

Pontianak, 19 Agustus 2013

Kepada Yth.
Ida Ketut Kusumawijaya
STIE Triatma Mulya
Di tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami beritahukan bahwa abstrak yang Bapak/Ibu kirim dengan judul : **Model Knowledge Management UKM Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif** dengan kode paper **HRM-13** dapat dipresentasikan pada acara Seminar Nasional & *Call For Paper* Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-5 di Pontianak yang diselenggarakan pada tanggal 23-24 Oktober 2013 di Bank Indonesia dan Hotel Mercure Pontianak.

Penulisan *full paper* mohon mengikuti format penulisan yang telah ditentukan panitia (format terlampir). Batas akhir pengiriman *full paper* tanggal 16 September 2013.

Pembayaran registrasi pada tanggal 20 Agustus - 16 September 2013 sebesar Rp.850.000/peserta/paper, pembayaran pada tanggal 17 - 23 September 2013 sebesar Rp.950.000/peserta/paper. Biaya tambahan paper kedua untuk penulis/presenter yang sama sebesar Rp.300.000.

Pembayaran ditransfer ke rekening Bank BNI Cab. Pontianak a/n Titik Rosnani, SE, M.Si, nomor rekening **0287785911**. Bukti pembayaran di kirim melalui email fmi5_ptk@feuntan.ac.id atau fmi5.pontianak@yahoo.com. Konfirmasi pembayaran melalui no Hp. 08179127286 atau 085387874086.

Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi Nia: 085750887285 atau Endang: 085654646280. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih dan selamat berjumpa di Bumi Khatulistiwa.

Hormat kami,
Ketua Panitia



FMI
FORUM MANAJEMEN INDONESIA

Dr. Ramadania, SE, M.Si

Sekretariat :

Universitas Tanjungpura | Fakultas Ekonomi | Jurusan Manajemen
Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak | Telp : 0561-766840 | Fax. 0561-766840
Email : fmi5_ptk@feuntan.ac.id
fmi5.pontianak@yahoo.com

ATM BNI

12/09/13 11:26 S1EDPS101E
KCP GATOT SUBROTO BARAT 2

****220341073736

NO. REKORD 4357

NAMA PENSIKIRIM: IBU PARTIWI DWI ASTUTI
REK. TUJUAN : 0287785911

NAMA PENERIMA: IBU TITIK ROSNANI, SE.M.
JUMLAH : RP50.000

REJEKI BNI TAPLUS
TINGKATKAN SALDO & TRANSAKSI E-BANKING
TARIK REJEKI MENARIKNYA !!



Fakultas Ekonomi
Universitas Tanjungpura

Sertifikat

Diberikan Kepada

IDA KETUT KUSUMAWIJAYA

Atas Partisipasinya Sebagai

Pemakalah

Dalam

Seminar Nasional dan Call For Paper

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-5

*"Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region :
Oppertunity and Chalenges of The ASEAN Economic Community 2015"*

(Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar & Hotel Mercure Pontianak)

23 - 24 Oktober 2013

Sri Gunawan

Sri Gunawan, DBA

Ketua
Forum Manajemen Indonesia

J. M. Si

Dr. Jamaliah, SE. M.Si

Dekan FE Universitas Tanjungpura

Dr. Ramadania

Dr. Ramadania

Ketua Panitia FMI-5

CO-ORGANIZER & SPONSOR:



BANK KALBAR

ISSN : 2338-994X



PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER

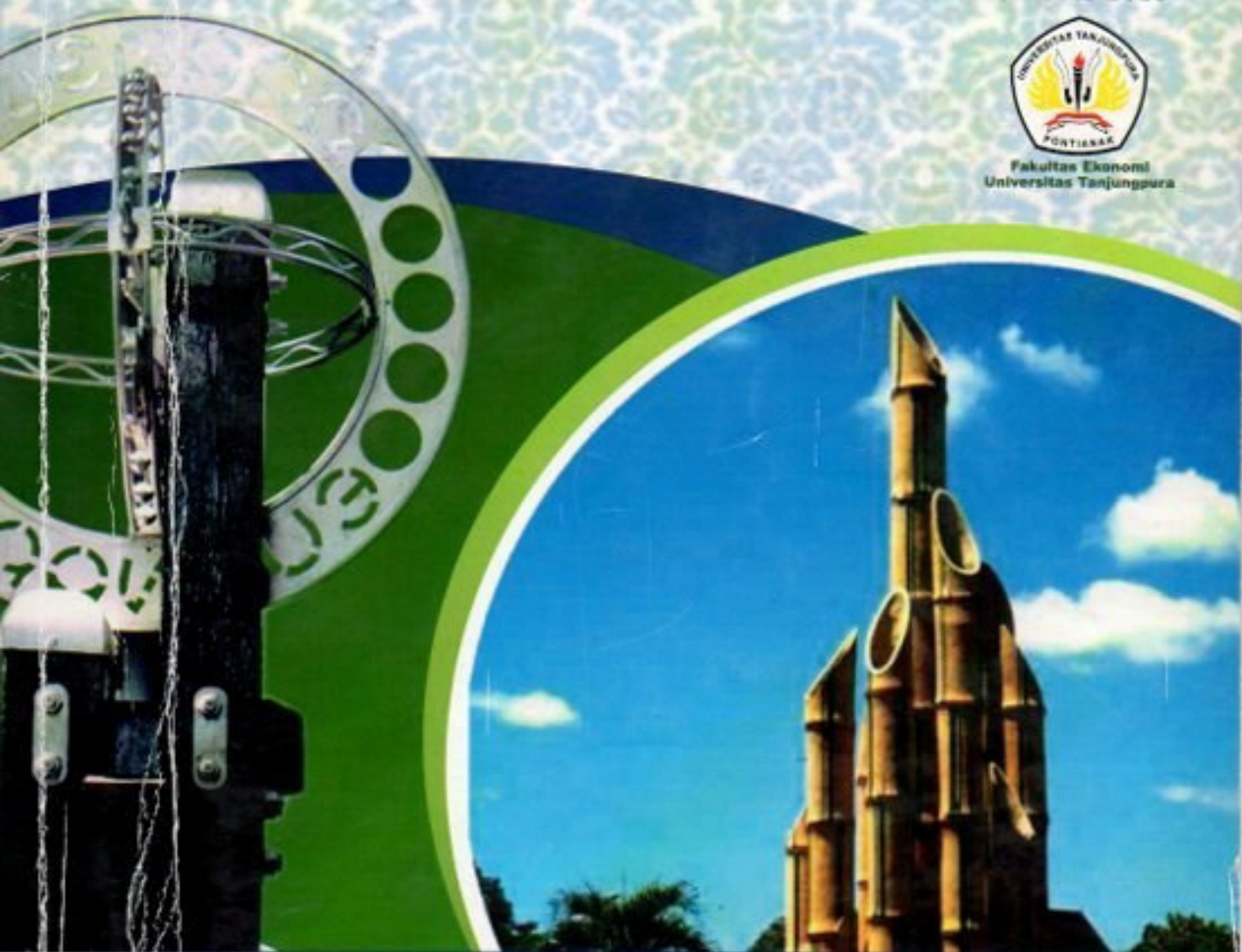
FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-5

*Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region :
Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community 2015*

Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar & Hotel Mercure Pontianak
23-24 Oktober 2013



Fakultas Ekonomi
Universitas Tanjungpura



Co-Organizer & Sponsor



antam



Patria Education
www.patrialeducation.com



**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
& CALL FOR PAPER
FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-5**

**“Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region:
Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community 2015”.**

**Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar dan Hotel Mercure Pontianak
23-24 Oktober 2013**

DAFTAR REVIEWER

- Prof. Dr.Hj.Siti Sulasmi, P.Si, M.Sc.(Universitas Airlangga)
- Prof. Dr. Sri Wahjuni Astuti, MS (Universitas Airlangga)
- Prof. Hj. Asniar Subagio (Universitas Tanjungpura)
- Prof. Dr. Eddy Suratman (Universitas Tanjungpura)
- Prof. Dr. James Siagian (Universitas Tanjungpura)
- Fariastuti, Ph.D (Universiti Malaysia Sarawak/UNIMAS)
- Mustaruddin Shaleh, Ph.D (Universitas Tanjungpura)
- Anwar Azazi, SE, DEA (Universitas Tanjungpura)
- Dr. Haryono, SE, M.Ak (Universitas Tanjungpura)
- Dr. Hernawan Harsono, SE, M.Si (Universitas Tanjungpura)
- Dr.Hj.Indrianawati Usman, M.Sc.(Universitas Airlangga)
- Dr. Fitri Ismiyanti, SE, M.Si (Universitas Airlangga)
- Dr. Ramadania, SE, M.Si (Universitas Tanjungpura)
- Dr. Endang Dhamayantie, SE, M.Si (Universitas Tanjungpura)

**SAMBUTAN DEKAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURA**



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pertumbuhan ekonomi diharapkan mampu membawa pengaruh positif bagi perkembangan ilmu dan praktik-praktik manajemen. Perkembangan dalam ilmu manajemen tentu saja memegang peranan penting, terutama di sektor bisnis. Dalam memasuki era globalisasi serta pasar bebas tidak dapat dipungkiri bahwa perlu kesiapan penuh bangsa Indonesia. Oleh karenanya perlu kesadaran di kalangan para akademisi dalam mentransfer ilmu khususnya dalam bidang manajemen bagi generasi penerus, serta bekerjasama dengan para praktisi bisnis dan pemerintah.

Menyikapi fenomena tersebut Pendidikan Tinggi baik negeri maupun swasta yang tersebar di seluruh Indonesia, berinisiatif secara berkala bertemu dan berdiskusi demi saling menyamakan visi dalam rangka pengembangan ilmu manajemen. Menindaklanjuti inisiatif tersebut maka didirikan Forum Manajemen Indonesia dilakukan pada Tanggal 10 November 2008 di Surabaya. Semenjak berdirinya FMI tahun 2008 sampai 2012 telah dilakukan Kegiatan Seminar Nasional FMI dan Call For Paper sebanyak 4 Kali yaitu di 2 kali di Surabaya, Bandung, dan Yogyakarta.

Dengan sangat bangga dan bahagia bahwa Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura di Pontianak dapat menjadi tuan rumah untuk menyelenggarakan FMI ke-5 tahun 2013. Forum ini akan memfasilitasi para akademisi dan praktisi manajemen di organisasi, untuk bertemu dan menciptakan networking serta saling berbagi wawasan guna menangkap peluang dan menyikapi tantangan pada era ASEAN Communities tahun 2015.

Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Ekonomi UNTAN

Dr. Hj. Jamaliah, SE, M.Si

**SAMBUTAN KETUA PANITIA/
KETUA FMI KOORDINATOR WILAYAH KALIMANTAN**

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh
Salam Sejahtera bagi kita semua.

Pertama-tama kami panjatkan puji syukur kepada Allah SWT, berkat redho dan izinnya kegiatan Seminar Nasional dan Call for Paper FMI ke-5 dapat terlaksana dengan baik. Banyak tantangannya tapi banyak pula pertolongan-Nya. Terimakasih kami ucapkan kepada seluruh panitia, dukungan pihak manajemen Fakultas Ekonomi UNTAN, Gubernur Kalbar, BI wilayah Kalbar, Bank Kalbar, Politeknik Negeri Pontianak, PT Antam, Patria Education serta pihak lainnya yang memberikan dukungan dalam penyelenggaraan kegiatan ini.

Kegiatan ini mendapat apresiasi yang cukup besar dari seluruh peserta FMI yang datang dari berbagai provinsi di Indonesia. Hampir sekitar 400 abstract/paper yang di submit ke panitia FMI-5, dan yang akan dipresentasikan dalam kegiatan FMI-5 sebesar 316 paper.

Wilayah Kalimantan Barat sebagai daerah perbatasan dengan Serawak-Malaysia adalah posisi strategis dalam perdagangan internasional terlebih lagi dalam memasuki ASEAN Communities di tahun 2015. Keadaan masih menunjukkan bahwa baik pada sisi produk lokal maupun pada sisi tenaga kerja Indonesia masih dianggap belum cukup mampu bersaing di pasar ASEAN. Perlu perhatian dan pembenahan di berbagai hal. Realitas ini memberikan insprasi terhadap tema besar FMI ke-5 “ Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region : Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community 2015.” Oleh karenanya melalui FMI ke-5 kami mengajak para akademisi maupun non akademisi untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang hal tersebut.

Dalam kesempatan ini kami sampaikan terimakasih pada pengurus FMI Pusat dan dukungan teman-teman atas terbentuknya pengurus FMI korwil Kalimantan yang mencakup Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur dan Kalimantan Tengah pada tanggal 8 Januari 2013.

Kedepan kami berharap FMI terus berkembang, melaju dan berkontribusi lebih luas lagi tidak hanya pada pengembangan ilmu pengetahuan tetapi juga bersinergi dengan dunia bisnis dan pemerintah untuk membangun Indonesia yang lebih maju.

Kepada Para Pimpinan Fakultas Pengelola Ilmu Manajemen, Pemakalah, dan Peserta Seminar Nasional dan Call for Paper FMI ke-5, kami ucapkan terima kasih atas partisipasinya. Semoga menyenangkan berada di kota Pontianak.

Selamat datang di acara FMI-5, selamat datang di Bumi Khatulistiwa !

Ketua Panitia FMI-5/
Ketua FMI Korwil Kalimantan

Dr. Ramadania

**DAFTAR INSTITUSI
PESERTA SEMINAR & CALL FOR PAPER FMI KE-5**

1.	Akademis Entrepreneurship Terang Bangsa	Semarang-Jawa Tengah
2.	Dinas Pendidikan Kota Pontianak	Pontianak-Kalimantan Barat
3.	Institut Manajemen Telkom	Bandung-Jawa Barat
4.	Institut Perbanas Jakarta	Jakarta
6.	Stiamak Barunawati Surabaya	Suarabaya-Jawa Timur
7.	Politeknik Negeri Malang	Malang-Jawa Timur
8.	Politeknik Putra Bangsa	Pontianak-Kalimantan Barat
9.	PT. Nusantara Turbin & Propulsi	Bandung-Jawa Barat
10.	STIE Cendekia Bojonegoro	Bojonegoro-Jawa Timur
11.	STIE Ekuitas	Bandung-Jawa Barat
12.	STIE Ibnu sina Batam	Batam
13.	STIE Mulia Singkawang	Singkawang-Kalimantan Barat
14.	STIE Pasundan Bandung	Bandung-Jawa Barat
15.	STIE Perbanas Surabaya	Surabaya-Jawa Timur
16.	STIE PGRI Dewantara Jombang	Jombang-Jawa Timur
17.	STIE STAN Indonesia Mandiri	Bandung-Jawa Barat
18.	STIE STEMBI	Bandung-Jawa Barat
19.	STIE Triatma Mulya	Badung-Bali
20.	STIE YPPI Rembang	Rembang-Jawa Tengah
21.	Swiss German University Indonesia	Tangereng-Banten
22.	Universitas Airlangga	Surabaya-Jawa Timur
23.	Universitas Al Azhar Indonesia	Jakarta
24.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Yogyakarta
25.	Universitas Bina Nusantara	Jakarta
26.	Universitas Bunda Mulia	Jakarta
27.	Universitas Bung Karno	Jakarta
28.	Universitas Ciputra	Surabaya-Jawa Timur
29.	Universitas Diponegoro	Semarang-Jawa Tengah
30.	Univeristas Esa Unggul	Jakarta
31.	Universitas Gajayana Malang	Malang-Jawa Timur
32.	Universitas Hasanudin	Makasar-Sulawesi Selatan
33.	Universitas Indonesia	Jakarta
34.	Universitas Indraprasta PGRI	Jakarta
35.	Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta
36.	Universitas Islam Riau	Riau
37.	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Jakarta
38.	Universitas Islam Sultan Agung	Semarang-Jawa Tengah
39.	Universitas Jember	Jember-Jawa Timur
40.	Universitas Jenderal Sudirman	Purwokerto-Jawa Tengah
41.	Universitas Jendral Achmad Yani	Cimahi-Jawa Barat
42.	Universitas Kanjuruhan Malang	Malang-Jawa Timur
43.	Universitas Komputer Indonesia	Bandung-Jawa Barat
44.	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya	Jakarta
45.	Universitas Katolik Parahyangan	Bandung Jawa Barat

46.	Universitas Katolik Widya Mandala	Surabaya-Jawa Timur
47.	Universitas Kristen Duta Wacana	Yogyakarta
48.	Universitas Kristen Maranatha	Bandung-Jawa Barat
49.	Universitas Kristen Petra	Surabaya-Jawa Timur
50.	Universitas Kristen Satya Wacana	Salatiga-Jawa Tengah
51.	Universitas Lambung Mangkurat	Banjarmasin-Kalimantan Selatan
52.	Universitas Langlangbuana	Bandung-Jawa Barat
53.	Universitas Mercu Buana Jakarta	Jakarta
54.	Universitas Muhammadiyah Aceh	Aceh
55.	Universitas Muhammadiyah Malang	Malang-Jawa Timur
56.	Universitas Mulawarman	Samarinda-Kalimantan Timur
57.	Universitas Negeri Jakarta	Jakarta
58.	Universitas Negeri Makassar	Makassar-Sulawesi Selatan
59.	Universitas Negeri Semarang	Semarang-Jawa Tengah
60.	Universitas Negeri Surabaya	Surabaya-Jawa Timur
61.	Universitas Padjadjaran	Bandung-Jawa Barat
62.	Universitas Pakuan Bogor	Bogor-Jawa Barat
63.	Universitas Palangka Raya	Palangka Raya-Kalimantan Tengah
64.	Universitas Pendidikan Indonesia	Bandung-Jawa Barat
65.	Universitas Riau	Riau
66.	Universitas Satya Negara	Jakarta
67.	Universitas Sebelas Maret	Surakarta-Jawa Tengah
68.	Universitas Stikubank Semarang	Semarang-Jawa Tengah
69.	Universitas Sumatera Utara	Medan-Sumatera Utara
70.	Universitas Surabaya	Suarabaya-Jawa Timur
71.	Universitas Tadulako	Palu-Sulawesi Tengah
72.	Universitas Tanjungpura	Pontianak-Kalimantan Barat
73.	Universitas Tarumanagara	Jakarta
74.	Universitas Teknologi Yogyakarta	Yogyakarta
75.	Universitas Udayana	Bukit Jimbaran-Bali
76.	Universitas Warmadewa	Bali
77.	Universitas Widyatama	Bandung-Jawa Barat
78.	Universitas Wijaya Putra Surabaya	Suarabaya-Jawa Timur
79.	Universiti Malaysia Sarawak	Sarawak-Malaysia
80.	UPN Veteran Jakarta	Jakarta
81.	UPN Veteran Yogyakarta	Yogyakarta

DAFTAR ISI

Daftar Reviewer.....	ii
Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura	iii
Sambutan Ketua Panitia/Ketua FMI Koordinator Wilayah Kalimantan	iv
Daftar institusi Peserta Seminar & <i>Call For Paper</i> FMI ke-5	v
Daftar Isi.....	vii
 Daftar Abstrak	
PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN MENGGUNAKAN MODEL ALTMAN Z-SCORE DAN TOBIN'S Q (STUDI PADA LIMA ANAKPERUSAHAAN PT BAKRIE & BROTHER TBK)	
Suskim Riantani dan Jefry Stepanus Sopyan.....	1
PENGARUH SIKLUS BISNIS PEREKONOMIAN, TINGKATLEVERAGE DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA KELOMPOK INDUSTRI BERSIKLUS DAN DEFENSIF (SUATU KAJIAN PADA EMITEN DI BURSA EFEK INDONESIA)	
Sumarsono.....	2
MANAJEMEN MODAL KERJA DAN PROFITABILITAS DI BURSA EFEK INDONESIA	
Werner R. Murhadi.....	3
KARAKTERISTIK VOLATILITAS IDIOSINKRATIKSISTEMIK-DINAMIK DI BURSA EFEK INDONESIA	
Noor Prio Sasongko.....	4
ANALISIS KINERJA KEUANGAN ROA DAN ROE BANK BJB SYARIAH SEBELUM DAN SESUDAH SPIN OFF	
Yudi Wahyudin Suwandi.....	5
ANALISIS RASIO CAR,ROA,ROE, NIM,BOPO, DANLDR UNTUK MENGUKUR KINERJA BANK PEMERINTAH DAN BANK SWASTA YANG TERDAFTAR PADA IDX	
Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno.....	6
PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERINGKATOBLIGASI PERUSAHAAN NON KEUANGAN	
Lisa Amelia dan Anna Purwaningsih.....	7
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKANDIVIDEN DAN NILAI PERUSAHAAN(STUDI KASUS PADA PASAR MODAL SYARIAH)	
Sutrisno.....	8
PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, KEBIJAKANDIVIDEN,DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN NON KEUANGANGO PUBLIC	
Intan Cahya Kurnia dan Sutrisno.....	9
PENGARUH EFESIENSI MODAL KERJA TERHADAP TINGKAT LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2011)	
Shadrina Hazmi dan Sutrisno.....	10
EVALUASI PENGARUH BIRATE (SBIR), <i>COST OF LOANABLE FUND</i> (COLF), <i>OVERHEAD COST</i> (OHC) DAN <i>SPREAD</i> (SPR) TERHADAP TINGKAT SUKUBUNGA KREDIT (SBK) PERBANKAN TAHUN 2012	
Selamet Riyadi, Rushadi, Indra Siswanti dan Puji Hadiyati.....	11
ANALISIS KINERJA PORTOFOLIO SAHAM-SAHAM PERUSAHAANKELUARGA DENGAN <i>STOCK SELECTION STRATEGY</i> EVA DAN PER	
Arif Singapurwoko.....	12

KONSENTERASI DAN STABILITAS PERBANKAN DI INDONESIA; ANALISIS DATA PANEL Anis Rachma Utary dan Rizky Yudaruddin	13
PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL, SUKU BUNGA DAN PENDAPATAN TERHADAP SIMPANAN <i>MUDHARABA</i> PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA PERIODE JANUARI 2009 – SEPTEMBER 2011 Irawati Junaeni, Ridar Melli dan Diah Purnamasari	14
MODEL PELAPORAN <i>INTELLECTUAL CAPITAL</i> SEBAGAI PELENGKAP LAPORAN KEUANGAN Partiwi Dwi Astuti dan Ida Ketut Kusumawijaya	15
ANALISIS KOINTEGRASI DAN VOLATILITAS <i>CO-MOVEMENT</i> PASAR MODAL NEGARA ASEAN SELAMA PERIODE 1988-2011 Samuel Dendy Krisandi dan Harjum Muharam	16
EVALUATION OF INVESTMENT MANAGER'S PERFORMANCE IN INDONESIA Moh. Benny Alexandri	17
ANALISIS KOMPRASI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI JIWA NASIONAL DAN PERUSAHAAN ASURANSI JIWA PATUNGAN Nicodemus Simu dan Andri Yulistyanto	18
PENGARUH KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> SEBAGAI <i>MODERATING VARIABEL</i> Rosiana Rahmawati dan Sri Mulyati	19
PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN INDUSTRI PER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA SELAMA 2008-SEPTEMBER 2011 Kartikawati Danusasmita dan Rismen Elia Hutapea	20
DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN (PERSPEKTIF TEORI KEAGENAN) Isti Fadah	21
PERILAKU INVESTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI DI PASAR MODAL Zarah Puspitaningtyas	22
PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN INFORMASI NONKEUANGAN TERHADAP BESARNYA <i>UNDERPRICING</i> PADA PENAWARAN SAHAM PERDANA DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2007 – 2010 Nurfauziah Dan Nico Sumarsono Eko BS	23
EFFECT OF CORPORATE GOVERNANCE MECHANISM WITH FIRMS CHARACTERISTICS AS CONTROL VARIABLE ON FINANCIAL PERFORMANCE OF THE FIRMS Yessy Veronica Chandrawati dan Liliana Inggrit Wijaya	24
MENCARI MODEL PREDIKSI INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN (IHSG) BERDASARKAN PERGERAKAN INDEKS HARGA MINYAK DUNIA, HARGA SAHAM GLOBAL, DAN VARIABEL EKONOMI MAKRO DOMESTIK DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) Sapto Jumono dan Abdurrahman	25
PENGUJIAN PENGARUH DIVERSIFIKASI KORPORAT TERHADAP FIRM VALUE Eka Bertuah dan R.A. Nurlinda	26
FAKTOR PENENTU FINANCIAL DISTRESS PERUSAHAAN DI INDONESIA R.A. Nurlinda dan Eka Bertuah	27

PROFIL STRUKTUR LABA DENGAN MODEL MODIFIKASIDU PONTPADAINDUSTRI MANUFAKTUR GO PUBLIC DI BURSA EFEK INDONESIA.JAKARTA Sugiyanto, Adrie putra dan Spto Jumono	28
PERILAKU <i>MYMETIC</i> INVESTOR INDIVIDU DI BURSAEFEK INDONESIA (BEI) MF. Arrozi Adhikara, Dihin Septyanto dan l'in Endang Mardiani	29
DAMPAK IMPLEMENTASI PENERAPAN TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP MOTIVASI DEBT COVENANT (PERUSAHAAN YANG TERGABUNG DALAM LQ 45 TAHUN 2009-2011) Adrie Putra dan Lia Amalia	30
INDONESIA AND MALAYSIA SHARIAH COMPLIANCESTOCK MARKET OBSERVATION WITH SPECTRAL AND COMPOSITE INDEX Helma Malini	31
ANALISIS DAMPAK KEBIJAKAN KENAIKAN HARGA BAHAN BAKARMINYAK TERHADAP <i>RETURN</i> SAHAM (STUDI PADA SAHAM LQ 45 SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI) TAHUN 2008 Gilang Taruna dan M. Sienly Veronica	32
PERBANDINGAN KINERJA REKSADANA KONVENSIONALDAN REKSADANA SYARIAH SEBAGAI SALAH SATUALTERNATIF SOLUSI INVESTASI PADA PERIODE JANUARI 2011 SAMPAI JANUARI 2013 Anis Putri Kusuma dan M.Sienly Veronica	33
DETERMINAN KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR Endri	34
ANALISIS CONTAGION EFFECT KRISIS YUNANI TERHADAPBURSA EFEK INDONESIA Anna Maria Dewi Astuti	35
EVALUASI GAYA INVESTASI MANAJER INVESTASI REKSADANA PADA PASAR BULL DAN BEAR Khairunnisa	36
THE EFFECT OF CORRUPTION AND COUNTRY RISK ON SYNDICATED LOAN ESTABLISHMENT AND STRUCTURE IN ASIA 1999-2003 Dian Lasmono, Deddy Marciano dan James Bartle	37
PENGARUH METODE PEMBAYARAN DALAM MERGER DAN AKUISISI TERHADAP <i>ABNORMAL RETURN</i> SAHAMYANG <i>LISTED</i> DI BEI TAHUN 2005-2011 Marina Sulistyia dan Irene Rini Demi Pengestuti	38
THE SELECTION OF THE BEST ESTIMATION MODEL OF THE COMPOSITE INDEX ON STOCK EXCHANGESIN FIVE ASEAN COUNTRIES USING BOX JENKINS METHOD I Made Surya Negara Sudirman dan Ni Putu Ayu Darmayanti	39
INVESTOR BEHAVIOR IN THE INVESTMENT DECISION MAKING: ARE EXPECTED UTILITY THEORY, PROSPECT THEORY, AND BELIEF SYSTEM THEORY HAVE THE ABILITY TO EXPLAIN I Made Surya Negara Sudirman dan Bambang Hadi Santoso Dwidjosumarno	40
ANALISIS PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNALTERHADAP TINGKAT SEWA SUKUK <i>IJARAH</i> DI INDONESIA Syamsul Hadi dan Zaenal Arifin	41
ANALISIS KINERJA JANGKA PANJANG PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN MERGER DAN AKUISISI Rosida Alit Martina dan Zaenal Arifin	42

PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA BI RATE, PRODUKDOMESTIK BRUTO DAN INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN TERHADAP KINERJA PERBANKAN DI INDONESIA D. Agus Harjito dan Sri Eni Muawanah	43
PENGARUH MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PERINGKAT OBLIGASI KORPORASI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2007-2011 Weningsakti Hapsari dan Umanto Eko P.	44
COMPARISON OF FINANCIAL DISTRESS PREDICTION MODEL USING DISCRETE TIME HAZARD MODEL WITHOUT AND INCORPORATING MACROECONOMICS VARIABLE AS BASELINE HAZARD RATE Denissa Satriavi dan Erie Febrin	45
PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL BANK TERHADAP PROFITABILITAS BANK PERSERO Hedwigis Esti Riwayati dan Dwiningtyas Anggraeni	46
<i>BALANCE SHEET EFFECT</i> SEBAGAI PENENTU DETERMINAN STRUKTUR MODAL UNTUK ENAM BURSA EFEK PADA NEGARA-NEGARA ASEAN Stevanus Adree Cipto Setiawan	47
<i>FINANCIAL FLEXIBILITY</i> SEBAGAI STRATEGI STRUKTUR KEUANGAN PERUSAHAAN UNTUK MENGANTISIPASI PELUANG INVESTASI Judith F. Pattiwael Irawan	48
PERILAKU KEUANGAN INVESTOR KOTA MEDAN Arlina Nurbaiti Lubis, Isfenti Sadali dan Khaira Amalia Fachrudin	49
<i>MICRO FINANCE</i> DAN STRATEGI FINANCIAL INCLUSION DI INDONESIA Edo Sri Harsanto dan Irfan	50
ANALISIS PREFERENSI PEMBIAYAAN TAMBAHAN USAHA MIKRO DAN KECIL: PERAN SAUDARA DAN PELEPAS UANG Khaira Amalia Fachrudin dan Lisa Marlina	51
COMPARATIVE ANALYSIS OF FINANCIAL DATA BETWEEN LISTED BANKS AND NONLISTED BANKS: EVIDENCE PRIVATE BANKS IN INDONESIA Hamdi Agustin	52
EFEK KONDISI FUNDAMENTAL TERHADAP KINERJA DAN RISIKO: STUDI PADA SEKTOR MANUFAKTUR DI BEI Kartika N dan Vidyarto N	53
PENGARUH KEBIJAKAN UTANG TERHADAP ALIRAN KAS BEBAS: STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN DI INDONESIA Christian Herdinata	54
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI YIELD TO MATURITY OBLIGASI KORPORASI DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2007 – 2010 Mustaruddin dan Jan Purdy Rajagukguk	55
PENGUKURAN <i>OVERCONFIDENCE</i> INVESTOR MENGGUNAKAN INSTRUMEN PASAR MODAL Wisudanto	56
INTEGRASI PASAR MODAL INDONESIA DAN LIMA MITRA DAGANG UTAMA (JEPANG, CHINA, SINGAPURA, AMERIKA SERIKAT, DAN THAILAND) Chorry Sulisyowati dan Ayu Novita Eka Rini	57

KEUNGGULAN BERSAING DAN PENCIPTAAN NILAI PADA PERUSAHAAN MANUFaktur YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA Sri Rani Fauziah dan I Made Sudana	58
KEBUTUHAN LIKUIDITAS DAN KINERJA REKSADANA SAHAM Djoni Budiardjo dan Shanti Mega P.	59
KEPEMILIKAN NEGARA DAN KINERJA PASAR PERUSAHAAN: STUDI PADA PERUSAHAAN – PERUSAHAAN PRIVATISASI DI INDONESIA Muhammad Madyan dan Salsabila Muchlason	60
FINANCIAL DISTRESS AND CORPORATE INFORMATION DISCLOSURE Fitri Ismiyanti dan Yustina	61
<i>CONTAGION EFFECT INDEKS SAHAM PASAR MODAL GLOBAL TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN (IHSG) DI INDONESIA SEBAGAI EARLY WARNING SYSTEM</i> KRISIS GLOBAL Windijarto dan Amalia Veriska	62
PRODUCT MARKET COMPETITION AND CAPITAL STRUCTURE OF FIRMS IN AN EMERGING MARKET: THE INDONESIAN EVIDENCE Anwar Azazi	63
ANALISIS FAKTOR YANG PENGARUHI KINERJA BANK SWASTA DI INDONESIA H. M. Hasbi Zaidi	64
MENTERJEMAHKAN TOLERANSI RISIKO PEMILIK UMKM MELALUI KEPUTUSAN PENGGUNAAN MODAL YANG MENGANDUNG RISIKO BISNIS DAN RISIKO KEUANGAN N. Agus Sunarjanto Dan Herlina Yoka Roida	65
MICROFINANCING AND SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (A CASE STUDY OF CREATIVE INDUSTRY IN SOUTH TANGERANG) Margaretha Lingga dan Eric Tonata	66
ANALISA <i>DEBT LITERACY</i> DAN PERILAKU BERHUTANG DI MASYARAKAT (STUDI PADA PENGGUNA KARTU KREDIT LINGKUNGAN CIVITAS AKADEMIKA UPI) Maya Sari	67
THE ROLE OF INVESTMENT INSTITUTION IN CREATING VALUE TRUST TO PUSH UPSELLING Retno Dewanti	68
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN DIVIDEN DAN NILAI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA BURSA EFEK INDONESIA) Herry Subagyo dan Sri Sudarsi	69
PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, INSTITUSIONAL, DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG Umi Murtini dan Junita	70
KATEGORISASI KOLEKTIBILITAS KREDIT USAHA KECIL DAN ANALISIS DISKRIMINAN Hari Sukarno dan Ferisa Ayu Prameswari	71
MANAJEMEN ASET, LIABILITAS, DAN EKUITAS, TERHADAP ECONOMIC VALUE ADDED (EVA) PADA BANK YANG GO PUBLIC DI INDONESIA Hamidah dan Ika Nur Setiowati	72
ATENSI SENTRAL DAN <i>PERIPHERAL</i> IKLAN DUA SISI TERHADAP NIAT PEMBELIAN JASA AKUPUNTUR KLINIK SUMBER WARAS DI JAKARTA Endang Ruswanti dan I'in Endang Mardiani	73

PEMBENTUKAN DIMENSI SERVICE QUALITY DENGAN ANALISIS FAKTOR Yasinta Soelasih	74
MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOKAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI KANCAH INTERNASIONAL (STUDI KASUS INDUSTRI <i>CLOTHING</i> DAN KULINER KOTA BANDUNG) Martha Tri Lestari	75
STRATEGI PENGEMBANGAN PELAYANAN KESEHATAN BERBASIS <i>SERVICE DELIVERY SYSTEM</i> (STUDI PADA PUSKESMAS RAWAT INAP DI JAWA TIMUR) Nugroho Mardi Wibowo	76
PENGARUH <i>RISK AVERSION</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> MELALUI MEDIASI <i>BRAND TRUST</i> DAN <i>BRAND AFFECT</i> <i>SMARTPHONE</i> BLACKBERRY DI SURABAYA Dina Mariana, Indarini dan Christina Honantha	77
TOTAL <i>EXPENDITURE</i> BERDASARKAN DEMOGRAPHIC DALAM PEMBELIAN MAKANAN TRADISIONAL DAN MODERN Mutia Tri Satya, Lina Said dan Abdul Fidayan	78
IMPACT OF MOTIVATION, OPPORTUNITY, AND ABILITY TO CUSTOMER LOYALTY IN USING AIRLINE ONLINE TICKET FACILITIES Jane Renata dan Dudi Anandya	79
PERILAKU BELANJA TURIS INDIVIDUAL ATAS PRODUK BATIK DI PULAU MADURA Sugeng Hariadi dan Siti Rahayu	80
DETERMINAN SIKAP DAN INTENSI MEMBELI PRODUK <i>FASHION</i> PALSU Chairy dan Taysa Yuliana	81
PENGARUH PEMBAGIAN INFORMASI DAN MANAJEMEN PERSEDIAAN TERHADAP KEPUASAN RETAILER Firdanti Saptasari dan Siti Nursyamsiah	82
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ARANG TEMPURUNG KELAPA PADA AGRO RAYA Sonata Christian dan Jonathan M. Sutanto	83
PENGARUH NILAI FUNGSIONAL, EMOSIONAL, SPIRITUAL DAN SOSIAL SEBAGAI MOTIF MINAT MENGGUNAKAN ULANG JEJARING PERTEMANAN FACEBOOK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURAPONTIANAK Eddy Zulkarnaen, Ramadania dan Erna Listiana	84
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KUE ROTI PRIMA RASA BANDUNG Yenny Maya Dora	85
NILAI-NILAI PRIBADI DAN ORIENTASI BERBELANJA: STUDI PADA KONSUMEN RITEL DI JAKARTA Vita Kristidan Franky Slamet	86
PENGEMBANGAN INSTRUMEN PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN PERBANKAN SYARIAH Nursya'bani Purnama	87
PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>BRAND TRUST</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> TEH BOTOL SOSRO: SURVEI KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI FOOD COURTIT CEMPAKA MAS, JAKARTA TIMUR Mohammad Rizan, Basrah Saidani dan Yusiyana Sari	88

SURVEI OPINI KONSUMEN DAN PELAKU USAHA TERHADAP UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN Surachman Surjaatmadja	89
STUDI EKSPLANATORI <i>STORE IMAGE</i> DAN <i>SERVICE QUALITY</i> TERHADAP <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>PURCHASE INTENTION</i> <i>PRIVATE LABEL BRAND</i> CARREFOUR DI SURABAYA Christina Rahardja Honantha	90
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PEWARALABA TERHADAP KEPUASAN TERWARALABA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT TERWARALABA UNTUK BERTAHAN DALAM SISTEM WARALABA DI PROPINSI ACEH Erlinda	91
THE INFLUENCE OF BANK IMAGE ON LOYALTY MODERATED BY SATISFACTION Budhi Haryanto dan Yong Dirgiyatmo	92
PENGARUH <i>PERCEIVED USEFULNESS</i> , <i>PERCEIVED EASE OF USE</i> , <i>SATISFACTION</i> DAN <i>PERCEIVED ENJOYMENT</i> TERHADAP <i>ONLINE REPURCHASE INTENTION</i> (STUDI PADA BELANJA <i>ONLINE</i> PAKAIAN JADI DI KALANGAN MAHASISWA POLITEKNIK DI KOTA PONTIANAK) Juniwati dan Novita	93
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK RELATIF, ETNOSENTRISME KONSUMEN DAN <i>CONSPICUOUS CONSUMPTION</i> TERHADAP KONSUMSI PRODUK DOMESTIK (STUDI PADA PAKAIAN JADI DOMESTIK) Juniwati	94
ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PRIMA, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk. DI JAKARTA PUSAT Erna Wahyuningsih, Chatarina Endah Einarti dan Dita Prihandini	95
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Ni Luh W. Sayang Telagawathi	96
PERBEDAAN SIKAP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA IKLAN DENGAN MENGGUNAKAN KREDIBILITAS SUMBER TINGGI DAN RENDAH Euis Soliha dan Rusyady Yogo Kusumo	97
DO COMMERCIAL SEAPORTS IN INDONESIA NEED CUSTOMER LOYALTY? Rumaji	98
APAKAH RESIKO PERSEPSIAN (<i>PERCEIVED RISK</i>) MEMODERASI PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA <i>E-COMMERCE</i> ? Elisabet Dita Septiari	99
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI <i>BRANDING</i> PRODUK HORTIKULTURA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK LOKAL Maylanny Christin dan Surya Ningsih	100
MODEL PENGEMBANGAN INTENSI PEMBELIAN BERBASIS STRATEGI HARGA: SEBUAH AGENDA PENELITIAN MENDATANG Suliyanto	101
PENERAPAN <i>E-COMMERCE</i> BAGI UMKM KOTA BANDUNG DAN SEKITARNYA DALAM MENGHADAPI THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015 Putu Nina Madiawati dan Retno Setyorini	102

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN RINGAN USAHA MIKRO DI BANDUNG TAHUN 2013 Nurafni Rubiyanti dan Putu Nina Madiawati	103
PERAN KERENTANAN NORMATIF, KESADARAN NILAI, DAN INTEGRITAS TERHADAP SIKAP DAN MINAT BELI PRODUK BAJAKAN SEPATU BERMEREK Anas Hidayat, Ayu Hema Ajeng Diwasasri dan Khaerunisa Amalia Sofia	104
PENGARUH <i>GREEN PERCEIVED VALUE</i> , <i>GREEN PERCEIVED RISK</i> , DAN <i>GREEN TRUST</i> TERHADAP <i>GREEN PURCHASE INTENTIONS</i> Avesina Dharma dan Budi Astuti	105
PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN RISIKO TERHADAP MINAT PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Aji Azhar Muslim dan Budi Astuti	106
ANALISIS KONJOIN METODE <i>TRADITIONAL FULL PROFILE</i> UNTUK MENGETAHUI PREFERENSI KONSUMEN WANITA TERHADAP NOTEBOOK DI KOTA BANDUNG 2013 Dini Turipanam Alamanda dan Ismi Febrianty Sasmita	107
PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KOSMETIK WARDAH Mochamad Rizki	108
IMPLEMENTASI CSR SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN SOSIAL-EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN BAUKSIT DI KALIMANTAN BARAT) Ramadania, Nurul Bariyah, M. Rustam dan Riyadi Budiman	109
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP RESTORAN (KOMPARASI BEBEK SLAMET DAN BEBEK GINYO) Diana Triwardhani dan Nobelson	110
STUDI EMPIRIK IMPLEMENTASI E-CRM PADA PERBANKAN LOKAL INDONESIA: EVALUASI HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI NILAI, KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN BERDASARKAN PERSPEKTIF NASABAH Nadia Nila Sari	111
PENGARUH MATERIALISME KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE (SURVEY PADA PENGUNJUNG MALL DI KOTA BANDUNG) Raeni Dwi Santy	112
PENGARUH PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN RASIONAL, EMOSIONAL, DAN SPIRITUAL TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG UTAMA MEDAN Endang Sulistya Rini, Yeni Absah dan Yulinda	113
DISTRIBUSI VERTIKAL: PENERAPAN DALAM INDUSTRI UDANG BEKU DI PASA INTERNASIONAL STUDI LITERATUR PADA SALURAN DISTRIBUSI VERTIKAL PRODUK UDANG BEKU DI NEGARA THAILAND, VIETNAM, TAIWAN DAN INDONESIA Filo Fathan Bakri	114
KONSUMEN PEREMPUAN JAWA DAN PERILAKU BELANJANYA: DITINJAU DARI PERSPEKTIF BUDAYA Margaretha Ardhanari	115
EXPLORING THE RESOURCE-BASED VIEW IN BANDUNG CREATIVE TOURISM SECTOR Ayu Krishna Yuliawati	116

DESAIN KUALITAS STRATEGI PEMASARAN DAN KEUNGGULAN BERSAING DENGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA BISNIS Idris	117
PENGARUH SENSE OF COMMUNITY TERHADAP BERBAGI PENGETAHUAN PADA KOMUNITAS NIKON: EFEK MODERASI INDIVIDUALISME ANGGOTA Badri Munir Sukoco dan Arya Martin Setiawan	118
PENILAIAN KINERJA PELAYANAN KEPADA MASYARAKAT DENGAN MODEL LAYANAN YANG BERKEADILAN Albari	119
PERAN FAKTOR KOGNITIF SITUASIONAL, DISPOSISIONAL DAN INSTITUSIONAL DALAM INTENSI MENGGUNAKAN INTERNET (STUDI EMPIRIS PADA PRODI MANAJEMEN PTS “X”) Heru Tri Sutiono, Titik Kusmantini dan Yuni Siswanti	120
PELAKSANAAN <i>RELATIONSHIP MARKETING</i> DAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN INDOSAT Sri Anik dan Andina Juhara	121
PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>HANDPHONE</i> MEREK BLACKBERRY (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA) Yuli Harwani R., Mafizatun Nurhayati dan Daru Asih	122
ANALISIS TINGKAT <i>AWARENESS</i> DAN PENGGUNAAN <i>MOBILE BANKING</i> DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA: STUDI KASUS DI YOGYAKARTA Singgih Santoso	123
PENGARUH <i>COUNTRY OF ORIGIN</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK <i>SMARTPHONE</i> DAN <i>TABLET</i> SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA) Nata Hendra dan Ariessa Aprillia	124
ANALISIS <i>SPORT TOURISM</i> PRODUK WISATA ARUNG JERAM (SURVEI PADA WISATAWAN OLAHRAGA <i>RAFTING</i> DI ARUS LIAR) Selna Sari Purnama Dewi, Vanessa Gaffar dan Oce Ridwanudin	125
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI JASA PERGURUAN TINGGI DAN PARTISIPASI MAHASISWA (STUDI PADA FAKULTAS MIPA PTBHMN) Meta Arief	126
PENGARUH <i>AFFINITY FOR THE CAUSE</i> DAN <i>COMPANY-CAUSE FITTER</i> TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN SKEPTISME SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> Barkah	127
KEGIATAN PEMASARAN PERUSAHAAN KELUARGA DAN KEBERHASILAN USAHA (STUDI PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH) Rizal Hari Magnadi	128
MEMAHAMI KOMPLAIN KONSUMEN DAN RESPON PERUSAHAAN DI SURAT KABAR NASIONAL Fandy Tjiptono dan Padma Sari Dewi	129
THE ECO-TOURIST BIOCENTRISM SEGMENT PREFERENCES TO MARINE TOURISM DESTINATION Rudy Aryanto, Dewanty Wulan Kencana Putri dan Idris Gautama So	130
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PENGUATAN ATRIBUT TOKO Ratna Ekawati	131

INVESTIGASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMENTERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS : PENGGUNA OPERATOR SELULAR XL) Muhamad Yudha Gozali	132
PENGARUH PENGALAMAN MASA LALU, PERILAKU PENCARIAN INFORMASI DI JEJARING UMUM, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP INTENSI MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA Hetty Karunia Tunjungsari dan Tommy Setiawan	133
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP NILAI PRODUK (<i>PERCEIVED VALUE</i>): (PERAN PERSEPSI RISIKO KINERJA DAN RISIKO KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR STUDI KASUS PADA PRODUK HANDPHONE) Heriyadi dan Inus RidhoMusamto	134
PENGAKUAN MASYARAKAT SEBAGAI PELAKU BISNIS DAERAH PERBATASAN PEDULI LINGKUNGAN MERUPAKAN DAYA SAING BISNIS Nonie Magdalena	135
PENGEMBANGAN CITRA PRODUK LOKAL BERKARAKTER SEBAGAI STRATEGI BRANDCOMMUNICATION DI DAERAH PERBATASAN Nonie Magdalena dan Ika Gunawan	136
MARKET BASED ANALYSIS SEBAGAI DASAR KESUKSESAN PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL DI DAERAH PERBATASAN Asni Harianti dan Nonie Magdalena	137
ANALISIS PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN DAN HARGA PREMIUM TERHADAP NIAT BELI PRODUK HIJAU DI PONTIANAK (STUDI KASUS PADA PRODUK SAYUR DAN BUAH ORGANIK) Wenny Pebrianti	138
DAMPAK INTERNET MARKETING PADA KEBERHASILAN USAHA NICKEL SCRAP Heny Hendrayati	139
PENGARUH IKLAN MEDIA LUAR RUANG TERHADAP BRAND AWARENESS ROKOK A MILD HM SAMPOERNA (SURVEY DITANJUNGGARANG, BANDAR LAMPUNG) Yudi Pramudiana dan Tria Widianti	140
KAJIAN TENTANG PROMOSI PADA LEMBAGA PENDIDIKAN BERBASIS KOMUNITAS FORUM FOR INDONESIA SEMARANG Deista Khojrunnisadan Ahyar Yuniawan	141
PENGARUH KAPABILITAS PENGETAHUAN ORGANISASI DANPERSONALITY <i>TRAITS</i> TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEKANISME INTEGRASI PENGETAHUAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Masmira Kurniawati	142
ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KOTA SINGKAWANG Nur Afifah dan Yenny Kusuma Hastuty	143
STRATEGI PEMASARAN INTERNASIONAL PRODUK LOKAL DENGAN BAHAN DASAR LIDAH BUAYA DI SARAWAK, MALAYSIA (STUDI KASUS PENGUSAHA DI PONTIANAK) Genoveva & V.Jajat Kristanto	144
INOVASI PRODUK YANG KONSISTEN BERPENGARUH TERHADAP PERKEMBANGAN NILAI PELANGGAN BATIK SUTERA (PENELITIAN TERHADAP SENTRA BATIK SUTRERA DI DESA GUMAWANG, KECAMATAN WIRADESA, KABUPATEN PEKALONGAN) R. Adjeng Mariana Febrianti	145

PENGARUH IKLAN, <i>BRAND TRUST</i> TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN <i>MARKETING ONLINE</i> Idris Gautama So, Yoga Ferdana Putra, Rudy Aryanto	146
PERAN PERCEIVED BRAND FOREIGNNESS, FASHION INVOLVEMENT, DAN STATUS CONSUMPTION PADA PENILAIAN KONSUMEN DAN NIAT KONSUMEN MEMBELI PRODUK FASHION LOKAL Sony Kusumasondjaja	147
COMPETITIVENESS THEORY Y. Lilik Rudianto	148
PENGARUH KEDEKATAN GEOGRAFIS DAN KEDEKATAN SOSIAL PADA KERJASAM MELALUI KOMITMEN RELASIONAL PENYUMBANG Tanti Handriana	149
PERAN STRATEGI CORPORATE PHILANTHROPY DAN CITRA ORGANISASI TERHADAP PEMBERDAYAAN EKONOMI PADA KORIDOR TAMBANG BATUBARA DAN PERKEBUNAN KELAPA SAWIT DI PROVINSI KALIMANTAN TIMUR Rahmawati	150
ANALISIS SIKAP KONSUMEN BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK <i>SMARTPHONE</i> PENGGUNA OS RIM DAN ANDROID DENGAN PENDEKATAN MULTIATRIBUT FISHBEIN Dini Turipanam Alamanda, Arif Partono, Nur Auliya Hidayatidan Ayulia Hakim Fransiska	151
KUALITAS PELAYANAN KELAS LABORATORIUM MANAJEMEN SAINS PADA BINUS UNIVERSITY MENGGUNAKAN METODE <i>FUZZY SERVQUAL</i> Haryadi Sarjono	152
EFEKTIVITAS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT GERAKAN NASIONAL WIRAUUSAHA PADA MAHASISWA DI KOTA JOMBANG Erminati Pancaningrum dan Nurul Hidayati	153
PENGARUH <i>PROMOTION MIX</i> DAN <i>PERCEIVED PRICE</i> TERHADAP INTENSITAS BERKUNJUNG DAN IMPLIKASINYA TERHADAP <i>WILLINGNESS TO RECOMMENDATION</i> (KAJIAN PADA MUSEUM-MUSEUM DI YOGYAKARTA) Rina Astini, Nur Endah Retno Wuryandari dan Ropiko	154
MODEL PENGEMBANGAN KUALITAS LAYANAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA LAYANAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA) Sri Setyo Iriani dan Yessy Artanti	155
STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI USAHA MENGEMBANGKAN EKOWISATA REGIONAL (STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA GOA PINDUL) Dhian Tyas Untari, Maria Wikantari, Dhona Shahreza dan Novita Delimaputri	156
ANALISIS PENGARUH HARGA PREMIUM DAN PENGETAHUAN EKOLOGIKAL TERHADAP NIAT BELI <i>GREEN COSMETICS</i> (STUDI KASUS PADA <i>THE BODY SHOP</i> PONTIANAK) Wenny Febrianti	157
PRIVATE LABEL CONSUMER GOODS TOWARDS CUSTOMER LOYALTY – CASE STUDY OF (X) PRIVATE LABEL GOODS Dibia Abduh dan Yohanes Lestanto	158
MODEL ANALISIS KINERJA <i>BRAND POSITIONING “CLOTHING EAST HOOD”</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KREATIF (SURVEI PADA PENGUNJUNG ARENA <i>EXPERIENCE</i> DI KOTA BANDUNG) Ratih Hurriyati, Rd Dian Herdiana Utama dan Asri Nurbaini	159

ANALYSIS OF CONSUMERS BEHAVIOR TOWARDS NEW TECHNOLOGY USING PERCEIVED CHARACTERISTICS OF INNOVATION METHOD (PCI) – A MARKET STUDY OF RESIDENTIAL LED LIGHTING Junaidi Sinaga dan Grace Pramitha	160
UPAYA PENINGKATAN KERAGAMAN PRODUK MELALUI PENGEMBANGAN PENGAMBILAN RISIKO BERINOVASI Alimuddin Rizal Rivai dan Endang Tjahjaningsih	161
PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PADA PELANGGAN SUPERMARKET GIANT SEMARANG Ali Maskur dan Endang Tjahjaningsih	162
TAWAR MENAWAR KOLEKTIF SERIKAT PEKERJA: KAJIAN KONSEPTUAL DAN PRAKTIK HUBUNGAN INDUSTRIAL (STUDI KASUS FEDERASI SERIKAT PEKERJA SELURUH INDONESIA (FSPSI) SURABAYA Ahmad Rizki Sridadi	163
PENGEMBANGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN MELALUI PENGAKUISISIAN INFORMASI BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA UKM Rahab, Nurhayati Indyastuti dan Mafudi	164
PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PERGURUAN TINGGI DALAM RANGKA PELAKSANAAN KURIKULUM BERBASIS KOMPETENSI (KBK) Joeliaty	165
PERILAKU INOVATIF DAN KEBERHASILAN USAHA WANITA PEDAGANG TNIS JAWA DI SURABAYA Tri Siwi Agustina	166
PERAN TENAGA PENDIDIK DALAM MENGHASILKAN SUMBERDAYA MANUSIA YANG BERPOTENSI Sekar Arum Mandalia	167
STUDI TURNOVER INTENTION DENGAN VARIABEL ANTESEDEN KEPUASAN KERJA DENGAN TIME DEMAND OF WORK Anis Eliyana dan Nancy Martha Devie	168
FAKTOR-FAKTOR YANG MENIMBULKAN KONFLIK KERJAKELUARGA PADA PEKERJA SPA WANITA DI KOTA BANDUNG (STUDI PADA JASA NATURE SPA DI KOTA BANDUNG) Arif Partono Prasetyo dan Ella Jauvani Sagala	169
PENGARUH KEPERCAYAAN PADA PENGAWAS DAN KEPERCAYAAN PADA REKAN KERJA TERHADAP IKLIM KESELAMATAN KERJA DENGAN MEDIASI KEPUASAN KERJA PADA PT PERTAMINA TRANS KONTINENTAL CABANG CILACAP Nuri Herachwati dan Prisna Permata Sari	170
KOMPETENSI, MUNGKINKAH TIDAK BERPENGARUH TERHADAP KINERJA?? (STUDI PADA APARAT SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH PEMERINTAH DAERAH PROVINSI JAWA BARAT) Imas Soemaryani dan Hilmiana	171
PENGARUH KARAKTERISTIK KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI PT. BANK KALBAR DI PONTIANAK Ilzar Daud dan Nur Afifah	172

MODEL KOMPETENSI MANAJERIAL & TEKNIS DANKEBUTUHAN PELATIHAN BAGI PENGUSAHA KULINER YANG SUKSES Dyah Kusumastuti dan Friday Fitricia Nur	173
MODEL <i>KNOWLEDGE MANAGEMENT</i> UKM UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF Ida Ketut Kusumawijaya dan Partiw Dwi Astuti	174
ANALISIS KEPUASAN KERJA PEGAWAIPT BANK “X” BANDUNG Anton Budi Santoso	175
ANALISIS PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DANKEADILAN ORGANISASI TERHADAP <i>ORGANIZATIONALCITIZENSHIP BEHAVIOR</i> (OCB) DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Indhira Pratiwi dan Suharnomo	176
UMKM INDONESIA DAN PERLINDUNGAN HUKUMNYA Aris Armuninggar	177
PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MANAJEMEN STRATEGIK DI PEMERINTAH DAERAH PERBATASAN (QUASI STUDI PEMERINTAH DAERAH PROVINSI JAWA BARAT) Ferry H. Basuki, Arry Widodo dan Binu Wijanuarko	178
PENGARUH PENERAPAN PROGRAM KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3) TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MODERATOR PADA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI PT. DAESE GARMIN Sisca Yulia Mahanani dan Anita Silvianita	179
PENGARUH <i>PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT</i> TERHADAP <i>ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP</i> Praptini Yulianti dan Nyna Permatasari	180
PENTINGNYAKOMPETENSI DAN ORIENTASIKEWIRAUUSAHAAN BAGI ENTREPRENEUR: KAJIAN LITERATUR Asep Kurniawan	181
PENGARUH <i>ORGANIZATIONAL JUSTICE</i> TERHADAP <i>ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR</i> DENGAN <i>TEAM SATISFACTION</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN WORK SPIRITUALITY SEBAGAI VARIABELMODERASI Ida Bagus Gede Adi Permana dan Siti Sulasmi	182
ANALISIS LEARNING ORGANIZATION PADA PENINGKATAN MUTU PEMBELAJARAN SEKOLAH MENENGAH ATAS (STUDI PADA SEKOLAH MENENGAH NEGERI 20 SURABAYA) Dwi Ratmawati dan Rimbit Dyah Muninggar	183
PENGARUH SISTEM PENILAIAN KINERJA TERHADAPMOTIVASI DAN KINERJA TENAGA KEPENDIDIKAN TETAP FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA, YOGYAKARTA Syayyidah Maftuhatul Jannah dan Suhartini	184
PENGARUH <i>PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT</i> TERHADAP <i>TURNOVER INTENTION</i> DENGAN <i>JOB SATISFACTION</i> DAN <i>ORRRGANIZATIONAL COMMITMENT</i> SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WIRANIAGA PT” X Siti Sulasmi, William Nobel dan Ida Bagus Gede Adi Permana	185
MENCIPTAKAN NILAI PADA PENDIDIKAN: INTELEKTUAL CAPITAL, SENSITIVIAS ETIS, DAN PERILAKU ETIS Zulhawati, Pujiastuti dan Ifah Rofiqoh	186

STRATEGI KEPALA SEKOLAH DALAM PENINGKATAN PROFESIONALISME GURU (STUDI PADA SMP NEGERI 21 KOTA MALANG) Dyah Sawitri, Andarwati dan Sri Winaryati	187
KOMPETENSI BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA DI SURABAYA Elsye Tandeliin	188
PENGARUH DIMENSI MOTIVASI (MOTIF, HARAPAN DAN INSENTIF KERJA) TERHADAP KINERJA KERJA KARYAWAN (STUDI KASUS KARYAWAN HOTEL SULTAN JAKARTA) Daru Asih	189
MERANCANG <i>HR-SCORECARD</i> PERGURUAN TINGGI SWASTA MELALUI INDIKATOR <i>LEARNING ORGANIZATION</i> (STUDI DARI MODEL WATKINS DAN MARSICK) Rina Anindita dan Hasyim	190
JOB SATISFACTION, ORGANIZATIONAL COMMITMENT, AND TURNOVER INTENTION Veronica tarigan dan D. Wahyu Ariani	192
PENGARUH BUDAYA KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL SELURUH KECAMATAN DI KOTA CIMAHU Sri Hastuti dan H.R.M. Juddy Prabowo	193
PERSEPSI PELAKU PENDIDIKAN DI UNIVERSITAS TERHADAP PEMBERLAKUAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (STUDI DI MAHASISWA AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA ATMA JAYA) B. Elnath Aldi, Benedicta Evienia P dan Astri Madhyaratri	194
PENGARUH TINGKAT PROFESIONALISME ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD) KOTA BANDUNG TERHADAP PENGAWASAN SUATU ANGGARAN YANG BERKUALITAS Candra Sinuraya dan Meutia	195
PERSEPSI PENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA ATAS ASPEK MOTIVASIONAL DARI PRAKTEK PENILAIAN KINERJA KARYAWAN Tjahjani Prawitowati	196
PRAKTEK PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN IDENTIFIKASI PERAN PENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA DI PERUSAHAAN: IMPLIKASI PADA PEMASARAN LULUSAN MELALUI PROGRAM PERSIAPAN MEMASUKI DUNIA KERJA Harry Widyantoro	197
KAJIAN PERAN STRATEGIS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) UNTUK MEMPERKUAT USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI INDONESIA Astadi Pangarso	198
PERSEPSI PELAKU PENDIDIKAN DI UNIVERSITAS TERHADAP PEMBERLAKUAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN Roos K. Andadari dan Neil S. Rupidara	199
DAMPAK KEPEMIMPINAN TRANSAKSIONAL, TRANSFORMASIONAL DAN MELAYANI TERHADAP KINERJA KERJA Sunjoyo	200
KOMPETENSI BERKOMUNIKASI LINTAS BUDAYA SEBAGAI BENTUK KESIAPAN SUMBER DAYA MANUSIA INDONESIA DALAM MENGHADAPI ASEAN COMMUNITY 2015 Christantius Dwiatmadja dan Ade Irma Anggraeni	201
PEMAHAMAN FENOMENOLOGI PENINGKATAN ETIKA KERJA DENGAN <i>SPIRITUALITY LEADERSHIP</i> Fauzan dan Endi Sarwoko	202

MODAL MANUSIA PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA KOPERTIS WILAYAH IV Dian Indiyati	203
MENCIPTAKAN KEUNGGULAN PRODUK DENGAN MENINGKATKAN KEMAMPUAN SUMBER DAYA MANUSIA YANG BERBASISKAN KEWIRAUSAHAAN Sulistya Ika P	204
PENGARUH STRES KERJA TERHADAP MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA PIALANG SAHAM Lilis Karnita Sholeha	205
DIMENSI KEPERIBADIAN SEBAGAI ANTESEDEN DAYA KREASI PELAKU INDUSTRI KREATIF DI KOTA BANDUNG Supriyadi	206
PENGARUH VARIABEL “TIME ROBBER” PADA JAM KERJA LEMBUR MANAJER PROYEK DILINGKUNGAN MANAJEMEN PROYEK Rorim Panday	207
PENGARUH SUPERVISI TERHADAP TEKANAN PERAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA DAN KEINGINAN BERPINDAH (SURVEI PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI JAKARTA) Rapina	208
PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN BPRS DALAM PERSPEKTIF ISLAM DI JAWA TENGAH DAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA Ardian Ahiatma	209
ANALISA PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA (<i>WORK FAMILY CONFLICT</i>) DAN PENCAPAIAN KARIR Hesti Maheswari dan Oky Riska	210
MODEL PENGEMBANGAN ATMOSFER AKADEMIK: PEMBENTUKAN IKLIM KAMPUS YANG BERETIKA DAN BERMORAL Agung Widhi Kurniawan	211
STRATEGIC ENTERPRENEURSHIP OF FIRST AND SECOND GENERATION FAMILY BUSINESS Andiana Rosiddan Achmad Sobirin	212
INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT, AND JOB SATISFACTION AT FINANCE EMPLOYEE ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR OF TANJUNGPURA UNIVERSITY PONTIANAK Inayah dan Titik Rosnani	213
PERAN KOMITMEN ORGANISASIONAL DALAM MEMEDIASI PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN ORGANISASI PEMBELAJAR TERHADAP KINERJA DOSEN Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti	214
ANALISIS Kecerdasan Spiritual, <i>PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT</i> TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA Mutamimah dan Tri Agustini	215
MENCIPTAKAN DAN MENGEMBANGKAN BUDAYA ORGANISASI MULTIKULTURAL YANG Mendukung Pengembangan Produk Lokal di Wilayah Perbatasan Ratna Widiastuti dan Meily Margaretha	216
PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN MODUL MEKANISME DEFENSIF DAN <i>HARDINESS</i> BERBASIS KELUARGA UNTUK MENGANTISIPASI TINDAK KEKERASAN DI PENDIDIKAN TINGGI Christofera Marlina Junaedi	217

THE ROLE OF HUMAN RESOURCE MANAGERS IN STRATEGIC DECISION MAKING PROCESS: AN INDONESIA CASE STUDY Arif Hartono	218
TRANSFER NILAI (<i>VALUES TRANSFER</i>) DI PERUSAHAAN KELUARGA: STUDI KASUS PADA PT. TIGA SERANGKA PUSTAKA MANDIRI SURAKARTA Syarifah Mahdiyah dan Arif Hartono	219
PENGARUH KEMAMPUAN DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEKERJAAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI DI PT. PLN (PERSERO) AREA SINGKAWANG Titik Rosnani dan Nanang Dwi Sukmono	220
PENGARUH STRES KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA PETUGAS KAMAR BEDAH RSUD Dr. SOEDARSO PONTIANAK Viktorius dan Endang Dhamayantie	221
NGADUIDE: AJANG BERBAGI, BERJEJARING DAN BERKOLABORASI Muliadi Palesangi dan Ria Satyarini	222
PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN BAGIAN ADMINISTRASI DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK Nurul Komari	223
PEMETAAN BUDAYA ORGANISASI PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN UNLAM BERDASAR <i>ORGANIZATIONAL CULTURE INVENTORY</i> (OCI) DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT Hastin Umi Anisah, Wimby Wandary dan Muhammad Ziyad	224
KAJIAN KOMPETENSI SDM USAHA MIKRO PEREMPUAN SEKTOR PERTANIAN UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL Endang Dhamayantie, Rizky Fauzan dan Wenny Pebrianti	225
QUALITY OF WORKLIFE, CITIZENSHIP ORGANIZATIONAL BEHAVIOR, AND EMPLOYEE ENGAGEMENT Rusdin Tahir	226
THE IMPLICATION OF EFFECTIVENESS IN TRAINING TOWARDS JOB SATISFACTION AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT AS WELL AS EMPLOYEES' PERFORMANCE OF PT. BANK KALBAR Rizky Fauzan	227
PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA MANUSIA YANG BERKUALITAS MELALUI <i>LEARNING ORGANIZATION</i> UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DI PASAR ASEAN Nidya Dudija	228
PENGARUH KEMAMPUAN KERJA, DISIPLIN KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA) ZAINAB KOTA PEKANBARU Susi Hendriani dan Silvia Sari Sitompul	229
PENGARUH KONFLIK KELUARGA-PEKERJAAN TERHADAP STRES KERJA DAN MOTIVASI BERPRESTASI PEKERJA PEREMPUAN DI KOTA PONTIANAK Sulistiowati	230
PENGEMBANGAN MODEL <i>SOCIAL CAPITAL</i> DALAM UPAYA PENANGGULANGAN KEMISKINAN DI WILAYAH PERBATASAN INDONESIA-MALAYSIA STUDI KASUS PADA DAERAH SAJINGAN-SAMBAS –KALIMANTAN BARAT Ramadania	231

TRUST AND INNOVATION: AN EMPIRICAL INVESTIGATION FOR ENHANCING THE ROADMAP TO FUTURE SUCCESS OF “Y” HOSPITAL, BANYUWANGI H. Johny Rusdiyanto	235
MODEL <i>LEARNING ORGANIZATION</i> PADA INDUSTRI JAMU INDONESIA: STUDI KASUS IMPLEMENTASI <i>ORGANIZATIONAL LEARNING</i> PADA PT “X” DI WONOGIRI JAWA TENGAH Trias Setiawati	236
PAMELLA MEMBERI NAFAS BAGI KEHIDUPAN (STUDI BIOGRAFI KEPEMIMPINAN PEREMPUAN DALAM PENGEMBANGAN <i>FAMILY BUSINESS</i> PAMELLA SWALAYAN YOGYAKARTA) Randy Ahmad Gagari dan Trias Setiawati	238
PERAN TUJUH KARAKTERISTIK <i>ENTREPRENEUR</i> DALAM PERKEMBANGAN BISNIS <i>ENTREPRENEUR</i> MUDA Maria Assumpta Evi Marlina	239
EFEK MODERASI DUKUNGAN SOSIAL DALAM HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA Tristiana Rijanti dan Sih Darmi Astuti	239
STRATEGI <i>COPING</i> UNTUK MENGHADAPI KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA, KEPUASAN KERJA, DAN <i>BURNOUT</i> Askar Yunianto dan Sih Darmi Astuti	237
PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP PERILAKU GURU DAN PERILAKU PESERTA DIDIK SEKOLAH DASAR NEGERI DI WILAYAH PELABUHAN PONTIANAK Fauziah	238
HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KARYAWAN <i>OUTSOURCING</i> TERHADAP PROSE REKRUTMEN DAN STATUSNYA DENGAN SEMANGAT KERJA KARYAWAN Shinta Oktafien	239
HOW MANAGEMENT QUALITY WILL IMPROVE PERFORMANCE THROUGH SATISFACTION : CASE ON EDUCATION FRANCHISING IN INDONESIA Lim Sanny	240
PENGARUH <i>QUALITY OF WORK LIFE (QWL)</i> DAN <i>PERSON ORGANIZATION FIT (P-O FIT)</i> TERHADAP <i>ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)</i> DENGAN MEDIASI KOMITMEN ORGANISASIONAL Bambang Suko Priyono dan Rizka Happy Prastyani	241
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS MAGANG KERJA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) Indarti Rochayati	242
HASIL PEMETAAN BUDAYA ORGANISASI DAN KORELASINYA TERHADAP IMPLEMENTASI KEUNGGULAN OPERASIONAL: STUDI KASUS PT. VALE INDONESIA Ria Mardiana Yusuf, Umar Kasmon dan Muhammad Ali	243
MANAJEMEN ORGANISASI BERDASARKAN INTERPRETASI DARI SHOLAT JAMA’AH Gancar C. Premananto dan Jovi Sulistiawan	244
ANALISIS KEPEMIMPINAN GENDER TERHADAP BUDAYA KERJA (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA KECIL BIDANG KONSTRUKSI DI KOTA PALU) Lina Mahardiana	245

PERENCANAAN SUKSESI PADA GENERASI PENERUS PERUSAHAAN KELUARGA DALAM MENCAPAI <i>SUSTAINABILITY</i> PERUSAHAAN Novita Wahyu Setyowati dan Debby Arisandi.....	246
PEMAHAMAN DOSEN TERHADAP PERAN MANAJEMEN PENGETAHUAN DAN MANAJEMEN INOVASI BAGI PENCAPAIAN KINERJA PERGURUAN TINGGI (PENELITIAN DI PTS KOPERTIS WIL. III DKI JAKARTA) Dyah Budiastuti	247
IMPLEMENTASI STRATEGI PERTUMBUHAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR Endi Sarwoko.....	248
PROFITABILITAS UKM DI KALIMANTAN TENGAH : DAMPAK ORIENTASI PASAR DAN INOVASI ORGANISASI Hartelina.....	249
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO UNTUK MEMBERDAYAKAN USAHA KECIL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN SECARA GLOBAL DENGAN MENGEMBANGKAN STRATEGI KLASSTER Ria Satyarini	250
PENERAPAN <i>KONSEP ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP)</i> DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KAWASAN PERBATASAN (STUDI KASUS DI KECAMATAN JAGOI BABANG KABUPATEN BENGKAYANG) M. Irfani Hendri dan Syahbandi.....	251
SUKSESI PADA PERUSAHAAN KELUARGA: STUDI EKSPLORASI PADA INDUSTRI BATIK PEKALONGAN Achmad Sobirin dan Nuzul Fitriawaty Basri.....	252
ANALYSIS OFE-COMMERCEINDUSTRYOUTLOOK IN THE AREA OF DAILY DEALS - ITS IMPLICATIONS TO THE STRATEGY OF A NEWLY ESTABLISHED MBACKDISKON.COM Yudhika Astawamadan Achmad Sobirin	253
STRENGTHENING THE STRATEGY TO DEVELOP ENTREPRENEURSHIP IN CREATIVE INUSTRY AT SOUTH TANGERANG Nila K. Hidayat dan Ines Ismiyannie	254
KEBERLANJUTAN PRODUK DAERAH PERBATASAN UNTUK MENCAPAI PEKEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN: PENDEKATAN MODEL <i>INTERFACE</i> Maria Mia Kristanti, SE.,MM.....	255
ANALISIS PRAKTEK MANAJEMEN KUALITAS STUDI PADA UKM DI JAWA TENGAH Susilo Toto Raharjo.....	256
PENGARUH PRAKTIK SUPPLY CHAIN RELATIONSHIP TERHADAP KINERJA OPERASI PERUSAHAAN PADA INDSUTRI IKAN KERING Indro Kironodan Muhamad Arief Akbar	257
PENJELASAN HASIL IMPLEMENTASI ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) PADAUKMDENGAN <i>DESIGN REALITY GAP MODEL</i> : STUDI KASUS IMPLEMENTASI SAP BI DIPT. CP Kursehi Falgenti dan Chandra May	258
RERANGKA MASUKAN-PROSES-KELUARAN DARI KONTRIBUSI <i>FIT</i> EKUIFINALITAS DARI KONFIGURASI LIMA ELEMEN DARI 7-S MCKINSEY PADA KESUKSESANORGANISASIONAL Hermawanto.....	259

LINKING <i>BUSINESS STRATEGY TO OPERATIONS</i> DALAM BISNIS EKSPEDISI PADA PT. MITRA ANDALAN TRANS ANUGERAH DI SURABAYA Indrianawati dan Rion Pratama Dewangga Putra	261
✓ PENGELOLAAN <i>REVERSE LOGISTICS</i> PADA KEGIATAN <i>RETURN</i> OBAT DAN USULAN PERBAIKANNYA. STUDI KASUS APOTEK K 24 MANUKAN SURABAYA ✓ Tuwanku Aria Auliandri dan Marannu Massudi Sumule	261
PENELITIAN KUALITATIF <i>CASE STUDY</i> IMPLEMENTASI <i>INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY (ICT)</i> PADA UMKM BATIK TULIS LASEM DI KABUPATEN REMBANG JAWA TENGAH Damayanti	262
ANALISIS PERENCANAAN TATA LETAK FASILITAS UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH (SUATU STUDI KASUS PADA USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM DI KABUPATEN BANDUNG, JAWA BARAT) Taufik Akbar dan Imelda Junita	263
KLASIFIKASI DAN PENYEBAB KERUSAKAN FINISHED PRODUCT PADA PROSES MATERIAL HANDLING: DI FASILITAS DISTRIBUTIONCENTER PT. UNILEVER INDONESIA TBK. SURABAYA. Puspandam Katias	264
PENERAPAN PROGRAM 5S DALAM PENDEKATAN <i>LEAN MAINTENANCE</i> GUNA MEMINIMALISASI PEMBOROSAN Yetty Dwi Lestari	265
PENGARUH MANAJEMEN MUTU TERPADU(TQM) DANINFORMASIMANAJEMEN KUALITAS (QMI) TERHADAP KINERJA PADALABORATORIUM MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITASTARUMANAGARADI JAKARTA Andi Wijaya dan Richard Andrew	266
ANALISIS MANAJEMEN KUALITAS PROSES PRODUKSI UNTUK MEMPERTAHANKAN KUALITAS PRODUK AIR MINUMPADA PT. PASCIKUBANG PADALARANG Rise Adriani Rachmawati dan Asep Kurniawan	267
PENGUKURAN PRODUKTIFITAS BONGKAR MUAT BARANGDI DERMAGA PELABUHAN GRESIK Baling Kustriyono	268
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELOLAAN USAHA "BANDREK HANJUANG"(STUDI KASUS PADA CV. CIHANJUANG INTI TEKNIK) Willy. S. Yuliandhari	269
CAUSES ANALYSIS OF THE LOW PROGRESS IN 5S IMPLEMENTATIONUSING ROOT CAUSE ANALYSIS METHOD (CASE STUDY NICKEL MINE COMPANY REGISTERD IN BEI) Mahlia Muis	270
PEMILIHAN PEMASOK <i>LAPTOP</i> PADA <i>RETAILER</i> DI YOGYAKARTA DENGAN METODE <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> Muhammad Toyo dan Siti Nursyamsiah	271
PERAN WANITA DALAM UPAYAPENINGKATAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA MELALUIPEMBIAYAAN BMT (STUDIANALISIS PADA BMT BERKAHMADANICIMANGGIS) Muhamad Nadratuzzaman Hosen, Nur Octaviyana Rahmah dan RafikaRahmawati	272
PENENTUAN SEKTOR PEREKONOMIAN DANSUB SEKTOR PERTANIAN UNGGULAN DI KABUPATEN MADIUN Danas Avianto Nugroho, Ropingi, dan Agustono	273

DAYA SAING DAN KONEKTIVITAS: MENGINTEGRASIKAN WILAYAH DALAM SATU CLUSTER UNTUK MENCIPTAKAN DAYA SAING DAERAH Windhu Putra	274
STUDI POTENSI PUSAT PERTUMBUHAN EKONOMI UNTUK MEMACU BERKEMBANGNYA DESA-DESA DI KAWASAN PERBATASAN KABUPATEN SAMBAS PROVINSI KALIMANTAN BARAT Jumhur	275
PENGARUH INVESTASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DANPENYERAPAN TENAGA KERJA SERTA KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DIPROVINSI DI INDONESIA Rini Sulistiawati	276
ECONOMIC TRANSFORMATION IN WEST KALIMANTAN (INDONESIA)DURING THE LAST 40 YEARS: THE ROAD TO AN ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015. Memet Agustiar	277
ANALISIS KURS TUKAR BEBERAPA NEGARA TERHADAP RESIKO KURS, TABUNGAN SERTA PENDAPATAN DISPOSABEL NASIONAL DENGAN METODE KORELASI KANONIK Jupiter Subur dan Richard Andrew	278
ANALISIS FAKTOR PENENTU NILAI TUKAR RUPIAH:APLIKASI MODEL VECM Nuryasman MN	279
PENGARUH INVESTASI SWASTA, INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA DAN BELANJA MODAL PEMERINTAH TERHADAPPERTUMBUHAN EKONOMI DAN PENDAPATAN ASLI DAERAHKABUPATEN/KOTA DI PROVINSI KALIMANTAN BARAT Meiran Panggabean	280
DESAIN PERCEPATAN INVESTASI KAWASAN PERBATASAN DI KABUPATEN SINTANG Jamaliah dan Rosyadi	281
THE EFFECT OF INTERNAL MIGRATION ON REGIONAL INCOME GROWTH AND CONVERGENCE: AN EMPIRICALINVESTIGATION FOR EAST JAVA Lilik Sugiharti	282
FOREIGN DIRECT INVESTMENT:INCREASING ECONOMICGROWTH AND THE AFFECTING FACTORSINWEST KALIMANTAN Hariandy Hasbi	283
PENDEKATAN STRUKTURAL, EKONOMI DAN SPASIAL (ALMIRAL) SEBAGAI MODEL ALTERNATIFPENANGGULANGAN KEMISKINAN (APLIKASI MODEL: MASYARAKAT MISKIN DI JAWA TIMUR) Dwi Eko Waluyo	284
THE ANALYSIS OF WOMEN'SROLE ON WASTE MANAGEMENT OF HOUSEHOLD IN BATU CITY EAST JAVA Uci Yuliati	285
INTEGRASI SEKTOR PERBANKAN INDONESIA DI KAWASAN ASEAN+3 Erman Denny Arfinto	286
MINAT PETANI MEGGUNAKAN TRAKTOR TANGAN PENGGANTI BAJAK TRADISIONAL Muchsin Muthohar dan Syahrul Ramadhan	287
PERDAGANGAN BEBAS REGIONAL DAN KINERJADAYA SAING KOMODITAS SEKTOR PERTANIAN INDONESIA Shanty Oktavilia	288

<i>BARGAINING POSITION</i> INDONESIA DALAM MENGHADAPI <i>ASEAN ECONOMIC COMMUNITY</i> 2015: PERBANDINGAN INDIKATOR-INDIKATOR SEKTOR KEUANGAN NEGARA-NEGARA ASEAN Mafizatul Nurhayati, Yuli Harwani dan DaruAsih	2
SOLIDARITAS SOSIAL PARA PEDAGANG ASAL INDONESIA DI PASAR SERIKIN SERAWAK MALAYSIA Fatmawati	2
MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KAWASAN PERBATASAN DARAT INDONESIA – MALAYSIA (STUDI KASUS DI KECAMATAN SAJINGAN BESAR, KABUPATEN SAMBAS) M. Irfani Hendri dan Vitriyan Espa	2
POTENSI SEKTOR BASIS DI KABUPATEN KAPUAS HULU SETELAH MENJADI KAWASAN KONSERVASI Erni Panca Kurniasih	2
PENGARUH UPAH TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA DI INDONESIA PERIODE 2007 - 2011 Mahfud dan Sri Kurniawati	2
TIPOLOGI KEUANGAN DAERAH KABUPATEN KUBU RAYA TAHUN 2009-2011 Sri Kurniawati dan Mustafa	2
DESAIN PENGUATAN EKONOMI DAERAH PERBATASAN KALIMANTAN BARAT-SARAWAK BERBASIS SEKTOR INDUSTRI NON MIGAS: UPAYA PEMANFAATAN KEUNGGULAN KOMPARATIF DAERAH Nurul Bariyah	2
MAMPUKAH KELAPA SAWIT MENGURANGI TINGKAT KEMISKINAN DI PROVINSI KALIMANTAN BARAT ? Erni Panca Kurniasih dan Arifn	2
KETIDAKPUASAN MASYARAKAT DESA NGAMPEL TERHADAP CSR DARI JOINT OPERATING BODY PERTAMINA-PETROCHINA EAST JAVA (JOB P-PEJ) Ari Kuntardina	2
PERTUMBUHAN EKONOMI, KETIMPANGAN DAERAH DAN KEMISKINAN (PERBANDINGAN ANTAR KAWASAN WILAYAH INDONESIA) Yarlina Yacoub	2
HUBUNGAN <i>POLITICAL COST</i> TERHADAP RELEVANSI METODA AKUNTANSI Apriwandi, Rochmad Bayu Utomo dan Niki Hadian	2
INVESTIGASI PENGARUH MODEL PENGUKURAN <i>EARNING MANAGEMENT</i> TERHADAP <i>COST OF EQUITY CAPITAL</i> PADA PERUSAHAAN <i>KNOWLEDGE BASED</i> Rousilita Suhendah	30
PENGARUH <i>INTELLECTUAL CAPITAL</i> TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN YANG DIMODERASI OLEH LINGKUNGAN Kiryanto dan Wahyu Asri Wulandari	30
PENGARUH KETIDAKPASTIAN LINGKUNGAN, PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN DESENTRALISASI KEWENANGAN TERHADAP KARAKTERISTIK INFORMASI YANG DIHASILKAN OLEH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI MANAJEMEN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KINERJA (SURVEY PADA KABUPATEN AGAM SUMATERA BARAT) Rilla Gantino	30

PENGARUH KONTRAK KOMPENSASI, KONTRAK HUTANG, BIAYA LITIGASI, DAN BIAYA POLITIK TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG <i>LISTED</i> DI BURSA EFEK INDONESIA Yosevin Karnawati dan Daulat Freddy	303
DETERMINAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP <i>EARNINGS MANAGEMENT</i> DENGAN PEMEDIASI <i>DISCLOSURE</i> , <i>EARNING RESPON COEFFICIENT</i> DAN <i>INFORMATION ASYMETRIC</i> PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA Sri Handayani dan Rojuaniah	304
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG UMKM MENYUSUN LAPORAN KEUANGAN Arlin Ferlina M. Trenggana	305
KUALITAS PELAPORAN LABA: PENGARUH PERUBAHAN STRUKTUR KEPEMILIKAN BUKTI TAMBAHAN PADA BURSA EFEK INDONESIA Yudhi Herliansyah, Meifida Ilyas dan Marsyaf	306
PENGUJIAN TERHADAP KINERJA TATA KELOLA TEKNOLOGI INFORMASI MENGUNAKAN DASAR ACUAN COBIT DAN PBI UNTUK KEAMANAN TRANSAKSI AKUNTANSI PADA BPR DI JAWA BARAT Nanang Sasongko dan Frita Lussie B	307
PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL (STUDI KASUS PT. POS LOGISTIK INDONESIA) Hana Suryanadan Zaroni Samadi	308
UJI <i>CAUSAL PREDICTIVE</i> MENGGUNAKAN <i>PARTIAL LEAST SQUARE</i> ATAS PENGARUH CSR TERHADAP <i>GREEN INTELLECTUAL CAPITAL</i> DENGAN <i>ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS</i> SEBAGAI <i>MEDIATING VARIABLE</i> F.X. Kurniawan Tjakrawala dan Ferrani	309
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN MANAJEMEN LABA Eko Budi Santoso	310
DAMPAK PEMEGANG SAHAM PENGENDALI PADA KEINFORMATIPAN LABA: STUDI EMPIRIS PEMILIK ULTIMAT PERUSAHAAN PUBLIK DI INDONESIA I Putu Sugiarta Sanjaya dan Isabella Henry Susilowati	311
PERAN RESULT CONTROL DALAM KINERJA ORGANISASI: STUDI KASUS PADA PROGRAM STUDI AKUNTANSI Wirawan ED Radianto	312
<i>INTELLECTUAL CAPITAL FORECASTING</i> BANK PEMBANGUNAN DAERAH DI INDONESIA Isfenti Sadalia dan Nisrul Irawati	313
TOTAL QUALITY MANAJEMEN DAN FUNGSI INTERNAL AUDIT : STUDI EMPIRIS DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI Yenni Carolina	314
AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK DAN KESEJAHTERAAN DI DAERAH PERBATASAN DARAT DENGAN TIMOR LESTE, MALAYSIA DAN PAPUA NEW GUINEA (PNG) Jumansyah	315
PENTINGNYA PENGETAHUAN WAJIB PAJAK DALAM MENDONGKRAK PAJAK REKLAME DI SURABAYA Dian Anita Nuswantara dan Husen Abdul Ghoni	316



Sekretariat PMI-5
Jl. Jenderal Ahmad Yani Pontianak
Telp. 0561-743820-743907
Fax. 0561-766840
email : fmi5_ptki@feuntan.ac.id
fmi5.pontiki@yahoo.com
website : fmi2013.feuntan.ac.id



9 772338 994009

**MODEL KNOWLEDGE MANAGEMENT UKM
UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF**

Ida Ketut Kusumawijaya

STIE Triatma Mulya-Bali

ik_kusumawijaya@yahoo.com

Partiwi Dwi Astuti

FE Universitas Warmadewa-Bali

partiwi_astuti@yahoo.co.uk

ABSTRAK

Untuk mencapai keunggulan kompetitif, penting bagi UKM mengaplikasikan *knowledge* secara efisien guna meningkatkan potensi inovasi. Pada sisi lain UKM memiliki keterbatasan dalam memahami *knowledge* mereka. UKM membutuhkan peran *knowledge management* yang disesuaikan dengan karakteristik yang dapat diaplikasikan untuk keunggulan kompetitif. Tujuan penelitian ini untuk menemukan model *knowledge management* UKM untuk mencapai keunggulan kompetitif. Untuk mencapai tujuan penelitian, desain penelitian adalah identifikasi dan pemahaman *knowledge* yang digunakan UKM, pemahaman persepsi *knowledge management* pada UKM, dan pengembangan model *knowledge management* UKM. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, *focus group discussion* (FGD), dan kuesioner. *Knowledge management* merupakan proses menciptakan, memperoleh, memahami, membagi, dan menggunakan pengetahuan, dimanapun pengetahuan tersebut berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja UKM. Model *knowledge management* terdiri dari: (1) *knowledge acquisition* merupakan aktivitas memilih dan memperoleh pengetahuan dari sumber eksternal; (2) *knowledge creation* merupakan aktivitas yang mengembangkan dan menciptakan pemahaman, skill, dan hubungan dalam organisasi seperti halnya menghasilkan pengetahuan internal; (3) *knowledge documentation* adalah aktivitas yang mendokumentasikan pengetahuan dalam bentuk catatan organisasi sehingga pengetahuan dapat ditransfer dan digunakan kembali pada masa mendatang; (4) *knowledge transfer* merupakan aktivitas yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan diantara individu, kelompok, dan unit organisasi pada berbagai tingkat organisasi yang berbeda; dan (5) *knowledge application* sebagai aktivitas menggunakan pengetahuan yang tersedia untuk memperbaiki proses, produk dan jasa, serta kinerja organisasi.

Kata Kunci: Model, *Knowledge Management*, UKM, Keunggulan Kompetitif

MODEL KNOWLEDGE MANAGEMENT UKM UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF

Ida Ketut Kusumawijaya¹, STIE Triatma Mulya-Bali, ik_kusumawijaya@yahoo.com
Partiwi Dwi Astuti², FE Universitas Warmadewa-Bali, partiwi_astuti@yahoo.co.uk

Abstrak: Untuk mencapai keunggulan kompetitif, penting bagi UKM mengaplikasikan *knowledge* secara efisien guna meningkatkan potensi inovasi. Pada sisi lain UKM memiliki keterbatasan dalam memahami *knowledge* mereka. UKM membutuhkan peran *knowledge management* yang disesuaikan dengan karakteristik yang dapat diaplikasikan untuk keunggulan kompetitif. Tujuan penelitian ini untuk menemukan model *knowledge management* UKM untuk mencapai keunggulan kompetitif. Untuk mencapai tujuan penelitian, desain penelitian adalah identifikasi dan pemahaman *knowledge* yang digunakan UKM, pemahaman persepsi *knowledge management* pada UKM, dan pengembangan model *knowledge management* UKM. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, *focus group discussion* (FGD), dan kuesioner. *Knowledge management* merupakan proses menciptakan, memperoleh, memahami, membagi, dan menggunakan pengetahuan, dimanapun pengetahuan tersebut berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja UKM. Model *knowledge management* terdiri dari: (1) *knowledge acquisition* merupakan aktivitas memilih dan memperoleh pengetahuan dari sumber eksternal; (2) *knowledge creation* merupakan aktivitas yang mengembangkan dan menciptakan pemahaman, skill, dan hubungan dalam organisasi seperti halnya menghasilkan pengetahuan internal; (3) *knowledge documentation* adalah aktivitas yang mendokumentasikan pengetahuan dalam bentuk catatan organisasi sehingga pengetahuan dapat ditransfer dan digunakan kembali pada masa mendatang; (4) *knowledge transfer* merupakan aktivitas yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan diantara individu, kelompok, dan unit organisasi pada berbagai tingkat organisasi yang berbeda; dan (5) *knowledge application* sebagai aktivitas menggunakan pengetahuan yang tersedia untuk memperbaiki proses, produk dan jasa, serta kinerja organisasi.

Kata kunci: model, *knowledge management*, UKM, keunggulan kompetitif

Abstract: To reach competitive advantage, its necessary for SME to applied *knowledge* efficiently to increase innovation potency. On the other side, SME has limit capability to understand their *knowledge*. SME required the role of *knowledge management* characteritic which can be applied for competitive advantage. Purpose of this research to find SME's *knowledge management* model to reach competitive advantage. Research design are identification and understanding of *knowledge* applied by SME, understanding of perception *knowledge management* at SME, and development of SME's *knowledge management* model. The research data collecting technique applied interview, *focus group discussion* (FGD), and questionnaire. *Knowledge management* is creating process, obtains, understand, divided, and applied *knowledge*, to increase SME learning and performance. *Knowledge management* model is consisted: (1) *knowledge acquisition* is activity selected and obtains *knowledge* from external sources; (2) *knowledge creation* is developed activity and created understanding, skill, and organization relation as internal *knowledge*; (3) *knowledge documentation* is activity documented *knowledge* in the note of organization so that *knowledge* can be transferred and applied again in future; (4) *knowledge transfer* is activity enabling the *knowledge* exchanges between individual, groups, and organizational unit at various level of organizations; and (5) *knowledge application* as activity applied *knowledge* which available to improve process, product and service, and organization performance.

Key words: model, knowledge management, SME, competitive advantage

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) pada negara-negara berkembang, termasuk di Indonesia memiliki peran dalam meningkatkan perekonomian. Industri kecil menciptakan kesempatan kerja, untuk perluasan angkatan kerja bagi urbanisasi, dan menyediakan fleksibilitas kebutuhan serta inovasi dalam perekonomian secara keseluruhan (Partomo, 2004). Dibandingkan dengan usaha skala besar, UKM memiliki beberapa kelemahan, antara lain ketidakmampuan mendanai program *knowledge management* jangka panjang dan beresiko, kelemahan dalam kompetensi TI, dan kelemahan dalam investasi pada pelatihan dan pendidikan (Egbu, 2001). Kelemahan lainnya, kebanyakan UKM kurang pengalaman dalam manajemen, adanya ketidakseimbangan jika bekerjasama dengan perusahaan besar, kesulitan dalam memenuhi peraturan yang bersifat kompleks dan berhubungan dengan biaya pemenuhan kepatuhan (Rothwell & Dodgson, 1994).

Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, maka UKM harus dapat mengatasi kelemahan tersebut sehingga mencapai keunggulan kompetitif. UKM harus mampu melakukan inovasi dan mengembangkan produk dengan cepat. Inovasi dan pengembangan produk yang cepat dapat dilakukan dengan melakukan akselerasi dengan *knowledge* yang dikelola dengan efektif dan efisien. Hal tersebut menunjukkan bahwa UKM memerlukan *knowledge management*. *Knowledge management* merupakan proses suatu organisasi menciptakan nilai yang bersumber dari aset organisasi yang berbasis pada pengetahuan atau intelektual (Uriarte, 2008). Meskipun proses *knowledge management* tidak mudah, namun jika UKM tidak memeliharanya, maka akan membuka potensi kehilangan *knowledge*, efisiensi, produktivitas, dan keunggulan kompetitif (Kambiz, 2009). Oleh karenanya, maka

diperlukan pemetaan *knowledge management* UKM, sehingga dapat dikembangkan model *knowledge management* UKM untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Pada kebanyakan UKM, khususnya UKM di Indonesia sama sekali tidak menerapkan sistem organisasi dan manajemen yang umum diterapkan di dalam dunia bisnis modern (Ikhlash, 2011). Hal tersebut kemudian memunculkan berbagai permasalahan baik internal maupun eksternal yang seringkali menghambat pertumbuhan dan perkembangan UKM. Permasalahan internal UKM, antara lain kurangnya pemodalan, SDM yang terbatas, dan lemahnya jaringan usaha, sedangkan permasalahan eksternal UKM antara lain iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, produk dengan umur pendek, dan terbatasnya akses pasar (Hafsah, 2004).

Salah satu permasalahan dalam lingkungan internal UKM yang paling krusial adalah keterbatasan penguasaan *knowldege*. Keberadaan UKM juga terancam ketika perusahaan melalui produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi dengan harga penawaran terjangkau memasuki pasar Indonesia. Oleh karenanya diperlukan solusi untuk menciptakan daya saing melalui *knowledge management* karena untuk saat ini penguasaan *knowledge* merupakan kunci untuk memenangkan persaingan. Keefektifan pengelolaan *knowledge* dan teknologi merupakan kunci penting untuk meningkatkan daya saing UKM. *Knowledge* dan teknologi diciptakan dari *personal knowledge* yang harus dikelola menjadi *knowledge* perusahaan sehingga akan menjadi aset UKM. *Knowldege* merupakan pengalaman, informasi tekstual, dan pendapat para pakar pada bidangnya, oleh karena itu, UKM akan berkelanjutan apabila menggunakan informasi atau pengalaman tersebut guna terciptanya kompetensi UKM (Bambang, 2006).

Selama ini *knowledge management* telah berhasil diterapkan pada perusahaan besar. Namun, belum banyak UKM yang menerapkannya. Padahal UKM pada dasarnya memiliki

potensi besar untuk menerapkan *knowledge management* dalam operasinya untuk mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini disebabkan karena ditinjau dari sisi manajemen, pada sebagian besar UKM manajernya merangkap sebagai pemilik perusahaan, yang berimplikasi pada proses pengambilan keputusan bersifat sentralisasi dan jenjang manajemen lebih sedikit. Oleh karenanya, dalam UKM, pemilik berperan penting dalam implementasi *knowledge management*. Dengan keterbatasan yang ada, manajemen UKM lebih berfokus pada isu strategis yang berhubungan dengan *knowledge management*. Struktur pada UKM yang sederhana, datar, dan kurang kompleks juga akan turut memfasilitasi inisiatif perubahan diantara organisasi yang disebabkan karena integrasi fungsional baik secara horizontal maupun vertikal akan menjadi lebih mudah untuk dicapai. Ditinjau dari sisi kultur, sejumlah individu dalam UKM biasanya dipersatukan oleh keyakinan dan nilai yang membawa implikasi pada kemudahan untuk melakukan perubahan dan mengimplementasikan *knowledge management*. Hal tersebut akan mempermudah menciptakan kultur berbagi *knowledge*.

Berdasarkan potensi yang ada pada UKM untuk menerapkan *knowledge management*, maka diperlukan pemodelan *knowledge management* yang khusus untuk UKM. Hal ini disebabkan karena hingga saat ini, model *knowledge management* yang ada, sebagian besar dikembangkan dan diterapkan untuk perusahaan besar. Padahal UKM memiliki karakteristik tersendiri yang membuatnya berbeda dengan perusahaan besar. Salah satu karakteristik yang sering dijumpai diantaranya adalah mayoritas UKM merupakan bisnis keluarga, dimiliki dan dikelola oleh keluarga. Anggota keluarga umumnya tidak bersedia menggunakan atau merekrut profesional yang akan mengelola *knowledge* dalam perusahaan. Bahkan jika UKM menggunakan atau merekrut profesional pun, pemilik tidak akan bersedia berbagi *knowledge* yang dimilikinya kepada individu yang bukan anggota keluarganya. Padahal dengan keterbatasan sumber daya keuangan, yang sangat memungkinkan bagi UKM untuk mencapai

keunggulan kompetitif adalah dengan menggunakan *knowledge* yang dimilikinya. Oleh karenanya, UKM harus mampu menggali dan memanfaatkan *knowledge* yang ada sehingga dapat digunakan untuk melakukan inovasi pengembangan produk. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk : (1) Mengidentifikasi dan memahami bagaimana *knowledge* digunakan dalam UKM, (2) Memahami persepsi UKM terhadap *knowledge management*, (3) Mengembangkan model *knowledge management* yang sesuai untuk UKM dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

KAJIAN PUSTAKA

Knowledge

Knowldege merupakan campuran dari pengalaman, nilai, informasi kontekstual, pandangan pakar dan intuisi mendasar yang memberikan lingkungan dan kerangka untuk mengevaluasi dan menyatukan pengalaman baru dan informasi (Davenport & Laurence, 1997). Aktivitas penciptaan *knowledge* terjadi dalam dan antara manusia. *Knowledge* diperoleh dari individu atau kelompok yang mengetahui (*knowers*) dan seringkali dalam rutinitas organisasi serta disampaikan melalui media terstruktur seperti dokumen buku, kontak pribadi dari pembicaraan sampai pemagangan. Dua jenis *knowledge*, yaitu: a). *Tacit Knowledge*, *knowledge* yang tidak mudah dilihat dan dinyatakan, bersifat sangat pribadi, sulit diformulasikan dan dikodifikasikan, serta tersimpan di otak manusia, sehingga sulit dikomunikasikan dan dibagi ke orang lain. b) *Explicit Knowledge*, merupakan sesuatu yang formal dan sistematis, dapat dinyatakan dalam kata maupun angka, dan mudah dikomunikasikan dalam berbagai bentuk.

Terdapat 4 level *knowledge*, yaitu : 1) *Know what*, menggambarkan *knowledge* kognitif. *Knowledge* ini sangat penting, namun tidak cukup untuk memenangkan persaingan, diperoleh melalui pelatihan, pembelajaran, dan kualifikasi formal. 2). *Know how*, menggambarkan kemampuan untuk menterjemahkan *knowledge* yang bersifat teoritis ke

dunia nyata, sehingga disebut sebagai level aplikasi praktis. 3). *Know why*, menggambarkan *knowledge* terdapat dalam hubungan sebab akibat yang mendasari kisaran tanggungjawab pegawai. 4). *Care why*, menggambarkan kreativitas diri yang ada di dalam perusahaan, yang memungkinkan terjadi inovasi radikal melalui lompatan imajinatif dan pemikiran lateral.

Knowledge Management

Knowledge management didefinisikan sebagai proses atau praktek menciptakan, memperoleh, menangkap, membagi, dan menggunakan *knowledge*, dimanapun *knowledge* tersebut berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja organisasi (Scarborough, Swan & Preston, 1999), meliputi identifikasi, penciptaan, akuisisi, transfer, sharing, dan eksploitasi pengetahuan (Chyntia et al, 2005). *Knowledge management* merupakan hal vital untuk mengerjakan proyek secara efisien dan untuk memperbaiki daya saing organisasi (Egbu, 2000, 2001). *Knowledge management* memperkenalkan inovasi dan kewirausahaan, membantu mengelola perubahan, dan memberikan kebebasan dan kewenangan bagi pegawai (Nonaka & Takeuchi, 1995). Tiwana (1999) mendefinisikan *knowledge management* sebagai proses mengelola *knowledge* organisasi untuk menciptakan nilai bisnis dan mendukung keunggulan kompetitif melalui penciptaan, pengkomunikasian dan pengaplikasian *knowledge* yang diperoleh dari interaksi pelanggan untuk memaksimalkan pertumbuhan dan nilai bisnis.

Umumnya UKM memiliki tingkat yang tinggi dalam *sharing* informal sehubungan *tacit knowledge*. Individu memberikan kontribusi dan memiliki keahlian lebih dari satu bidang, dan hal tersebut memberikan tendensi bahwa pegawai UKM mayoritas multidisiplin yang membuat UKM akan sukses. Penciptaan *knowledge* organisasional terdiri dari berbagi pengetahuan, menciptakan konsep, membenarkan konsep, membangun *prototype*, dan melakukan penyebaran *knowledge* di berbagai fungsi dan tingkat organisasi (Von Krogh, Ichiyo & Nonaka, 2000 dalam Bambang, 2006). *Knowledge management* dapat digunakan sebagai strategi meningkatkan daya saing UKM dengan menerapkan *IRSA* (*identity, reflect,*

share, and apply) (Bambang, 2006). *Identifikasi, knowledge asset* yang ada di UKM yang sebagian besar berada dalam memori pegawai atau berbentuk *tacit knowledge*, pengalaman, kreativitas pegawai, catatan, dokumen, manual, laporan, hasil penelitian diidentifikasi dan diinventarisir dengan baik dan dibuat pemetaan *knowledge*. *Reflect, tacit knowledge* diubah ke *explicit knowledge* agar dengan mudah dibagi dengan pegawai yang lain. *Share dan Application*, terdapat sistem atau mekanisme sehingga pegawai dapat dapat mengakses *knowledge based system* yang tersedia, diciptakan kelompok-kelompok diskusi, kelompok kerja atau *workshop* yang sistematis dan berkesinambungan, budaya belajar sepanjang masa perlu disosialisasikan dan diterapkan, kemudian aplikasi *knowledge asset* untuk meningkatkan kinerja perusahaan perlu dibentuk dan dibuat sistem berbasis *knowledge (knowledge based systems)*, kinerja *intangible assets* terus ditingkatkan dan disosialisasikan secara periodik dan adanya *audit system knowledge performance*

Studi Pendahuluan yang Telah Dilaksanakan

Nonaka dan Takeuchi (1995) mengembangkan model *knowledge management* yang menyatakan bahwa *knowledge* terdiri dari elemen *tacit* dan *explicit* dan mengasumsikan bahwa *tacit knowledge* dapat ditransfer melalui proses sosialisasi ke dalam *tacit knowledge* lainnya dan *tacit knowledge* dapat menjadi *explicit knowledge* melalui proses eksternalisasi. Model ini kemudian dikembangkan Hedlund dan Nonaka (1993) yang mengasumsikan terdapat empat tingkat yang berbeda dari *agent knowledge* dalam organisasi, yang disebut individu, kelompok, organisasi dan domain interorganisasional (pelanggan, pemasok, pesaing, dsb).

Boisot (1987) mengembangkan model kategori *knowledge* yang menunjukkan *knowledge* terdiri dari *knowledge* yang dapat dikodifikasikan (*codified knowledge*), misalnya data keuangan, maupun yang tidak dapat dikodifikasikan (*uncodified knowledge*), misalnya pengalaman dan *knowledge* yang dapat dibagikan (*diffused knowledge*) maupun *knowledge*

yang tidak dapat dibagikan (*undiffused knowledge*) dalam organisasi. Model yang dikembangkan Demerest (1997) merupakan adopsi Clarke dan Staunton's (1989), mengasumsikan *knowledge* yang dikonstruksi (*constructed knowledge*), diwujudkan dalam organisasi tidak hanya melalui program eksplisit, namun juga melalui pertukaran sosial.

Pengembangan model *knowledge management* UKM dilakukan Kambiz (2009) di Teheran yang membuktikan bahwa UKM mengakui bahwa dengan memperoleh, menyimpan, membagi, dan mendiseminasikan *knowledge* dapat membawa inovasi dan produktifitas lebih baik, namun manager UKM tidak menyiapkan investasi jangka panjang untuk tujuan *knowledge management* sehingga UKM kesulitan untuk memperoleh nilai tambah. Model tersebut mengajukan dimensi nilai bisnis, diseminasi dan transfer *knowledge*, penggunaan *knowledge*, konstruksi *knowledge*, pembelajaran organisasi, kendala *knowledge management*, dan wujud *knowledge*. Penelitian Doris (2010) mengajukan model *knowledge management* untuk meningkatkan kinerja UKM di Slovenia, terdiri dari dimensi penggunaan *knowledge*, akuisisi *knowledge* pada level individu, penyimpanan *knowledge*, motivasi, pengukuran efisiensi implementasi *knowledge management*, dan transfer *knowledge*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif untuk memperoleh kedalaman apresiasi dari pemahaman *knowledge management* di UKM beserta kendalanya, sehingga dapat dikembangkan model *knowledge management* UKM dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif. Pendekatan interpretatif memfokuskan pada pemahaman dunia nyata, seperti halnya dengan pemahaman dunia sosial dari pengalaman individu yang subyektif (Burrell & Morgan, 1989). Penelitian interpretatif memfokuskan pada kompleksitas pemikiran manusia selama proses penelitian (Galliers, 1992).

Penelitian ini dilakukan pada UKM di Kabupaten Badung. Sumber data penelitian ini adalah data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul

data. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, *focus group discussion* (FGD), dan kuesioner. Analisis sebelum ke lapangan dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Analisis selama di lapangan menggunakan model Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kuantitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Penelitian ini melakukan uji keabsahan data kualitatif dengan menggunakan uji kredibilitas data perpanjangan pengamatan, diskusi teman sejawat, dan triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan cara triangulasi sumber data dan triangulasi teknik. Sedangkan uji keabsahan data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan uji kualitas data, yaitu uji validitas dan reliabilitas. UKM yang ada di Kabupetan Badung dipilih sebagai sampel dengan informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini antara lain, pimpinan, manajer, pemilik dan staf teknis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengidentifikasi Dan Memahami Bagaimana *Knowledge* Digunakan Dalam UKM.

Mengidentifikasi dan memahami *knowledge* yang digunakan di UKM dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pimpinan UKM. Tujuan dilakukannya identifikasi *knowledge* yang digunakan di UKM adalah untuk mengetahui *knowledge* apa saja yang selama ini digunakan di UKM dan memberikan pemahaman mengenai penggunaan *knowledge* tersebut. Setelah melihat kondisi dari pelaku UKM, dapat dilihat bagaimana hasil langkah identifikasi dan pemahaman *knowledge* dalam UKM yang telah dilaksanakan sejauh ini.

Menurut Sveiby (2001) terdapat sembilan aliran *knowledge* dalam organisasi yang dapat meningkatkan kapasitas kerja karyawan di dalam dan di luar organisasi, diantaranya:

(a) *Between individual*, fokus perhatian pada upaya peningkatan komunikasi antar individu lintas tingkatan structural dalam organisasi, (b) *From individuals to external structure*, menekankan pada bagaimana aliran *knowledge* karyawan pada lingkungan luar organisasi, (c) *From external structure to individual*, menekankan pada bagaimana kompetensi karyawan dapat ditingkatkan melalui pembelajaran stakeholder dan struktur lingkungan luar organisasi, (d) *From individual competence into internal structure*, memfokuskan pada bagaimana cara mengkonversi *knowledge* yang dimiliki individu ke seluruh bagian yang ada dalam organisasi, (e) *From internal structure to individual competence*, menekankan pada bagaimana *knowledge* di distribusikan dalam organisasi untuk dapat meningkatkan kapasitas individu, (f) *Within the external structure*, lebih memperhatikan bagaimana *knowledge* di distribusikan pada lingkungan *stakeholder* eksternal organisasi, (g) *From the external to internal*, menekankan pada *knowledge* yang diciptakan dari lingkungan luar organisasi dan dapat di konversi ke dalam aktivitas organisasi, (h) *From internal to external structure*, menekankan pada bagaimana *knowledge* yang berada pada sistem organisasi mampu meningkatkan kompetensi stakeholder lingkungan luar organisasi, (i) *Within internal structure*, memfokuskan pada integrasi *knowledge* dalam struktur organisasi dengan efektif.

Memahami Persepsi UKM Terhadap *Knowledge Management*.

Pemahaman mengenai *knowledge management* di UKM ini perlu dilakukan karena pada UKM, para individu biasanya dipersatukan oleh keyakinan dan nilai umum, yang membawa implikasi bagi UKM untuk lebih mudah melakukan perubahan dan mengimplementasikan *knowledge management*. Kondisi tersebut akan mempermudah untuk menciptakan budaya berbagai *knowledge* di UKM. Dalam UKM nilai budaya dan keyakinan para pegawai dapat dipengaruhi oleh pemilik yang sebagian besar juga merangkap sebagai

manajer. Hal tersebut akan menjadi masalah ketika pemilik tidak mempercayai para pegawainya dan tidak membuka budaya berbagi dan transfer *knowledge*. Jika hal tersebut terjadi, maka pemilik dapat menghalangi pengembangan *knowledge*. Oleh karenanya, pemahaman mengenai persepsi *knowledge management* pada UKM sangat diperlukan untuk memahami sejauh mana pemilik usaha memahami mengenai konsep *knowledge management* dan sejauh mana pemilik memiliki visi dalam kaitannya dengan *knowledge management* UKM yang dimiliki atau dipimpinya. Hal ini perlu dilakukan karena pemilik atau manajer pada UKM merupakan ujung tombak pengembangan *knowledge management*.

Knowledge management merupakan proses menciptakan, memperoleh, memahami, membagi, dan menggunakan pengetahuan, dimanapun pengetahuan tersebut berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja organisasi. Terdapat 5 (lima) proses *knowledge management*, yaitu (1) *knowledge acquisition*, (2) *knowledge creation*, (3) *knowledge documentation*, (4) *knowledge transfer*, dan (5) *knowledge application*. *Knowledge acquisition* merupakan aktivitas memilih dan memperoleh pengetahuan dari sumber eksternal. *Knowledge creation* merupakan aktivitas yang mengembangkan dan menciptakan pemahaman, skill, dan hubungan dalam organisasi seperti halnya menghasilkan pengetahuan internal. *Knowledge documentation* adalah aktivitas yang mendokumentasikan pengetahuan dalam bentuk catatan organisasi sehingga pengetahuan dapat ditransfer dan digunakan kembali pada masa mendatang. *Knowledge transfer* merupakan aktivitas yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan diantara individu, kelompok, dan unit organisasi pada berbagai tingkat organisasi yang berbeda, sedangkan *knowldege application* didefinisikan sebagai aktivitas menggunakan pengetahuan yang tersedia untuk memperbaiki proses, produk dan jasa, serta kinerja organisasi.

Mengembangkan Model *Knowledge Management* Yang Sesuai Untuk UKM Dalam Rangka Mencapai Keunggulan Kompetitif.

Dimensi *knowledge acquisition* yang merupakan aktivitas memilih dan memperoleh pengetahuan dari sumber eksternal UKM di Kabupaten Badung menyatakan bahwa pengetahuan UKM diperoleh dari lingkungan luar UKM, dimana *knowledge* yang diperoleh dari eksternal organisasi UKM diantaranya disebabkan karena karyawan UKM secara aktif berpartisipasi dalam asosiasi atau jaringan kerja, UKM di kabupaten Badung selalu mengumpulkan informasi dan *knowledge* tentang kebutuhan pelanggan, UKM di kabupaten Badung selalu menganalisis wacana *knowledge* yang diperoleh, UKM di kabupaten Badung selalu bekerjasama ketika informasi penting yang diperlukan tidak tersedia, karyawan UKM di kabupaten Badung selalu mengikuti kursus, seminar atau program pelatihan lain untuk mendapatkan informasi baru. Namun demikian masih ada UKM di kabupaten Badung menyatakan bahwa pengetahuan UKM tidak diperoleh dari sumber lingkungan luar UKM, melainkan diperoleh dengan mempekerjakan karyawan baru yang menguasai *knowledge* yang hilang dan dengan melakukan penelitian bekerjasama dengan perguruan tinggi dan atau pusat penelitian untuk mengungkap peluang masa depan atau untuk menghasilkan pengetahuan teknis, serta diperoleh dari pesaing sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan dalam mengembangkan metode dan produk baru.

Pada dimensi *knowledge creation*, diungkapkan bahwa aktivitas UKM untuk mengembangkan, menciptakan pengetahuan, keahlian dan hubungan yang ada dalam lingkungan internal UKM di kabupaten Badung disebabkan oleh penilaian kinerja karyawan UKM dilakukan secara rutin dan dibahas dalam pertemuan evaluasi personal, pengembangan dilaksanakan pada pengembangan pengetahuan dan gagasan penting dalam organisasi UKM, analisis pembandingan (*benchmark*) pada tingkat lingkungan industri UKM. Namun demikian terdapat UKM kabupaten Badung yang menyatakan bahwa UKM di kabupaten Badung tidak

mampu menciptakan dan mengembangkan pengetahuan dalam lingkungan internal UKM dikarenakan UKM tidak membahas masalah dan kegagalan secara terbuka dalam organisasi UKM, UKM tidak menugaskan karyawan untuk pekerjaan baru sesuai pengetahuan mereka, UKM tidak berusaha menemukan kombinasi pengetahuan yang dapat memberikan kontribusi pada identitas UKM, UKM tidak menghargai dan mengembangkan pengetahuan baru serta menguji gagasan baru, UKM tidak mengungkap masalah penting dengan menggunakan teknik simulasi atau skenario pada UKM, UKM tidak mengumpulkan data untuk menemukan wawasan dan pengetahuan baru pada UKM, karyawan UKM tidak menggunakan gagasan baru untuk menyusun metode dan proses pekerjaan UKM, UKM tidak merangsang dan meningkatkan iklim pembelajaran diantara karyawan UKM.

Mengungkapkan dimensi *knowledge documentation* yang ada pada UKM di kabupaten Badung, bahwa aktivitas UKM di kabupaten Badung telah mendokumentasikan pengetahuan sehingga dapat digunakan kembali, yaitu: UKM menggunakan sesi urun saran untuk memecahkan masalah yang ada, dan UKM menjaga dan memelihara pengetahuan, jaringan pengetahuan, dan penyimpanan data pengetahuan. Namun demikian terdapat UKM kabupaten Badung yang menyatakan bahwa UKM di kabupaten Badung tidak mampu mendokumentasikan pengetahuan untuk dapat dipergunakan kembali dikarenakan UKM tidak melakukan evaluasi kegagalan dan keberhasilan dan pembelajaran yang telah dirancang, UKM tidak menyediakan buku pegangan, panduan, CD dan lainnya yang selalu dipergunakan, UKM tidak memberikan informasi secara sistematis kepada anggotanya tentang perubahan prosedur, buku panduan dan lainnya, UKM tidak mendokumentasikan pengetahuan khusus dan *skills* karyawan, UKM tidak menumbuhkan keahlian dalam membuat metode yang dipergunakan dalam mengembangkan produk.

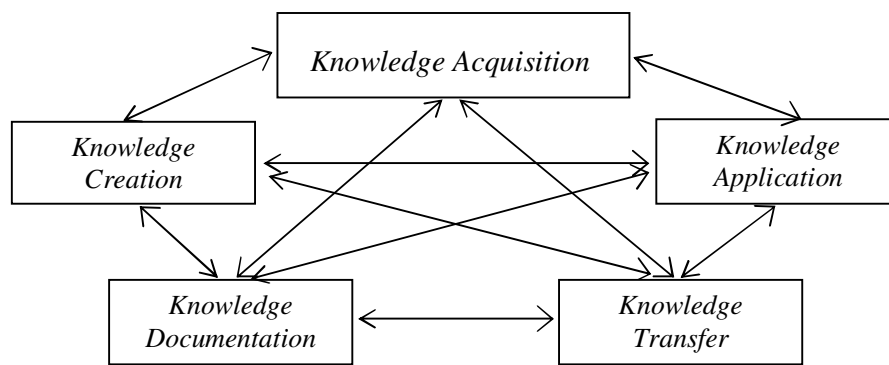
Untuk dimensi *knowledge transfer* yang ada pada UKM di kabupaten Badung, menyatakan terdapat aktivitas UKM dalam mempertukarkan pengetahuan di dalam UKM,

diantaranya disebabkan oleh: UKM melakukan pemaparan pengalaman organisasi, UKM menginformasikan pengetahuan tersebut kepada karyawan dan pengetahuan UKM didistribusikan baik dengan cara informal maupun formal di dalam UKM. Namun demikian terdapat UKM kabupaten Badung yang menyatakan bahwa UKM di kabupaten Badung tidak mampu mendistribusikan pengetahuan di dalam organisasi UKM dikarenakan UKM tidak menugaskan penasihat bagi karyawan baru untuk menemukan cara dan metode dalam organisasi, Karyawn UKM tidak berbagi pengetahuan dengan karyawan lain, UKM tidak melakukan pertemuan *update* bisnis reguler untuk mendiskusikan pengembangan produk, UKM tidak melakukan *review* secara kolektif untuk membahas metode kerja, Karyawan UKM tidak secara berkala melakukan perubahan pekerjaan untuk menyebarkan pengetahuan, Karyawan tidak secara berkala saling menginformasikan pengalaman positif dan keberhasilan metode dalam melaksanakan pekerjaan, UKM tidak menggunakan alat dan mekanisme dalam pertukaran pengetahuan diantara karyawan, kelompok dan pimpinan UKM.

Sedangkan dimensi *knowledge application* yang ada pada UKM di kabupaten Badung dinyatakan bahwa terdapat aktivitas dalam penggunaan pengetahuan di lingkungan UKM, diantaranya yaitu UKM selalu memperhatikan penawaran pengetahuan, produk atau jasa, UKM menggunakan masukan pelanggan untuk memperbaiki produk dan pelayanan, UKM mencoba mengatasi keyakinan yang menyimpang didalam organisasi, UKM menggunakan tim multidisplin untuk mengerjakan tugas atau membuat keputusan, UKM memiliki kapabilitas untuk mengintegrasikan pengetahuan diantara bagian yang berbeda, UKM berusaha menggunakan kumpulan pengetahuan diantara bagian berbeda. Namun demikian terdapat UKM kabupaten Badung yang menyatakan bahwa UKM di kabupaten Badung tidak mampu menggunakan pengetahuan di dalam organisasi UKM yang disebabkan oleh UKM tidak menggunakan pengetahuan yang ada secara kreatif untuk mendapatkan aplikasi baru, UKM tidak melakukan penelitian pemasaran pada pelanggan potensial sebelum

mengembangkan produk dan jasa baru, dan UKM tidak memaksimalkan pengetahuan yang dipergunakan melalui struktur organisasi, sistem manajemen, serta UKM tidak berusaha untuk mengatasi masalah kesenjangan antara target dan pencapaian.

Rancangan model *knowledge management* UKM di kabupaten Badung berdasarkan pada dimensi *knowledge management* yang saling terintegrasi satu dengan yang lainnya diantaranya *knowledge acquisition*, *knowledge creation*, *knowledge documentation*, *knowledge transfer* dan *knowledge application* seperti tampak pada gambar di bawah.



Gambar Model *Knowledge Management* UKM di Kabupaten Badung

PENUTUP

Knowledge management merupakan proses menciptakan, memperoleh, memahami, membagi, dan menggunakan pengetahuan, dimanapun pengetahuan tersebut berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja organisasi. Terdapat 5 (lima) proses *knowledge management*, yaitu (1) *knowledge acquisition*, (2) *knowledge creation*, (3) *knowledge documentation*, (4) *knowledge transfer*, dan (5) *knowledge application*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Setiarso. 2006. *Pengelolaan Pengetahuan (Knowledge Management) dan Modal Intelektual (Intellectual Capital) untuk Pemberdayaan UKM*. Prosiding Konferensi Teknologi Informasi & Komunikasi untuk Indonesia, Institut Teknologi Bandung, 3-4 Mei.
- Barney, JB. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal Manage*, 17(1), pp. 99-129.
- Boisot, M. 1987. *Information and Organisations: The Manager as Antropologist*. Fontana/Collins, London.
- Burrell, G., and Morgan, G. 1989. *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. Gower, Aldershot.
- Chase, R. 1997. The Knowledge Based Organisation: An International Survey. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 1. No.1.
- Clarke, P., and Staunton, N. 1989. *Innovation in Technology and Organisation*. Routledge, London.
- Cynthia, CTL., Charles, E., David, B., Hong, X., and Ezekiel, C. 2005. *Knowledge Manageent for Small Medium Enterprise: Capturing and Communicating Learning and Experiences*. CIB W99 Working Commission 4th Triennial International Conference Rethinking and Revitalizing Construction Safety, Health, Environment and Quality. Port Elizabeth, South Africa, 17-20 May.
- Davenport, TH., and Laurence, P. 1997. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press. Boston.
- Demerest, M. 1997. Understanding Knowldege Management. *Journal of Long Range Planning*, Vol. 30, No. 3, pp. 84-374.
- Doris, GO. 2010. The Impact of Knowledge Management on SME Growth and Profitability: A Structural Equation Modelling Study. *Africa Journal of Business Management*, Vol. 4(16), pp. 3417-3432.
- Gomezelj, OD., and Antoncic, B. 2008. Critical Enterpreneur Knowledge Dimensions for the SME Performance. *Ind. Manage. Data Syst*, 108(9), pp. 1182-1199.
- Egbu, CO. 2000. *The Role of IT in Strategic Knowldege Management and its Potential in the Construction Industry*. UK National Conference on Objects and Integration for Architecture, Engineering and Construction". 13-14th March, BRE, Watford, UK.
- Egbu, CO. 2001. *Knowledge Management in Small and Medium Enterprises in the Construction Industry: Challenges and Opportunities*. *Managing Knowledge:*

Conversation and Critiques. Proceedings of an International Conference. University of Leicester, UK, 10-11th April.

- Filius, R., de Jong, J. and Roelofs, E. 2000, Knowledge management in the HRD office: a comparison of three cases, *Journal of Workplace Learning*, Vol. 12 No. 7, pp. 286-95
- Frid, R., 2003, A Common KM Framework For The Government Of Canada: Frid Framework For Enterprise Knowledge Management, *Canadian Institute of Knowledge Management*, Ontario
- Galliers, R. 1992. *Information Systems Research: Issues, Methods and Practical Guidelines*. Blackwell Scientific, Oxford.
- Grant, RM. 1991. The Resource Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Manage. Rev.*, 33(3), pp. 14-35.
- Hafsah. 2004. Usaha Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. *Buletin Infokop*, No. 25 Tahun XX.
- Hedlund, G., and Nonaka, I. 1993. *Model of Knowledge Management in the West and Japan*, in Lorange, B., Chakravarthy, B., Roos, J., and Van de Ven, H. (Eds), *Implementing Strategic Processes, Change, Learning and Cooperation*, Macmillan, London, pp. 8-392.
- Hoed, BH. 1995. *Diskusi Kelompok Terfokus*. Fakultas Sastra Universitas Indonesia, Jakarta.
- Ikhlah Kautsar, F. 2011. *Knowledge Management sebagai Keunggulan Kompetitif pada Usaha Kecil Menengah (UKM): Implementasi dan Hambatannya*. <http://ikhlah35e.blogstudent.mb.ipb.ac.id>, diakses 10 Pebruari 2011.
- Kambiz, T. 2009. Knowledge Management Issues in Fast Growth SMEs. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, Vol. 2, No. 2, June, pp. 31-56.
- Kogut, B. & Zander, U. 1992 Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology, *Organization Science*, 3(3), 383-97.
- Kogut, B. & Zander, U. 1993 Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation. *Journal of International Business Studies*, 24(4), p. 625-646.
- Kogut, B. & Zander, U. 1996 What Firms Do? Coordination, Identity, and Learning, *Organization Science*, 7(5), p. 502-23.
- Kusbiantono, Ariana L, Santoso A, Asyikin A, 2005, Tacit Knowledge, Formal Knowledge, dan Learning (Pembelajaran) Organization Pada Usaha Kecil dan Menengah(UKM): Studi Eksplorasi dari Perspektif Pengusaha UKM Sukses, LIPI Press, Jakarta

- Lank, E. 1997 Leveraging Invisible Assets: The Human Factor, *Journal of Long Range Planning*, 30(3), pp. 406-12
- Lev, B. 2001. *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*. The Brookings Institution. Washington.
- Litosseliti, L. 2003. *Using Focus Group in Research*. Continuum, London.
- Marr, B., and Schiuma, G. 2001. Measuring and Managing Intellectual Capital and Knowledge Assets in New Economy Organisations. V. *Handbook of Performance Measurement*. Ed M. Bourne. Gee, London, pp. 1-30.
- McAdam, R., and McCreedy, S. 1999. A Critical Review of Knowledge Management Models. *The Learning Organization*, Vol. 6, Number 3, pp. 91-100.
- Miles, MB. and Huberman, MA. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Sage Publications, Beverly Hills. London.
- Nelson, RR. And Winter, SG. 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press. Cambridge.
- Nonaka, I. 1994. A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5, p. 14-37.
- Nonaka, I., and Takeuchi, H. 1995. *The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press, New York.
- Partomo, S.Tiktik. 2004. *Usaha Kecil Menengah dan Koperasi*. Working Paper Series No. 9, Pusat Studi Industri dan UKM, Fakultas Ekonomi, Universitas Trisakti.
- Penrose, ET. 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. John Willey. New York.
- Peteraf, MA. 1993. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource Based View. *Strategic Management Journal*, 14(3), pp. 179-188.
- Prahalad, CK., and Hamel, G. 1990. The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), pp. 79-91.
- Prichard, C., Hull, R., Chumer, M., and Willmot, H. 2000. *Managing Knowledge: Critical Investigations of Work and Learning*. Macmillan Press, London.
- Robby Tan, 2010, Perancangan Model Manajemen Pengetahuan menggunakan Model *Nonaka Takeuchi* (Studi Kasus Administrasi Akademik), *Jurnal Informatika*, Vol.6, No.1, hal: 51 – 64
- Roos, J., Roos, G., Edvinson, L., and Dragonetti, NC. 2000. *Intelektualni Kapital*. Institut za Intelektualni Kapital. Ljubljana.
- Rothwell, R. and Dodgson, M. 2004. *Innovation and Size of Firm*, in Dodgson, M (ed).

- Scarborough, H., Swan, J., and Preston, J. 1999. *Knowledge Management: A Literature Review*. Institute of Personnel and Development. London.
- Smith, G., Blackman, D., and Good, B. 2003. *Knowledge Sharing and Organisational Learning: the Impact of Social Architecture at Ordinance Survey*. Journal of Knowledge Management Practice, Vol 4, available at www.tlinc.com/articl50htm, diakses 10 Pebruari 2011.
- Spender, JC. 1994. Organizational Knowledge. Collective Practice and Penrose Rent. *International Business Review*, 3(4), pp. 353-367.
- Spender, JC., and Grant, M. 1996. Knowledge and the Firm: Overview. Special Issue. *Strategic Management Journal*, 17, pp. 5-9.
- Stankost, Calabrese, Baldanza. 1999. dalam Knowledge Management A Tool for SMEs to Enhance Competitiveness. *CACCI Journal*, Vol. 1, pp. 1-12.
- Stankosky and Baldanza, 2001, *A Systems Approach To Engineering A KM System*. Unpublished manuscript
- Sveiby, KE. 2001. A Knowledge-Based Theory of the Firm to Guide in Strategy Formulation. *Journal Intellectual Capital*, 2(4), pp. 344-358.
- Thomas, JB., Sussman, SW., Henderson, JC. 2001. Understanding "Strategic Learning": Linking Organizational Learning. Knowledge Management and Sensemaking. *Organisation Science*, 12(3), pp. 331-345.
- Teece, DJ., Pisano, G., and Shuen, A. 1997. Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), pp. 509-533.
- Tiwana, A. 1999. *The Knowledge Management Toolkit*. Second Edition, Prentice Hall. United States of America.
- Uriarte A, Filemon. 2008. *Introduction to Knowledge Management*. ASEAN Foundation, Jakarta, Indonesia.
- Von Krogh, Ichiyo, and Nonaka. 2000. dalam Bambang Setiarso. 2006. *Pengelolaan Pengetahuan (Knowledge Management) dan Modal Intelektual (Intellectual Capital) untuk Pemberdayaan UKM*. Prosiding Konferensi Teknologi Informasi & Komunikasi untuk Indonesia, Institut Teknologi Bandung, 3-4 Mei.