varian Kopi Singa belum dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Promosi dan *brand repositioning* berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan Kopi Singa. Pengaruh promosi Kopi Singa terhadap kepercayaan pelanggan sebesar 40,2%. Pengaruh *brand repositioning* terhadap kepercayaan pelanggan Kopi Singa sebesar 59,8%.

Kata Kunci: Promosi, Brand Repositioning, Kepercayaan Pelanggan

**DIFFERENT BUYING BEHAVIOR TOWARD STREET FOOD BASED ON PRODUCT TYPE
(TRADITIONAL VS MODERN STREET FOOD)**

Budhi Haryanto, Djoko Purwanto, Dewi Aminah, Edi Cahyono
Universitas Sebelas Maret, Surakarta – Indonesia
budhiharyanto@yahoo.com.

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh harga, kualitas, dan kemudahan dalam memperoleh pada sikap positif dan niat untuk membeli makanan jalanan, yang dimoderasi oleh jenis produk (makanan tradisional dan makanan modern).

Dari 1000 individu, terbagi menjadi 500 orang yang tertarik dengan makanan tradisional, dan 500 orang yang tertarik dengan makanan modern. Sampel diambil di beberapa daerah di Surakarta, termasuk Solo Grand Mall, Mall Batik Mall, Paragon Mall, dan beberapa pasar tradisional di Surakarta. Model Persamaan Struktural Multi Kelompok (Multi-group SEM) adalah alat statistik yang dipilih untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang dihipotesiskan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa (1) sebelum makanan dipisahkan berdasarkan jenisnya, harga dan kualitas makanan mempengaruhi sikap positif dan niat pembelian makanan jalanan, sedangkan kemudahan bukanlah variabel yang mempengaruhi sikap dan niat beli pada makanan jalanan. (2) Bila jenis makanan dipisahkan, hasil pengujian menunjukkan bahwa (a) untuk makanan tradisional, harga, kualitas dan kemudahan untuk mendapatkan makanan adalah variabel yang mempengaruhi sikap positif dan niat untuk membeli makanan. (b) untuk makanan modern, harga dan kualitas adalah variabel yang mempengaruhi sikap positif, akan tetapi tidak signifikan pengaruhnya pada niat untuk membeli makanan jalanan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap aspek akademik dan praktis, serta memberikan kesempatan untuk penelitian lebih lanjut.

Kata kunci: Makanan jalanan, makanan tradisional, perilaku beli, jenis produk

BAGAIMANA LOYALITAS TERHADAP HEWLETT PACKARD DI INDONESIA DIBENTUK?

Mursid Dwi Hastomo, S.Kom. MM.

Dr. Budhi Haryanto, MM

Didik Setyawan, SE. MM

Author: Mursid Dwi Hastomo, S.Kom. MM. Academy of Management informatics and computer, Harapan Bangsa, Jl. Ir. Sutami No. 46, Sekarpance, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia (57126). Hp: 08112646773, Email: mursiddwihastomo@gmail.com

Co Author: Dr. Budhi Haryanto, M.M, Economic and Business Faculty, Sebelas Maret University, Jl. Kentingan No. 36A, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia (57126). Hp: 08122801653, Email: budhiharyanto@yahoo.com.

Co Author: Didik Setyawan, SE. MM, Setia Budi University, Jl. Letjen. Sutoyo, Mojosongo, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia (57127). Hp: 082133940323.

ABSTRACT

This research aims to examine the relationship between product quality, service quality, price and customer satisfaction on customer loyalty. In addition, this research also aims to examine the effect of customer satisfaction as the mediating variable on the customer loyalty establishment process. Survey method selected to collected data. The population used was the customers who intend to be loyal to Hewlett Packard Indonesia branch. The sample was taken using convenience sampling, consisting of 200 respondents. The result of examination using Structural Equation Model (SEM) indicated that there was a positive significant between product quality on customer satisfaction, service quality on customer satisfaction, price on customer satisfaction and customer satisfaction on customer loyalty. The limitation and implication of this research also be discussed to give an understanding to practical aspect, theory and further study.

Keywords: Product quality, service quality, price, customer satisfaction and customer loyalty.

KUALITAS E-SERVICE DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PENGGUNA WEBSITE PENDAFTARAN ONLINE RSUD Dr. MOEWARDI DENGAN PERSEPSI NILAI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Anggraeni Dewi Risma Handayani¹⁾, Didik Setyawan²⁾, Waluyo Budi Atmoko³⁾

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Setia Budi Surakarta

¹⁾dewirisma89@yahoo.co.id; ²⁾didiksetyawan1977@gmail.com; ³⁾waluyobudiatmoko@gmail.com

ABSTRACT

This study aim to confirm the relationship of service quality, satisfaction, and loyalty are moderated by perceived value in the consumer online registration website RSUD Dr. Moewardi as research objects. Sampling technique is purposive sampling with the population of all patients using the online registration website at RSUD Dr. Moewardi many as 250 respondent. Hypothesis testing is done by using Structural Equation Model (SEM) using a AMOS program. The results of this study showed that the significant effect of satisfaction on loyalty, quality of service is significant effect on satisfaction, except quality of service does not significantly influence on loyalty, and perception value is not significant relation effect satisfaction and loyalty.

Keywords : E-Service Quality, Loyalty, Satisfaction, Perceive Value.

**Alasan Siswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta
(Survei terhadap Perilaku Siswa dalam memilih Politeknik Manufaktur di Ceper-Klaten)**

Korespondensi:

Tri Daryanto, Program Studi Pengecoran Logam, Politeknik Manufaktur Ceper. Batur, Tegalrejo, Ceper, Klaten. Email: tdaryanto@yahoo.com. HP: 081329393836

Budhi Haryanto. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret. Jl. Ir. Sutami, No. 36A. Ketingan, Surakarta. Email: budhiharyanto@yahoo.com. HP: 08122801653

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menjelaskan pengaruh variabel kualitas pengajaran, harga pendidikan, citra perguruan tinggi, dan sikap terhadap niat untuk memilih perguruan tinggi di Politeknik Manufaktur Ceper. Data dikumpulkan melalui metode survey yang dipandu dengan kuesioner dari sampel sebanyak 200 individu. yang mempunyai intensi untuk melanjutkan kuliah di Politeknik Manufaktur Ceper. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel sikap memediasi secara penuh hubungan antara variabel kualitas pengajaran, harga pendidikan, citra perguruan tinggi, dengan niat memilih kuliah. Temuan ini diharapkan dapat memberikan *Insight* kepada pemasar sebagai masukan dalam merancang strategi pengembangan pemasaran jasa pendidikan. Untuk mengaplikasi penelitian ini pada konteks yang berbeda, baik dalam hal obyek dan setting penelitian, disarankan untuk mencermati segala perubahan yang terjadi, yang kemungkinannya dapat berdampak pada pembiasaan hasil-hasil yang diperoleh.

Kata Kunci : niat memilih perguruan tinggi, kualitas pengajaran, harga pendidikan, citra perguruan tinggi, sikap

Model 3 C (Connect – Collaborate – Commerce) dalam Mendukung program Kemitraan Strategis Pemda Jawa Barat dengan Komunitas Kreatif.

Imas Soemaryani, Ferry Hadiyanto, Hilmiana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

Imas.soemaryani@unpad.ac.id ; Ferry.hadiyanto@unpad.ac.id ; hilmiana@fe.unpad.ac.id

Abstrak

Berdasarkan data BPS 2016, Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah usaha ekonomi kreatif terbesar di atas Sumatra dan Jawa Timur yaitu sebanyak 1.504.105 unit usaha. Dengan melihat potensi sangat tinggi dilihat dari berbagai indikator berkembangnya usaha ekonomi kreatif seperti modal intelektual yang tinggi tingkat kreatifitas yang tinggi , dijadikannya beberapam kota di Jawa Barat sebagai sebagai kota jasa dan tujuan wisata sebagai potensi pasarnya, dukungan pemerintah daerah yang baik dengan program 100 ribu wirausaha baru dan diberikannya pernghargaan Jabar sebagai kota kreatif dan inspiratif, sangat memungkingkan usaha ekonomi kreaif di Jawa Barat akan berkembang pesat dan menjadi andalan dalam pencapaian pendapatan asli daerah.

Program kemitraan strategis antara pemerintah daerah dan komunitas kreatif yang bersifat regular dalam bentuk 3C (Connect – Collaborate – Commerce), merupakan salah satu usaha dari berbagai pihak yang berkepentingan untuk menyatukan rantai nilai dari aktivitas ekonomi kreatif, sehingga diharapkan mampu memberikan dan meningkatkan nilai dari setiap aktivitas ekonomi kreatif.

Hasil penelitian menunjukkan program kemitraan melalui forum lintas komunitas kreatif yang egaliter dan mandiri dapat menjadi ruang silaturahmi untuk membangun kolaborasi dalam konteks ekonomi kreatif, yang diharapkan dapat menghasilkan luaran yang dapat disampaikan pada publik/ pasar secara optimal, baik melalui komersialisasi maupun exposure lain seperti festival (3C).

Kata kunci : Connect – Collaborate – Commerce, Kemitraan Strategis , Komunitas Kreatif.

Persepsi Stakeholder dan Pemetaan Potensi Ekonomi Kreatif di Kota Bandung

Hilmiana, Imas Soemaryani, Joeliaty, Kurniawan Saefullah
Universitas Padjadjaran
hilmiana@unpad.ac.id; kurniawan.saefullah@unpad.ac.id

Abstrak

Ekonomi dan Industri Kreatif memiliki peran yang semakin signifikan bagi Pembangunan di Indonesia. Demikian pula di Kota Bandung, dimana Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi sebesar 14% terhadap Pendapatan Daerah Kota Bandung. Oleh karena itu, peran stakeholder dalam mengembangkan sektor Ekonomi Kreatif sangat diperlukan untuk mendukung pencapaian pertumbuhan pembangunan ekonomi di Kota Bandung, sekaligus juga menjamin terwujudnya pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Makalah ini menguraikan secara deskriptif Persepsi para stakeholder yang terdiri dari elemen stakeholder Pemerintah, Akademisi, Pengusaha, Masyarakat dan Media, mengenai pemetaan dan analisis potensi Ekonomi Kreatif di 25 kecamatan di Kota Bandung. Hasil pemetaan melalui kegiatan Focus Group Discussion (FGD) dan analisis literatur menunjukkan bahwa sekalipun pembangunan yang dilakukan di Kota Bandung telah mendukung perkembangan Ekonomi dan Industri Kreatif, namun masih terdapat persoalan dalam hal pemerataan pembangunan di kawasan yang memiliki potensi bagi pengembangan Ekonomi dan Industri Kreatif di Kota Bandung.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Stakeholder, Pentahelix, Sustainable Development

A CONCEPTUAL PAPER ON HOW TO MARKET A BEACH AS TOURIST DESTINATION

Kurniawati Darmaningrum
Budhi Haryanto

Universitas Sebelas Maret Surakarta

ABSTRAK

Artikel ini merupakan artikel konseptual untuk mempelajari efek dari berbagai faktor yang mempengaruhi tentang niat berkunjung bagi turis asing ke pantai-pantai yang berada di Indonesia. Penelitian ini mengulas tentang variabel-variabel yang membentuk niat berkunjung, yaitu keunikan pantai dan kemudahan akses destinasi yang dimoderasi oleh citra negara dan kemudian memberikan saran untuk penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang

Kata kunci: keunikan destinasi, kemudahan akses destinasi, citra negara, niat berkunjung

Apakah Kepribadian Konsumen (The Big-five Personality) Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Halal?

*Solikhah,
Budhi Haryanto
Universitas Sebelas Maret Surakarta
olikahyari@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Big Five Personality yang terdiri dari factor neuroticism, extraversion, openness to experience, agreeableness, dan conscientiousness terhadap keputusan memilih kosmetik berlabel halal. Penelitian ini merupakan penelitian konseptual yang berasal dari pemikiran dan studi penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan kepribadian dengan keputusan memilih kosmetik berlabel halal. Melalui preposisi diatas dapat diprediksi bahwa kepribadian conscientiousness merupakan kepribadian yang paling memiliki perhatian menyeluruh terhadap kosmetik halal. Kepribadian ini memiliki pengetahuan yang luas dan memperhatikan hal detail dalam kehidupan sehari-harinya. Kepribadian neurotism adalah pribadi yang diprediksi tidak akan memperhatikan label halal kosmetik, mereka memilih kosmetik hanya sesuai dengan dorongan hati.

Kata Kunci : big-five personality, kosmetik halal

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

STRATEGI MENINGKATKAN PRESTASI KERJA GURU BERDASARKAN MOTIVASI, KOMPENSASI, STRES KERJA, DAN KEPEMIMPINAN

Tegowati, Nenny Syahrenny, Wininatin Khamimah dan Mega Arisia Dewi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
Email: tegowati@stiesia.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan prestasi kerja guru berdasarkan motivasi, kompensasi, stres kerja dengan moderasi kepemimpinan. Sampel berjumlah 101 responden dengan teknik samplingnya purposive sampling. Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan IBM SPSS 20, di peroleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja. Hal ini ditunjukkan dari nilai Unstandardized Coefficients sebesar 4.690 dengan signifikansi 0.000. 2) Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja. Hal ini ditunjukkan dari uji t pada nilai Unstandardized Coefficients sebesar 5.073 dengan signifikansi 0.000. 3) Stres kerja tidak berpengaruh terhadap prestasi kerja guru. Hal ini ditunjukkan oleh uji t pada nilai Unstandardized Coefficients sebesar 1.573 dengan signifikansi 0.118. 4) Kompensasi berpengaruh terhadap prestasi kerja guru yang dimoderasi oleh kepemimpinan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Unstandardized Coefficients sebesar -2.072 (negatif) dan signifikansi 0.005 (lebih kecil dari 0.05). 5) Motivasi berpengaruh terhadap prestasi kerja guru yang dimoderasi oleh kepemimpinan. Hal ini ditunjukkan oleh uji t yaitu nilai -1.394 (negatif) dengan signifikansi 0.05 (signifikan pada nilai 0.05). 6) Stres kerja berpengaruh terhadap prestasi kerja guru yang dimoderasi oleh kepemimpinan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Unstandardized Coefficients sebesar -3.097 (negatif) dengan signifikansi 0.000 (lebih kecil dari 0.05).

Kata Kunci: Prestasi Kerja, Motivasi, Kompensasi, Stres Kerja, Kepemimpinan.

Peran Stress Kerja Pada Hubungan Persepsi Konflik Keluarga – Pekerjaan Dengan Kepuasan Kerja

I Gusti Ayu Ari Warmadewi, yugekari@gmail.com
Putu saroyini Piartrini, royetrini@unud.ac.id
Universitas Udayana

ABSTRAK

Penelitian ini mengungkapkan peran stress kerja pada hubungan Persepsi Konflik antara pekerjaan dengan Keluarga yang dialami oleh karyawan CV Bali Aquarium yang pada satu sisi menghadapi tuntutan kerja yang melebihi jam kerja normal, kondisi kerja yang berisiko terhadap keselamatan jiwa karena harus menyelam di laut untuk menanam terumbu karang dan di sisi yang lain memiliki kewajiban sosial sebagai warga masyarakat dan anggota keluarga. Dari perspektif *Job demand – control Model* penelitian ini mengukur stres kerja yang dialami karyawan, dalam hubungan antara konflik yang dialami antara pekerjaan dan keluarga dengan kepuasan kerja yang dibahas dari perspektif *Two Factors Theory*. Data dikumpulkan dari karyawan perusahaan yang berjumlah 39 orang untuk pengujian hipotesis. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa persepsi konflik pekerjaan – keluarga berkorelasi dengan stres kerja dan kepuasan kerja. Stres kerja menjadi mediator hubungan antara persepsi konflik pekerjaan dengan keluarga dengan kepuasan kerja. Implikasi temuan penelitian merekomendasikan bahwa manajemen perlu mengendalikan stres dengan mengurangi beban kerja karyawan yang padat dan memberikan waktu istirahat yang cukup dan memberikan waktu untuk melaksanakan aktivitas lain. Kondisi ini mengakibatkan pekerjaan tidak menarik bagi karyawan dan karyawan merasa tidak diakui pencapaian yang dimiliki.

Kata kunci: Stres kerja, konflik pekerjaan-keluarga, kepuasan kerja

PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI, DAN ORIENTASI STRATEGIS TERHADAP KINERJA ORGANISASI MELALUI PERAN MEDIASI *KNOWLEDGE MANAGEMENT* (STUDI PADA PDAM DI NUSA TENGGARA BARAT)

Oleh
Dr. Hermanto, MBA*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan dampak langsung kepemimpinan transformasional, budaya organisasi, dan orientasi strategis terhadap kinerja organisasi, serta dampak tidak langsung dari variabel tersebut melalui peran mediasi *knowledge management*. Melalui pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan menggunakan metode survei dan dianalisis menggunakan GESCA. Semua perusahaan daerah air minum (PDAM) di Nusa Tenggara Barat terlibat sebagai unit analisis penelitian ini dimana 70 manajer di tingkat atas dan menengah diperlakukan sebagai responden penelitian. Penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh langsung positif dan signifikan dari *knowledge management* terhadap kinerja organisasi; namun tidak ada pengaruh langsung kepemimpinan transformasional, budaya organisasi, dan orientasi strategis terhadap kinerja organisasi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *knowledge management* adalah variabel mediasi penuh budaya organisasi dan orientasi strategis terhadap kinerja organisasi, namun tidak pada hubungan antara kepemimpinan transformasional dan kinerja organisasi. Namun, untuk memberikan hasil yang lebih komprehensif, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk melibatkan lebih banyak PDAM sebagai unit analisis dan determinan *knowledge management* lain untuk memperluas perspektif peran *knowledge management*.

Kata kunci : kepemimpinan transformasional, budaya organisasi, orientasi strategis, knowledge management, dan kinerja organisasi.

Pengaruh Gender dan Pemberdayaan Pada Kinerja Pengelola Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kabupaten Gianyar

Ayu Desi Indrawati¹

Desak Ketut Sintaasih²

^{1,2} Universitas Udayana, Indonesia

Email : desi_indrawati@unud.ac.id

ABSTRAK

Riset ini bertujuan menguji pengaruh gender dan pemberdayaan terhadap kinerja pengelola Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Kabupaten Gianyar. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 120 responden yang terdiri atas 75 orang berjenis kelamin laki-laki dan 45 orang berjenis kelamin wanita. Responden penelitian ini adalah para pengelola LPD yang tersebar di tiga kecamatan yaitu Kecamatan Sukawati, Payangan, dan Gianyar. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh gender pada kinerja, yang artinya tidak ada perbedaan kinerja antara pengelola LPD berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, sedangkan pemberdayaan psikologis memiliki pengaruh positif signifikan pada kinerja pengelola LPD di Kabupaten Gianyar.

Kata kunci: gender, pemberdayaan, kinerja

KOMPETENSI SEBAGAI DETERMINAN KINERJA PEGAWAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI**Wa Ode Zusnita Muizu****waode.zusnita@unpad.ac.id****Andhita Titisari****andhitatitisari@gmail.com****Umi Kaltum****umi.kaltum@gmail.com****FEB Unpad****ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kompetensi berpengaruh positif dan signifikan sebagai determinan kinerja pegawai di PT Telkom Indonesia. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu kompetensi sebagai variabel independen dan kinerja pegawai sebagai variabel dependen. Data didapatkan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner pada karyawan di PT Telkom Indonesia dengan jumlah sampelnya sebanyak 145 orang. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi memiliki pengaruh yang cukup besar yaitu 10,2% dalam membentuk kinerja kerja pegawai, yang artinya dengan semakin baiknya kompetensi pegawai di PT Telkom, maka akan semakin baik pula kinerja yang dimiliki pegawai.

Kata kunci: Kompetensi, kinerja pegawai

PERAN KNOWLEDGE SHARING TERHADAP KINERJA PEGAWAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI**Wa Ode Zusnita Muizu****waode.zusnita@unpad.ac.id****Andhita Titisari****andhitatitisari@gmail.com****Ernie T Sule****ernie.tisnawati@fe.unpad.ac.id****FEB Unpad****ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *knowledge sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di PT Telkom Indonesia. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu *knowledge sharing* sebagai variabel independen dan kinerja pegawai sebagai variabel dependen. Data didapatkan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner pada karyawan di PT Telkom Indonesia dengan jumlah sampelnya sebanyak 145 orang. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Knowledge sharing* berpengaruh positif sebesar 28,9% dalam membentuk kinerja kerja pegawai, yang artinya dengan semakin baiknya pelaksanaan *knowledge sharing* di PT Telkom, maka akan semakin baik pula kinerja yang dimiliki pegawai.

Kata kunci: Knowledge sharing, kinerja pegawai

METAMORFOSIS PERSEPSI DAN SIKAP MAHASISWA MANAJEMEN ATAS PEMBELAJARAN PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO

(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tingkat 4 UNPGRI Kediri)

Diah Ayu Septi Fauji

Universitas Nusantara PGRI Kediri

dseptifauzi@gmail.com / septifauji@unpkediri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengamatan secara mendalam terkait dengan metamorfosis persepsi serta sikap mahasiswa manajemen tingkat 4 dalam proses pembelajaran pasar modal dan manajemen portofolio. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan model studi kasus serta wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Penentuan informan kunci dalam penelitian ini menggunakan metode 5 R dan diperoleh informan dari mahasiswa sebanyak 8 orang mewakili kelas dan telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Sistem pembelajaran berbasis SCL yang diterapkan dalam kelas pada lokasi penelitian tidak efektif, Proses pembelajaran perlu lebih aplikatif sesuai isu yang berkembang, Perlu adanya galeri investasi untuk menunjang proses pembelajaran pasar modal dan manajemen portofolio karena hal-hal tersebut menjadikan mahasiswa untuk tidak menyukai pasar modal. Metamorfosis persepsi dan sikap mahasiswa FE UNPGRI Kediri pasca memperoleh pembelajaran pasar modal dan manajemen portofolio sebagian besar hanya sampai pada tahap mampu memahami belum sampai pada tahap mampu mengaplikasikan sehingga perlu adanya inovasi pembelajaran yang juga tentu disertai dengan inovasi sistem pendidikan.

Kata Kunci : Pembelajaran Pasar Modal dan Manajemen Portofolio, Metamorfosis Persepsi dan Sikap

THE IMPACT OF UNIVERSITY'S PROGRAMS TOWARD ALUMNI PERCEIVED DEVELOPMENT.

(A Case Study in International Program, Faculty of Economics, Islamic University of Indonesia)

Anas Hidayat (anas.hidayat1988@gmail.com)
Jaya Addin Linando (addinlinando@gmail.com)
Sri Rejeki Ekasasi (sekasasi@gmail.com)

Asian Business Institute

Faculty of Business and Economics, International Program, Universitas Islam Indonesia

ABSTRACT

Education plays an important role as the value-shaper students. International Program Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia or IPFE UII is one of the universities that have role in education. IPFE UII is intended to be the value-shaper for its students. One of the way that is done by IPFE UII to achieve that goal is by providing several character building programs. IPFE UII compresses the values and tried it into five points, they are: professional behaviour, creative thinking, literacy skill, global understanding and communication skill. This research was done to evaluate whether the programs of IPFE UII have an impact on the perceived development of its students or not. The results of this research shows that based on simple regression analysis, all five variables are significantly influence perceived development as the dependent variable. While the result shown in multiple regression analysis are: 1) professional behaviour has positive significant influence to alumni perceived development; 2) creative thinking has negative influence to alumni perceived development; 3) literacy skill has positive but not significant influence to alumni perceived development; 4) global understanding has positive but not significant influence to alumni perceived development; 5) communication skill has positive influence to alumni perceived development.

Keywords: Professional Behaviour, Creative Thinking, Literacy Skill, Global Understanding, and Communication Skill.

**PEMICU KINERJA KARYAWAN PERBANKAN MELALUI PENGUATAN *KNOWLEDGE*
MANAGEMENT DAN BUDAYA KERJA**

Gendut Sukarno, Kustini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur

sukarnogendut@yahoo.co.id ; kustini259@yahoo.co.id

ABSTRAKSI

Penerapan *knowledge managemenet* di berbagai perusahaan sepertinya sudah menjadi suatu kebutuhan mendasar pada era globalisasi saat ini. Kemampuan organisasi untuk mengelola *knowledge* yang ada merupakan kekuatan yang diperlukan untuk dapat tetap bertahan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji konsep *knowledge managemenet* dan budaya kerja terhadap kinerja karyawan perbankan. Diharapkan kajian ini dapat bermanfaat bagi pengambil kebijakan terkait dengan bidang *human resource* didunia perbankan.

Pupulasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Bank BJ di Surabaya, adapapun sampel dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Bank BJ sebanyak 47 responden sebagai sampel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan hasil pengujian menemukan hasil bahwa, *knowledge management* mampu memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap kinerja karyawan PT. Bank BJ, sedangkan budaya kerja belum mampu memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap kinerja karyawan PT. Bank BJ.

Kata kunci : knowledge managemenet, budaya kerja.

PENGEMBANGAN KOMPETENSI UMKM DENGAN PEMBELAJARAN ORGANISASI

Andi Hendrawan

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen UNSOED

Dosen Akademi Maritim Nusantara

Email: andihendrawan007@gmail.com

Aneu Yulianeu

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen UNSOED

Dosen STMIK DCI Tasikmalaya

Email anjusu09@gmail.com

Hari Sucahyawati

Dosen Akademi Maritim Nusantara

Email harisucahyawati@yahoo.com

Indriyani

Dosen Akademi Maritim Nusantara

Email indrip2cd11010@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Kompetensi UMKM merupakan hal yang penting karena akan meningkatkan produktivitas dan kinerja UMKM. Peningkatan kompetensi UMKM salah satunya adalah dengan pembelajaran organisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh pembelajaran organisasi dalam meningkatkan kompetensi UMKM. Hasil menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan pengaruh pembelajaran organisasi dalam meningkatkan kompetensi UMKM. Hal menunjukkan bahwa semakin baik pembelajaran organisasinya maka akan meningkatkan kompetensi UMKM.

Kata kunci : Komptensi, UMKM, Pembelajaran Organisasi

PENGARUH PEMBERDAYAAN, PERILAKU INOVATIF, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN BUMBU BALI RESTORAN TANJUNG BENOA BADUNG, BALI

**A.A. Sagung Diah Istri Pramayani¹
I Gusti Ayu Dewi Adnyani²**

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: igadewi@yahoo.com / telp: +62 81 33719 7622

ABSTRAK

Karyawan merupakan asset penting dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan adanya dukungan untuk meningkatkan produktivitasnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemberdayaan, perilaku inovatif, dan motivasi kerja terhadap produktivitas kerja. Penelitian ini dilakukan di Bumbu Bali Restoran. Jumlah responden adalah sebanyak 35 orang karyawan dengan metode *sampling* jenuh. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan menggunakan metode pengukuran data skala *Likert*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pemberdayaan memberi kontribusi dalam keberhasilan perusahaan. Memiliki perilaku inovatif juga merupakan hal yang penting untuk mengembangkan inovasi dalam meningkatkan produktivitas. Disamping itu produktivitas dapat ditingkatkan dengan diberikannya dorongan yang mampu memotivasi kerja karyawan. Karyawan hendaknya selalu diberikan kepercayaan, cara cara baru dalam proses bekerja dan senantiasa didukung fasilitas dan perlengkapan kerja untuk meningkatkan produktivitas

Kata kunci: pemberdayaan, perilaku inovatif, motivasi kerja dan produktivitas kerja

ANTESEDEN PEMBERDAYAAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PDAM DI SAMARINDA DAN KUTAI KARTANEGARA

Dirga Lestari, Siti Maria

Faculty of Economics and business,
Universitas Mulawarman, Samarinda

dirgalestari81@yahoo.com ; mariasitii@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan pengaruh diantara variabel kepemimpinan visioner, kompetensi, pemberdayaan dan kinerja karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Samarinda dan Kutai Kartanegara. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptive dan explanatory survey. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan tetap berjumlah 664 orang. Penentuan anggota sampel dalam penelitian ini dilakukan secara acak (*simple random sampling*). Metode sampling yang digunakan adalah purposif sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran angket (kuesioner), wawancara terbatas, dan observasi serta menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program *SmartPartial Least Square (PLS)* versi 3.0. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan visioner tidak berpengaruh signifikan terhadap pemberdayaan, kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap pemberdayaan, kepemimpinan visioner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan serta pemberdayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Samarinda dan Kutai Kartanegara.

Keywords: Kepemimpinan Visioner, Kompetensi, Pemberdayaan dan Kinerja.

ANALISIS TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT KAMPUNG SASIRANGAN TERHADAP PENGEMBANGAN EKOWISATA DI KAWASAN BANTARAN SUNGAI MARTAPURA

Maya Sari Dewi, Muhammad Ziyad, M. Zainal Abidin

Universitas Lambung Mangkurat

mayaunlam@gmail.com; ziyadhome@gmail.com; mzainalabidin@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan fisik, sikap dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan ekowisata di kota banjarmasinserta aktivitas sosial dan ekonomi yang dapat dikembangkan masyarakat kampung sasirangan serta menganalisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan tantangan pengembangan ekowisata daerah. Metode yang digunakan survey dan wawancara dengan sampel penelitian ini sebanyak 40 responden. Analisis data dilakukan dengan Analisi deskriptip dan SWOT Analysis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengembangan ekowisata di kota Banjarmasin masih kurang khususnya partisipasi masyarakat yang tinggal di wilayah bantaran sungai Martapura. Adapun pengembangan ekowisata masih banyak yang bisa dikembangkan diantaranya adalah usaha kuliner dan souvenir khas Banjar di mana diperlukan pusat kuliner dan oleh-oleh di sekitar bantaran sungai (toko terapung) yang dapat menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan. Kemudian berdasarkan analisis SWOT ekowisata Banjarmasin berada di kuadran II dimana Banjarmasin mempunyai kekuatan di bidang pariwisata terutama sungai sebagai aset yang perlu dijaga kelestariannya sehingga bisa bermanfaat secara ekonomis bagi masyarakat dan lingkungan hidup sekitarnya.

Kata Kunci: Ekowisata, Bantaran Sungai

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA DAN KONSEKUENSINYA

Amananda Susena, Mugi Harsono

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Amananda38susena@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis secara deskriptif faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya konflik-pekerjaan-keluarga dan konsekuensinya. Dalam penelitian ini data di peroleh dari hasil wawancara dengan lima pekerja wanita sebagai narasumber dengan kualifikasi telah menikah dan memiliki anak. Kelima narasumber mempunyai latar belakang pekerjaan yang berbeda. Hasil penelelitian mengungkapkan bahwa mereka memutuskan untuk bekerja karena faktor ekonomi, pendidikan, karir, dan sosial. Kemudian penyebab dari terjadinya konflik pekerjaan-keluarga adalah karena adanya tuntutan dari pekerjaan dan tuntutan yang berkaitan dengan teknologi. Konflik pekerjaan sendiri memberikan dampak yakni kepuasan kerja. Berkurangnya kepuasan kerja mengakibatkan timbulnya keinginan untuk meninggalkan pekerjaan (turnover intention) dan mencari pekerjaan baru. konflik pekerjaan-keluarga sendiri dapat di minimalisasi dengan adanya dukungan sosial. Dalam penelitian ini diungkapkan bahwa dukungan sosial (atasan, rekan kerja, orang tua, suami) mampu mengurangi konflik pekerjaan-keluarga.

Kata Kunci: Tekanan pekerjaan, tekanan teknologi, konflik pekerjaan-keluarga, kepuasan kerja, turnover intention.

KEWIRAUSAHAAN

PERAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM MEMEDIASI ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DENGAN KINERJA UKM

Nyoman Gede Aditya Jay Medhika, I Gusti Ayu Ketut Giantari, Ni Nyoman Kerti Yasa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

e-mail: ayugiantari@unud.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: 1) pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UKM, 2) pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap kinerja UKM dan 3) peran keunggulan bersaing dalam memediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM industri kerajinan ‘kain endek’ (kain tenun ikat) di Kabupaten Klungkung. Populasi dalam penelitian ini adalah UKM di industri kerajinan kain endek di Kabupaten Klungkung yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali tahun 2016. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh (sensus), dimana menggunakan keseluruhan populasi yaitu 37 usaha sebagai unit analisis. Data dianalisis menggunakan teknik analisis SEM berbasis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM. Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Keunggulan bersaing secara positif dan signifikan memediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM industri kerajinan endek di Kabupaten Klungkung.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Kinerja UKM

INOVASI DISRUPTIF: TANTANGAN DAN PELUANG BAGI UKM

Nurhajati, N. Rachma, Rio Era Deka, Erizaldy Azwar.

Fakultas Ekonomi UNISMA

ABSTRAK

Inovasi disruptif membawa manfaat bagi masyarakat sekaligus menjadi tantangan dan peluang bagi pelaku usaha, namun kajian ilmiah pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) masih terbatas. Makalah ini bertujuan membahas tantangan dan peluang inovasi disruptif bagi UKM di Indonesia. Makalah ini ditulis menggunakan data sekunder dari berbagai sumber ilmiah populer dan jurnal ilmiah. Hasil kajian menunjukkan beberapa fenomena sebagai tantangan inovasi disruptif bagi UKM. Pertama, penutupan beberapa toko ritel modern di pusat-pusat belanja karena banyak konsumen melakukan belanja *online*. Kedua, ada *Digital Free Trade Zone* (DFTZ) tetapi UKM menghadapi tantangan untuk menghasilkan produk yang inovatif, berkualitas, dan mampu bersaing dari segi harga. Ketiga, kelemahan internal UKM terkait inovasi disruptif adalah rendahnya tingkat pendidikan, umur pelaku usaha relatif tua yang perlu adaptasi terhadap perkembangan teknologi, dan terbatasnya akses internet. Sebaliknya, UKM memiliki beberapa peluang dibalik inovasi disruptif. Pertama, UKM dapat melakukan pemasaran *online* dengan biaya lebih murah tetapi jangkauan lebih luas. Kedua, menjadi produsen untuk DFTZ dengan memperhatikan kualitas dan harga yang bersaing. Ketiga, terbuka kesempatan kerjasama dengan banyak pihak untuk mengoptimalkan sumberdaya yang ada. Keempat, peluang mengakses jaringan kerjasama internasional melalui berbagai *event*. Ke depan UKM perlu meminimalkan tantangan serta mengoptimalkan peluang melalui kerjasama dengan *stakeholders* terutama pemerintah sebagai regulator.

Kata-kata kunci: inovasi disruptif, UKM, model bisnis, peluang dan tantangan.

**POLA KEWIRAUSAHAAN PELAKU USAHA KECIL PERAJIN TENUN LURIK ATBMGUNA
MENDUKUNG DAYA SAING DI KABUPATEN SLEMAN**

Kristiana Sri Utami¹, Nany Noor Kurniyati² and I Made Sukanadi³

¹Universitas Widya Mataram, Yogyakarta

²Universitas Widya Mataram, Yogyakarta

³Institut Seni Indonesia, Yogyakarta

email: utamisiswaya@yahoo.com

ABSTRACT

ATBMLurikWeaving as a national asset with a cultural base must be preserved. The number of craftsmans currently very limited, it illustrates the need for serious handling to develop this cultural heritage. Development efforts and empowerment have a big role in the preservation of this traditional weaving. In this attempt, the entrepreneurship aspect becomes very important as the basis for doing the development effort of traditional lurik weaving properly. The study was conducted in Sleman Regency, focusing on Maju Mandiri ATBM Lurik weaving group in Sumberrahayu, Moyudan, Sleman. This research conducted using analytical descriptive method with qualitative approach. Three different groups of informants are MSMEs, extension officers and local government. The study population is all crafter of Maju MandiriATBM Lurik weaving. Data analysis is conducted on entrepreneurial variables that is vision, planning, opportunity and courage to encounter risks. The result of the analysis concluded as follows: a) production planning, finance, facilities, marketing and human resources factors are still minimal so that the focus of improvement effort needs to be enhanced; b) opportunity factor is good enough, but not yet well utilized due to limitation of knowledge, and skill of the crafters; c) the crafters realized the risks of business failure but they do not discourage them in preserving these traditional weavings. It takes the involvement of various parties to develop this traditional craft.

Keyword: ATBM Lurik Weaving, Entrepreneurship, Entrepreneurship Pattern, Empowerment.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)**

Maria Endang Jamu

Fakultas Ekonomi ,Universitas Flores - Ende

endangjamu2@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa jurusan manajemen, universitas flores. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menguji hipotesa antar variabel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor *personal*, *sociological* serta *environmental* dan pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa prodi manajemen angkatan 2016 dengan sampel penelitian sebanyak 60 mahasiswa yang sudah lulus mata kuliah kewirausahaan. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan *Smart PLS 3*. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diketahui bahwa minat mahasiswa untuk berwirausaha dilihat dari faktor *personal*, dan *environmental* dinilai tinggi, sedangkan berdasarkan faktor *sociological* diketahui tidak memiliki pengaruh yang positif atau kurang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Kata kunci : faktor personal, sociological, environmental dan minat berwirausaha mahasiswa

Tinjauan Empiris Tentang Orientasi Kewirausahaan Bagi Pengusaha Perempuan Di Kota Malang

Rois Arifin

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Malang
Email : roisarifin18@yahoo.co.id

Hadi Sunaryo

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Malang
Email : hadifeunisma@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas tentang orientasi kewirausahaan pengusaha perempuan di Kota Malang. Telaah konsep tentang orientasi kewirausahaan diperdalam dengan membentuk model pengukuran yang mengadaptasi dari penelitian sebelumnya. Model yang telah dibentuk diuji dan dianalisis melibatkan 71 pengusaha perempuan di Kota Malang yang menjadi responden dalam penelitian. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengusaha perempuan lebih menganggap penting sikap proaktif sebagai bentuk terpenting dari orientasi kewirausahaan. Sementara fakta di lapangan mengungkap orientasi kewirausahaan bagi pengusaha perempuan lebih cenderung ditunjukkan oleh sikap pengambilan risiko. Diskusi tentang temuan penelitian mengarahkan kepada peran dari tipologi usaha yang dijalankan pengusaha disinyalir mempunyai implikasi penting pada orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha perempuan. Selain itu pentingnya pengusaha perempuan memfokuskan pada keinovasian untuk menunjang orientasi kewirausahaannya menjadi lebih kuat dan mapan.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Keinovasian, Proaktif, Pengambilan risiko, Pengusaha Perempuan.

ANALISIS PEMBERDAYAAN UMKM DAN PENINGKATAN DAYA SAING DALAM KANCAH PASAR GLOBAL

Kristina Sedyastuti

Universitas Bina Darma

kristinasedyastuti@yahoo.com

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011). Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia mendorong pemerintah untuk membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan keberadaan UMKM. Sektor ini telah terbukti memberikan lapangan kerja dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang di masyarakat. Keberadaan UMKM tidak dapat diragukan karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UKM juga menghadapi banyak masalah, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan menganalisis strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar Global.

Karya ilmiah ini juga dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kajian literatur atau studi putaka. Pendekatan teori/konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti buku dan jurnal ilmiah. Semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah hubungan dengan prospek bisnis yang kurang jelas dan perencanaan visi misi yang belum stabil. Pemberian informasi dan jaringan pasar, kemudahan akses pendanaan dan pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi merupakan beberapa strategi peningkatan daya saing UMKM Indonesia, yang tak kalah pentingnya adalah jiwa kewirausahaan yang tak pantang menyerah. Oleh karena itu diperlukan sinergi semua pihak terutama antara pelaku usaha, pemerintah dan lembaga keuangan mikro.

Kata kunci : UMKM, strategi, pemberdayaan, daya saing

SEKILAS TENTANG FORUM INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN INDONESIA (INOBI)

Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBI) terbentuk di Kota Malang, pada tanggal 20 Mei 2017, bertepatan dengan hari Kebangkitan Nasional. Pendiri INOBI adalah 11 (Sebelas) Dosen yang berasal dari beberapa Perguruan Tinggi di Indonesia, yang pada tahun 2016 menempuh jenjang pendidikan di Program Studi S3 Ilmu Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang.

Badan Hukum INOBI

- INOBI telah disahkan dengan Akte Notaris Nurmudayani SH., tanggal 3 Juni 2017, di kota Malang.
- Pengesahan pendirian Badan Hukum Perkumpulan Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBI), telah disahkan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Hukum dan HAM, Nomor AHU-0009030.AH.01. Tahun2017, pada tanggal 6 Juni 2017.

Visi INOBI

- Menjadi wadah pengembangan ilmu manajemen dan praktek inovasi bisnis di Indonesia

Misi INOBI

- Mengembangkan ilmu manajemen, dengan memperhatikan hasil penelitian dan teori terbaru.
- Menyumbangkan pengetahuan tentang manajemen, khususnya yang relevan dengan kondisi Indonesia.
- Menjadikan ilmu manajemen sebagai rujukan utama untuk upaya inovasi di lingkungan organisasi pada umumnya dan lingkungan bisnis komersial pada khususnya.

Kegiatan INOBI

- **Publikasi ilmiah INOBI**
 - Jurnal INOBI: Inovasi Bisnis dan Manajemen (E-ISSN 2614-0462), dan bisa diakses pada web <http://www.inobis.org/>
 - Terbit perdana yaitu pada edisi = Vol 1 – No 1 – Desember 2017
 - Frekwensi Penerbitan 4 edisi dalam 1 tahun, pada bulan Desember, Maret, Juni, dan September.
- **Seminar Nasional dan Call for Papers INOBI**
 - INOBI 2018 – Malang, 3 Mei 2018 – Penyelenggara Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang (UNISMA)

Struktur Pengurus INOBI

- **Penasehat**
 - Dr. Fatchur Rohman, SE. MSi. (Universitas Brawijaya Malang)
 - Ronny Malavia Mardani, SE. MM. (Universitas Islam Malang)
 - Muhammad Sabir Mustafa, SE. MSi. (Universitas Ihsan Gorontalo)
- **Pengurus**
 - Ketua = T. Aria Auliandri, SE. MSc. (Universitas Airlangga)
 - Sekretaris = Syaifuddin Fahmi, SSos. SE. MM. (STIE Kertanegara Malang)
 - Bendahara = Utik Bidayati, SE. MM (Universitas Ahmad Dahlan Jogjakarta)
 - Divisi Jurnal Ilmiah =
 - Andhy Setyawan, SSi. MSc. (Universitas Surabaya)
 - Moh. Agus Salim Monoarfa, SE. MM (Universitas Negeri Gorontalo)
 - Divisi Workshop dan Pelatihan =
 - Fani Firmansyah, SE. MM (Universitas Islam Negeri Malang)
 - Aditya Budi K, STP. MBA. (STIE Jayanegara Malang)
 - Divisi Seminar dan Call for Papers =
 - Tifa Noer Amalia, SE. MAcc. (Perbanas Institute Jakarta)
 - Murtianingsih, SE. MM. (STIE ASIA Malang)

Informasi lebih lanjut tentang INOBI

- Website = <http://www.inobis.org/>
- Email = inobis.info@gmail.com
- SMS / WhatsApp = 0813 3322 2286 (Fahmi) ; 0813 3252 9696 (Aria)



Program Studi Manajemen - Fakultas Ekonomi - Universitas Islam Malang (UNISMA), bekerjasama dengan Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOBIIS), dan Asosiasi Forum Manajemen Indonesia (FMI) Koordinator Wilayah Jawa Timur, menyelenggarakan

SEMINAR dan CALL FOR PAPERS

INOVASI BISNIS & MANAJEMEN 2018

SEMINAR

Gedung Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Malang
(UNISMA) | Kamis,
3 Mei 2018
09.00 - 11.00

"Perkembangan Bisnis dan Manajemen di Era Teknologi 4.0"

Pembicara
Dr. Indrianawati
Kepala Program Studi S3 Manajemen,
Universitas Airlangga

"Sharing Session: Strategi Publikasi Jurnal Ilmiah dengan Topik Bisnis Manajemen"

Pembicara
Dr. Putu Anom Mahadwartha
Kepala Program Studi S2 Magister Manajemen,
Universitas Surabaya

Registrasi Peserta Seminar

1 Februari - 30 April 2018 = Rp. 350.000
Fasilitas: Sertifikat, Seminar Kit dan Makan Siang

CALL FOR PAPERS

Gedung Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Malang
(UNISMA) | Kamis,
3 Mei 2018
11.00 - 14.30

"Untuk Seluruh Topik Manajemen yaitu:

Manajemen Pemasaran; Manajemen Keuangan;
Manajemen Sumber Daya Manusia;
Manajemen Strategis;
Manajemen Rantai Pasok dan Teknologi Informasi;
Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis"

Deadline Pengiriman Fullpapers = 10 Maret 2018
Pengumuman Penerimaan Papers = 11-17 Maret 2018

Registrasi Peserta Call for Papers dan Seminar

1 Februari - 31 Maret 2018 = Rp. 500.000
1 April - 11 April 2018 = Rp. 700.000

Fasilitas: Sertifikat, Seminar Kit, Makan Siang
dan Publikasi di Jurnal INOBIS

PUBLIKASI DI JURNAL INOBIS

Seluruh Artikel yang diterima dan dipresentasikan pada aktivitas Call for Papers INOBIS 2018 akan diterbitkan pada Jurnal INOBIS edisi penerbitan bulan Maret, Juni, September dan Desember 2018.

- Jurnal INOBIS - Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (ISSN Online 2614-0462)
- Diterbitkan oleh Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOBIIS)
- Jurnal INOBIS diterbitkan sejak tahun 2017, dengan Frekuensi Penerbitan 4 (Empat) kali dalam 1 (satu) tahun.
- Jurnal INOBIS bertujuan untuk menyebar luaskan hasil penelitian di bidang manajemen dan bisnis kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa dan pihak yang berminat. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke Jurnal INOBIS tidak dikirim atau dipublikasikan ke jurnal lain. Penentuan artikel yang dimuat di Jurnal INOBIS melalui proses review oleh tim dewan redaksi Jurnal INOBIS.



**INFORMASI
DAN
PENDAFTARAN**

Panitia Seminar dan Call for Papers INOBIS 2018

🌐 <http://www.inobis.org/>
✉ inobis.info@gmail.com
SMS / 📞 08133322286

**KEUNGGULAN MANAJEMEN TRADISIONAL DI ERA GLOBAL
PERAJIN TENUN ATBM KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

N.N. Kurniyati ¹⁾, K.S. Utami ²⁾, dan I.M. Sukanadi³⁾

^{1,2)} Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram

³⁾ ISI Yogyakarta

Email: nanykurniyati@gmail.com

Abstract

Apart from debates emerging in the management systems between traditional management and modern management, the management applied by each business actor should be varied according to the business orientation to be achieved. The different management systems can be benchmarks and innovations for business actors who still use the old management and want to improve the quality of the company, or vice versa, the business actors who eventually apply the traditional management to become the business eminence. The research used qualitative method, interactive model analysis technique, and triangulation technique for data validity test. The result of this study explains that ATBM weaving lurik craftsmen have been using the traditional management model as a competitive business eminence until nowadays.

Keywords: Management Innovation, Traditional Management, Eminence.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha semakin meningkat, hal tersebut dapat dilihat dengan banyaknya berdiri perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan kualitas produk yang baik dan juga disenangi oleh masyarakat. Perkembangan dunia ekonomi dan bisnis telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya ke arah paradigma ekonomi berbasis pengetahuan atau kreativitas. Hal ini dapat dilihat pada berkembangnya kelompok-kelompok usaha yang peduli terhadap peningkatan kapasitas aset yang memiliki peluang untuk berinovasi dan mampu bertahan dan mengusung peran ekonomi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan upaya menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing dengan kualitas yang dapat diandalkan. Ekonomi kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan. Produk kreatif mempunyai ciri-ciri: siklus hidup yang singkat, risiko tinggi, margin yang tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru. Untuk mengantisipasi hal tersebut yang dapat menjadi ancaman terhadap keberlangsungan usaha maka para pelaku usaha dituntut untuk selalu mengembangkan inovasi yang dapat menjadi pendorong keberlangsungan usaha yang dijalankan. Perusahaan menganggap bahwa keuntungan yang maksimum merupakan tujuan utama berdirinya perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan segala sesuatu untuk mendapatkan keuntungan.

Terlepas dari munculnya perdebatan dalam sistem manajemen antara manajemen tradisional dan manajemen modern, manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha masing-masing pasti berbeda-beda sesuai dengan orientasi usaha yang ingin dicapai. Perbedaan sistem manajemen tersebut dapat menjadi tolak ukur dan inovasi-inovasi bagi pelaku usaha yang masih menggunakan manajemen lama dan ingin meningkatkan mutu perusahaan, atau sebaliknya para pelaku usaha yang justru menerapkan manajemen tradisional untuk menjadi keunggulan usaha.

Bagi sebagian besar pelaku usaha, terpacu untuk berlomba-lomba mengembangkan manajemen yang lebih modern untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang dijalankan, baik dari sisi pengelolaan sumber daya manusia, manajemen pemasaran maupun manajemen keuangan karena secara tradisional, fungsi manajemen diklaim dalam pengelolaan usaha organisasi, selain pembayaran gaji karyawan ada banyak kritik dan kekhawatiran dari ambiguitas yang menyatakan tentang tujuan dan peran manajemen tradisional dalam pengelolaan usaha. Sayangnya bagi para pelaku usaha yang hanya mengikuti arus perkembangan pasar yang terjadi tersebut akan menghadapi persaingan usaha yang semakin dinamis karena pola manajemen yang ditawarkan cenderung sama antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha yang lain.

Di sisi lain, bagi sedikit pelaku usaha yang berusaha keluar dari kecenderungan penerapan model manajemen yang sama, salah satunya adalah

dengan menerapkan model manajemen tradisional sebagai keunggulan usaha berhasil menarik pelanggan dan mendorong perilaku pasar kembali ke konsep tradisional sebagai *trend* baru pasar dalam memenuhi kebutuhan barang/jasa yang dibutuhkan oleh setiap konsumen.

Beberapa UMKM yang produknya sudah dikenal di tingkat nasional bahkan internasional di Daerah Istimewa Yogyakarta, usaha tersebut sejak mulai merintis usaha hingga saat ini tetap menerapkan model manajemen tradisional sebagai keunggulan usaha. Beberapa diantaranya kita mengenal beberapa produk sebagai berikut:

Tabel 1. Usaha yang Mengembangkan Model Tradisional DI Yogyakarta

No	Nama Usaha	Kategori	Keunggulan
1	Gudeg Yu Djum	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
2	Gudeg Bu Tjitro	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
3	Gudeg Mbah Lindu	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
4	Soto Pak Soleh	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
5	Soto Pak Sabar	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
6	Soto Pak Slamet	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
7	Ayam Goreng Ny. Suharti	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
8	Ayam Goreng Mbok Berek	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
9	Ayam Goreng Bu Tini	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
10	Bakmi Kadin	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
11	Bakmi Pak Pele	Kuliner/ <i>Restaurant</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
12	Bakpia Pathuk 25	Kuliner/Oleh-oleh	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
13	Yangko Ngudi Roso	Kuliner/Oleh-oleh	Pengolahan Produk Tradisional, konsep restoran tradisional
14	Lurik ATBM Kembangan	Kerajinan Lurik	Pengolahan Produk Tradisional, konsep penjualan tradisional
15	Batik Ayu Pandak	Kerajinan Batik	Pengolahan Produk Tradisional, konsep penjualan tradisional

No	Nama Usaha	Kategori	Keunggulan
16	Sarinah	Kerajinan/ <i>Souvenir</i>	Pengolahan Produk Tradisional, konsep penjualan tradisional dan modern

Dalam upaya itu diperlukan suatu model pengembangan yang tepat untuk pelaku UMKM serta potensi dasar yang dimiliki oleh pelaku UKM, baik kelompok maupun perorangan.

KONSEP MODEL MANAJEMEN TRADISIONAL

Kita telah mengenal beberapa pengertian tentang manajemen, seperti yang dikemukakan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

- Manajemen adalah seni dan ilmu, dalam manajemen terdapat strategi memanfaatkan tenaga dan pikiran orang lain untuk melaksanakan suatu aktivitas yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam manajemen terdapat teknik-teknik yang kaya dengan nilai-nilai estetika kepemimpinan dalam mengarahkan, mempengaruhi, mengawasi, mengorganisasikan semua komponen yang saling menunjang untuk tercapainya tujuan yang dimaksudkan. (Appley A Lawrence, 2010:16).
- Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (George R. Terry, 2012:16).
- Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif untuk mencapai suatu tujuan tertentu” (Hasibuan, 2012:1).

Model tradisional dikemukakan oleh Miles *“man is drawn out of leisure and into work by the payment of money which he requires to meet his needs, and the substitution of money for leisure will continue up to some point of marginal satisfaction (Miles, 1975).*

Definisi di atas memberikan makna dalam manajemen model tradisional para karyawan bekerja hanya untuk mendapatkan upah dari pekerjaan tersebut untuk memenuhi kepuasan mereka, sehingga upah menjadi tujuan utama daripada apa yang dikerjakannya.

Sistem manajemen tradisional berfokus pada tujuan dan sasaran yang ditunjuk oleh manajemen perusahaan. Tujuan ini biasanya berhubungan dengan peningkatan penjualan atau keuntungan, dengan memperhatikan selera para pemegang saham. Sebaliknya, manajemen yang berfokus pada kualitas melibatkan kemitraan dengan pelanggan untuk menghasilkan produk atau layanan yang memenuhi, atau bahkan melebihi, harapan dan kebutuhan mereka. Manajemen yang berfokus pada kualitas bekerja berdasarkan pemikiran bahwa jika produk Anda memuaskan pelanggan, penjualan akan meningkat (Bauer, 2017).

Beberapa definisi di atas memberikan makna dalam manajemen model tradisional, perusahaan menjalankan fungsi manajemen secara sederhana dengan fokus pada penjualan dan pemberian upah kepada para pekerja sesuai dengan pengetahuan yang dikuasai.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan mengintegrasikan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan tujuan agar temuan penelitian dapat menggambarkan penerapan model pengembangan manajemen. Proses pengumpulan data terbagi menjadi dua yakni pengumpulan data primer dan sekunder. Proses pengumpulan data memegang peranan penting karena data menjadi tulang punggung dalam setiap studi. Proses pengumpulan data primer wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis Interaktif (*interactive model of analysis*), yaitu model yang dikembangkan oleh Miles, Huberman dan Saldana bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh, mengemukakan empat tahapan yaitu: pengumpulan data (*data collection*), kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta verifikasi dan penarikan kesimpulan (*verifying and conclusion*). Temuan penelitian yang dikemukakan dilakukan pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

HASIL PENELITIAN

Manajemen tradisional merupakan manajemen yang pada awalnya berkembang secara alamiah dan manajemen ini berprinsip pada garis keturunan dari nenek moyang yang disebarkan melalui mulut ke mulut dan selalu diwariskan kepada generasi selanjutnya, dan berkembang karena gagasan-gagasan yang pernah ada.

Hasil penelitian menunjukkan, dalam suatu manajemen konvensional memang tidak ditemukan suatu prinsip karena manajemen konvensional mengutamakan pengetahuan yang tradisional, tetapi dalam perkembangannya hingga saat ini penerapan manajemen tradisional oleh perajin lurik ATBM Kembangan tetap dipertahankan dan menjadi keunggulan usaha.

Keunggulan manajemen tradisional tersebut bermula dari berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh kelompok perajin dalam menjalankan usaha kerajinan lurik, diantaranya rendahnya minat masyarakat terhadap bidang kerajinan lurik, sehingga menjadi kesulitan bagi kelompok perajin lurik untuk mencari tenaga kerja, kendala yang dihadapi selanjutnya adalah mahalannya harga peralatan produksi untuk menggantikan peralatan tradisional yang selama ini digunakan. Di sisi lain kendala juga dihadapi dalam usaha memasarkan produk tenun yang telah dihasilkan.

1. Penerapan Prinsip-prinsip Usaha

Prinsip-prinsip manajemen tradisional yang diterapkan oleh perajin lurik ATBM Kembangan yang menjadi keunggulan kompetitif, meliputi:

a. Prinsip kesatuan perintah

Instruksi atau pendelegasian pekerjaan dilakukan oleh seorang manajer, seseorang bawahan hanya bertanggung jawab kepada satu atasan yaitu manajer sebagai pimpinan, sehingga jelas apa yang harus dilakukan setiap orang dan jelas pula kepada siapa ia harus mempertanggungjawabkan hasil pekerjaannya. Dalam hal ini mencakup pembuatan desain dan corak lurik, pengelolaan kebutuhan bahan baku, proses pembuatan kain lurik serta jenis pekerjaan lain yang harus dilaksanakan.

Dalam menerapkan prinsip ini, manajer mendapatkan kepercayaan dan dukungan sepenuhnya oleh seluruh karyawan, sedangkan manajer juga telah mengetahui kemampuan setiap pekerjanya, sehingga delegasi pekerjaan akan diberikan kepada orang-orang yang tepat sesuai dengan kemampuannya.

Contoh prinsip kesatuan perintah yang diterapkan oleh perajin lurik ATBM diantaranya adalah pertama, desain dan corak lurik ditentukan oleh manajer, kemudian didelegasikan kepada karyawan dan mitra perajin dengan standar yang telah ditetapkan. Kedua, penempatan kerja ditentukan oleh manajer bahwa setiap karyawan memiliki tugas pokok masing-masing, tetapi apabila rekan kerja yang lain masih memiliki banyak pekerjaan maka setiap karyawan dihimbau untuk membantu menyelesaikan pekerjaan tersebut.

b. Prinsip pengecualian

Prinsip pengecualian adalah kebijakan yang disepakati sebagai keputusan yang tidak sesuai dengan ketentuan-ketentuan aturan yang sudah berlaku yang didasarkan atas suatu pertimbangan tertentu untuk kepentingan keberlanjutan operasional usaha dan kepentingan semua pihak. Pengecualian menyatakan bahwa keputusan-keputusan yang timbul berulang-ulang harus ditangani dengan cara rutin oleh para manajer dengan tingkat lebih rendah, sedangkan problem-problem yang berkaitan dengan persoalan yang luar biasa, harus dihadapi oleh tingkat-tingkat yang lebih tinggi.

Prinsip pengecualian ini berlaku ketika usaha tenun lurik ATBM Kembangan menghadapi kondisi di luar rutinitas yang biasa dilaksanakan, dalam prinsip ini mengutamakan keputusan manajer yang dapat mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi di waktu-waktu yang akan datang serta disepakati oleh semua pihak. Prinsip pengecualian ini lebih didasarkan pada upaya untuk mengantisipasi keterbatasan yang dimiliki oleh manajemen, sehingga operasional tetap dapat dijalankan.

Salah satu contoh penerapannya adalah ketika menerima pemesanan dalam jumlah banyak, setiap karyawan, selain melaksanakan tugas pokoknya, mereka dituntut untuk menjalankan beberapa peran dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga pemesanan dapat diselesaikan tepat waktu.

c. Prinsip pengawasan mutu

Pengawasan seorang manajer terhadap kualitas produk yang dihasilkan, agar dapat menjaga kualitas produk dan ketepatan proses produksi. Gaya kepemimpinan yang membiarkan bawahan mengembangkan kemampuan mereka, manajer tidak memberikan kontrol dan koreksi terhadap pekerjaan bawahannya, pembagian tugas dan kerja sama diserahkan kepada anggota-anggota kelompok, tanpa petunjuk atau saran-saran dari manajer. Dalam menerapkan prinsip pengawasan yang dilakukan hanya pada hasil akhir dan ketepatan waktu, sehingga pengawasan yang dilaksanakan tidak menjadi suatu tekanan kepada para perajin dalam melaksanakan pekerjaannya. Kewenangan serta tanggung jawab harus mengalir dalam bentuk garis yang tidak terputus-putus dari manajer tinggi hingga pekerja tingkat terendah.

d. Prinsip kekeluargaan

Prinsip ini memandang para pekerja sebagai bagian dari keluarga besar yang mempunyai faktor sangat penting dalam operasional usaha karena setiap pekerja memiliki sifat dinamis dan sekaligus dapat mengharmoniskan hubungan kerja manajemen dengan para karyawan. Terjadinya konflik dalam organisasi dianggap suatu proses yang normal atau biasa dalam suatu organisasi, yang setiap permasalahan yang muncul diselesaikan secara prinsip kekeluargaan.

Nilai-nilai sosial yang tertanam dalam penerapan manajemen kekeluargaan di sini yaitu prinsip pemilik usaha tidak berorientasi pada besarnya profit yang didapat, tetapi keberadaan usaha kerajinan tenun lurik

ATBM Kembangan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar, dan menjadi mata pencaharian bagi masyarakat.

Pengelolaan manajemen yang bertipe demokratis menafsirkan posisi manajemen di tengah-tengah anggota kelompoknya. Hubungan dengan kelompoknya bukan sebagai majikan terhadap buruhnya, melainkan sebagai saudara tua di antara teman-teman sekerjanya, atau sebagai kakak terhadap saudara-saudaranya. Prinsip kekeluargaan akan selalu mensimulasi anggota-anggotanya agar bekerja dengan baik untuk mencapai tujuan bersama. Dalam tindakan dan usaha-usahanya, selalu berpedoman dengan kepentingan bersama, dan mempertimbangkan kesanggupan serta kemampuan yang dimiliki. Dalam melaksanakan tugas-tugasnya, setiap karyawan mau menerima bahkan mengharapkan saran-saran dari karyawan yang lain secara terbuka, juga kritikan-kritikan yang membangun daripada anggotanya diterimanya sebagai umpan balik dan dijadikan bahan pertimbangan dalam tindakan-tindakan berikutnya.

Dari sisi kompensasi yang diberikan kepada para pekerja, bukanlah dalam bentuk pemberian gaji serta tunjangan kesejahteraan yang tinggi, tetapi manajemen serta pemilik usaha berupaya menyetarakan apa yang diterima kepada semua tingkatan karyawan secara terbuka, sehingga tidak terjadi kecemburuan antara karyawan.

e. Prinsip mempertahankan tradisi dan konsep tradisional

Mempertahankan beberapa konsep tradisional sebagai keunikan usaha yang ditonjolkan untuk menarik minat konsumen. Tidak dapat dipungkiri, bahwa diferensiasi produk, atau keunikan adalah kunci dalam memenangkan persaingan usaha. Apabila sudah banyak konsep usaha sejenis, maka suatu hal yang dapat menjadi kunci sukses adalah apabila usaha kita berbeda jika dibandingkan dengan usaha-usaha lainnya.

Pengembangan usaha saat ini dilakukan dengan memanfaatkan teknologi, namun demikian beberapa konsep usaha tradisional yang dipertahankan adalah alat produksi masih menggunakan peralatan tradisional yaitu alat tenun bukan mesin (ATBM), bahwa proses produksi

kain tenun lurik secara tradisional menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Prinsip kecukupan profit, tidak berorientasi pada profit usaha yang sebesar-besarnya dengan menyesuaikan kemampuan yang dimiliki oleh para tenaga kerja.

Pemanfaatan teknologi diterapkan hanya pada kegiatan pemasaran, yaitu dengan mengunggah berbagai produk yang telah dihasilkan serta proses produksi tradisional yang ditonjolkan sebagai keunikan usaha melalui media internet. Pemanfaatan media *online* tersebut dilakukan karena permintaan beberapa konsumen untuk memudahkan pemesanan melalui katalog produk secara *online*. Selebihnya pemanfaatan media *online* menggunakan beberapa *provider* yang menyediakan iklan gratis dan melalui beberapa media sosial.

Pembeli dari berbagai penjuru kota dengan sengaja datang ke tempat produksi secara langsung, tidak hanya membeli produk kain tenun lurik yang sudah jadi, tetapi sambil melihat proses produksi yang setiap pengunjung akan merasakan suasana seperti yang terjadi puluhan tahun yang lalu yang dilakukan oleh para perajin tenun lurik.

Di sisi lain, konsep tradisional ini juga menjadi daya tarik wisata budaya, sehingga cenderung para pembeli yang datang langsung ke tempat usaha untuk melihat secara langsung warisan budaya yang diwariskan secara turun-temurun sejak ratusan tahun yang lalu.

2. Keunggulan dan Kelemahan Penerapan Model Manajemen Tradisional

Secara umum keunggulan dan kelemahan penerapan model manajemen tradisional yang diterapkan oleh beberapa UMKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki kecenderungan yang sama, baik pada jenis UMKM kuliner, kerajinan kriya maupun kerajinan tenun dan batik. Dalam menerapkan konsep tradisional, UMKM tetap menjaga kualitas produk sepanjang masa, sehingga konsumen akan kembali datang dan membeli produk yang dihasilkan. Di sisi lain, konsep tradisional menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena proses tradisional memiliki nilai tambah dari segi keunikan dan sudah jarang dijumpai di tempat-tempat lain terutama di kota-kota besar di tempat konsumen tinggal.

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh UMKM Tenun Lurik Kembangan meliputi:

- 1) Penggunaan bahan benang berkualitas dan serat alami
- 2) Memiliki nama atau merk dagang yang sudah dikenal, khususnya bagi pelanggan penggemar kain lurik
- 3) Corak dan desain klasik dan kontemporer yang diminati pasar
- 4) Mempertahankan proses produksi secara tradisional menggunakan ATBM
- 5) Memiliki segmentasi pasar khusus yaitu para penggemar kain lurik serta pemasaran dari mulut ke mulut dilakukan oleh pelanggan dengan memberikan rekomendasi kepada orang-orang yang mereka kenal.
- 6) Penjualan dapat dilakukan menggunakan sistem pesan antar (*delivery order*)

Beberapa kelemahan yang dimiliki oleh UMKM Tenun Lurik Kembangan meliputi:

- 1) Semakin berkurangnya suplai bahan produksi dan serat alami
- 2) Jumlah peralatan produksi yang terbatas, sehingga tidak mampu meningkatkan volume produksi
- 3) Akses menuju lokasi usaha yang cukup jauh dan kondisi jalan yang sempit, sehingga sulit meningkatkan jumlah kunjungan pembeli.

Secara umum kelemahan yang dihadapi saat ini tidak menjadi kendala terhadap pengembangan usaha karena langkah antisipasi sudah dilakukan, diantaranya dengan mencari alternatif ketersediaan bahan baku dan menjalin komunikasi dengan pemerintah setempat untuk membuka akses menuju lokasi produksi, sedangkan keterbatasan jumlah peralatan yang berpengaruh terhadap kapasitas produksi juga tidak begitu menjadi permasalahan karena konsumen yang memesan rela menunggu untuk beberapa waktu sampai proses pembuatan selesai dikerjakan.

Artinya, perusahaan harus mempertimbangkan penerapan model tradisional dengan memadukan konsep yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha, seperti pemanfaatan perkembangan teknologi dan

tuntutan pelanggan, sehingga perusahaan dapat mencapai keberhasilan, seperti yang dijelaskan oleh Smith bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan proyek, manajer menggunakan peralatan manajemen dan teknik tradisional, tetapi dengan memodifikasi sesuai dengan konsep yang dibutuhkan, mengidentifikasi perilaku setiap tim (Smith, 1997).

KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil diantaranya:

1. Terjadinya pergeseran perilaku konsumen yang mengarah kepada konsep *back to natural* mendorong permintaan pasar terhadap produk-produk klasik atau tradisional kembali menjadi *trend* termasuk permintaan terhadap kain tenun lurik khas Yogyakarta.
2. Penerapan model manajemen tradisional pada usaha kerajinan tenun lurik ATBM Kembangan menjadi keunggulan kompetitif yang mampu mendorong minat pembeli karena proses produksi secara tradisional dan kualitas produk yang dihasilkan secara manual memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan banyak diminati dibandingkan dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh pabrik perusahaan manufaktur.
3. Konsep manajemen tradisional menjadi daya tarik wisata budaya, serta membentuk segmentasi khusus penggemar kain tenun lurik karena selain tujuan untuk membeli produk kain tenun lurik, pembeli dapat menikmati proses pembuatan tenun lurik secara tradisional di lokasi produksi yang merupakan warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun.

Referensi:

- Appley A Lawrence, L. O. L. (2010). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bauer, M. (2017). Traditional Management Style Vs. Quality-Focused Management Style. *Chron*, 1(1). Retrieved from <http://work.chron.com/traditional-management-styles-vs-qualityfocused-management-styles-28357.html>
- George R. Terry. (2012). *A* (7th ed.). Bandung: PT. Alumni.
- Hasibuan, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Miles, R. . (1975). *Theories of Management: Implications for Organizational Behavior and Development*. New York: McGraw - Hill Boo Company.
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana,J (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* Edition 3. USA : Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Smith, M. B. (1997). Are traditional management tools sufficient for diverse teams? *Team Performance Management: An International Journal*, 3(1), 3–11. Retrieved from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/13527599710171228>