

**EFEKTIVITAS INFORMATION AND COMMUNICATION
TECHNOLOGY SEBAGAI STRATEGI MANAJEMEN DALAM
MENINGKATKAN KINERJA USAHA PADA GALERI WEDDDING ERA
WALUYO PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RISKA LINDA FEBRIAENI
2017201090

**PRODI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Linda Febriaeni
NIM : 2017201090
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Efektifitas *Information and Communication Technology* Sebagai Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



Riska Linda Febriaeni

NIM. 2017201090

LEMBAR PENGESAHAN

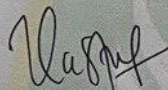
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Efektifitas Information and Communication Technology Sebagai Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto

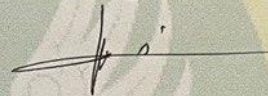
Yang disusun oleh Riska Linda Febriaeni NIM 2017201090, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Selasa, 2 April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



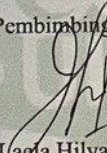
Hastin Tri Utami, M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji



H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji



Dewi Laga Hilyatin, S.E., M.SI
NIP. 198511122 00912 2 007

Purwokerto, 3 April 2024

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



H. Saiful Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada,

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Riska Linda Febriaeni NIM. 2017201090 yang berjudul:

Efektivitas *Information and Communication Technology* Sebagai Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum wr.wb

Purwokerto, 25 Maret 2024

Pembimbing,



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI
NIP. 198511122 00912 2 007

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

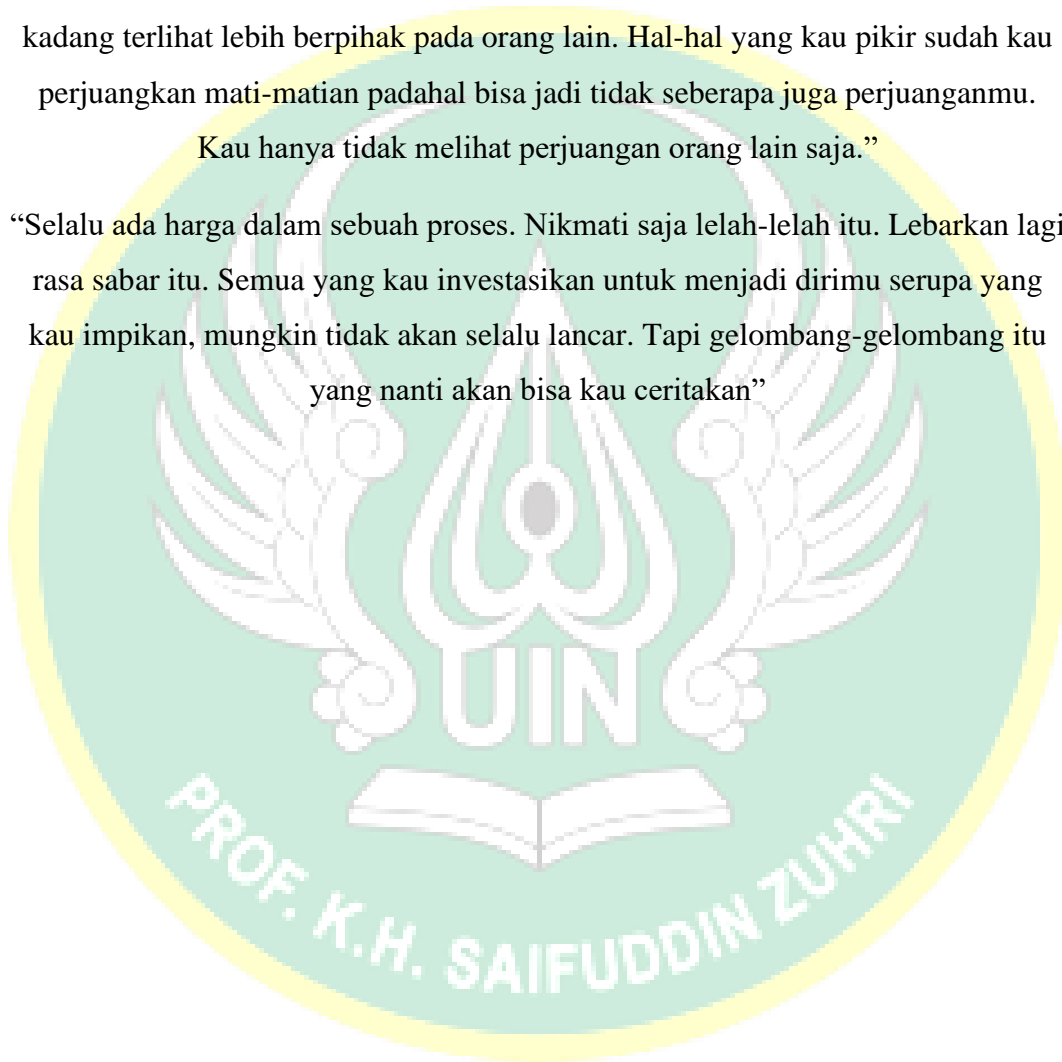
(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Gona fight and don’t stop, until you are proud”

“Dunia ini tidak hanya diciptakan untukmu. Terbiasalah dengan hal-hal yang kadang terlihat lebih berpihak pada orang lain. Hal-hal yang kau pikir sudah kau perjuangkan mati-matian padahal bisa jadi tidak seberapa juga perjuanganmu.

Kau hanya tidak melihat perjuangan orang lain saja.”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”



**EFEKTIVITAS *INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY*
SEBAGAI STRATEGI MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN
KINERJA USAHA PADA GALERI WEDDING ERA WALUYO
PURWOKERTO**

**Riska Linda Febriaeni
NIM. 2017201090**

E-mail: riskalindafebriaeni@gmail.com

**Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Information and Communication Technology (ICT), telah menjadi elemen yang sangat signifikan dalam konteks bisnis saat ini, pemanfaatan ICT memiliki potensi untuk mengubah dan meningkatkan proses bisnis. Penerapan ICT dalam bisnis harus tepat dan bijaksana agar dapat meningkatkan pengelolaan operasional, mengatasi tantangan persaingan, mengoptimalkan pemasaran, meningkatkan pelayanan pelanggan dan akhirnya meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. Seperti halnya dalam dunia usaha terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi termasuk dalam bisnis *wedding organizer*, dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto perlu mengadopsi strategi manajemen yang efisien, memanfaatkan teknologi dan pemasaran digital, berfokus pada pelayanan pelanggan, selalu berinovasi untuk mempertahankan daya saing dan kesuksesan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Wedding Era Waluyo Purwokerto. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan datanya berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas ICT sebagai strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja usaha yang diukur melalui lima indikator diantaranya: pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan dan perubahan nyata menunjukkan bahwa ICT sebagai strategi manajemen pada Galeri Wedding Era Waluyo telah berjalan dengan efektif. Terdapat beberapa aspek keberhasilan penerapan ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo ini. Jika dilihat dari nilai-nilai ekonomi islam, islam menganjurkan umatnya untuk dapat memanfaatkan teknologi dengan baik dan Allah memberikan perintah kepada hambanya agar dapat merencanakan segala aktivitasnya.

Kata Kunci: *Information and Communication Techonology (ICT)*, efektivitas, strategi manajemen, kinerja usaha.

**THE EFFECTIVENESS OF ICT (INFORMATION AND
COMMUNICATION TECHNOLOGY) AS A MANAGEMENT
STRATEGY IN IMPROVING BUSINESS PERFORMANCE AT ERA
WALUYO PURWOKERTO GALLERY WEDDING**

Riska Linda Febriaeni
NIM. 2017201090

E-mail: riskalindafebriaeni@gmail.com

*Department of Islamic Economics and Finance Faculty of Islamic Economics
and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Puwokerto*

ABSTRACT

Nowdays Information and Communication Technology (ICT) has become a significant element in business context, with the potential to transform and improve business processes. The application of ICT in business must be appropriate and prudent to improve operational management, overcome competitive challenges, optimize marketing, improve customer service, and ultimately enhance overall business performance. Like in the business world, various challenges must be faced, including in the wedding organizer business. To address these challenges, Era Waluyo Purwokerto Galery Wedding needs to adopt efficient management strategies, utilize technology and digital marketing, focus on customer service, and always innovate to maintain competitiveness and business success.

This study aims to determine the effectiveness of ICT as a management strategy in improving business performance at Era Waluyo Purwokerto Galery Wedding. It includes field research using qualitative methods, with data collection methods such as observation, interviews, and documentation. The data analysis technique involves descriptive analysis of previously collected data. The results show that the effectiveness of ICT as a business strategy in improving business performance, measured through indicators including program understanding, right on target, on time, achieving goals, and real changes, indicates that ICT as a management strategy at Era Waluyo Purwokerto Galery Wedding has been effective.

There are several aspects of the successful implementation of ICT as a management strategy in improving business performance Era Waluyo Purwokerto Galery Wedding. From the perspective of Islamic economic values, Islam encourages people to use technology well, and Allah commands his servants to plan all their activities.

Keywords: Information and Communication Technology (ICT), effectiveness, management strategy, business performance.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	D	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	<i>Fathah</i>	ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
	تنس	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>ī</i>
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	<i>ū</i>
	فروض	ditulis	<i>furūḡ</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala kenikmatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan sebaik mungkin. Sholawat serta salam tercurahkan selalu kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta jajarannya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak yang turut mensukseskan selesainya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M. Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M. Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. H. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S. TP., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

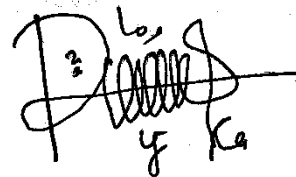
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.SI., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus selaku Dosen Pembimbing Skripsi, DPL PPL, DPL PBM serta Ibu yang telah menerima saya pada pengandian masyarakat sehingga saya tidak perlu melakukan KKN Reguler. Terimakasih penulis ucapkan atas segala arahan, bimbingan, masukan, motivasi, keikhlasan, waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan penelitian ini dan membantu segalanya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, kebahagiaan dan membalas segala ketulusan Ibu.
11. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. H. Sochimim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Mahardika Cipta Raharja, S.E., M.Si. selaku Pembina KSEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tempat saya membangun relasi, memperbanyak prestasi akademik serta non akademik, dan menambah ilmu diluar bangku perkuliahan.
14. Fisit Suharti, S.E., M.Si selaku Pembina Lomba, Sahabat sekaligus Kakak bagi saya yang menuntun saya menaikkan value diri saya baik meraih prestasi akademik maupun non akademik yang telah sabar dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu saya meraih prestasi selama kuliah baik tingkat kampus, daerah, nasional maupun internasional.

15. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
16. Bank Indonesia Purwokerto yang telah menerima saya sebagai awardee beasiswa BI selama 2 periode. Merupakan pencapaian yang sangat luar biasa dan keberuntungan bagi saya bisa bergabung di GenBI Purwokerto menambah keluarga sekaligus membuat moment tak terlupakan.
17. Kedua orang tua saya Bapak Suwarto dan Ibu Alfiyatun Khasanah, yang tidak ada hentinya memanjatkan doa dan memberikan motivasi agar anaknya bisa meraih apa yang ia inginkan sedari kecil. Adik saya Riska Alfiansi Nazziah sebagai curahan suka duka saya selama ini serta menjadi support sistem terbaik. Seluruh keluarga besar yang turut mensupport saya dan mendoakan saya. Semoga penulis bisa membalas kebaikan semuanya dengan kesuksesan penulis nantinya.
18. Bapak Taqiyudin, Ibu Indit Waluyo serta Mba Dinda selaku owner, *mua* dan karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan arahan.
19. Teman *oversharing* ternyaman penulis Amrul Haris, Riska Ayu dan Reza Tri yang selalu menerima segala keluh kesah saya dan menemani saya dengan tulus tanpa pernah menjudge.
20. Teman sekaligus *the best sister forever* saya Mba Risqi Amelia, Mba Ninik, Mba Hanna, Ida dan Amelia Romadhoni.
21. Sahabat cantik bin ambis saya Shila, Helin, Farah yang selalu menemani saya dari zaman jamet dan selalu menerima baik dan buruknya saya. *You are my best friend forever till Jannah, Aamiin.*
22. Teman PPL, KKN dan besti saya di pondok Afifa, Dian dan Tiara yang bisa memberikan kenangan, cerita selama perkuliahan.
23. Seluruh team dan vendor yang telah bekerjasama dengan makeup by Linda dan sebagai rekan bisnis terbaik.

24. Seluruh klient makeup by Linda sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah dan membantu kebutuhan keluarga selama ini. Semoga selalu diberi kesehatan dan rezeki kalian selalu berlimpah
25. Pembina GenBI Purwokerto Mba Indah yang selalu memberikan motivasi dan arahan kepada seluruh sobat GenBI agar bisa selalu tanggung jawab terhadap apa yang telah dimulai.
26. Sobat GenBI Purwokerto periode 2021-2022 serta periode 2023-2024 tanpa terkecuali dan special bidang Media dan Eksternal departemenku tercinta Kemitraan dan Hubungan Masyarakat, terimakasih telah menjadi partner yang sangat baik dan solid.
27. Akhi ukhti media tahun 2022 serta HRD 2023ku tercinta Rehan, Devi, Agnes, Izza. KSEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto taklupa seluruh jajaran kepengurusannya yang telah menambah warna-warni perkuliahan saya dan menjadi rumah yang nyaman untuk bertumbuh.
28. Team lomba saya Farah, Shila, Bagas, April, Meli, Mellina yang sudah bersedia membersamai langkah saya dan bersama-sama menaikan value kita serta menambah pengalaman dan prestasi.
29. Seluruh rekan panitia Banyumas Campus Expo 2022, PBAK, dan seluruh teman perjuangan di kepanitiaan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah bekerjasama dengan baik.
30. Semua pihak yang telah memberikan motivasi, do'a, dukungan dan saran kepada penulis.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



Riska Linda Febriaeni
NIM. 2017201090

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	11
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Efektivitas	15
B. <i>Information and Communication Technology</i> (ICT).....	20
C. Kinerja Usaha	24
D. Kajian Pustaka.....	28
E. Landasan Teologis	35
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	42

D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data	45
G. Uji Keabsahan Data	47
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	49
A. Gambaran Umum Era Waluyo.....	49
B. Penerapan <i>Information and Communication Technology</i> Sebagai Strategi Manajemen.....	58
C. Efektivitas <i>Information and Communication Technology</i> Sebagai Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Usaha.....	66
BAB V KESIMPULAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	30
-----------	---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Strategi Pengembangan dan Jaringan Struktural.....	8
Gambar 1.2	Logo Era Waluyo.....	51
Gambar 1.3	Struktur Organisasi Era Waluyo.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara.....	86
Lampiran 2	Hasil Wawancara.....	90
Lampiran 3	Dokumentasi Foto Penelitian.....	107
Lampiran 4	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	111
Lampiran 5	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif.....	112
Lampiran 6	Surat Permohonan Izin Observasi.....	113
Lampiran 7	Kartu Bimbingan.....	114
Lampiran 8	Sertifikat KKN.....	115
Lampiran 9	Sertifikat PPL.....	116
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup.....	117



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Individu sebagai makhluk sosial secara alami terlibat dalam interaksi, sosialisasi, dan komunikasi dalam kehidupan mereka yang tak terhindarkan (Edwin dan Apriyanto, 2016). Dengan diiringi kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Kecepatan dan akurasi dalam pertukaran informasi merupakan aspek yang esensial dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, baik yang dilakukan oleh pengusaha, masyarakat umum, atau pemerintah. Penggunaan teknologi informasi dalam operasional suatu perusahaan dianggap sebagai solusi untuk meningkatkan kemampuan bersaing dari perusahaan tersebut (Ramadhanty, 2011).

Pemberdayaan adalah konsep kunci dalam upaya untuk mengembangkan potensi dan sumber daya (Hilyatin, 2020). Dalam konteks ini, upaya pemberdayaan dilakukan melalui keharusan mengadopsi teknologi informasi untuk mencapai tujuan bisnis dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang dituju. Penggunaan sistem teknologi informasi telah menjadi faktor kunci dalam setiap industri modern. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa efek positif dari penerapan teknologi informasi hanya akan terwujud secara substansial jika disesuaikan dengan tujuan, visi, dan misi organisasi yang telah terintegrasi dalam strategi bisnis dan strategi teknologi informasi (Adityawarman, 2012).

Selain itu, penting juga untuk memiliki kerangka kerja yang mengatur penerapan teknologi informasi dalam sebuah organisasi. Hal ini bertujuan untuk mencapai pengelolaan teknologi informasi yang efisien dalam mendukung strategi dan tujuan organisasi maka manajemen perlu untuk mengadopsi kerja ini sebagai pedoman dari perencanaan hingga evaluasi teknologi informasi tersebut (Wibowo, 2008).

Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), yang dalam bahasa Inggris disebut *Information and Communication Technology* (ICT), telah menjadi elemen yang sangat signifikan dalam konteks bisnis saat ini, pemanfaatan *Information and Communication Technology* (ICT) memiliki potensi untuk mengubah dan meningkatkan proses bisnis. Namun, implementasi ICT secara efektif membutuhkan investasi finansial yang signifikan dan membawa risiko kegagalan yang tidak kecil. Karena itu, penerapan ICT dalam bisnis harus dioptimalkan (Saragih, 2013).

Saat ini, teknologi komunikasi dan informasi (ICT - *Information and Communication Technology*) telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, terutama bagi mereka yang tinggal di kota besar. ICT telah menjadi kebutuhan penting dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam konteks pekerjaan maupun dalam kehidupan sehari-hari secara umum. Teknologi ini memegang peran penting dalam pengiriman, penyimpanan, pengolahan, dan pertukaran data dengan cakupan yang melibatkan beragam tingkat kompleksitas, termasuk yang sederhana dan yang lebih kompleks (Rusmana, 2003). Selanjutnya pentingnya Teknologi ini juga terdapat dalam firman Allah surat Al-Anbiya ayat 80 :

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ ۚ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya : “Dan kami diajarkan (pula) kepada Dawud cara membuat baju besi untukmu, guna melindungi kamu dalam peperangan. Apakah kamu bersyukur (kepada Allah)?” (Q.S Al-Anbiya : 80)

Dari surat tersebut menjelaskan bahwa manusia dituntut untuk berbuat sesuatu dengan sarana teknologi. Serta manusia diperintahkan agar selalu bersyukur atas apapun yang diberikan oleh Allah termasuk teknologi (Muya,2021).

Pernikahan adalah suatu ritual yang sakral dan memerlukan persiapan yang khusus. Melalui pernikahan, seseorang dapat secara resmi mengakui keturunan mereka tanpa memperhatikan asal negara, etnis, atau agama mereka (Maharsi, 2017).

Tren yang meningkat dalam pernikahan juga dipengaruhi oleh budaya Indonesia yang telah menjadi norma sosial dan budaya yang mendorong orang tua untuk mengatur pernikahan anak-anak mereka (Anuraga, 2016). Dalam perspektif perempuan, pernikahan dapat memberikan keunggulan dalam tingkat sosial mereka dengan menandakan bahwa ada seseorang yang dapat memastikan kehidupan mereka (Anuraga, 2016).

Menurut data survei yang dilakukan oleh *SweetRing*, wanita berharap agar pernikahan mereka menjadi momen yang tak terlupakan. Sekitar 60% wanita bersedia menghabiskan hingga 50 juta rupiah untuk pernikahan mereka, sementara 59% pria hanya bersedia mengeluarkan biaya hingga 30 juta rupiah (Wisnubrata, 2017). Tren ini menandakan peningkatan minat dalam melangsungkan perayaan pernikahan. Karena itu, bisnis yang berhubungan dengan pernikahan telah menjadi salah satu sektor industri kreatif yang sangat menjanjikan di Indonesia (Herlinda, 2016).

Merencanakan pernikahan tidak lagi memerlukan banyak usaha dan waktu. Banyak industri pernikahan yang menawarkan layanan mereka secara online dan memanfaatkan ICT. Ini terjadi karena pelaku industri pernikahan menyadari potensi besar pengguna internet di Indonesia. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang selama periode 2022-2023. Ini menunjukkan pertumbuhan sekitar 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya, di mana jumlah pengguna mencapai sekitar 210,03 juta.

Berdasarkan peluang-peluang yang telah di tuliskan diatas, dalam dunia industri pernikahan juga terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh pemilik bisnis, termasuk di Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto. Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada direktur utama Galeri Wedding Era Waluyo menjelaskan bahwa Galeri Wedding Era Waluyo adalah usaha yang bergerak pada bidang jasa rias pengantin dari tahun 1980 didirikan oleh Ibu Rusnawati. Usaha ini telah menghadapi

beberapa tantangan diantaranya yaitu persaingan yang ketat, pengelolaan inventaris yang luas dan beragam, manajemen operasional yang harus detail, peningkatan pelayanan pelanggan, upaya pemasaran yang efektif, mengikuti tren terkini dalam dunia *wedding* serta memiliki inovasi, pemeliharaan dan perawatan ruang pameran agar tetap menarik, manajemen keuangan, terutama dalam menghadapi biaya operasional pembayaran vendor, dan menjaga probabilitas bisnis, perizinan serta peraturan harus mematuhi semua perizinan dan pernikahan yang ada dalam wilayah calon pengantin. Dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut Galeri Wedding Era Waluyo perlu mengadopsi strategi manajemen yang efisien, memanfaatkan teknologi dan pemasaran digital, berfokus pada pelayanan pelanggan, selalu berinovasi untuk mempertahankan daya saing dan kesuksesan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo dalam industri pernikahan yang dinamis dan kompetitif (Jacob, 2023).

Strategi yang digunakan dalam Galeri Wedding Era Waluyo merupakan strategi diferensiasi yaitu strategi yang lebih fokus pada pelanggan dibandingkan dengan biaya. Strategi ini berusaha untuk membangun persepsi pelanggan akan keunggulan kualitas, desain produk, teknologi jaringan distribusi, berat, bahan, dan pelayanan (Kodrat, 2009). Dalam menerapkan strategi ini, Galeri Wedding Era Waluyo dapat menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang optimal dan jasa yang diberikan kepada pelanggan juga berbeda dan lebih baik, perbedaan atau ciri khas jasa Era Waluyo ini yang dibayar mahal (premium) dan menjadi suatu persepsi tersendiri bagi pengguna jasa. Maka dari itu target pasar Galeri Wedding Era Waluyo lebih condong kepada mereka yang mempunyai ekonomi menengah keatas (Observasi peneliti, 2023).

Pada awal berdiri bisnis rias ini hanya ditawarkan kepada keluarga dan teman terdekat tanpa adanya strategi pemasaran yang baik. Kemudian pada tahun 2014 usaha ini dijalankan oleh anak Ibu Rusnawati yaitu Ibu Indit Bersama dengan suaminya yaitu Bapak Taqiyudin dan mulai memperbaiki strategi manajemen dalam usaha Galeri Wedding Era Waluyo

dengan menerapkan strategi diferensial dan memanfaatkan tools ICT yang saat ini sangat berkembang dan berdampak sangat baik bagi sebuah perusahaan. Dalam menerapkan hal tersebut Galeri Wedding Era Waluyo perlu memperhatikan keterampilan sumber daya perusahaan diantaranya yaitu (Kodrat, 2009):

1. Kemampuan marketing yang kuat
2. Bakat yang kreatif
3. Perencanaan produk
4. Kemampuan yang kuat dalam riset dasar
5. Reputasi korporat untuk kepemimpinan mutu dan teknologi
6. Tradisi yang lama dalam industri atau gabungan yang unik dari keterampilan yang diambil dari usaha-usaha yang lain
7. Kerjasama yang kuat dari beberapa vendor

Menurut Bapak Taqiyudin penggunaan Information and Communication Technology (ICT) memiliki potensi besar sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha Galeri Wedding Era Waluyo dan membantu mengatasi tantangan yang dihadapi dalam industri pernikahan namun yang menjadi nomor satu dalam keberhasilan usahanya adalah hasil atau output yang diberikan Galeri Wedding Era Waluyo, karena dengan hasil yang bagus maka akan memberikan portofolio yang bagus juga. Menurut (Ramadhani, 2013) dalam perannya untuk meningkatkan kinerja bisnis *galeri wedding* peran ICT meliputi :

- a. Komunikasi

Internet menjadi alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan berbagai pihak. Sebagai contoh, dalam hal ini pelaku bisnis dapat berkomunikasi dengan pemasok melalui internet.

b. Promosi

Internet telah menjadi alat pemasaran yang dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mengiklankan produk atau jasa yang mereka sediakan. Pelaku bisnis dapat mempromosikan produk atau layanannya melalui situs web dan media sosial.

c. Riset

Pelaku bisnis dapat memanfaatkan internet untuk melakukan riset guna memahami sejauh mana keunggulan produk mereka dibandingkan dengan produk sejenis yang sudah ada. Selain itu, riset juga dapat digunakan untuk mengembangkan formula baru atau meningkatkan kualitas produk atau layanan. Serta digunakan untuk memahami aktivitas yang dilakukan oleh pesaing yang menawarkan produk serupa.

Dalam penggunaan *Information and Communication Technology* (ICT) yang tepat dan bijaksana Galeri Wedding Era Waluyo dapat meningkatkan pengelolaan operasional, mengatasi tantangan persaingan, mengoptimalkan pemasaran, meningkatkan pelayanan pelanggan, dan akhirnya meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Adanya galeri Wedding Era Waluyo yang telah berdiri dalam waktu yang lama dari tahun 1980 ini sering mengalami fluktuasi dan perubahan trend, Era Waluyo tetap stabil bahkan mengalami peningkatan yang signifikan jika dilihat dari kinerjanya berdasarkan profit dari tahun 2019 hingga sekarang selalu mengalami kenaikan, walaupun di tahun 2022 sempat surut, namun menurut manajer Galeri Wedding Era Waluyo yaitu Bapak Taqiyudin mengatakan bahwa Galeri Wedding Era Waluyo tidak redup pada saat pandemi dan justru meningkat karena penerapan ICT sebagai strategi manajemen yang maksimal. Fenomena ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dan berkembang di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Penggunaan ICT dalam strategi manajemen bisa menjadi aspek yang krusial dalam menjaga stabilitas dan

pertumbuhan Era Waluyo, serta bisa menjadi contoh inspiratif bagi perusahaan lain dalam industri yang serupa (Indrajit, 2004).

Menurut survei peneliti terhadap media sosial Instagram pesaing bisnis *wedding* yang setingkat dengan Era Waluyo dan tentunya dengan model bisnis yang sama dengan target pasar yang sama pula yaitu menengah keatas, dengan menyediakan berbagai jasa rias pengantin traditional, pengantin modern, *event organizer*, dekorasi, dan berbagai *wedding package* di Purwokerto diantaranya yaitu Lily Najwa Wedding yang dengan *followers* Instagram sebanyak 75.4rb selanjutnya ada Ulya Wedding dengan jumlah pengikut Instagram 24.9rb, lalu ada Dhita Wedding dengan *followers* 12.3rb, dan Eka One Stop Wedding dengan pengikut Instagram 10.3rb. Era Waluyo memiliki jumlah pengikut yang paling tinggi yaitu sebanyak 87,2rb dalam hal ini menunjukkan bahwa portofolio dan pemasaran yang dilakukan oleh Era Waluyo dengan memanfaatkan *tools* ICT yaitu media sosial Instagram dapat dikatakan paling bagus diantara pesaing yang setingkat dengan bisnis ini. Hal berikut dapat membuktikan bahwa Era Waluyo dalam memanfaatkan *Information and Communication Technology* sebagai strategi manajemen dapat dikatakan lebih bagus diantara pesaing yang lainnya. Alasan peneliti memilih 4 pesaing tersebut yaitu Lily Najwa Wedding, Ulya Wedding, Dhita Wedding dan Eka One Stop Wedding karena memiliki *pricelist* atau harga *wedding package* yang hampir sama jika dilihat dari survei peneliti, serta lama berdirinya bisnis tersebut tidak berbeda jauh.

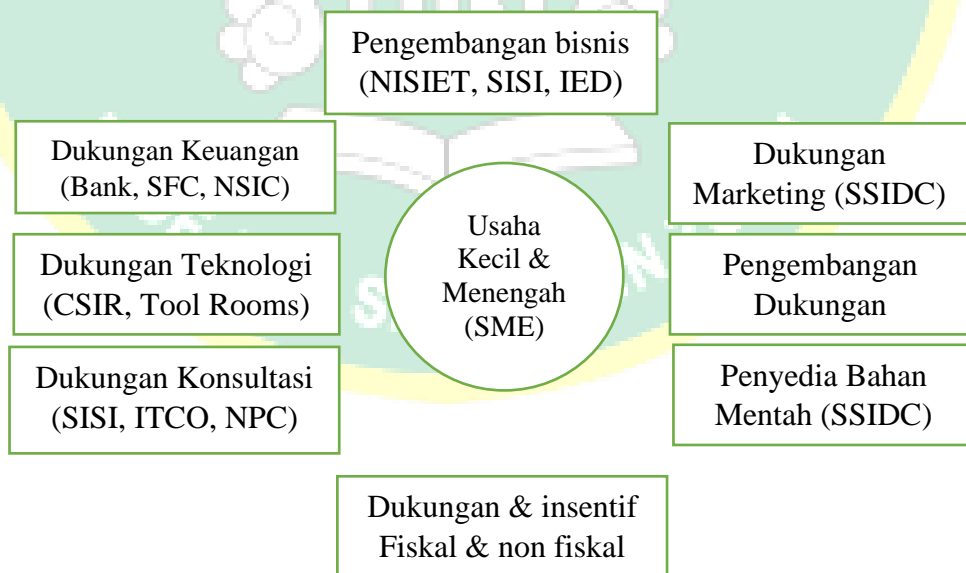
Keberhasilan kinerja usaha dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal melibatkan aspek seperti kualitas sumber daya manusia, penguasaan teknologi, struktur organisasi, tingkat modal, serta keterlibatan. Di sisi lain, faktor eksternal terbagi menjadi dua kategori, yaitu faktor pemerintah dan faktor non-pemerintah (Utami, 2018). Faktor internal dan eksternal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan strategi pengembangan dan jaringan struktural untuk meningkatkan kinerja.

Manajemen kerja yang baik juga sangat diperlukan dalam sebuah bisnis, agar bisnis tersebut bisa terarah.

Arifin (2012) menjelaskan bahwa untuk melaksanakan sistem manajemen yang baik, para pengusaha harus menjalankannya dengan baik dan sehat. Manajemen yang baik harus memenuhi syarat-syarat yang tidak boleh ditinggalkan demi mencapai tugas yang baik, oleh karena itu para pengusaha wajib mempelajari ilmu manajemen. Apalagi prinsip atau teknik manajemen itu terdapat atau dapat diisyaratkan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Efendi (2003) menjelaskan terdapat beberapa prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada relevansinya dengan Al-Qur'an dan Hadist yaitu :

1. Prinsip *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*
2. Kewajiban menegakan kebenaran
3. Kewajiban menegakan keadilan
4. Kewajiban menyampaikan amanah (Syarif, 2020)

Selanjutnya mengenai manajemen strategi dalam meningkatkan kinerja usaha dapat dilakukan dengan pengembangan dan jaringan struktural tampak pada gambar dibawah ini :



Gambar 1.1 Strategi Pengembangan dan Jaringan Struktural

Sumber : David Sukardi Kodrat (2009:51)

Penjelasan mengenai gambar dari strategi pengembangan mengenai jaringan struktural adalah usaha kecil dan menengah (SME) dapat berkembang dengan meningkatkan beberapa aspek diantaranya adalah pengembangan bisnis, dukungan marketing, pengembangan dukungan, penyedia bahan mentah, dukungan intensif fiskal dan non fiskal, dukungan keuangan, dukungan teknologi, dukungan konsultasi dan pengembangan bisnis. Maka dari itu teknologi dapat digunakan sebagai salah satu aspek untuk meningkatkan kinerja usaha berdasarkan penjelasan oleh David (2009:51) dalam gambar strategi pengembangan dan jaringan struktural.

Selanjutnya dalam penelitian yang ditulis oleh Wina Rusdarina dan Tresna Wiwitan (2021) dengan judul “Strategi Digital Marketing X *Wedding Organizer*” mengungkapkan bahwa adanya teknologi digital karena pengaruh ICT ini semakin mempermudah sebuah bisnis agar semakin berkembang, strategi yang digunakan X *Wedding Organizer* ini juga dibantu dengan public relation yang handal, sehingga mendukung kesuksesan dalam bisnis X *Wedding Organizer* karena penggunaan strategi yang tepat dalam pemilihan target pasar, pengelolaan, dokumentasi, dan promosi serta langkah-langkah operasional termasuk menjaga hubungan baik dengan *audiens* juga sangat penting dalam bisnis X *Wedding Organizer* ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa X *Wedding Organizer* dapat menerapkan strategi *digital marketing* dengan efektif.

Strategi pengembangan yang tepat dan dilaksanakan dengan serius serta konsisten oleh perusahaan dapat menciptakan kinerja usaha yang baik. Manajemen kinerja menurut para pakar diantaranya yaitu Bacal (1999) memandang manajemen kinerja sebagai proses komunikasi yang dilakukan secara terus menerus dalam kemitraan antara karyawan dengan atasannya langsung. Proses komunikasi ini meliputi kegiatan membangun harapan yang jelas serta pemahaman mengenai pekerjaan yang akan dilakukan.

Armstrong dan Baron (2004) berpandangan bahwa manajemen kinerja adalah pendekatan strategis dan terpadu untuk menyampaikan sukses berkelanjutan pada organisasi dengan memperbaiki kinerja

karyawan yang bekerja di dalamnya dan dengan mengembangkan kapabilitas tim dan kontributor individu. Mereka juga mengutip pendapat Fletcher yang menyatakan manajemen kinerja berkaitan dengan pendekatan menciptakan visi bersama tentang maksud dan tujuan organisasi, membantu karyawan memahami, dan mengenal bagiannya dalam memberikan kontribusi, dan dalam melakukannya, mengelola dan meningkatkan kinerja baik individu maupun organisasi. Dari beberapa ahli yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa manajemen kinerja merupakan gaya manajemen dalam mengelola sumber daya yang berorientasi pada kinerja yang melakukan proses komunikasi secara terbuka dan berkelanjutan dengan menciptakan visi bersama dan pendekatan strategis serta terpadu sebagai kekuatan pendorong untuk mencapai tujuan organisasi berdasarkan beberapa.

Dari beberapa hal yang telah diuraikan tersebut menunjukkan bahwa penelitian atau analisis lebih lanjut tentang bagaimana Galeri Wedding Era Waluyo berhasil mempertahankan stabilitasnya dan meningkatkan kinerjanya melalui pemanfaatan *Information and Communication Technology* dalam strategi manajemennya dapat menjadi topik yang menarik dan bermanfaat. Sehingga dapat memberikan pemahaman tentang elemen-elemen yang mendukung kelangsungan perusahaan dalam menghadapi perubahan pasar dan teknologi agar kinerja usaha terus meningkat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas *Information and Communication Technology* Sebagai Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto”**.

B. Definisi Operasional

1. Efektivitas

Menurut Kamarudin (1982), efektivitas adalah kondisi yang mencerminkan sejauh mana aktivitas manajemen berhasil mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya (Bormasa, 2022).

2. *Information and Communication Technology* (ICT)

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang dalam bahasa Inggris disebut *Information and Communication Technology* (ICT), menurut Sutarman (2009), adalah ilmu yang mencakup studi, perencanaan, pengembangan, implementasi, dukungan dan manajemen sistem informasi yang digunakan untuk memudahkan, mendapatkan dan memberikan informasi serta sebagai salah satu instrumen dalam komunikasi.

3. Kinerja Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kinerja diartikan sebagai pencapaian atau prestasi yang telah diperoleh. (Moullin, 2007) memberikan definisi kinerja usaha sebagai seberapa baik suatu perusahaan dikelola dan nilai yang dapat disampaikan oleh perusahaan kepada pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

4. Galeri Wedding Era Waluyo

Menurut Taqiyudin dalam Radar Banyumas (12 Juli 2020) menjelaskan bahwa Galeri Wedding Era Waluyo merupakan sebuah usaha *wedding organizer* yang berdiri sejak tahun 1980. Usaha Galeri Wedding Era Waluyo ini adalah sebuah bisnis keluarga yang dikelola oleh Bapak Taqiyudin selaku direktur utama sekaligus memegang layanan dekorasi serta marketingnya dan Ibu Indit Waluyo sebagai *makeup artist*.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen pada Galeri Wedding Era Waluyo?

2. Bagaimana efektivitas *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo?

D. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui penerapan *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen pada Galeri Wedding Era Waluyo.
- b. Mengetahui efektivitas *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka manfaat penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara akademis, diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan kontribusi berupa pemahaman yang lebih dalam dan pengembangan disiplin ilmu pengetahuan mengenai efektivitas ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja pengelolaan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo dan peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap para mahasiswa ataupun masyarakat luas yang akan mendirikan bisnis agar memperhatikan ICT sebagai strategi manajemen bisnisnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, ini merupakan implementasi praktis dari konsep-konsep yang dipelajari selama kuliah. Sehingga pemahaman terhadap fakta menghasilkan data yang akurat.
- b. Bagi perusahaan, sebagai sarana masukan dan evaluasi untuk direktur utama, karyawan dan seluruh elemen yang terlibat pada

penerapan ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha Galeri Wedding Era Waluyo.

- c. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini mampu memberikan pemahaman mengenai efektivitas ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yang masing-masing memiliki tujuan untuk memudahkan pengaturan laporan, memberikan pemahaman yang lebih rinci, dan membahas masalah yang saling terkait, diantaranya :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai kajian teori dan kajian pustaka yang di dalamnya memuat penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian dalam menulis karya tulis ilmiah. Kajian teori perlu ada untuk memudahkan pembaca maupun peneliti dalam memahami penelitian yang sedang dikaji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang berisikan tentang jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang berisi tentang pembahasan dan analisis data dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dilakukan peneliti serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Kemudian pada bagian akhir peneliti mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi beserta lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Efektivitas

1. Pengertian Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif yang memiliki arti terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki dalam suatu perbuatan (Hasibuan, 1995). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas dapat dijelaskan sebagai kemampuan segala hal untuk menghasilkan sesuatu yang diharapkan dan usaha agar mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Zakiah Daradjat, efektivitas merujuk pada kegiatan yang terkait dengan berbagai hal yang telah direncanakan atau diharapkan untuk dapat tercapai agar dilaksanakan sesuai yang telah diinginkan. Efektivitas memiliki keterkaitan erat dengan pelaksanaan semua tugas inti, pencapaian tujuan, ketaatan pada jadwal dan keterlibatan aktif dari seluruh anggota. Dalam hal ini, efektivitas mencerminkan tingkat kemampuan dalam mewujudkan rencana sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan.

Menurut Komarudin (1982), Efektivitas merupakan keberhasilan dalam mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan. Menurut Siagian (2001), pada dasarnya efektivitas dapat dilihat dari sejauh mana hasil yang dicapai mencapai tingkat yang diharapkan (Darajat dan Ekasari, 2021). Menurut Grill. Mc. E efektivitas merupakan tingkat prestasi organisasi dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai (Gill. Mc.E, 1982).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat dikatakan bahwa efektivitas merupakan sebuah keadaan atau kemampuan keberhasilan suatu pekerjaan yang dilakukan oleh manusia untuk memberikan hasil yang diharapkan dan sesuai dengan waktu yang

telah ditetapkan. Meskipun seringkali dikaitkan dengan efisiensi, efektivitas sebenarnya berfokus dalam hasil yang diperoleh, efisiensi lebih menekankan pada evaluasi proses yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan membandingkan input dan output yang terlibat. Selain itu, menurut Northcraft dan Neale (1990), efektivitas adalah kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan, sasaran, atau misi penting bagi organisasi, sedangkan efisiensi adalah kemampuan organisasi untuk memaksimalkan produktivitas sumber daya yang tersedia.

Kurniawan (2008) dalam (Faradiba, dkk. 2021) efektivitas dapat dijelaskan sebagai kapasitas untuk menyelesaikan tugas atau fungsi dari sebuah organisasi tanpa menghadapi tekanan yang signifikan dalam pelaksanaannya. Sementara menurut Effendy (2003), efektivitas berhubungan dengan kemampuan komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan sesuai dengan batasan biaya, waktu, dan jumlah anggota yang telah ditetapkan sebelumnya (Wulandari dan Simon, 2019). Evaluasi efektivitas dari suatu program diperlukan untuk mengukur akibat dan keuntungan yang timbul dari pelaksanaan program tersebut, mengingat bahwa efektivitas mencerminkan sejauh mana pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dapat berhasil (Yasir dkk., 2021). Maka, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah kondisi yang mengindikasikan sejauh mana suatu program dapat mencapai kesuksesan sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan.

2. Indikator Efektivitas

Untuk mencapai sebuah keberhasilan program dapat dinyatakan melalui tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dalam pelaksanaannya. Menurut Sutrisno (2007) dalam (Arlan, 2019), indikator efektivitas mencakup hal berikut:

a. Pemahaman Program

Indikator pemahaman program merujuk pada cara program diimplementasikan sehingga dapat dipahami dan diterima oleh pihak yang menerima program, sehingga memudahkan semua pihak terlibat dalam menjalankan program tersebut.

b. Tepat Sasaran

Indikator kesesuaian sasaran ini penting untuk mengevaluasi sejauh mana suatu program sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan sebelumnya.

c. Tepat Waktu

Aspek ini berhubungan dengan ketaatan terhadap jadwal yang telah ditetapkan. Pelaksanaan program yang berjalan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan akan meningkatkan efektivitasnya.

d. Tercapainya Tujuan

Indikator ini bertujuan untuk mengukur apakah tujuan awal yang telah ditetapkan telah berhasil dicapai atau belum.

e. Perubahan Nyata

Pada indikator ini, fokusnya adalah pada pelaksanaan program yang telah ditetapkan sesuai dengan rencana dan mampu menghasilkan perubahan yang nyata.

Efektivitas program diukur sejalan berdasarkan dengan tujuan yang telah ditetapkan dan hasil yang diperoleh dalam pelaksanaan program. Makmur (2011) mengemukakan bahwa penilaian efektivitas didasarkan pada sejumlah kriteria, yaitu:

a. Ketepatan waktu

Waktu memiliki peran krusial dalam menentukan apakah suatu aktivitas organisasi berhasil atau gagal. Keberhasilan dalam mencapai tujuan tergantung pada penggunaan waktu yang efisien.

b. Ketepatan perhitungan biaya

Terkait dengan manajemen keuangan yang cermat, ini berarti menjaga agar pengeluaran tidak melebihi kebutuhan dan sebaliknya, tidak mengalami kekurangan dana sehingga program dapat dilaksanakan dan selesai dengan sukses.

c. Ketepatan dalam pengukuran

Organisasi bertanggung jawab terhadap gambaran efektivitas program jika ukuran program sesuai dengan apa yang telah disepakati sebelumnya.

d. Ketepatan dalam menentukan pilihan

Memilih bukanlah tugas yang sederhana atau sekedar tebak-tebakan. Hal ini melibatkan proses yang diperlukan untuk menemukan pilihan terbaik dari opsi yang baik dan keputusan yang jujur.

e. Ketepatan berpikir

Pemikiran yang akurat dapat menghasilkan efektivitas, sehingga kerjasama yang telah lama diinginkan dapat mencapai hasil yang optimal.

f. Ketepatan dalam melakukan perintah

Keberhasilan aktivitas organisasi dapat dipengaruhi oleh kemampuan seorang pemimpin, terutama ketika pemimpin mampu memberikan intruksi yang tegas, dan dapat dimengerti dengan mudah oleh para staffnya.

g. Ketepatan dalam menentukan tujuan

Menetapkan tujuan dengan akurat akan meningkatkan efektivitas pelaksanaan kegiatan, terutama ketika fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang.

h. Ketepatan sasaran

Ketepatan dalam menetapkan sasaran akan menjadi penentu kesuksesan sebuah program dari individu atau organisasi, seperti yang diungkapkan oleh Mingkid, dkk (2017).

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Keefektifan program tidak muncul secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh adalah model 7S McKinsey, yang pertama kali dikembangkan oleh konsultan McKinsey Tom Peters dan Robert. Model ini terdiri dari tujuh faktor yang memengaruhi efektivitas organisasi, seperti dijelaskan oleh Pothiyadath pada tahun 2014, dan yang disebutkan dalam Siregar dan Salomo pada tahun 2020, yaitu sebagai berikut :

a. *Structure*

Menurut Steers (1985), ini merupakan elemen perangkat keras yang berpengaruh pada tingkat efektivitas suatu organisasi. Faktor struktur mencakup aspek seperti sentralisasi/desentralisasi, spesialisasi fungsi, formalisasi, rentang kendali, ukuran organisasi, dan ukuran pekerjaan.

b. *System*

Ini adalah komponen fisik yang memiliki dampak pada tingkat efektivitas organisasi. Johnson, Kast, dan Rosenzweig (1963) menjelaskan bahwa *system* adalah gabungan elemen yang kompleks, terstruktur, dan terpadu yang membentuk suatu kesatuan.

c. *Strategy*

Merupakan faktor perangkat keras yang memiliki potensi dampak terhadap efektivitas sebuah organisasi. *Strategy* dijelaskan sebagai rencana organisasi yang dibuat melalui dialog dan dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

d. *Style*

Perangkat lunak memiliki dampak pada efisiensi organisasi. Menurut Amstrong (1994), pemimpin harus memiliki tujuan utama yaitu membangun pemahaman dan kerjasama,

menginspirasi kelompok untuk mencapai tujuan, dan mengoptimalkan keahlian.

e. *Staff*

Merupakan faktor perangkat lunak yang mempengaruhi tingkat efektivitas organisasi. Menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas melibatkan aspek seperti kepegawaian, pengembangan karier dan kapasitas, pemberian intensif dan motivasi.

f. *Skills*

Skills adalah salah satu elemen dari perangkat lunak yang berpengaruh terhadap keefektifan organisasi. Peters dan Waterman (1982) menjelaskan bahwa kemampuan untuk mengelola organisasi secara holistik bukan hanya berdasarkan keterampilan pribadi disebut keterampilan (*skills*).

g. *Shared Values*

Ini merupakan elemen perangkat lunak yang memiliki potensi pengaruh pada efektivitas organisasi. Nilai-nilai yang dipegang oleh organisasi menjadi penentu dan motivasi dalam menjalankan segala aktivitas didalamnya.

Faktor-faktor yang berpengaruh pada efektivitas program menurut Siagan (2015) meliputi: ketetapan tujuan, kejelasan strategi, pencapaian tujuan, proses analisis dan penetapan kebijakan yang kuat, perencanaan penyusunan program yang sesuai, ketersediaan fasilitas kerja, pelaksanaan yang efektif dan efisien, serta sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat pendidikan (Najidah dan Lestari, 2019).

B. *Information and Communication Technology (ICT)*

1. *Pengertian Information and Communication Technology (ICT)*

Kinerja usaha yang meningkat tak terlepas dari strategi yang digunakan dalam sebuah usaha tersebut. *Information and Communication Technology (ICT)* yang disebut juga sebagai

Teknologi Informasi dan Komunikasi. Banyak penjelasan yang telah dibuat oleh para ahli mengenai ICT, mulai dari yang bersifat sangat umum dan luas hingga khusus dan sempit, mulai dari yang terkait tujuan umum hingga yang spesifik.

Teknologi komunikasi dan informasi (ICT) merepresentasikan serangkaian aktivitas dan teknologi yang termasuk di dalam perpaduan IT dan teknologi komunikasi. Industri global, media internasional dan akademisi kini semakin banyak menggunakan ICT untuk menunjukkan adanya perpaduan ini. ICT sendiri dicirikan oleh arus global yang luar biasa dalam hal informasi, produk, orang, kapital dan ide (Jeremy Wallach, 2014). Menurut Fauziah dan Hedwig (2010), definisi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah pemanfaatan teknologi untuk mengelola data dan mendukung komunikasi dengan menggunakan komputer. Ini mencakup serangkaian proses seperti mengubah, mengedit, menyimpan, mengolah, mengirimkan, dan menerima informasi.

Menurut Munir (2010), Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mencakup berbagai komponen yang terdiri dari teknologi, teknik rekayasa, dan metode pengelolaan yang digunakan untuk mengontrol dan memproses data. Ini juga mencakup penggunaannya dalam mengotomatisasi berbagai aspek kehidupan yang terkait dengan domain sosial, ekonomi, pendidikan, dan budaya.

Munir (2010) juga memberikan definisi lain mengenai ICT, yaitu sebagai sebuah teknologi yang digunakan untuk mengelola, memproses, mengambil, mengatur, dan mengubah data menggunakan berbagai metode agar menghasilkan informasi yang memiliki tingkat kualitas yang tinggi. Informasi yang berkualitas tinggi ini ditandai dengan relevansi, akurasi, dan ketepatan waktu. Informasi tersebut memiliki berbagai kegunaan

baik untuk individu maupun kelompok, termasuk dalam konteks bisnis, pemerintahan, dan organisasi, serta digunakan dalam pengambilan keputusan strategis.

2. Komponen *Information and Communication Technology* (ICT)

Information and Communication Technology (ICT) menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan. Adapun ICT yang berkualitas harus terdiri dari beberapa komponen yang mendukung. Komponen ini dijelaskan oleh Muslihudin dan Oktafianto (2014) yang terdiri dari:

a. *Hardware* (perangkat keras)

Kumpulan peralatan seperti *processor*, *monitor*, *keyboard*, dan *printer* yang menerima data informasi, memproses data tersebut dan menampilkan data.

b. *Software* (perangkat lunak)

Kumpulan dari program-program komputer yang memungkinkan *hardware* untuk memproses data.

c. *Database* (basis data)

Sekumpulan *file* yang saling berhubungan dan terorganisasi atau kumpulan *record-record* yang menyimpan data.

d. *Network* (Fasilitas jaringan dan komunikasi)

Sebuah sistem yang terhubung dan menunjang adanya pemakaian bersama sumber di antara komputer-komputer yang berbeda.

e. *People* (orang)

Elemen yang paling penting dalam ICT yaitu merupakan orang-orang yang bekerja menggunakan outputnya (Sutarman,2009).

3. Indikator Efektifitas *Information and Communication Technology* (ICT)

Menurut oleh G.R. Terry, terdapat lima indikator bahwa *Information and Communication Technology* dalam suatu perusahaan sudah dapat dikatakan efektif yaitu:

- a. Fungsi operasional telah digantikan oleh teknologi informasi, yang memainkan peran dalam menyederhanakan struktur organisasi. Karena digunakan secara luas di seluruh departemen organisasi, unit yang terkait dengan manajemen teknologi informasi berperan sebagai entitas pendukung, dengan teknologi informasi dianggap sebagai infrastruktur dasar perusahaan.
- b. Fungsi *monitoring* dan kontrol mengindikasikan bahwa ICT telah menjadi bagian integral dari aktivitas manajemen di berbagai tingkat dalam perusahaan. Oleh karena itu, struktur organisasi unit yang terkait harus memungkinkan interaksi yang efektif dengan manajer di perusahaan, baik melalui jangkauan kontrol maupun hubungan sebaya.
- c. Fungsi *planning and decision* meningkatkan peran strategis ICT, karena ICT ini memungkinkan perusahaan untuk mewujudkan rencana bisnis dan menghasilkan pengetahuan penting bagi kepemimpinan perusahaan untuk membuat keputusan yang signifikan. Sebagai hasilnya, beberapa perusahaan memilih untuk menempatkan unit Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) dalam fungsi perencanaan dan pengembangan korporat karena peran strategisnya.
- d. Fungsi *Communication*, pada dasarnya menjadi bagian dari infrastruktur perusahaan dalam era organisasi modern. ICT memungkinkan individu dalam perusahaan untuk berinteraksi, berkolaborasi, berkomunikasi, dan berkerjasama.

- e. Fungsi *Interorganisational* ini adalah peran khusus yang dipengaruhi oleh efek globalisasi yang mendorong perusahaan untuk bekerjasama atau menjalin kemitraan dengan perusahaan lain. Konsep kemitraan strategis atau kemitraan yang didasarkan pada ICT, seperti dalam penerapan *Supply Chain Management* atau *Enterprise Resource Planning*, mendorong perusahaan untuk melakukan inovasi penting dalam strategi ICT mereka.

C. Kinerja Usaha

1. Pengertian Kinerja Usaha

Istilah kinerja dikutip dari Bahasa Inggris, *performance* atau *job performance*, sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam berbagai literatur manajemen sumber daya manusia.

Kinerja memiliki posisi penting dalam manajemen dan organisasi. Karena, keberhasilan dalam melakukan pekerjaan sangat ditentukan oleh kinerja. Bahkan, Hodgetts dan Kuratko menegaskan bahwa kinerja berkait dengan seberapa baik seseorang melakukan pekerjaannya.

Menurut Withmore, kinerja adalah pelaksanaan fungsi-fungsi yang dituntut dari seseorang. Definisi ini menjelaskan bahwa kinerja merupakan peran seseorang dalam bekerja. Paterson menjelaskan, kinerja adalah penerapan kompetensi untuk mencapai keberhasilan tujuan-tujuan perusahaan melalui pelaksanaan suatu tugas pekerjaan. Sementara Ivancevich, Donnelly, dan Gibson, mengungkapkan bahwa kinerja adalah ukuran utama keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dan tanggung jawabnya.

Menurut berbagai ahli, konsep kinerja usaha dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Robbins and Dessler dalam Prahartanto (2014) kinerja adalah pencapaian dalam pekerjaan, yang melibatkan perbandingan antara hasil kerja yang dicapai dengan standar yang telah ditetapkan.
 - b. Menurut Theo Suhardi (2014), kinerja sangat dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, semangat dan harapan individu-individu baik secara individu maupun dalam konteks kelompok atau perusahaan. Selain itu, kinerja juga berfokus pada upaya efisien dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
 - c. Anna Wulandari (2012) mengatakan bahwa kinerja perusahaan (*performance*) adalah istilah umum yang digunakan untuk menilai hasil dari fokus strategi perusahaan. Jadi, secara umum kinerja usaha dapat diartikan sebagai hasil dari serangkaian keputusan yang terus-menerus diambil oleh manajemen untuk mencapai tujuan dengan cara efektif dan efisien.
2. Indikator Kinerja Usaha

Indikator Kinerja adalah ukuran kuantitatif atau kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan (BPKP, 2000). Sementara itu menurut Lohman (2003) indikator kinerja (*Performance Indicators*) adalah suatu variable yang digunakan untuk mengekspresikan secara kuantitatif efektivitas dan efisiensi proses atau operasi dengan berpedoman pada target-target dan tujuan organisasi. Demikian disebutkan oleh Mahsun. Dari rumusan berikut dapat disimpulkan bahwa indikator kinerja merupakan kriteria yang digunakan untuk menilai keberhasilan pencapaian tujuan organisasi yang diwujudkan dalam ukuran-ukuran tertentu. Untuk mengevaluasi kinerja perusahaan Rahayu (2013) seperti yang dijelaskan dalam penelitian Shandra (2018), dapat dilakukan melalui tiga indikator berikut ini:

a. Peningkatan penjualan

Peningkatan dalam volume penjualan dapat diukur dengan mengamati rata-rata tingkat penjualan selama tiga tahun terakhir, sebagaimana dinilai oleh pemilik usaha.

b. Peningkatan profit

Kinerja profitabilitas dapat dievaluasi dengan melihat rata-rata tingkat keuntungan perusahaan selama tiga tahun terakhir.

c. Pertumbuhan yang memuaskan

Tingkat kepuasan pemilik usaha terhadap pertumbuhan bisnis selama tiga tahun terakhir dapat digunakan sebagai ukuran pertumbuhan yang memuaskan.

3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kinerja

Sebuah perusahaan yang memiliki kinerja usaha yang bagus, dipengaruhi oleh karyawan yang memiliki kinerja bagus pula. Kinerja karyawan dipengaruhi oleh sejumlah faktor antara lain menurut Sutermeister (1999) terdiri dari motivasi, kemampuan, pengetahuan, keahlian, pendidikan, pengalaman, pelatihan, minat, sikap kepribadian kondisi-kondisi fisik dan kebutuhan fisiologis, kebutuhan sosial dan kebutuhan egoistik (Bintoro,2017).

Sedangkan menurut Mahsun (2006) ada beberapa elemen pokok yaitu:

- a. Menetapkan tujuan, sasaran, dan strategi organisasi
- b. Merumuskan indikator dan ukuran kinerja
- c. Mengukur tingkat ketercapaian tujuan dan sasaran-sasaran organisasi.
- d. Evaluasi kinerja/*feed back*, penilaian kemajuan organisasi, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas.

Menurut Payaman S Simanjuntak (2005), kinerja setiap orang dipengaruhi oleh banyak faktor yang dapat digolongkan

dalam tiga kelompok yaitu kompetensi individu orang yang bersangkutan, dukungan organisasi dan dukungan manajemen.

a. Faktor kompetensi individu

Kompetensi individu kemampuan dan keterampilan melakukan kerja. Kompetensi seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat dikelompokkan dalam dua golongan, yang pertama kemampuan dan keterampilan kerja serta yang kedua yaitu motivasi dan etos kerja.

b. Faktor dukungan organisasi

Kinerja individu tergantung pada dukungan organisasi melalui pengorganisasian yang jelas, penyedia sarana kerja, pemilihan teknologi, lingkungan kerja yang nyaman, serta kondisi kerja yang memadai. Hal berikut mempengaruhi pemahaman tugas, penggunaan peralatan, kenyamanan dan keselamatan kerja, yang pada gilirannya memengaruhi produktivitas orang tersebut. Peningkatan program keselamatan dan kesehatan kerja tidak hanya mencegah kecelakaan tetapi juga meningkatkan kinerja karyawan.

c. Faktor dukungan manajemen

Kinerja perusahaan atau individu bergantung pada manajerial yang membangun sistem kerja yang aman dan harmonis serta meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan.

Veitzhal Rivai (2005) menjelaskan bahwa pelatihan meningkatkan kinerja saat ini dan masa depan, sementara pengembangan manajemen membantu pemimpin menghadapi tantangan di masa mendatang dengan menumbuhkan pengalaman, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan. Menurut Neal dalam Mangkunegara (2006) terdapat beberapa aspek kinerja yang dapat diukur yaitu :

- 1) Akurasi (Pemenuhan standar akurasi)
- 2) Prestasi (Menyelesaikan tanggung jawab dan tugas)
- 3) Administrasi (Menunjukkan efektivitas administratif)
- 4) Analitis (Analisa secara efektif)
- 5) Komunikasi (Berkomunikasi dengan pihak lain)
- 6) Kompetensi (Menunjukkan kemampuan dan kualitas)
- 7) Kerjasama (Bekerjasama dengan orang lain)
- 8) Kreatifitas (Menunjukkan daya imaginasi dan daya kreatif)
- 9) Pengambilan Keputusan (Pengambilan keputusan dan pemberian solusi)
- 10) Pendelegasian (Menunjukkan orang yang diberi kuasa untuk berbicara atau bertindak bagi orang lain)
- 11) Dapat diandalkan (Menunjukkan sifat yang dapat dipercaya)
- 12) Improvisasi (Peningkatan kualitas atau kondisi yang lebih baik)
- 13) Inisiatif (Mengemukakan gagasan, metode dan pendekatan baru)
- 14) Inovasi (Pengenalan metode dan prosedur baru)
- 15) Keahlian Interpersonal (Hubungan manusiawi)

D. Kajian Pustaka

Dalam penyusunan kajian pustaka ini, peneliti memperoleh beberapa sumber informasi yang kredibel baik dari jurnal, penelitian terdahulu, karya ilmiah dan sebagainya yang akan membantu peneliti untuk menggabungkan teori dan hasil penelitian sebelumnya secara mendasar.

Adapun kajian yang menjadi rujukan pertama adalah jurnal yang ditulis oleh Tri Putri Wachyuni, Umi Rahmawati dan Puspita Devi (2021) yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Minat Pengguna Jasa Fafio *Wedding Organizer* Baturaja Di Masa Pandemic Covid-19”. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa Fafio *Wedding Organizer* telah berhasil menggunakan metode pemasaran *word of mouth* dan media sosial terutama *Instagram*, untuk mempertahankan minat pelanggan mereka selama pandemi. Namun, yang paling ditekankan adalah strategi pemasaran melalui rekomendasi langsung karena melalui pendekatan ini, konsumen dapat memahami dan mengerti situasi yang sedang terjadi, dan akhirnya mereka memutuskan untuk tetap menggunakan layanan Fafio *Wedding Organizer* Baturaja (Umi Rahmawati dan Puspita Devi, 2021).

Menurut Diaz Sari (2020) dalam penelitiannya dengan judul “Strategi Pemasaran Markem *Wedding* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen Di Kota Pekanbaru”. Dalam analisis data penelitian, terungkap bahwa Markem *Wedding* telah menerapkan berbagai strategi pemasaran, seperti *personal selling*, *direct marketing*, *word of mouth*, dan aktif beroperasi di media sosial *Instagram* dengan layanan *respons* cepat. Mereka sangat menekankan pada pelayanan yang ramah dan mendetailkan semua fasilitas yang ditawarkan oleh Markem *Wedding* kepada calon konsumen. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan keraguan calon konsumen dalam menggunakan jasa Markem *Wedding*. Penelitian juga mengungkap bahwa pemilihan strategi yang tepat berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan suatu usaha, terutama ketika ide-ide kreatif diintegrasikan dengan baik, hal ini dapat menciptakan citra merek yang kuat. Selain itu, faktor pendukung lainnya adalah lamanya usaha Markem *Wedding* sejak tahun 1982 dan reputasinya dalam memberikan layanan berkualitas, meskipun ditemukan bahwa jasa mereka tergolong mahal dalam hasil wawancara dengan peneliti (Diaz Sari, 2020).

Penelitian dengan judul “Strategi Digital Marketing X *Wedding Organizer*” yang ditulis oleh Wina Rusdarina dan Tresna Wiwitan (2021) dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara secara mendalam kepada *key informan*, dan dokumentasi. Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini

adalah teori *excellent two-ways symmetric model* serta penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran hubungan masyarakat yang diterapkan oleh X sejalan dengan langkah-langkah operasional PR, termasuk menentukan target pasar, mengoptimalkan produk, melakukan promosi, serta menjaga hubungan positif dengan *audiens*. Kegiatan pemasaran PR yang dilakukan oleh X mengacu pada target pasar yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga aktivitas pemasaran yang dilakukan sesuai dengan tujuan pasar yang ingin dicapai. Hal ini menghasilkan kesuksesan dalam bisnis X *Wedding Organizer* karena penggunaan strategi yang tepat dalam pemilihan target pasar, pengelolaan, dokumentasi, dan promosi (Wina Rusdarina dan Tresna Wiwitan, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Dicki Prayudi dan Resti Yulistria (2020) dengan judul “Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa *Wedding Organizer*: Studi Kasus pada UMKM Gosimply *Wedding* Sukabumi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi untuk mencapai posisi pemimpin pasar dapat dilaksanakan dengan cara menganalisis potensi perusahaan melalui segmentasi ulang yang memungkinkan identifikasi kembali kelemahan dan penguatan kekuatan perusahaan. Selain hal tersebut, strategi lain melibatkan evaluasi potensi, perbaikan dalam mengatasi kelemahan, penguatan dalam memanfaatkan kekuatan untuk meningkatkan daya saing, serta penguatan hubungan dengan pihak-pihak terkait. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa dalam analisis internal, faktor yang dianggap kekuatan perusahaan adalah struktur organisasi, sementara kelemahan terletak pada sifat sumber daya manusia. Di sisi lain, dalam analisis eksternal, peluang teridentifikasi dalam demografi masyarakat yang memiliki kebutuhan terhadap produk, sedangkan ancaman berasal dari pesaing yang banyak dan strategi *Segmentasi, Targeting, Positioning* (STP) produk. Dengan menggabungkan elemen internal dan eksternal perusahaan ke dalam kerangka SWOT, strategi

pertumbuhan yang direkomendasikan adalah menekankan pada integrasi horizontal (Dicki Prayudi dan Resti Yulistria, 2020).

Menurut Evita Citra Yustiqomah, Gusti Rachmad Waluyo Putera, Iffah Irdinawati, Bonifacius Vicky Indriyono dan Natalinda Pamungkas (2023) dalam penelitian yang berjudul “Implementasi Metode Apriori dalam Menentukan Strategi Pemasaran *Wedding Organizer* (Studi Kasus : Wo Reza Jaya)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan pengumpulan data yang melibatkan analisis data yang relevan. Data diperoleh melalui survei yang dilakukan pada salah satu perusahaan penyelenggara pernikahan di Kabupaten Kediri, serta melalui tinjauan literatur yang mencakup referensi dari berbagai jurnal yang relevan. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah data *mining*, khususnya menggunakan algoritma Apriori. Algoritma Apriori adalah salah satu teknik dalam data *mining* yang digunakan untuk mengidentifikasi aturan asosiatif yang menggambarkan hubungan antara berbagai layanan yang ditawarkan oleh penyelenggara pernikahan dengan permintaan yang diajukan oleh calon klien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma Apriori yang digunakan dalam penelitian ini berhasil mengidentifikasi pola asosiatif dalam paket layanan penyelenggara pernikahan yang dapat dipilih oleh calon pelanggan dengan tingkat akurasi yang tinggi (Waluyo Putera, dkk, 2023).

Tabel 1.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Tri Putri Wachyuni, Umi Rahmawati dan Puspita Devi (2021), berjudul “Strategi	Menjelaskan pemaparan mengenai bagaimana cara <i>wedding organizer</i>	Pada penelitian terdahulu lebih meneliti mengenai <i>word</i>

	<p>Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Minat Pengguna Jasa Fafio <i>Wedding Organizer</i> Baturaja di Masa Pandemic Covid-19”.</p>	<p>mempertahankan minat pengguna jasa dengan strategi komunikasi pemasaran baik dengan cara <i>online</i> ataupun <i>offline</i>.</p>	<p><i>of mounth</i> dalam <i>wedding organizer</i>, dan sedikit membahas mengenai strategi digital dalam pemasaran jasa <i>wedding</i> namun pada penelitian ini lebih di tekankan kepada pengaruh pengaruh <i>information and Communication Technology</i> (ICT) dalam strategi pengelolaan <i>wedding organizer</i>.</p>
2.	<p>Diaz Sari (2020), berjudul “Strategi Pemasaran Markem <i>Wedding</i> dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen di Kota Pekanbaru”.</p>	<p>Terciptanya strategi pemasaran yang baik walaupun <i>wedding organizer</i> sudah berdiri sejak lama, namun tidak tergerus zaman dan tetap bisa mengikuti trend-trend <i>wedding organizer</i></p>	<p>Dalam penelitian terdahulu hanya mengkaji mengenai cara pemasaran <i>wedding organizer</i> dalam meningkatkan</p>

		sehingga bisa tetap eksis walaupun sudah berdiri sejak tahun 1982.	calon konsumen. Namun dalam penelitan ini lebih detail kepada pengaruh ICT dalam strategi pengelolaan pada seluruh manajemen usaha yang ada pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto.
3.	Wina Rusdarina dan Tresna Wiwitan (2021), berjudul “Strategi Digital Marketing X <i>Wedding Organizer</i> ”.	Membahas mengenai strategi digital marketing yang meliputi ICT dalam penelitan pada X <i>wedding organizer</i> yang diperoleh melalui <i>product branding</i> untuk mencapai target pasar yang dituju.	Strategi digital menggunakan <i>public relations</i> namun tidak membahas mengenai strategi pengelolaan manajemen yang dipengaruhi oleh ICT secara lebih spesifik.
4.	Dicki Prayudi dan Resti Yulistria (2020), berjudul	Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan	Penelitian sebelumnya memanfaatkan

	<p>“Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimply Wedding Sukabumi”.</p>	<p>evaluasi terhadap potensi, melakukan penilaian ulang terhadap kelemahan, mengembangkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan daya saing, dan juga memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan lainnya, seperti yang terkait dengan strategi promosi digitalnya.</p>	<p>pendekatan SWOT dan QSPM dengan tiga langkah dalam menganalisis data, sedangkan penelitian ini menerapkan metode kualitatif yang berfokus pada wawancara, observasi partisipan, serta dokumentasi.</p>
5.	<p>Evita Citra Yustiqomah, Gusti Rachmad Waluyo Putera, Iffah Irdinawati, Bonifacius Vicky Indriyono dan Natalinda Pamungkas (2023), berjudul “Implementasi Metode Apriori Dalam Menentukan Strategi Pemasaran <i>Wedding Organizer</i></p>	<p>Menunjukkan hasil strategi yang tepat untuk pemasaran sebuah <i>wedding organizer</i>.</p>	<p>Menjelaskan mengenai strategi apa saja yang cocok dalam peningkatan penggunaan sebuah jasa wedding organizer menggunakan metode apriori yaitu sebagai pendekatan data mining</p>

	(Studi Kasus : Wo Reza Jaya)” .	digunakan untuk mengidentifikasi aturan asosiatif yang menggambarkan hubungan antara produk yang ditawarkan oleh penyelenggara pernikahan dengan permintaan yang diajukan oleh klien.
--	---------------------------------	---

Sumber : Penelitian terdahulu

E. Landasan Teologis

1. Ayat Al-Qur'an Mengenai *Information and Communication Technology*

Banyak jenis strategi manajemen yang bisa digunakan pengusaha agar dapat mampu meningkatkan kinerja usahanya, salah satunya yaitu dengan melalui *Information and Communication Technology* atau biasa disebut dengan ICT. Peran *Information and Communication Technology* dalam perusahaan, selain dapat membantu perluasan pemasaran, pengelolaan dokumen, perhitungan laba rugi ICT ini juga memiliki peran yang cukup kuat bagi pengusaha terutama dalam pemanfaatan tools ICT bagi perluasan bisnisnya. Pada dasarnya semua ilmu baik di dunia maupun diakhirat telah diatur dalam Al-

Qur'an seperti halnya ilmu teknologi. Allah SWT berfirman dalam Q.S Ar-Rahman ayat 33 yang berbunyi:

يَمْعَشَرُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ (۳۳)

Artinya: “Hai jama’ah jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, Maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya kecuali dengan kekuatan.” (Q.S Ar-Rahman: 33)

Berdasarkan surat diatas sudah jelas baik makhluk Allah yang berupa jin atau manusia dalam firman Allah menegaskan jika dapat menembus langit dan bumi dengan teknologi, akan tetapi bagi Allah itu semuanya hanya sebatas kecuali tanpa seizin Allah karena tidak ada kekuatan yang mampu menyaingi kekuatan Allah SWT.

Memfaatkan ICT sebagai salah satu bagian dari strategi manajemen yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha dalam meningkatkan efektivitas, kualitas, produktivitas sebuah bisnis dalam meningkatkan kinerja usaha. Dengan kata lain ICT ini menawarkan sebuah kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Baik informasi yang disajikan dalam bentuk suara, tulisan atau visual maupun dalam bentuk symbol atau lambang informasi lainnya.

2. Ayat Al-Qur'an Mengenai Strategi Manajemen

Selanjutnya membahas mengenai strategi manajemen, manajemen dalam islam dikembangkan berdasarkan tema *tadbir*, ditinjau dari bentuk lafadznya, bersifat mutlak yakni lafaz yang belum ada kaitan atau batasan dengan lafaz lain yang mengurangi keseluruhan jangkauannya. Dari berbagai klarifikasi mengenai manajemen yang ada dalam Al-Qur'an yakni merenungkan atau memandang kedepan suatu urusan (persoalan), agar perkara itu terpuji dan baik akibatnya, maka hal ini, menderivasikan akan adanya prinsip-prinsip manajemen yang meliputi keadilan, amanah

dan pertanggungjawaban serta komunikatif. Mengenai pentingnya suatu perencanaan, ada beberapa konsep yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadist. Diantaranya ayat al-Qur'an yang terkait dengan fungsi perencanaan adalah Surat Al Hasyr ayat 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Al-Hasyr: 18)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memberikan perintah bagi hambanya untuk menjalankan setiap perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Dan Allah juga memerintahkan kepada hambanya untuk memberikan perhatian (perencanaan) untuk segala aktivitas-aktivitasnya agar dapat membawa manfaat untuk kedepannya dan disesuaikan dengan syari'at yang telah ditetapkan (Maidana,2021). Hal tersebut sangat sejalan dengan strategi manajemen, dimana seorang manajer harus mampu berhati-hati dalam menentukan strategi perusahaan agar kinerja usahanya terus meningkat dan memberikan kebaikan.

Para mufassir dijelaskan oleh Engkoswara & Aan (2015) menjelaskan bahwa ayat 18 dari surah Al-Hasyr menekankan pentingnya perencanaan dalam manajemen, di mana setiap individu harus memperhatikan tindakan yang dilakukan untuk masa depan yang sejalan dengan perintah Allah dalam Al-Qur'an. Ini berkaitan dengan teori perencanaan Kauffman yang menitikberatkan pada proses menetapkan tujuandan cara untuk mencapainya dengan seoptimal mungkin. Untuk itu Al-Qur'an juga menegaskan bahwa dalam bisnis juga sangat dibutuhkan perencanaan jangka Panjang yang diaplikasikan untuk memperoleh manfaat dimasa yang akan datang (Meidiana & Maya Sari,2021).

Wujud dari pelaksanaan strategi manajemen yang baik adalah tampaknya kesatuan yang utuh, kekompakan, kesetiakawanan dan terciptanya mekanisme yang sehat, sehingga kegiatan lancar, stabil dan mencapai tujuan usaha yang telah ditetapkan. Proses manajemen yang memberikan kesadaran akan pentingnya kesatuan dalam tindakan, kesatuan yang murni dan bulat telah ada dalam firman Allah SWT Q.S Ali-Imran ayat 103:

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَادْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا ۚ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ ۚ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Artinya: “Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa jahiliyah) bermusuh-musuhan. Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.” (Ali Imran : 103)

Uhar Suharsaputra (2010) menjelaskan bahwa dalam tafsir tematik dari surah Ali Imran ayat 103 menyampaikan pesan tentang pentingnya pengorganisasian, di mana disarankan untuk bersatu dalam pemahaman Al-Qur’an dan hadist, memotivasi orang untuk menjaga kesatuan dan menghindari perpecahan guna meraih berkah dan kebahagiaan dari Allah. Dalam konteks ini George R. Terry menjelaskan pengorganisasian sebagai upaya membangun interaksi yang efektif di antara individu agar mereka dapat bekerja bersama secara efisien untuk mencapai tujuan tertentu dalam situasi lingkungan yang spesifik serta meraih kepuasan pribadi dalam melaksanakan tugas-tugas tersebut (Meidiana & Maya Sari, 2021).

Surah Ali-Imran ayat 103 tersebut menganjurkan bahwa dalam setiap perusahaan ataupun sebuah bisnis harus melaksanakan fungsi

pengorganisasian dengan cara menentukan apa yang harus dikerjakan dalam proses manajemen serta menempatkan orang-orang agar bekerja sesuai dengan divisi yang sudah ditetapkan (Meidiana & Maya Sari,2021).

3. Kinerja Usaha Menurut Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, terlihat bahwa tujuan kinerja tidak hanya tentang mencari keuntungan semata seperti yang biasa dilakukan dalam penilaian kinerja pada biasanya. Namun, fokus kinerja seharusnya mencakup aspek yang lebih komprehensif dan holistik. Ini mencakup kebahagiaan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat, seperti investor, karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas, serta lingkungan dan sosial (Bagus,2015).

Alimuddin (2011) dalam penelitiannya yang dikutip oleh Hartini (2012) menemukan empat faktor evaluasi kinerja yang sesuai dengan perspektif Islam, yaitu:

a. Kinerja Material

Prestasi dalam aspek material merupakan evaluasi yang didasarkan pada keuntungan atau pendapatan yang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Penghasilan tersebut diperoleh dengan jujur, tanpa merugikan pihak lain, dan digunakan untuk investasi guna kelangsungan perusahaan.

b. Kinerja Mental

Kinerja mental dinilai berdasarkan kesungguhan dalam menjalankan tugas serta rasa bahagia saat menikmati hasil yang didapat. Selain itu, hal ini juga mencakup upaya untuk membangun kepercayaan di antara rekan kerja.

c. Kinerja Spiritual

Penilaian terhadap prestasi spiritual memperhatikan kedekatan dengan Allah SWT dalam menjalankan pekerjaan. Pekerjaan dianggap sebagai bentuk ibadah, diiringi dengan rasa syukur terhadap hasil yang diperoleh serta ketaatan

terhadap aturan dan hukum-hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT.

d. Kinerja Persaudaraan

Kinerja dalam hal persaudaraan dinilai berdasarkan penciptaan hubungan sosial yang harmonis, baik di lingkungan perusahaan maupun dalam masyarakat umum. Hal ini terwujud melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat dengan produk dan layanan yang halal dan berkualitas tinggi, serta tetap terjangkau dalam harga.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian jenis ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang berarti peneliti harus terlibat secara langsung dalam situasi lapangan dan berinteraksi dengan masyarakat setempat. Metode yang diterapkan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada pandangan *postpositivisme*, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai teknik triangulasi, dan analisis data lebih menekankan pada pemahaman makna daripada pada upaya generalisasi (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sebagai *human instrument* dan dengan teknik pengumpulan data observasi berperan serta (*participant* dan *observation*) dan wawancara mendalam (*in dept interview*) (Sugiyono, 2021).

Secara bertahap dan sistematis, peneliti akan melakukan pengamatan langsung atas segala aktivitas digital dan aktifitas pengelolaan *Information and Comunication Technology* sebagai strategi manajemen yang dilakukan oleh Galeri Wedding Era Waluyo dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada Galeri Wedding Era Waluyo Jalan Pramuka No. 125 Kongsan, Sodagaran, Purwokerto Kulon Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Waktu penelitian ini dilaksanakan bulan Mei 2023 sampai November 2023.

Alasan peneliti memilih Galeri Wedding Era Waluyo sebagai lokasi penelitian karena Galeri Wedding Era Waluyo merupakan salah satu wedding organizer ternama di Purwokerto yang sudah berdiri lama dari tahun 1980 namun tetap eksis dan kinerja perusahaan yang stabil bahkan terus meningkat karena banyaknya inovasi kreatif yang dilakukan. Sehingga Galeri Wedding Era Waluyo dapat terus mengikuti tren pernikahan yang ada, serta Galeri Wedding Era Waluyo ini sangat bagus dalam pengelolaan media sosial instagramnya, hal ini terbukti dengan Galeri Wedding Era Waluyo memiliki jumlah pengikut paling banyak diantara media sosial Instagram bisnis pesaingnya yang ada di Purwokerto, hal ini menunjukkan bahwa Galeri Wedding Era Waluyo memiliki keunggulan dalam pengelolaan ICT.

C. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), subjek penelitian merujuk kepada karakteristik, nilai, sifat, obyek, atau aktivitas individu ketika variabel tertentu dijadikan sebagai fokus penelitian untuk menghasilkan simpulan. Dalam penelitian ini, subjek penelitian khususnya adalah direktur utama di Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto, dan informan pendukungnya terdiri dari Makeup Artist Era Waluyo serta karyawan tetap pengelola Galeri Wedding Era Waluyo.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2022), mengacu pada ciri-ciri, nilai, atau sifat individu, barang, atau elemen-elemen tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dengan tujuan mencapai kesimpulan. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah efektivitas *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumbernya. Dalam konteks ini, subjek penelitian adalah informan yang memiliki kaitan dengan variabel yang sedang diselidiki (Sugiyono, 2022). Data primer yang digunakan peneliti yaitu melakukan pengamatan dan wawancara kepada beberapa narasumber di Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto. Sumber informasi dan subjek penelitian yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah semua pihak yang terlibat, khususnya direktur utama dari Galeri Wedding Era Waluyo.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, contohnya melalui perantara orang lain atau diambil dari berbagai sumber seperti dokumen grafis (seperti tabel, catatan, notulen rapat), gambar, foto, film, rekaman video, benda fisik, dan lain sebagainya, yang diharapkan data sekunder ini dapat melengkapi atau memperkaya data primer (Sugiyono, 2022). Data sekunder yang digunakan peneliti yaitu memperoleh data dan informasi dari beberapa dokumen, seperti buku, *e-book*, jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan efektifitas ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara dua pihak atau lebih dengan tujuan tertentu, di mana informan adalah sumber utama informasi (Nugrahani, 2014). Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti perlu melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model wawancara *semi-structured interviews* supaya wawancara tetap terkontrol dan tetap mengarah pada pembicaraan. Wawancara *semi-structured interviews* digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancarai diminta memberikan pendapat dan ide-ide mereka (Sugiyono, 2022). Selanjutnya peneliti melakukan diskusi lebih spesifik berdasarkan jawaban partisipan bersama dengan manajer, MUA dan karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto.

3. Observasi Partisipasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur dengan mengamati dan mencatat gejala yang menjadi objek penelitian (Abdussamad, 2021). Pada penelitian ini, jenis observasi yang diterapkan adalah observasi partisipasi (*participant observation*), di mana peneliti terlibat secara aktif dalam objek penelitian dan melakukan pengamatan langsung. Untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang ada, maka peneliti mengamati langsung kegiatan di Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto sesuai yang didasarkan pada penyelidikan yang telah dirumuskan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pencarian informasi mengenai berbagai hal atau variabel melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, dan sejenisnya, dengan tujuan untuk menghindari kesalahan (Siyoto & Sodik, 2015). Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan mengenai aspek yang terkait dengan sejarah, struktur organisasi, efektifitas ICT, strategi manajemen serta kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo.

F. Teknik Analisis Data

Pada metode penelitian kualitatif, analisis data dilakukan selama proses pengumpulan data berlangsung dan juga setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Jika selama wawancara dan saat menganalisis jawaban terdapat ketidakpuasan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lebih lanjut hingga mencapai tingkat kredibilitas yang diinginkan (Sugiyono, 2022:243).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif oleh Miles & Huberman. Menurut Miles dan Huberman (1984) yang dikutip oleh Sugiyono menyatakan analisis data kualitatif merupakan suatu kegiatan yang berlangsung secara terkait dan terus-menerus hingga selesai, sehingga data dapat dianggap telah dipelajari secara mendalam. Kegiatan dalam analisis data kualitatif terdiri dari berbagai tahapan yang saling berkaitan, seperti:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam setiap penelitian kualitatif, kegiatan utamanya meliputi pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, serta menggabungkan ketiganya

melalui teknik triangulasi. Pada tahap awal, peneliti melakukan eksplorasi secara menyeluruh terhadap situasi sosial atau objek penelitian, mulai dari observasi hingga pencatatan semua hal yang relevan. Pengumpulan data ini dapat berlangsung selama sehari-hari atau bahkan berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh banyak dan beragam (Sugiyono, 2021).

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Proses reduksi data adalah tahapan yang memerlukan kemampuan berpikir yang sensitif, membutuhkan tingkat kecerdasan dan pemahaman yang mendalam. Karena data yang diperoleh dari lapangan cenderung melimpah, kompleks, dan rumit, penting untuk membuat catatan yang sangat terperinci dan akurat. Dengan cara ini, data yang telah direduksi dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas, yang akan membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi. Saat melakukan reduksi data, peneliti akan memandu dirinya sendiri dengan berlandaskan pada teori dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, mengingat bahwa tujuan utama dalam penelitian kualitatif adalah untuk menemukan temuan (Sugiyono, 2021).

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah proses reduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam berbagai bentuk, seperti uraian ringkas, diagram, keterkaitan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Selain itu, presentasi data juga dapat menggunakan grafik, matriks, jejaring data, atau diagram. Dalam penelitian kualitatif, cara penyajian data yang umum digunakan adalah melalui teks naratif. Melalui tampilan atau penyajian data ini, akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan langkah-langkah selanjutnya (Sugiyono, 2021).

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif, menurut Miles dan Huberman, adalah melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam pendekatan kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Pada tahap awal, kesimpulan yang diungkapkan masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang kuat yang mendukungnya selama tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti melakukan pengecekan kembali di lapangan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel (Sugiyono, 2021).

G. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian, setiap temuan harus di cek keabsahannya agar hasil penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan dapat dibuktikan keabsahannya. Uji keabsahan data digunakan untuk mengkonfirmasi kesesuaian penelitian dengan standar ilmiah dan untuk memvalidasi data yang telah dikumpulkan dalam penelitian kualitatif. Ini penting untuk memastikan bahwa data dapat dianggap sebagai data penelitian yang ilmiah (Sugiyono, 2013).

Salah satu cara untuk menguji keabsahan data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah metode yang melibatkan penggabungan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang berbeda untuk memverifikasi informasi (Sugiyono, 2022). Dalam situasi ini, peneliti mengkombinasikan data yang diperoleh dari observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi secara simultan. Untuk meningkatkan

kepercayaan, konsep triangulasi juga dapat didefinisikan sebagai langkah-langkah untuk memverifikasi data dari berbagai sumber, dengan menggunakan metode yang beragam, dan mengumpulkan data pada berbagai waktu yang berbeda (Sugiyono, 2022). Tujuan triangulasi ini bukan hanya untuk mengkonfirmasi informasi dari beberapa sumber atau fenomena, tetapi juga dalam rangka meningkatkan pemahaman peneliti terhadap temuan.



BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Galeri Wedding Era Waluyo

1. Sejarah Galeri Wedding Era Waluyo

Galeri Wedding Era Waluyo merupakan sebuah usaha di bidang rias yang sudah didirikan dari tahun 1980 oleh ibu Ruswati. Galeri Wedding Era Waluyo ini merupakan industri yang bersifat perorangan dan merupakan usaha yang dilakukan secara turun temurun. Ibu Ruswati inilah yang menjadi pendiri dari Era Waluyo sebelum usahanya diturunkan kepada anaknya yang bernama Ibu Indit. Usaha rias ini sudah menginjak 43 tahun.

Pada awalnya bisnis ini berjalan tanpa adanya strategi manajemen perusahaan yang baik. Di awal berdirinya usaha rias ini hanya ditawarkan kepada keluarga terdekat dan juga orang-orang yang berada di lingkungan sekitar, belum berani menjamah seluruh kawasan Purwokerto dan sekitarnya. Seiring berjalannya waktu, Ibu Risnawati mengumpulkan modal untuk membesarkan usaha jasa riasnya. Namun dengan itu belum cukup untuk dapat memiliki manajemen yang baik. Kemudian pada tahun 2014 bisnis ini dijalankan okeh anaknya yaitu Ibu Indit Bersama dengan suaminya yaitu Bapak Taqiyudin.

Pada awalnya ibu Indit belajar merias diajarkan oleh Ibunya yaitu Ibu Ruswati, hingga ketika sudah mendapatkan modal, Ibu Indit mulai belajar makeup di Pusphita Martha dan melakukan berbagai private makeup serta workshop makeup yang diadakan oleh perias-perias ternama. Pada tahun 2014 strategi manajemen mulai terbentuk dengan baik sehingga kinerja perusahaan juga terus meningkat, sehingga Era Waluyo bisa lebih maju dan berkembang.

Sejak tahun 2014 manajemen Era Waluyo pun berjalan, mulai dari perekrutan tenaga kerja, perencanaan kerja, pengorganisasian,

pengendalian hingga evaluasi kerja yang langsung di pantau oleh Bapak Taqiyudin selaku direktur perusahaan.

Setelah berkembang cukup baik, usaha rias ini mulai menjalar ke produk jasa *wedding* lainnya yaitu dekorasi, dan pada tahun 2023 ini telah berdiri bale Wedding Era Waluyo yang beralamat di Dusun II, Pamijen, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Bale Wedding Era Waluyo ini merupakan salah satu venue yang bisa disewa saat menggelar pesta pernikahan, *engagement*, *prewedding* ataupun event lain seperti *party* dan lain sebagainya.

Bale Wedding Era Waluyo ini diresmikan pada hari Minggu, 30 Juli 2023 dan pada saat peresmian digelar sebuah acara yaitu Ayodhya Era Waluyo, dimana di acara tersebut ditampilkan *Traditional Wedding Show* dengan acara tersebut diharapkan akan kedamaian dan kesucian melalui polesan keindahan karya seni budaya pengantin, diantaranya yaitu Paes Ageng, Solo Basahan, Sunda Siger, dan lain lain yang dipadukan dengan sendratari serta di dukung oleh model, *tim art*, *MUA hits*, serta vendor-vendor ternama.

Sejak tahun 1980 sampai sekarang bisnis ini bisa berjalan dan berkembang dengan baik, sehingga bisa menawarkan jasa yang cukup beragam. Mulai dari rias pengantin, lamaran, pre-wedding, wisuda, dekorasi, persewaan busana hingga venue balai wedding Era Waluyo.

2. Lokasi Galeri Wedding Era Waluyo

Galeri Era Waluyo berlokasi di Jl. Pramuka No. 125, RT 02 RW 04 Kelurahan Purwokerto Kulon, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas.

3. Tata Ruang Galeri Wedding Era Waluyo

Galeri Era Waluyo merupakan salah satu *tools* ICT yang dimiliki oleh bisnis Era Waluyo ini, dari penataan galeri yang sangat *aesthetic* dan mewah, semakin menambah kesan premium yang hanya dimiliki

oleh Era Waluyo dalam pengelolaan galerinya, ditambah dengan pelayanan yang sangat ramah sehingga para klient Galeri Wedding Era Waluyo sangat puas menggunakan jasa dari Era Waluyo, hal ini dibuktikan dengan video review yang ada pada Instagram Era Waluyo, akun @auliaputrie_sw menjelaskan bahwa dia sangat puas menggunakan jasa dari Era Waluyo. Dalam penataan Galeri Era Waluyo meliputi:

- a. Ruang tamu dan customer service.
- b. Ruang ganti.
- c. Ruang penyimpanan perlengkapan wedding.
- d. Ruang makeup.
- e. Studio photo.
- f. Tempat pemajangan busana.
- g. Tempat penyimpanan hijab pengantin, peci dan kamsol.
- h. Tempat penyimpanan sepatu dan keris
- i. Tempat penyimpanan beskap, jas dan jasko.
- j. Tempat penyimpanan makeup.
- k. Tempat penyimpanan kain.
- l. Tempat penyimpanan aksesoris.
- m. Tempat penyimpanan manset, hijab Ibu pengantin, domas, dan benting.
- n. Tempat penyimpanan busana Ibu pengantin dan petugas buku tamu.
- o. Tempat penyimpanan blangkon.
- p. Kamar mandi.
- q. Tempat penjemuran baju pengantin.
- r. Dapur.
- s. Tempat parkir
- t. Tempat sholat.

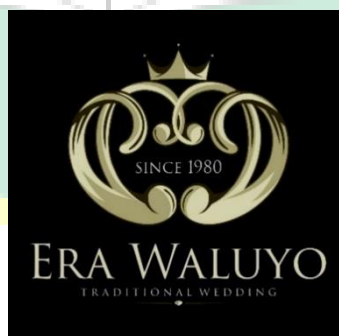
4. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Menjadikan sebuah perusahaan jasa makeup yang professional dan berintegritas tinggi dengan kualitas yang diakui serta mengutamakan kepuasan pelanggan.

Misi :

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan secara terus menerus.
- b. Memegang teguh prinsip kejujuran dan kedisiplinan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- c. Menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan.
- d. Selalu berusaha untuk menghadirkan inovasi-inovasi dalam bidang pelayanan kecantikan.
- e. Komitmen kuat dalam menjaga kualitas seluruh produk-produk kecantikan yang digunakan.
- f. Semangat selalu mensyukuri hasil yang diberikan Tuhan YME.

5. Logo Perusahaan

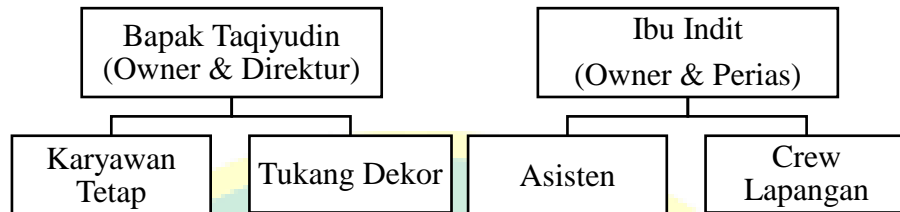


Gambar. 1.2 Logo Era Waluyo

Sumber : Manajer Galeri Wedding Era Waluyo

6. Struktur Organisasi, Jabatan beserta Jobdesk

Struktur Organisasi Era Waluyo



Gambar 1.3 Struktur Organisasi Era Waluyo

Sumber: Diolah peneliti, 2023

a. Tugas Direktur

- 1) Bertanggung jawab atas pengelolaan, perkembangan dan kemajuan usaha yang didirikan.
- 2) Mengatur dan mengelola keuangan perusahaan.
- 3) Mengkoordinasi pelaksanaan kerja sekaligus mengontrol pelaksanaan kerja.
- 4) Mengatur dan mengelola promosi atau pemasaran.
- 5) Mengkoordinasi serta memberi kebijakan kepada karyawan.

b. Karyawan Tetap

- 1) Menerima klient di Galeri.
- 2) Mencatat setiap pesanan klient.
- 3) Membuat pembukuan terkait *wedding*.
- 4) Membantu pelaksanaan *fitting* gaun dengan klient
- 5) Mencatat segala transaksi keuangan dengan klient ataupun vendor.
- 6) Membantu proses *packing*.

c. Asisten Lapangan

- 1) Merias pengantin saat ada *double job* waktu bersamaan.
- 2) Memakaikan hijab dan gaun pengantin beserta kelengkapannya.
- 3) Melakukan *touch-up* pada *makeup* pengantin.
- 4) Memakaikan busana pengantin pria.

d. Crew Lapangan

- 1) Mempersiapkan keperluan yang dibutuhkan sebelum mulai proses rias.
- 2) Memakaikan kain, busana dan aksesoris.
- 3) Menyanggul, *hairdo* dan hijab.
- 4) Membereskan perlengkapan setelah selesai merias.

e. Tugas *Makeup* Wanita

- 1) *Makeup* kedua Ibu pengantin.
- 2) *Makeup* petugas buku tamu.
- 3) *Makeup bridesmaid*.
- 4) *Makeup* keluarga pengantin.

f. Tugas Sanggul

- 1) Menyanggul kedua Ibu Pengantin.
- 2) Menyanggul petugas buku tamu.
- 3) Menyanggul *bridesmaid*.
- 4) Menyanggul keluarga pengantin.

g. Tugas *Hijabdo*

- 1) Memakaikan hijab kedua Ibu pengantin.
- 2) Memakaikan hijab petugas buku tamu.
- 3) Memakaikan hijab *bridesmaid*.
- 4) Memakaikan hijab keluarga pengantin.

h. Tugas Memakaikan Busana Wanita

- 1) Memakaikan kain.
- 2) Memakaikan busana.
- 3) Memakaikan aksesoris.

i. Tugas Memakaikan Busana Pria

- 1) Memakaikan kain.
- 2) Memakaikan busana.
- 3) Memakaikan aksesoris.

7. Prosedur Kerja Galeri Wedding Era Waluyo

a. Kerja *Team*

Dalam melakukan pekerjaan seputar *wedding*, kerja team sangatlah diperlukan dan dapat menentukan kualitas dari suatu perusahaan. Tim yang sangat mempengaruhi kualitas dari acara *wedding* adalah tim perias. Dalam hal ini diharapkan agar dapat cekatan dan rapi dalam bekerja dalam tim rias. Tidak hanya riasan saja yang berpengaruh, namun juga dalam hal sanggul, hijab, pemakaian busanapun juga harus rapi sehingga segala bidang tetap seimbang dan kualitasnya juga tetap baik.

b. Tenaga Kerja

Dalam Galeri Wedding Era Waluyo terdapat tenaga kerja antara lain adalah karyawan tetap yang bertugas didalam galeri untuk melakukan pekerjaan menerima tamu, fitting, dan juga penulisan transaksi, kemudian mempunyai asisten pada saat ada pekerjaan merias.

c. Rekrutmen tenaga kerja

Proses rekrutmen tenaga kerja dalam Era Waluyo adalah dengan mencari calon pekerja yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan ditekuni. Proses rekrutmen ini dimulai dengan menyebar lowongan kerja di media sosial yaitu *Instagram*. Setelah itu para peminat kerja mengirimkan *Curriculum Vitae* kepada pihak Era Waluyo dan akan dilakukan seleksi dokumen. Setelah terpilih

kandidat dari seleksi dokumen proses selanjutnya adalah dengan seleksi wawancara akan menjadi pegawai tetap.

d. Hak dan kewajiban tenaga kerja

Hak karyawan di Era Waluyo adalah mendapat libur selama satu hari dalam satu minggu kecuali hari sabtu, minggu dan ketika ada event tertentu, pegawai diberi istirahat satu kali atau selama kurang lebih 45 menit dalam 8 jam/hari, pegawai boleh mengambil cuti sesuai dengan kesepakatan pegawai dengan direktur. Kewajiban karyawan Era Waluyo adalah datang tepat waktu yaitu pukul 09.00 WIB, merapikan tempat dan melakukan *jobdesk* yang sudah dijadwalkan sebelumnya.

e. Permodalan

Awal modal bisnis ini adalah dari hasil tabungan selama merias pada awal bisnis ini berjalan. Berangkat dari awal modal tersebut bisa digunakan untuk mengembangkan usaha dekorasi yang untungnya bisa 2 kali lipat jika dibandingkan dengan menggunakan jasa dekorasi dari vendor lain. Kemudian bisnis ini sekarang sudah memiliki *venue* tempat bale wedding Era Waluyo yang terletak di Pamijen, Baturraden. Kemudian bisnis rias ini berjalan juga dengan cara membangun relasi dengan vendor-vendor ternama lainnya.

f. Promosi

Bentuk promosi di Galeri Wedding Era Waluyo lebih condong melalui media sosial. Selain jangkauan lebih mudah dan luas, media sosial juga sangat efektif untuk era digitalisasi seperti saat ini, sehingga masyarakat dapat mengetahui bentuk trend, upgrade busana pengantin, serta hasil makeup dengan lebih gampang. Bentuk promosi yang lain yaitu dengan mengikuti beberapa *wedding expo* yang diadakan di Purwokerto dan Cilacap.

8. Jenis Jasa yang disediakan oleh Era Waluyo

- a. Dekorasi.
- b. Persewaan busana
- c. *Private class makeup*
- d. Rias lamaran
- e. Rias *Prewedding*
- f. Rias Wisuda
- g. Ronce bunga melati
- h. Tata Rias Pengantin Bali
- i. Tata Rias Pengantin Banyumas
- j. Tata Rias Pengantin Barat
- k. Tata Rias Pengantin Jawa Barat
- l. Tata Rias Pengantin Lampung
- m. Tata Rias Pengantin Modern
- n. Tata Rias Pengantin Modifikasi
- o. Tata Rias Pengantin Padang
- p. Tata Rias Pengantin Solo
- q. Tata Rias pengantin Yogyakarta
- r. Ubarampe pernikahan
- s. *Venue bale wedding Era Waluyo*

9. Profil Informan

- a. Nama : Taqiyuddin Subki
 Umur : 46 Tahun
 Jabatan : Owner & Direktur
 Alamat : Jl. Pramuka No. 125, RT 02 RW 04 Kelurahan
 Purwokerto Kulon
- b. Nama : Indit Sulis Setiawati
 Umur : 45 Tahun
 Jabatan : Owner & Perias

Alamat : Jl. Pramuka No. 125, RT 02 RW 04 Kelurahan Purwokerto Kulon

c. Nama : Dinda Raras Saputri

Umur : 25 Tahun

Jabatan : Admin & Karyawan Tetap

Alamat : Arcawinangun RT 04 RW 04

B. Penerapan *Information and Communication Technology* Sebagai Strategi Manajemen

Di zaman di mana persaingan bisnis semakin ketat, setiap pengusaha yang ingin berhasil dalam pasar akan fokus pada strategi manajemen yang mereka terapkan. Ebel, J & Griffin, 2003 mengatakan bahwa pemasaran merupakan aktivitas utama yang penting bagi perusahaan, baik itu perusahaan yang menghasilkan barang maupun jasa, guna menjaga kesinambungan bisnisnya (Suwandi, 2022).

Dalam perspektif Islam, semua tindakan harus dilakukan dengan cermat, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus dijalani dengan baik, tidak boleh sembarangan. Demikian pula dengan mengelola bisnis semuanya memerlukan pengaturan yang baik, tepat, dan terarah dalam konteks manajemen agar tujuan yang ingin dicapai dapat tercapai dan diselesaikan secara efisien dan efektif (Goffar, 2015). Al-Quran dan Hadits menyampaikan beberapa konsep mengenai pentingnya manajemen. Salah satu ayat Al-Quran yang menyoroti fungsi manajemen adalah Q.S Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertaqwalah kepada Allah. Sungguh, Allah maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al-Hasyr ayat 18).

Strategi merujuk pada suatu rencana yang menggabungkan tujuan utama perusahaan, kebijakan, keputusan, dan langkah-langkah tindakan

secara menyeluruh dan terpadu. Rencana ini bisa diimplementasikan di semua level dalam sebuah organisasi yang terkait dengan berbagai bidang fungsional dalam manajemen seperti produksi, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia (Suwandi, 2022).

Pride & Farel (2009) menjelaskan bahwa strategi terhubung erat dengan efektivitas daripada hanya efisiensi, melalui proses analisis lingkungan serta perancangan yang mencocokkan organisasi, sumber daya, dan tujuan dengan konteks lingkungan. Proses strategis merujuk pada cara pengelolaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, fokus pada ketersediaan produk di lokasi yang tepat dengan harga yang sesuai. Ini juga melibatkan komunikasi informasi yang membantu konsumen menentukan apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Seluruh kegiatan ini direncanakan, disusun, dijalankan dan dipantau untuk memenuhi kebutuhan konsumen di pasar yang dituju.

Mengembangkan komunikasi yang kuat dengan pelanggan memerlukan rencana bisnis yang komprehensif. Hal ini tidak hanya terkait dengan strategi, tetapi juga dengan penerapannya di seluruh bagian organisasi, seperti pemasaran, teknologi informasi, layanan, logistik, keuangan, produksi, pengembangan produk, sumber daya manusia, manajemen, dan aspek lainnya (Juliawati, 2022).

Dalam perkembangan perusahaan masa kini, terdapat kecenderungan kuat untuk menggunakan kemajuan teknologi informasi dalam berinteraksi dengan pelanggan. Perkembangan sistem informasi manajemen telah mengubah cara pengambilan keputusan manajemen di semua tingkat, termasuk operasional. Pertumbuhan teknologi informasi, terutama melalui internet, memungkinkan masyarakat untuk menyelesaikan sebagian tugas mereka dengan akurasi, kualitas dan tepat waktu. Seperti halnya manajer di berbagai perusahaan, diharapkan untuk secara terus-menerus menganalisis kinerja mereka menggunakan teknologi informasi yang tersedia secara konsisten. Dalam konteks ini, siapa pun dari perusahaan mana pun dapat memanfaatkan internet dan

infrastruktur TI untuk menjalankan berbagai aktivitas secara elektronik (Salsabilla, 2022).

Istilah *Information and Communication Technology* menurut Sutarman (2009), merupakan ilmu yang mencakup studi, perencanaan, pengembangan, implementasi, dukungan, dan manajemen sistem informasi yang digunakan untuk memudahkan, mendapatkan dan memberikan informasi serta sebagai salah satu instrument dalam komunikasi. Dalam sebuah bisnis, ICT dapat digunakan untuk membantu strategi manajemen perusahaan agar dapat berjalan dengan baik dan meningkatkan kinerja usaha perusahaan. Dalam Galeri wedding Era Waluyo Purwokerto telah memanfaatkan ICT ini sebagai salah satu strategi manajemen usahanya, hal ini dapat dilihat melalui komponen-komponen ICT yang terdapat dalam Galeri Wedding Era Waluyo. Adapun ICT yang berkualitas harus terdiri dari beberapa komponen yang mendukung. Komponen ini dijelaskan oleh Muslihudin dan Oktafianto (2014) yang terdiri dari :

a. *Hardware* (perangkat keras)

Hardware merupakan alat atau perangkat yang dapat secara langsung dilihat dan diraba secara fisik (Yohfidzam, 2019). Kumpulan peralatan seperti *processor*, *monitor*, *keyboard*, dan *printer* yang menerima data informasi, memproses data tersebut dan menampilkan data. Dengan adanya *hardware* diharapkan mampu memudahkan pengelola usaha untuk mengelola bisnisnya, terutama dalam membantu membuat surat menyurat dan yang lainnya.

Hasil wawancara dengan manajer Galeri Wedding Era Waluyo mengenai hardware yang ada dalam bisnisnya.

“*Hardware* yang ada meliputi *monitor* dan *processor* untuk menyusun *rundown* acara pernikahan dan *printer* untuk membantu *print out* semua dokumen-dokumen yang dibutuhkan, saya menyadari jika menggunakan dokumen seperti pdf, bukan tulisan tangan atau hanya chat *WhatsApp* biasa yang dikirimkan kepada client, maka perusahaan lebih terlihat professional dan juga lebih rapi saya juga menyadari

bahwa kualitas kamera hp yang digunakan untuk membuat konten dan *instastory* juga sangat berpengaruh kepada kualitas konten, jumlah *viewers*, dan jumlah akun yang dijangkau hingga akun yang berinteraksi, yang mana hal ini dapat dilihat pada dasbor professional Instagram bisnis. Sebagai pengelola akun dengan *followers* yang alhamdulillah lumayan banyak ini juga harus pintar dan cerdas dalam membuat konten agar kinerja akun terus meningkat, dengan cara menggunakan *sound* yang sedang *trend* dan mengikuti konten-konten populer terkait *wedding* agar *engagement* akun Era Waluyo juga ikut naik.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer sekaligus pengelola akun media sosial Galeri Wedding Era Waluyo ini bahwasanya yang mempengaruhi klien agar melihat kita sebagai pemilik bisnis yang professional yaitu dengan membuat *rundown* dengan rapi menggunakan *hardware* yang ada dan juga selalu update mengenai konten dan portofolio hasil makeup, dengan menggunakan hp dengan spek kamera yang tinggi juga dapat menaikkan *viewers* dan menjaga jumlah *followers* yang dimiliki (Wawancara dengan Taqiyudin, Oktober 2023).

Hasil wawancara dengan mba Dinda selaku pegawai tetap Galeri Wedding Era Waluyo mengenai fungsi *hardware* dalam Galeri:

“Jujur saya sangat terbantu dengan adanya *hardware* dalam perkembangan ICT yang ada ini, saya bekerja di Era Waluyo sudah lama sejak tahun 2019 dan disini saya mengikuti seluruh perkembangan yang ada, dari mulai fitting hanya mengandalkan notulensi di buku hingga sekarang berubah menggunakan aplikasi, dari mulai menamai koper baju dengan tulisan tangan hingga sekarang menggunakan aplikasi di design lalu diprint, selain lebih rapi hal ini juga dapat mempersingkat waktu pekerjaan saya dan menjadi lebih produktif, kalo urusan media sosial itu lebih jelasnya ke bapak Taqiyudin karena beliau yang memegang akun dan membuat semua ide konten.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai tetap Galeri Wedding Era Waluyo mengatakan bahwa perusahaan sangat terbantu

dengan adanya teknologi yang salah satu komponennya adalah *hardware* ini, pekerjaan seperti print dokumen dan mengetik rundown ataupun pesanan yang masuk jadi lebih jelas, rapi, dan mudah namun untuk pemanfaatan ICT pada media sosial dipegang oleh Bapak Taqiyudin. Dalam aktivitas perusahaan setiap harinya memanfaatkan *hardware* ini untuk mencatat pesanan yaitu menggunakan *keyboard*, diolah oleh *prosesor* dan ditampilkan oleh *monitor* dan dibantu *printout* oleh *printer* yang ada, *printer* yang digunakan pada Galeri Wedding Era Waluyo yaitu Epson L4160 (Wawancara dengan Dinda, Oktober 2023).

Pada komponen *hardware* ini dapat dikatakan bahwa Galeri Wedding Era Waluyo dapat memanfaatkan komponen ICT yaitu *hardware* dengan benar, menurut V.C Hamacher dalam bukunya *Computer Organization* menyebutkan bahwa *hardware* dapat dimanfaatkan untuk menerima masukan digital dengan cepat, mengolahnya sesuai dengan program yang disimpan dalam memori, dan mengeluarkan hasil sebagai informasi. Dalam komponen *hardware* ini Galeri Wedding Era Waluyo sudah memanfaatkan hal itu dengan baik.

b. *Software* (perangkat lunak)

Perkembangan teknologi informasi mencakup transformasi cara kerja dari proses manual menjadi proses yang menggunakan teknologi modern. Permintaan akan informasi pun mengalami peningkatan seiring adanya internet yang menyediakan akses cepat dan informasi *real-time* (Amar & Suroso, 2021).

Menurut pendapat ahli Roger S.Pressman (1999), *software* merupakan kumpulan perintah atau program komputer yang memungkinkan perangkat keras (*hardware*) untuk melakukan tindakan spesifik, seperti menjalankan aplikasi, melaksanakan tugas tertentu, atau mengatur serangkaian operasi komputer. *Software*

dapat dikatakan juga sekumpulan *file* yang saling berhubungan dan terorganisasi atau kumpulan *record-record* yang menyimpan data.

Hail wawancara dengan Pemilik mengenai penggunaan *software*:

“Era Waluyo menggunakan manfaat *software* mulai dari tahap promosi dan membuat portofolio di *Instagram* agar Era Waluyo dapat selalu update dan mengikuti *trend*, editing video *beauty makeup* menggunakan salah satu *software* editor video agar video memiliki kualitas premium dan jernih, saat pengguna jasa *wedding* melakukan pemesanan juga mengisi format pemesanan terlebih dahulu melalui *contact person* admin Era Waluyo sebelum datang ke Galeri untuk *fitting*, hingga acara berlangsung sampai pada tahap pengembalian baju dan pelunasan jasa” (Wawancara dengan Taqiyudin, Oktober 2023).

Hasil wawancara dengan Mba Dinda selaku karyawan tetap sekaligus admin Era Waluyo mengenai fungsi *software* dalam Era Waluyo:

“prosedur dan proses sistem yang berjalan saat ini mulai dari tahap promosi, *booking* tanggal fitting baju, pemesanan datang ke Galeri dan memilih paket wedding yang ada pada *pricelist* Era Waluyo, menetapkan tanggal dan menggunakan aplikasi *Google Calender* untuk menulis semua job yang sudah masuk di bulan itu, mencatat nama klient yang fix booking dan sudah melakukan DP, pengguna jasa membayar DP pada saat pemesanan sekaligus untuk booking tanggal bisa menggunakan metode *cash* atau *transfer*, namun dinda mengatakan bahwa hanya 5% yang menggunakan metode *cash*, selebihnya lebih memilih menggunakan metode *transfer* karena merasa lebih mudah, cepat, aman. Dalam hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *mobile money* sangat bermanfaat bagi sebuah perusahaan, setelah itu para vendor menyusun *rundown* acara *wedding* sesuai dengan permintaan pengguna jasa menggunakan *software google documen* serta *spreadseet* dengan alasan agar semua vendor yang terlibat dapat melihat dan mengedit langsung apabila ada perubahan keterangan tempat acara, *team*, dan lain-lain” (Wawancara dengan Dinda, Oktober 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer dan karyawan tetap di dapatkan hasil bahwa Era Waluyo menggunakan *software* pada berbagai aktivitas bisnisnya dengan baik, seperti untuk mengedit portofolio makeup, mencatat pesanan, mencatat jadwal *fitting*, *booking* tanggal hingga pemasukan dan pengeluaran. Maka

pada indikator software Galeri Wedding Era Waluyo dapat dikatakan efektif.

c. *Network* (Fasilitas jaringan dan komunikasi)

Menurut Muslihudin dan Oktafianto (2014) *Network* atau yang biasa disebut dengan jaringan komputer merupakan sebuah sistem yang terdiri atas komputer dan perangkat jaringan lainnya yang bekerja bersama-sama untuk tujuan yang sama. Dalam Galeri Wedding Era Waluyo memanfaatkan network ini dalam 3 fungsi yaitu :

1. Membagi sumber daya : pemakaian *CPU*, *hardisk*, *flashdisk*, *memori*.
2. Komunikasi : Galeri Wedding Era Waluyo menggunakan teknologi ini untuk komunikasi yaitu menggunakan aplikasi *WhatsApp* dan memanfaatkan *e-mail* serta *google drive* untuk berbagi file dan data dengan sesama vendor agar lebih aman dan jernih, *WhatsApp* untuk berkomunikasi dengan client, vendor, serta antar team, media sosial yaitu *Instagram* dan *TikTok* untuk membagikan portofolio hasil makeup kepada publik.
3. Akses komunikasi : Galeri Wedding Era Waluyo telah bertekad untuk selalu menjaga kualitas, tradisi, namun tetap mengikuti perkembangan pasar dan trend yang ada, maka dari itu Era Waluyo menggunakan network untuk akses informasi terkait trend-trend pernikahan yang ada (Wawancara dengan Bapak Taqiyudin, November 2023).

Network merupakan kebutuhan primer di era digital, seiring dengan perkembangan zaman sebuah bisnis harus dapat memanfaatkan peran ICT dengan baik untuk mendapatkan kinerja usaha perusahaan yang baik, peningkatan kecerdasan dan kemampuan karyawan pada teknologi untuk mempercepat proses di bidang administrasi perusahaan dan juga dalam marketing yang dijalankan perusahaan (Julianis, 2023).

Dalam indikator ini Galeri Wedding Era Waluyo dikatakan sudah efektif karena dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan adanya *network* yang bagus dalam kota dimana perusahaan berdiri dan berdasarkan hasil wawancara dengan manajer juga menunjukkan bahwa pemilik Galeri Wedding Era Waluyo dapat memanfaatkan tiga fungsi *network* ini dengan baik.

d. *People* (orang)

Elemen yang paling penting dalam ICT yaitu merupakan orang-orang yang bekerja menggunakan outputnya (Sutarman, 2009). Dalam menerapkan hal tersebut Galeri Wedding Era Waluyo perlu memperhatikan keterampilan sumber daya perusahaan diantaranya yaitu (Kodrat, 2009):

- 1) Kemampuan marketing yang kuat
- 2) Bakat yang kreatif
- 3) Perekayasaan produk
- 4) Kemampuan yang kuat dalam riset dasar
- 5) Reputasi korporat untuk kepemimpinan mutu dan teknologi
- 6) Tradisi yang lama dalam industri atau gabungan yang unik dari keterampilan yang diambil dari usaha-usaha yang lain
- 7) Kerjasama yang kuat dari beberapa vendor

Hasil wawancara dengan Bapak Taqiyudin mengenai fungsi *people* pengelola ICT dalam sebuah perusahaan:

“saya selalu berusaha belajar dan memberikan seluruh ide-ide saya baik itu yang datangnya dari diri sendiri ataupun dari konten orang lain, untuk kemampuan marketing mungkin itu salah satu passion saya y amba, karena saya sekolah S3 aja berhenti karena lebihj ingin fokus mengelola galeri, ya walaupun sekarang masih disambi ngajar juga, namun tidak menghalangi Langkah saya untuk selalu memaksimalkan yang ada seperti tools-tools ICT, memiliki

kemampuan riset dan selalu menjaga tradisi dalam pernikahan juga sangat penting dan tentunya harus pintar juga dalam melobby vendor-vendor terbaik agar hasil outputnya juga berkualitas”

Hasil wawancara dengan Mba Dinda mengenai pelaksanaan proses administrasi dan pengelolaan media sosial :

“Saya hanya bertugas sebagai asistent makeup artis di hari-H, penerima tamu, menjadi admin di Galeri, dan mencatat semua tanggal booking client hingga menuliskan busana yang dipilih client untuk hari H pernikahan sedangkan untuk pengelolaan media sosial, upload konten, membuat konten dan ide itu semua dari Bapak, dan yang take video atau foto seringnya dari para photographer dan videographer freelance yang bertugas di acara tersebut” (wawancara dengan Mba Dinda, Oktober 2023).

Dalam Galeri Wedding Era Waluyo karyawan yang bertugas menjadi admin yang mengelola galeri, menerima client yang booking, melayani fitting hingga pencatatan dan pengelolaan uang DP masuk yaitu dikelola oleh karyawan tetap Era Waluyo yaitu Mba Dinda. Untuk pengelolaan media sosial dan memanfaatkan fungsi digital marketing adalah Bapak Taqiyudin selaku manajer, menurut beliau memberikan yang terbaik gabungan dari ide kreatif dari diri dan merekut vendor terbaik agar hasilnya maksimal adalah sudah menjadi tugas utama Bapak Taqiyudin (wawancara dengan Taqiyudin dan Dinda, November 2023).

C. Efektivitas *Information and Communication Technology* Sebagai Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Usaha

Setiap organisasi menghadapi tantangan terkait keterbatasan sumber daya manusia dalam mencapai tujuan mereka. Penting untuk mengelola interaksi antara berbagai sumber daya manusia agar mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektivitas kerja bisa diartikan sebagai kemampuan untuk mencapai tujuan dengan

tepat. Efektivitas merupakan elemen kunci dalam aktivitas organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam konteks pencapaian tujuan organisasi, efektivitas dilihat dari keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran. Selain itu, dari segi kecepatan waktu, efektivitas juga dapat diukur dari seberapa cepat berbagai sasaran dapat dicapai sesuai jadwal yang telah ditentukan, dengan menggunakan sumber daya yang telah disediakan untuk melaksanakan program yang telah direncanakan sebelumnya (Bormasa, 2022).

Kunci untuk terus meningkatkan nilai perusahaan dan mendapatkan kepercayaan masyarakat adalah dengan terus meningkatkan efektivitas organisasi perusahaan. Efektivitas organisasi dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam berbagai aspek organisasi, khususnya dalam bidang usaha, untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Di era globalisasi ini, perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk terus meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya, terutama jika pesaing memiliki kinerja yang baik dan produktivitas yang tinggi (Sari & Lestari, 2021).

Mengevaluasi keberhasilan dan efektivitas teknologi informasi di dalam perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena hal ini terkait erat dengan kesuksesan strategi manajemen dan investasi yang dilakukan di dalamnya (Yudhistira, 2023).

Efektivitas *Information and Communication Technology* sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto dapat diukur menggunakan variabel-variabel efektivitas. Menurut Sutrisno, untuk mengukur efektivitas suatu program yang diterapkan diperlukan 5 (lima) indikator yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan dan terdapat perubahan

nyata. Peneliti akan memaparkan hasil temuan di lapangan yang berhubungan dengan efektivitas ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha berdasarkan indikator pengukuran, sebagai berikut:

1. Pemahaman Program

Saat ini, teknologi informasi memiliki peran yang signifikan dalam berbagai aspek bisnis perusahaan, mulai dari pengembangan produk dan jasa hingga dukungan penjualan dan layanan, serta penyediaan informasi pasar untuk analisis keputusan. Bagi perusahaan global, kemampuan untuk mengintegrasikan informasi dari berbagai sistem dan membuatnya dapat diakses oleh manajer dan karyawan secara luas sangatlah krusial (Dewi, 2005).

Tujuan menerapkan teknologi bagi perusahaan adalah untuk memperoleh nilai tambah dari teknologi informasi yang dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi dan produktivitas karyawan serta perusahaan secara keseluruhan, sehingga mencapai margin keuntungan yang telah ditargetkan dengan risiko dan biaya yang minimal. Talon (2000) mengatakan bahwa jika perusahaan mengutamakan strategi operasional, penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi dengan mengurangi biaya operasi, meningkatkan kualitas produk, mempercepat produksi serta dapat meningkatkan efektivitas perusahaan secara umum.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas perusahaan, penggunaan teknologi informasi mengharuskan manajer untuk mempertimbangkan dan mengimplementasikan langkah-langkah yang memungkinkan pemanfaatan sumber daya manusia dengan memberikan karyawan pelatihan untuk memperoleh keterampilan baru. Agar gagasan yang diciptakan oleh manajer mengenai

pemanfaatan ICT dalam sebuah perusahaan tersebut berjalan dengan lancar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto, setelah dilakukan pelatihan mengenai bagaimana caranya mengolah data dengan baik menggunakan berbagai *software* yang ada di komputer, memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai bagaimana memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang bisa mempermudah dalam pencatatan jadwal dan jam *fitting client* serta mencatat pemasukan hingga pengeluaran serta memberikan pemahaman mengenai manfaat program yang dilakukan yaitu dengan perubahan dari mencatat berbagai notulensi secara manual di buku berpindah dengan memanfaatkan teknologi digital yaitu agar Era Waluyo dapat memanfaatkan teknologi yang ada dan mempermudah kerja hingga penghematan waktu dan pengeluaran serta data-data yang dicatat dengan memanfaatkan *google document* dan lain sebagainya itu tidak hilang dan terhubung dalam satu *email* sehingga dimanapun manajer berada dapat mengaksesnya walaupun sedang tidak berada dalam Galeri. Karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo yaitu mba Dinda ini merasa lebih paham dan sekarang pekerjaan yang dilakukannya menjadi lebih sistematis dan efisien (Wawancara dengan Bapak Taqiyudin, November 2023).

Dari penjelasan dan pelatihan program yang dilakukan oleh Bapak Taqiyudin, karyawan tetapnya tersebut dapat memahami tujuan dari adanya perubahan program dan dapat mengikuti dengan baik tidak hanya dalam mengefektifkan kerja namun dalam menyusun jumlah pendapatan dan pengeluaran, mencatat notulensi *fitting*, mencatat jadwal *booking client* karyawan tetapnya ini dapat memahami dengan baik.

Hasil wawancara dengan mba Dinda selaku karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo mengatakan bahwa pelatihan yang dibimbing oleh manajer mengenai pengetahuan program dan berbagai aplikasi untuk pencatatan berbagai dokumen serta pemasukan hingga pengeluaran, dan cara menggunakan *google calender*, *google spreadsheet*, *google drive* dengan baik dan benar ini dapat dilakukan Mba Dinda dengan baik. Awalnya Mba Dinda mengatakan sempat merasa susah karena sudah terbiasa menggunakan cara mencatat manual di buku namun sekarang lebih suka dan merasa miudah menggunakan berbagai *software* yang memanfaatkan peran ICT tersebut (Wawancara dengan Mba Dinda, November 2023).

Karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo dapat memahami program pemanfaatan ICT yang dijelaskan oleh manajer, walaupun awalnya merasa kesusahan namun sekarang sudah terbiasa dan merasa lebih mudah dalam menjalankannya. Selain pelatihan yang dilakukan oleh manajer tersebut, manajer juga selalu mem*follow up* secara berkala apakah karyawan Galeri Wedding Era Waluyo merasa mudah menggunakan berbagai *software* tersebut dan apakah terjadi kendala atau tidak dalam penggunaannya.

Kemudian untuk pemanfaatan ICT dari segi marketing yaitu menggunakan menggunakan media sosial seperti *Intagram* dan *TikTok*, dengan mengupload hasil portofolio makeup dari klient, testimoni dan membuat konten dengan para model terkenal dapat membantu menaikkan kinerja usaha Galeri Wedding Era Waluyo.

Pada indikator pengetahuan program dapat dikatakan efektif, hal ini dikarenakan karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo memahami maksud dan tujuan serta bagaimana cara

mengoperasikan software-software yang ada dalam bisnis jasa wedding ini.

2. Tepat Sasaran

Menurut Makmur (2011), untuk mencapai suatu keberhasilan baik yang ditetapkan oleh individu maupun organisasi, maka ketepatan sasaran yang sangat diperlukan (Najidah dan Lestari, 2019). Dalam hal ini sasaran dari efektivitas ICT sebagai strategi manajemen yaitu sebagai sarana agar dapat meningkatkan kinerja usaha yang ada dalam Galeri Wedding Era Waluyo.

Hasil wawancara dengan manajer Era Waluyo mengenai indikator ini mengatakan:

“Target pasar Era Waluyo adalah mereka yang mempunyai ekonomi cenderung menengah keatas yaitu seringkali dari Dokter, Pegawai Negeri Sipil, Polri, Pengusaha dan karyawan BUMN karena kami sangat mementingkan kualitas dan hasil dibanding dengan harga yang murah, namun kalo bisa dua-duanya jalan alhamdulillah, mulai merintis bisnis dengan istri dari nol marketing mulai dari mulut ke mulut hingga sampai saat ini alhamdulillah sudah punya nama di hati banyak orang pastinya melewati berbagai rintangan dan bertemu dengan berbagai watak dan karakter orang yang berbeda-beda, kuncinya yaitu tetap konsisten dengan apa yang kita jalani, tekun, fokus dan berusaha memperlihatkan bahwa kita lebih baik dari yang lain dan mempunyai sisi yang berbeda atau ciri khas yang tidak bisa di dapatkan di penyedia jasa *wedding* lain, sehingga alhamdulillah Era Waluyo sudah mempunyai nama di hati masing-masing klient dan calon klient bahkan para *followers* Era Waluyo” (wawancara dengan Bapak Taqiyudin, November 2023)

Jika dilihat dari ketepatan sasaran dan berdasarkan observasi peneliti terhadap akun Instagram Era Waluyo menunjukkan klient yang memakai jasa Era Waluyo ini merupakan orang yang memiliki ekonomi menengah keatas. Karena Bapak Taqiyudin selaku manajer pernah mengatakan bahwa target

pasarnya juga menengah keatas, hal ini menunjukkan hasil bahwa indikator dari ketepatan sasaran yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur efektivitas, Era Waluyo dapat dikatakan efektif dan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan strategi yang dilaksanakan.

3. Tepat Waktu

Efektivitas dari sebuah program yang dilakukan oleh suatu perusahaan ditunjukkan untuk mencapai sasaran organisasi sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh H. Emerson yang dikutip oleh Soewarno Handyaningrat (1982) “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.” Sedangkan T. Hani Handoko “Efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain seorang manajer efektif dapat memilih pekerjaan yang harus dilakukan atau metode yang tepat untuk mencapai tujuan”.

Dalam Islam, ditekankan bahwa seorang muslim diharapkan memiliki sifat menghargai waktu. Seorang muslim seharusnya tidak menunggu untuk dimotivasi oleh orang lain agar mengelola waktunya, karena hal itu sudah menjadi tanggung jawab setiap muslim (Ritonga, 2019). Islam mengajarkan bahwa pemahaman tentang pentingnya menghargai waktu adalah salah satu tanda keimanan dan bukti ketaqwaan, sebagaimana tercermin dalam Surah Al-Furqan ayat 62:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ خِلْفَةً لِّمَنْ أَرَادَ أَنْ يَذَّكَّرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا

Artinya : “Dan dia (pula) yang menjadikan malam dan siang silih berganti bagi orang yang ingin mengambil pelajaran atau yang ingin bersyukur” (Q.S Al-Furqan:62)

Hasil wawancara dengan bapak Taqiyudin mengenai ketepatan waktu:

“Berproses merupakan hal yang paling melelahkan, namun jika kita bisa melewati itu semua dengan baik dan ikhlas dengan segalanya serta selalu mengusahakan yang terbaik pasti kita akan mendapatkan hasilnya, saya sekarang selain mengelola galeri ini juga merupakan salah satu dosen di salah satu universitas swasta, sampai sekarang saya lagi ngajarpun masih bawa katalog-katalog paket Era Waluyo, karena kita tidak tahu nantinya kita akan bertemu siapa, dan saya selalu menunjukkan branding Era Waluyo kepada siapapun dan menceritakannya, karena saya sangat percaya, semuanya ngga harus terjadi pada saat itu juga namun kapanpun nanti pasti mereka ada kalanya butuh dengan penyedia jasa *wedding*, dengan dibekali ilmu manajemen yang alhamdulillah ada sedikit saya juga dapat menerapkannya dalam bisnis yang saya jalani ini, tahun 1980 Era Waluyo berdiri dan di Kelola oleh ibu mertua saya, hingga tahun 2014 saya dengan istri saya ambil alih dan mulai menerapkan strategi marketing seperti strategi diferensiasi dengan berfokus kepada pelanggan hingga sekarang menjadikan ICT sebagai salah satu strategi manajemen juga pasti berliku liku dan kinerja usaha yang sangat saya rasakan justru di pandemic covid, dimana yang lain megalami penurunan kinerja Era Waluyo mengalami kenaikan kinerja yang dibuktikan dengan pendapatan yang meningkat karena pada saat itu saya belajar bagaimana membuat *package wedding* yang sesuai dengan masa pandemic covid dan benar-benar mematuhi protocol dengan tetap mengikuti pakem pernikahan yang ada”(Wawancara dengan Bapak Taqiyudin, November 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Taqiyudin mendapatkan hasil bahwa Era Waluyo berproses dalam waktu yang lama dan sebuah bisnis pasti ada fase naik dan turunnya, berbagai strategi sudah dicoba dilaksanakan pada bisnis Era Waluyo seperti strategi diferensiasi dan ICT, strategi tersebut

di imbangi dengan kualitas jasa yang memang servicenya baik maka menunjukkan kinerja usaha yang baik pula.

Sondang P. Siagian (1985) mengenai efektivitas kerja tersebut yaitu “Penyelesaian pekerjaan tepat pada waktunya yang telah ditetapkan, artinya apakah pelaksanaan sesuatu tugas dinilai baik atau tidak, bergantung pada bilamana tugas itu diselesaikan dan tidak terutama menjawab pertanyaan bagaimana cara melaksanakan dan beberapa biaya yang dikeluarkan untuk itu”.

Hasil wawancara dengan Mba Dinda selaku karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo mengenai ketepatan waktu:

“Ketepatan waktu disini yang saya lakukan adalah dalam mengelola galeri, saya mempunyai jadwal sendiri untuk apa saja yang dilakukan di galeri, biasanya dibantu oleh mahasiswa yang magang di Era Waluyo dari mulai membereskan semua baju, gaun, dan *accessoris* hingga menerima *fitting* klient sampai dengan mencatat semua bookingan, mencatat pengeluaran pemasukan dan mengelola inventaris Era Waluyo, mengingatkan *schedule* hari H *wedding* client kepada Ibu Indit dan mengingatkan jadwal rapat dengan para vendor.” (wawancara dengan Mba Dinda, November 2023)

Dengan demikian dari hasil wawancara dengan manajer dan karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo pada indikator tepat waktu strategi ini sudah dapat dikatakan baik dan efektif. Karena kinerja usaha yang dihasilkan dari strategi yang dijalankan oleh manajer dan karyawan Era Waluyo tepat waktu dan terlaksana dengan baik.

4. Tercapainnya Tujuan

Pemahaman program yang diberikan kepada karyawan Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto mengenai bagaimana cara menggunakan berbagai *software* untuk pengelolaan kinerja Galeri Wedding dan pengetahuan mengenai tujuan pemindahan

cara kerja dari manual ke teknologi yang tidak lain agar dapat meningkatkan kinerja usaha dari Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto dan tujuan yang lainnya yaitu agar Era Waluyo dapat mengikuti perkembangan teknologi sehingga kualitas sumber daya manusia yang ada dalam Galeri Weeding Era Waluyo meningkat.

Tercapainya tujuan dari efektivitas ICT ini yaitu meningkatkan kinerja usaha, menurut Rahayu (2013) seperti yang dijelaskan dalam penelitian Shandra (2018), dapat dilakukan melalui tiga indikator untuk mengetahui kinerja usaha yang dijalankan :

a. Peningkatan penjualan

Peningkatan dalam volume penjualan dapat diukur dengan mengamati rata-rata tingkat penjualan selama tiga tahun terakhir, sebagaimana dinilai oleh pemilik usaha.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha mengenai peningkatan penjualan ini :

“Jika diukur berdasarkan peningkatan penjualan, kalo di wedding namanaya bookingan yaa, kami menerima banyak bookingan di tahun 2020 hingga 2021 di saat pandemic covid karena kami memberikan *service* yang sesuai dengan protocol yang ada pada saat itu, ditahun 2022 kami mengalami penurunan namun kita berhasil bangkit lagi pada tahun 2023 ini alhamdulillah dan di tahun 2024 nanti mungkin kita fokusnya akan berbeda bukan lagi hanya ke tata rias wedding namun sewa venue yang kami namakan balai pamijen Baturadean yang nanti akan kami buka dengan traditional wedding show yang kami namai Ayodhya Minggu, 30 Juli 2023. Alasan mendirikan venue adalah kami merasa seiringan dengan waktu yang ada nanti pasti orang akan lebih memilih paket sekaligus dengan venue yang bertema tradional yang dibalut dengan pernikahan berkonsep traditional juga dan ini merupakan peluang yang bagus, mengingat di daerah Banyumas khususnya juga belum ada balai seperti itu, dan balai ini juga tidak hanya untuk wedding saja

namun bisa disewakan untuk berbagai acara seperti *prewedding*, *party*, acara *anniversary* dan lain sebagainya.” (wawancara dengan Bapak Taqiyudin, Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukan bahwa Galeri Wedding Era Waluyo mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga 2021 namun mengalami penurunan di tahun 2022 dan bangkit mengalami peningkatan kembali di tahun 2023 dan pada tahun 2024 Era Waluyo tidak hanya berfokus pada penyedia jasa pernikahan namun juga persewaan venue. Hal ini menunjukkan bahwa indikator peningkatan usaha yang ada pada Galeri Wedding Era Waluyo baik.

b. Peningkatan Profit

Kinerja profitabilitas dapat dievaluasi dengan melihat rata-rata tingkat keuntungan perusahaan selama tiga tahun terakhir.

Hasil wawancara dengan manajer mengenai peningkatan profit yaitu:

“alhamdulillah dari tahun 2020 di masa pandemi hingga 2021 profit selalu meningkat walaupun sempat terjadi penurunan setelah itu yaitu di tahun 2022, namun di tahun 2023 kami berhasil menaikkan kembali profit. Karena kami selalu berkomitmen untuk tetap mengusahakan yang terbaik sehingga alhamdulillah tahun 2024 kami siap menjalankan bisnis baru.” (wawancara dengan Bapak Taqiyudin, Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukan bahwa profit mengalami kenaikan di masa pandemi yaitu di tahun 2020 hingga 2021 namun di tahun 2022 mengalami penurunan namun di tahun 2023 mengalami kenaikan kembali. Hal tersebut

menunjukkan hasil bahwa Galeri Wedding Era Waluyo mempunyai strategi yang bagus sehingga kinerja usaha yang diukur dengan peningkatan profit ini dapat dikatakan baik.

c. Pertumbuhan yang memuaskan

Tingkat kepuasan pemilik usaha terhadap pertumbuhan bisnis selama tiga tahun terakhir dapat digunakan sebagai ukuran pertumbuhan yang memuaskan.

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha mengenai pertumbuhan bisnis Era Waluyo:

“jika berbicara tumbuh alhamdulillah kami selalu bertumbuh dari tahun ketahunnya, kami selalu belajar dari pengalaman dan menjadikan hal tersebut sebagai bekal perjalanan kita selanjutnya, dan saya merasa tetap bersyukur dengan setiap proses yang sedang dijalani dan pertumbuhan bisnis Era Waluyo ini. Dari mulai dulu merintis hingga sekarang mempunyai galeri dan punya venue itu bukanlah hal yang mudah namun pertumbuhan yang luar biasa allah berikan.”(hasil wawancara dengan Bapak Taqiyudin, Oktober 2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan positif yang ada dalam bisnis Galeri Wedding Era Waluyo yang pada mulanya hanya bisnis makeup hingga sekarang mempunyai venue.

Seperti yang terdapat dalam ayat Al-Qur'an juga memberikan panduan konseptual tentang pentingnya bagi seorang muslim untuk memperluas ekonominya dan cara yang sesuai etika untuk melakukannya (Hidayat,2008). Allah menyatakan dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا

اللَّهِ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: ”Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; carilah Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”.
(Q.S Al-Jumu’ah:10)

5. Terdapat Perubahan Nyata

Tujuan utama dari penerapan *Information and Communication Technology* (ICT) dalam Galeri Wedding Era Waluyo adalah untuk meningkatkan kinerja usaha yang dibuktikan dengan peningkatan penjualan, peningkatan profit dan pertumbuhan yang memuaskan (Rahayu, 2013).

Hasil wawancara mengenai perubahan nyata yang ada pada Galeri Wedding Era Waluyo :

“Perubahan itu pasti sangat dirasakan, apalagi dengan adanya *Information and Communication Technology* yang semakin hari semakin luar biasa ini, kami mengikutinya dengan enjoy dan dengan sangat senang karena pekerjaan kita menjadi semakin mudah, semakin efisien dan efektif dalam segala hal, terutama dalam manajemen bisnis dan membuatnya sebagai strategi bisnis, kita bisa mengikuti berbagai trend dan meningkatkan engagement rate usaha dan dasbor bisnis professional di media sosial agar bisnis kita semakin diketahui oleh banyak orang yang tadinya kami hanya memperkenalkan bisnis kita dari mulut ke mulut hingga sekarang dimudahkan dengan adanya berbagai aplikasi yang mendukung kita agar terus maju dan meningkatkan kinerja usaha.” (wawancara dengan Bapak Taqiyudin, Oktober 2023).

Jika dilihat dari tujuan penerapan ICT, perubahan nyata sudah bisa dirasakan oleh pemilik Galeri Wedding Era Waluyo. Walaupun belum efektif seratus persen tetapi jika dilihat dari indikator kinerja usaha penerapan ICT yang ada dalam Galeri Wedding Era Waluyo ini sudah dapat dilaksanakan dengan baik. Perubahan yang nyata yang

dibuktikan dengan peningkatan penjualan, peningkatan profit dan pertumbuhan yang memuaskan di Galeri Wedding Era Waluyo.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan teori, penelitian, pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Efektivitas *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo dapat disimpulkan sebagai berikut:

Efektivitas *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja usaha yang diukur melalui lima indikator yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan dan perubahan nyata menunjukkan bahwa *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai strategi manajemen pada Galeri Wedding Era Waluyo telah berjalan dengan efektif. Terdapat beberapa aspek keberhasilan penerapan ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha pada Galeri Wedding Era Waluyo ini. Hal tersebut dilihat dari beberapa indikator pengukuran keberhasilan kinerja usaha diantaranya peningkatan penjualan, peningkatan profit serta pertumbuhan yang memuaskan.

Penerapan ICT sebagai strategi manajemen pada Galeri Wedding Era Waluyo sudah tepat dan bijaksana sehingga dapat meningkatkan pengelolaan operasional, mengatasi tantangan persaingan, mengoptimalkan pemasaran, meningkatkan pelayanan pelanggan dan akhirnya meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. Jika dilihat dari nilai-nilai ekonomi islam, islam menganjurkan umatnya untuk dapat memanfaatkan teknologi dengan baik dan Allah menegaskan jika dapat menembus langit dan bumi dengan teknologi, mengenai strategi manajemen dari Galeri Wedding Era Waluyo juga sudah menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang ada dalam islam yaitu keadilan, amanah, pertanggung jawaban serta komunikatif. Wujud

dari strategi manajemen yang baik adalah tampaknya kesatuan yang utuh, kekompakan, kesetiakawanan dan terciptanya mekanisme yang sehat, sehingga kegiatan lancar, stabil dan mencapai tujuan usaha yang telah ditetapkan. Mengenai kinerja usaha yang diterapkan dalam Galeri Wedding Era Waluyo sudah sesuai dengan empat faktor evaluasi kinerja yang sesuai dengan perspektif islam yaitu kinerja material, kinerja mental, kinerja spiritual serta kinerja persaudaraan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian, penulis menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak terkait:

1. Bagi manajer Galeri Wedding Era Waluyo diharapkan untuk lebih banyak melakukan pelatihan mengenai pengelolaan *Information and Communication Technology* seperti pada pengelolaan media sosial Era Waluyo, memperbanyak lagi konten kreatif, edukatif mengenai kecantikan atau *wedding organizer* agar lebih memaksimalkan lagi kinerja usaha.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan hal sebagai berikut:
 - a. Menggali lebih dalam berhubungan dengan hal apa saja yang menjadikan *Information and Communication Technology* sebagai strategi manajemen dalam sebuah perusahaan berjalan dengan efektif agar meningkatkan kinerja usaha.
 - b. Menyusun instrumen penelitian yang lebih bervariasi agar dapat mewakili aspek-aspek yang akan diteliti.
 - c. Menggunakan metode yang lain agar mendapatkan hasil yang lebih akurat serta menambah jumlah subjek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir and Terra CH. Triwahyuni. (2003). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pertama. Makassar: CV Syakir Media Press.
- Aji Supriyanto. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Arifa Pratami, *et al.* (2022) Peran Komunikasi Bisnis Islam dalam Peningkatan Penjualan E-Commerce Syariah di Kota Medan. *JSAP: Journal Syariah and Accounting Public*. Available at: <https://journal.umgo.ac.id/index.php/JSAP/index>
- Azwar Aziz. (2012). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Bisnis Pos Information Technology Utilization In Business Post Development. *Buletin Pos dan Telekomunikasi Volume 10 No.1*
- Bandur, A. (2019). *Penelitian Kualitatif Studi Multi-Disiplin Keilmuan*. Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Bintoro and Daryanto (2017). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Bormasa, M.F. (2022). *Kepemimpinan dan Efektivitas Kerja*. Pertama. Purwokerto: CV. Pena Persada
- Darajat and Ekasari. (2021) 'Efektivitas Implementasi Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Upaya Penanggulangan Kemiskinan (Studi Pada Dinas Sosial Kabupaten Blitar)'. *Translitera*, 47 (4), pp. 124-134. Available at: <https://doi.org/10.31857/s013116462104007>
- Dewi and Ike Janita (2005). *Rethinking Information Tecnology Management: Integrasi Teknologi Informasi dengan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Amara Books.
- Dewi Laela Hilyatin. (2020). 'Pemetaan Pengembangan Potensi Vokasi Pesantrenpreneur (Studi Kasus di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto)'. *MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol. 2 No. 2, 53.

- Diaz Sari. (2020). 'Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen Di Kota Pekanbaru'. *Jurnal Universitas Islam Riau*, 47-74.
- Dicki Prayudi and Resti Yulistria. (2020). 'Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi'. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*, Vol. 09, No. 02, 224-240. <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Dwiningsih. (2001). *Strategi Operasi dalam Lingkungan Global*. Jakarta: STEKPI.
- Evita Citra Yustiqomah, *et al.* (2023). 'Implementasi Metode Apriori Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Wedding Organizer (Studi Kasus : Wo Reza Jaya)'. *Jurnal INOTEK*, Vol. 07. No. 01, 345-352. <https://doi.org/10.29407/inotek.v7i1.3443>
- Hamzah and Nina. (2012). *Buku Teori Kinerja dan Pengukurannya*. Cetakan Pertama, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hardani, *et al.* (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Pertama, Repository.uinsu.ac.id. Pertama. Yogyakarta: CV. Pustaka.
- Hasnun Juhari Ritonga (2019). 'Manajemen Waktu dalam Islam' *Al-Idarah Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*, Vol. 7 No. 1, 51-55.
- Hastin Tri Utami (2018). 'Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha Dengan Penggunaan Informasi Akutansi Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pemilik usaha UKM Makanan Khas di Kabupaten Banyumas)'. *El- Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.6 No. 1, 25.
- Ika Fitriani, *et al.* (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid -19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No. 2, 87-95.
- Indah Rahayu, *et al.* (2021). 'Analisis Dan Perancangan Sistem ICT (Information Communication Technology) TOUR (Studi Kasus : PT. Telkom Indonesia (persero), Tbk)'. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika, Jurnal Improve*, Vol 13 No.2, 53-59.
- Indrajit. (2004). 'E-Government Sebagai Bentuk Baru Dalam Pelayanan Publik: Sebuah Tinjauan Teoritik'. *Jurnal Paradigma*. Vol. 4 No. 3

- Julianis, *et al.* (2023). 'Analisis Bibliometrik Terhadap Penggunaan *Information and Communication Technology* Pada Pembelajaran Matematika'. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, Vol. 2 No. 1, 42-47.
- Maidiana and Maya Sari (2021). 'Ayat-Ayat Fungsi Manajemen'. *Jurnal of Education*, Vol 1 No 1, 87-94.
- Martin, E. (1999). *Managing Information Technology What Managers Need to Know*. 3rd ed. New Jersey. Pearson Education International.
- Muya Syaroh Iwanda Lubis. (2021). 'Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Perspektif Islam'. *Jurnal Publik Reform UNDHAR MEDAN*, Vol 8, No.1.
- Naerul Edwin and Kiki Aprianto. (2016). 'Peran Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengembangan Organisasi Perspektif Islam'. *El- Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.2 No. 2, 265.
- Nita Asmarita. (2019). Efektivitas ICT (Information Communication And Technology) Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Smk Terpadu Takwa Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. *Skripsi*. UIN Raden Intan Lampung.
- Radar Banyumas (12 Juli 2020) 'Buka Gallery untuk Dekatkan Konsumen'' <https://radarbanyumas.disway.id/amp/58278/buka-gallery-untuk-dekatkan-konsumen>
- Santika Sari and Monica Fidya Lestari. (2021). 'Analisis Efektifitas Kinerja Organisasi Menggunakan Kombinasi Metode Balanced Scorecard dan Analytical Hierarchy Process'. *JIME (Journal of Industrial and Manufacture Engineering)*, Vol. 5 No. 1.
- Sidiq and Choiri. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Pertama. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Sihombing and Umbreto. (2000). *Pendidikan Luar Sekolah Mangemen Strategi*. Jakarta: Mahkota.
- Siyoto, S and Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Pertama, *Dasar Metodologi Penelitian*. Pertama. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RnD*. Ketiga. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Surya Dharma. (2013). *Manajemen Kinerja Falsafah, Teori dan Penerapannya*. Keenam. Yogyakarta :Pustaka Pelajar.
- Syarif Hidayat. (2020). 'Konsep Manajemen dalam Al-Qur'an'. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara, Vol. 1 No.1, 63-74*.
- Talon Paul P, K.L.Kramer and V.Gurbaxni (2000), *Executif Persenton Of The Business Value of Information Technology:A Proses-oriented Approach*.
- Tri Putri Wachyuni, *et al.* (2021). 'Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Minat Pengguna Jasa Fafio Wedding Organizer Baturaja Di Masa Pandemic Covid-19'. *Jurnal Massa, Vol. 2 No. 2, 131-140*.
- Williams and Sawyer. (2003). *Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers and Communications*. London. CareerEducation.
- Wina Rusdarina and Tresna Wiwitan (2021). 'Strategi Digital Marketing X Wedding Organizer'. *Journal Riset Public Relations, Vol. 1 No. 2, 112-119*.
- Wulandari, U and Simon. H.J. (2019) 'Pengaruh Efektivitas Kerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik di Kelurahan Sidorme Barat I Kecamatan Medan Perjuangan'. *Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora, 7 (2), pp. 58-73*
- Yoda Rindy Yudhistira. (2023) 'Analisa Faktor Keberhasilan Sistem Manajemen Ekonomi Timesheet pada Kinerja Non-Keuangan Perusahaan IT'. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akutansi), Vol 7. No 2, 103*.
- Zulkrainan. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Produktivitas Dan Kinerja Karyawan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Wilayah Kota Makassar. *Skripsi.UIN Alauddin Makassar*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

*Lampiran 1***PEDOMAN WAWANCARA****A. Pertanyaan Untuk Manajer Era Waluyo**

1. Siapa pendiri Galeri Wedding Era Waluyo?
2. Bagaimana awal mula berdirinya Galeri Wedding Era Waluyo?
3. Apa visi dan misi Galeri Wedding Era Waluyo?
4. Terdapat berapa karyawan di Galeri Wedding Era waluyo?
5. Bagaimana manajemen kerja yang diterapkan pada Galeri Wedding Era Waluyo?
6. Apa saja jenis jasa dan produk yang ada di Galeri Wedding Era Waluyo?
7. Strategi manajemen apa yang diterapkan di Galeri Wedding Era Waluyo?
8. Apakah Bapak/Ibu mengetahui makna dari *Information, Communication & Technology* ?
9. Sejak kapan Bapak memanfaatkan ICT sebagai strategi manajemen untuk meningkatkan kinerja usaha Galeri Wedding Era Waluyo?
10. Apakah Bapak/Ibu merasakan manfaat dari *Information, Communication & Technology* terhadap pengembangan bisnis di Galeri Wedding Era Waluyo?
11. Apakah Bapak/Ibu selalu menjaga agar media sosial dari Era Waluyo tetap aktif?
12. Apakah ada karyawan yang khusus menjadi admin pada media sosial Era Waluyo?
13. Bagaimana cara melayani customer yang melakukan booking atau reservasi yang langsung datang ke galeri dan yang menggunakan media sosial ?
14. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Era Waluyo dalam mengefektifkan *Information, Communication & Technology* dalam Galeri Wedding Era Waluyo?

15. Menurut Bapak/Ibu seberapa penting melakukan fastrespon terhadap semua pesan ataupun komentar yang ada pada media digital Era Waluyo?
16. Apakah Bapak merasa terbebani dengan adanya *Information, Communication & Technology* ?
17. Apa yang mempengaruhi pandangan Bapak bahwa *Information, Communication & Technology* dalam Galeri Wedding Era Waluyo itu sangat penting?
18. Dampak apa saja yang Bapak rasakan terhadap *Information, Communication & Technology* dalam mengembangkan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo ini ?
19. Apa keunggulan produk dan jasa yang dimiliki oleh Galeri Wedding Era Waluyo dibandingkan dengan *wedding organizer* yang lainnya?
20. Apa saja yang telah dilakukan Bapak untuk menjaga agar strategi manajemen yang dilakukan berjalan lancar?
21. Apa yang melatar belakangi keinginan Bapak untuk terus menjalankan jasa Galeri Wedding Era Waluyo ini?
22. Bagaimana keadaan kompetitor atau pesaing dalam menjalankan usaha Galeri Wedding Era Waluyo?
23. Apa saja media promosi yang digunakan Galeri Wedding Era Waluyo untuk mengembangkan bisnis ini?
24. Bagaimana bapak mengefektifkan penggunaan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang pertama yaitu *hardware*?
25. Bagaimana bapak mengefektifkan penggunaan komponen sebagai strategi manajemen yang kedua yaitu *software*?
26. Bagaimana bapak mengefektifkan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang ketiga yaitu *network*?
27. Bagaimana bapak mengefektifkan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang terakhir yaitu SDM (karyawan yang mengelola) ICT tersebut?

28. Dalam mengefektifkan ICT sebagai strategi manajemen terdapat 5 indikator, yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan dan terdapat perubahan nyata, apakah bapak mengetahui dan merasakan tentang hal tersebut dalam usaha Bapak?
29. Hal apa yang Bapak lakukan untuk pemahaman program mengenai ICT sebagai strategi manajemen?
30. Apakah menurut Bapak strategi yang Bapak lakukan sudah tepat sasaran?
31. Mengenai target, apakah Bapak mempunyai target pencapaian dalam mengembangkan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo ini?
32. Apakah strategi yang dilakukan ini sudah sesuai dengan waktu yang bapak tetapkan?
33. Apakah ICT sebagai strategi manajemen ini sudah bisa dalam membantu mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja usaha?
34. Apakah Bapak merasakan adanya perubahan setelah menggunakan ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha?

B. Pertanyaan untuk Makeup Artist (MUA) Galeri Wedding Era Waluyo

2. Apa hal yang menurut Ibu paling penting dari bisnis yang Ibu jalankan?
3. Bagaimana proses awal Ibu menjadi seorang *MUA*?
4. Strategi apa saja yang diterapkan dalam menjalankan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo ini?
5. Apakah Ibu merasakan efektifitas ICT dalam bisnis ini?
6. Apakah ada kenaikan kinerja usaha yang ditandai dengan peningkatan penjualan, peningkatan profit dan pertumbuhan yang memuaskan setelah ibu menjadikan ICT sebagai strategi bisnis?
7. Apa saja tantangan yang Ibu temui selama menjalankan bisnis?
8. Bagaimana cara Ibu menghadaapi tantangan-tantangan yang ada?

9. Apa saja jobdesk yang ibu jalankan dalam Galeri Wedding Era Waluyo?

C. Pertanyaan untuk Karyawan Tetap Galeri Wedding Era Waluyo

1. Siapa nama Mba?
2. Sejak kapan bekerja di Galeri Wedding Era Waluyo?
3. Apa saja jobdesk selama bekerja?
4. Bagaimana prosedur kerja selama di Galeri Wedding Era Waluyo?
5. Apakah Mba Dinda turut membantu dalam menerapkan ICT sebagai strategi manajemen di Galeri Wedding Era Waluyo?
6. Bagaimana pemahaman program mengenai *Information and Communication Technology* yang diberikan manajer terhadap anda?
7. Apakah anda suah merasa strategi yang diterapkan sudah t waktu dan efektif?
8. Bentuk pelayanan apa saja yang diberikan kepada calon konsumen oleh Galeri Wedding Era Waluyo?
9. Bagaimana anda mengefektifkan penggunaan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang pertama yaitu *hardware*?
10. Bagaimana anda mengefektifkan penggunaan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang kedua yaitu *software*?
11. Apakah anda merasa terbebani dengan adanya *Information, Communication & Technology* ?
12. Bagaimana cara melayani customer yang melakukan booking atau reservasi yang langsung datang ke galeri dan yang menggunakan media sosial ?
13. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Era Waluyo dalam mengefektifkan *Information, Communication & Technology* dalam Galeri Wedding Era Waluyo?
14. Apakah anda merasakan manfaat dari *Information Communication & Technology* terhadap pengembangan bisnis di Galeri Wedding Era Waluyo?

Lampiran 2

HASIL WAWANCARA

A. Pertanyaan Untuk Manajer Era Waluyo

1. Siapa pendiri Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Ibu mertua saya yaitu Ibu Ruswati

2. Bagaimana awal mula berdirinya Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Era Waluyo ini merupakan usaha turun temurun yang awalnya dijalankan oleh ibu mertua saya Ibu Ruswati dan sekarang sebagai *MUA* dilanjutkan oleh istri saya yaitu Ibu Indit, bisnis ini bejalan dari 1980 dan dari tahun 2014 baru dipegang oleh saya sebagai manajer dan Istri saya sebagai *MUA*.

3. Apa visi dan misi Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab:

Visi : Menjadikan sebuah perusahaan jasa make up yang professional dan berintegritas tinggi dengan kualitas yang diakui serta mengutamakan kepuasan pelanggan.

Misi :

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan secara terus menerus.
 - b. Memegang teguh prinsip kejujuran dan kedisiplinan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
 - c. Menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan.
 - d. Selalu berusaha untuk menghadirkan inovasi-inovasi dalam bidang pelayanan kecantikan.
 - e. Komitmen kuat dalam menjaga kualitas seluruh produk-produk kecantikan yang digunakan.
 - f. Semangat selalu mensyukuri hasil yang diberikan Tuhan YME.
4. Terdapat berapa karyawan di Galeri Wedding Era waluyo?

Jawab: Karyawan tetap ada 1, yang lain *freelance* dihubungi kalau ada job saja.

5. Bagaimana manajemen kerja yang diterapkan pada Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Awalnya bisnis ini berjalan tanpa ada manajemen kinerja yang baik, di awal berdiri hanya ditawarkan dari keluarga ke keluarga, sebelum istri saya mengikuti berbagai *privat makeup* di *MUA* ternama. Setelah itu alhamdulillah banyak yang tau, dan di tahun 2014 bisnis ini *full* dijalankan oleh saya dengan Istri dan mulai menerapkan manajemen strategi, karena saya juga merupakan seorang dosen di salah satu Universitas swasta di Cilacap jadi sedikit banyak saya belajar tentang bagaimana manajemen yang baik untuk meningkatkan kinerja usaha

6. Apa saja jenis jasa dan produk yang ada di Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Dari awal hanya makeup saja dan naik ke persewaan gaun dan sekarang sudah banyak meliputi :

- a. Dekorasi.
- b. Persewaan busana
- c. *Private class makeup*
- d. Rias lamaran
- e. Rias *Prewedding*
- f. Rias Wisuda
- g. Ronce bunga melati
- h. Tata Rias Pengantin Bali
- i. Tata Rias Pengantin Banyumas
- j. Tata Rias Pengantin Barat
- k. Tata Rias Pengantin Jawa Barat
- l. Tata Rias Pengantin Lampung
- m. Tata Rias Pengantin Modern
- n. Tata Rias Pengantin Modifikasi

- o. Tata Rias Pengantin Padang
- p. Tata Rias Pengantin Solo
- q. Tata Rias pengantin Yogyakarta
- r. Ubarampe pernikahan
- s. Venue bale wedding Era Waluyo

7. Strategi manajemen apa yang diterapkan di Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: berbicara strategi sudah banyak sekali yang saya upayakan untuk mengembangkan bisnis ini, yang pasti awalnya melakukan analisis SWOT terlebih dahulu dan sampai sekarang saya itu selalu bawa brosur Era Waluyo loh kemanapun saya pergi, bahkan saat ngajar di kampus karena saya percaya bahwa rezeki itu tidak terduga namun harus di usahakan semaksimal mungkin dan semua pencapaian yang ada ini juga merupakan salah satu kuasa Allah, dan yang sekarang benar-benar saya tekankan adalah lebih ke TIK ya atau ICT bahasa gaulnya.

8. Apakah Bapak mengetahui makna dari *Information, Communication & Technology* ?

Jawab: menurut saya ICT yang ada di bisnis *wedding* yang utama adalah Galeri karena dengan ini kita bisa membranding Era Waluyo dengan lebih mudah, yang kedua perangkat yang ada yaitu computer dan perintilannya dan yang terpenting lagi adalah media sosial karena kita ya hidupnya disitu mba, dengan medos kita bisa sampai mana saja walaupun raga kita masih di Purwokerto.

9. Sejak kapan Bapak memanfaatkan ICT sebagai strategi manajemen untuk meningkatkan kinerja usaha Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Sebenarnya sejak awal saya memegang bisnis ini tahun 2014 saya sudah mulai mengaktifkan seluruh media sosial, namun belum sebanyak sekarang followersnya, dan saya serta istri tidak menyerah, terus melakukan inovasi agar Era Waluyo lebih dikenal oleh banyak orang lagi.

10. Apakah Bapak/Ibu merasakan manfaat dari *Information, Communication & Technology* terhadap pengembangan bisnis di Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Jelas sangat merasakan mba, berbeda banget dulu dan sekarang.

11. Apakah Bapak/Ibu selalu menjaga agar media sosial dari Era Waluyo tetap aktif?

Jawab: Betul, karena yang memegang medos itu saya sendiri, karyawan juga ngga megang jadi saya usahakan selalu aktif dan interaktif, buat konten dan rajin membalas komentar yang ada serta mengusahakan selalu *fastrespon*.

12. Apakah ada karyawan yang khusus menjadi admin pada media sosial Era Waluyo?

Jawab: Ngga ada mba, dipegang saya saja.

13. Bagaimana cara melayani customer yang melakukan *booking* atau reservasi yang langsung datang ke galeri dan yang menggunakan media sosial ?

Jawab: kalo datang ke Galeri langsung bertemu mba Dinda, dan pasti sebelumnya sudah janji dulu karena takut bentrok dengan yang lainnya nanti ngga maksimal, kalo di media sosial biasanya itu yang dari luar kota mba, kalo masih barlingmascakeb kebanyakan langsung ke Galeri dulu.

14. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Era Waluyo dalam mengefektifkan *Information, Communication & Technology* dalam Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Kalo hambatan di ICT ya jelas karena mungkin saya sudah agak sedikit lebih tua ya mba jadi mungkin tidak secanggih MUA pemula yang Gen Z namun saya tetap mengusahakan mengikuti trend-trend yang ada dan selalu belajar biar ngga gaptek.

15. Menurut Bapak/Ibu seberapa penting melakukan *fastrespon* terhadap semua pesan ataupun komentar yang ada pada media digital Era Waluyo?

Jawab: Penting banget karena orang pasti kalo lagi butuh dan ngga dibales-bales itu bawaanya sebel ya mba, jadi kita tidak mau hal itu terjadi pada seluruh klient dan calon klient kami, maka dari itu kami usahakan agar selalu *fastrespon*.

16. Apakah Bapak merasa terbebani dengan adanya *Information, Communication & Technology* ?

Jawab: terbebani ya tidak, malah justru sangat suka dan merasa terbantu.

17. Apa yang mempengaruhi pandangan Bapak bahwa *Information, Communication & Technology* dalam Galeri Wedding Era Waluyo itu sangat penting?

Jawab: dengan menjadikan ICT sebagai strategi manajemen ini pekerjaan jadi lebih cepat dan efektif. Dan pastinya dengan ICT Era Waluyo bisa dikenal lebih banyak orang.

18. Dampak apa saja yang Bapak rasakan terhadap *Information, Communication & Technology* dalam mengembangkan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo ini ?

Jawab: dampak yang paling terasa itu terjadi peningkatan kinerja usaha, dari jumlah klient selalu meningkat atau yang baru tanya-tanya setelah kami meengupload konten pasti banyak banget, dan kami selalu berkhushudzon kalo mereka bakal *fix booking* di kami karena Galeri Wedding Era Waluyo ini selalu mendahulukan kepuasan konsumen diatas segalanya.

19. Apa keunggulan produk dan jasa yang dimiliki oleh Galeri Wedding Era Waluyo dibandingkan dengan *wedding organizer* yang lainnya?

Jawab: pilihan gaun lebih banyak daripada yang lain, kami sudah berdiri 43 tahun jadi dalam *service* insya Allah sudah tidak usah diragukan lagi, kami selalu mendahulukan kualitas premium dalam

hal apapun, ada harga ada kualitas, kami juga bekerjasama dengan banyak WO di Purwokerto. Dan yang pasti sangat mempengaruhi yaitu hasil riasan, karena mau se bagus apapun kameranya kalo hasil riasannya belum rapih ya itu ngga bisa dibohongi, maka dari itu kami sangat detail dalam hal apapun.

20. Apa saja yang telah dilakukan Bapak untuk menjaga agar strategi manajemen yang dilakukan berjalan lancar?

Jawab: *Fastrespon*, ramah, dan memberikan *service* terbaik karena dari situ nanti akan bermunculan rezeki-rezeki yang lain, dari klient satu yang sudah merasa puas dengan jasa kami pasti akan menularkan ke yang lain dan memberikan *review* yang baik, saya selaku manajer juga selalu mengawasi karyawan agar dapat selalu sejalan dengan visi misi perusahaan. Mengikuti trend yang ada juga salah satu upaya agar bisnis tetap eksis, karena dengan itu nanti *views* bertambah dan menambah orang yang tau dan memakai jasa kami.

21. Apa yang melatar belakangi keinginan Bapak untuk terus menjalankan jasa Galeri Wedding Era Waluyo ini?

Jawab: Bisnis ini merupakan bisnis yang sangat menjanjikan menurut saya, karena yang namanya pernikahan insya Allah di Indonesia ya khususnya itu ngga akan mati, tinggal bagaimana pintarnya kita mengelola dan membangun strategi.

22. Bagaimana keadaan kompetitor atau pesaing dalam menjalankan usaha Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Kompetitor yang awal berdirinya sama seperti kami itu juga sangat bagus, namun kalo berbicara *followers* itu kami paling tinggi mba, jangan disebutin disini lahya nanti mba observasi sendiri. Mungkin hal itu bisa menandakan bahwa Era Waluyo itu sangat memperhatikan ICT sebagai strategi manajemen.

23. Apa saja media promosi yang digunakan Galeri Wedding Era Waluyo untuk mengembangkan bisnis ini?

Jawab: Wedding Expo Banyumas, Wedding Expo Cilacap, mulut ke mulut, brosur, dan yang pasti media sosial yaitu Instagram dan TikTok.

24. Bagaimana bapak mengefektifkan penggunaan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang pertama yaitu *hardware*?

Jawab: Hardware yang ada meliputi monitor dan prosessor untuk menyusun *rundown* acara pernikahan dan printer untuk membantu print out semua dokumen-dokumen yang dibutuhkan, saya menyadari jika menggunakan dokumen seperti pdf, bukan tulisan tangan atau hanya chat *WhatsApp* biasa yang dikirimkan kepada klient, maka perusahaan lebih terlihat professional dan juga lebih rapi saya juga menyadari bahwa kualitas kamera hp yang digunakan untuk membuat konten dan *instastory* juga sangat berpengaruh kepada kualitas konten, jumlah viewers, dan jumlah akun yang dijangkau hingga akun yang berinteraksi, yang mana hal ini dapat dilihat pada dasbor professional Instagram bisnis. Sebagai pengelola akun dengan *followers* yang alhamdulillah lumayan banyak ini juga harus pintar dan cerdas dalam mebuat konten agar kinerja akun terus meningkat, dengan cara menggunakan *sound* yang sedang *trend* dan mengikuti konten-konten populer terkait *wedding* agar *engagement* akun Era Waluyo juga ikut naik.

25. Bagaimana bapak mengefektifkan penggunan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang kedua yaitu *software*?

Jawab: Manfaat *software* mulai dari tahap promosi dan membuat portofolio di *Instagram* agar Era Waluyo dapat selalu update dan mengikuti *trend*, editing video *beauty makeup* menggunakan salah satu *software editor* video agar video memiliki kualitas premium dan jernih, saat pengguna jasa *wedding* melakukan pemesanan juga mengisi format pemesanan terlebih dahulu melalui contact person admin Era Waluyo sebelum datang ke Galeri untuk *fitting*, hingga

acara berlangsung sampai pada tahap pengembalian baju dan pelunasan jasa.

26. Bagaimana Bapak mengefektifkan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang ketiga yaitu *network*?

Jawab: Galeri Wedding Era Waluyo memanfaatkan *network* ini dalam 3 fungsi yaitu komunikasi, membagi sumber daya dan akses komunikasi.

27. Bagaimana Bapak mengefektifkan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang terakhir yaitu SDM (karyawan yang mengelola) ICT tersebut?

Jawab: Kalo pengelolaan di media sosial itu full dipegang saya sendiri dan saya selalu berusaha mengikuti segala trend mengenai pernikahan yang ada semaksimal mungkin. Sedangkan kalo komponen yang lain seperti pengelolaan galeri dan *google document* dll itu sudah dipegang Mba Dinda.

28. Dalam mengefektifkan ICT sebagai strategi manajemen terdapat 5 indikator, yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan dan terdapat perubahan nyata, apakah bapak mengetahui dan merasakan tentang hal tersebut dalam usaha Bapak?

Jawab: mengetahui dan merasakan karena Alhamdulillah perubahannya juga sangat terasa dalam meningkatkan kinerja usaha.

29. Hal apa yang Bapak lakukan untuk pemahaman program mengenai ICT sebagai strategi manajemen?

Jawab: Setelah dilakukan pelatihan mengenai bagaimana caranya mengolah data dengan baik menggunakan berbagai *software* yang ada di komputer, memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai bagaimana memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang bisa mempermudah dalam pencatatan jadwal dan jam *fitting client* serta mencatat pemasukan hingga pengeluaran serta memberikan pemahaman mengenai manfaat program yang dilakukan yaitu dengan perubahan dari mencatat berbagai notulensi secara manual

di buku berpindah dengan memanfaatkan teknologi digital yaitu agar Era Waluyo dapat memanfaatkan teknologi yang ada dan mempermudah kerja hingga penghematan waktu dan pengeluaran, serta data-data yang dicatat dengan memanfaatkan *google document*, dan lain sebagainya itu tidak hilang dan terhubung dalam satu *email* sehingga dimanapun manajer dapat mengaksesnya walaupun sedang tidak berada dalam Galeri. Karyawan tetap Galeri Wedding Era Waluyo yaitu mba Dinda ini merasa lebih paham dan sekarang pekerjaan yang dilakukannya menjadi lebih sistematis dan efisien

30. Apakah menurut Bapak strategi yang Bapak lakukan sudah tepat sasaran?

Jawab: Target pasar Era Waluyo adalah mereka yang mempunyai ekonomi cenderung menengah keatas yaitu seringnya dari Dokter, Pegawai Negeri Sipil, Polri, Pengusaha dan karyawan BUMN karena kami sangat mementingkan kualitas dan hasil dibanding dengan kuantitas, namun kalo bisa dua-duanya jalan alhamdulillah, mulai merintis bisnis dengan istri dari nol promosi mulai dari mulut ke mulut hingga sampai saat ini alhamdulillah sudah punya nama di hati banyak orang pastinya melewati berbagai rintangan dan bertemu dengan berbagai watak dan karakter orang yang berbeda-beda, kuncinya yaitu tetap konsisten dengan apa yang kita jalani, tekun, fokus dan berusaha memperlihatkan bahwa kita lebih baik dari yang lain dan mempunyai sisi yang berbeda atau ciri khas yang tidak bisa di dapatkan di penyedia jasa *wedding* lain, sehingga alhamdulillah Era Waluyo sudah mempunyai nama di hati masing-masing klient dan calon klient bahkan para *followers* Era Waluyo.

31. Apakah strategi yang dilakukan ini sudah sesuai dengan waktu yang bapak tetapkan?

Jawab: Berproses merupakan hal yang paling melelahkan, namun jika kita bisa melewati itu semua dengan baik dan ikhlas dengan

segalanya serta selalu mengusahakan yang terbaik pasti kita akan mendapatkan hasilnya, saya sekarang selain mengelola galeri ini juga meruapakan salah satu dosen di salah satu universitas swasta, sampai sekarang saya lagi ngajarpun masih membawa katalog-katalog paket Era Waluyo, karena kita tidak tahu nantinya kita akan bertemu siapa, dan saya selalu menunjukkan branding Era Waluyo kepada siapapun dan menceritakannya, karena saya sangat percaya, semuanya ngga harus terjadi pada saat itu juga namun kapanpun nanti pasti mereka ada kalanya butuh dengan penyedia jasa wedding, dengan dibekali ilmu manajemen yang alhamdulillah ada sedikit saya juga dapat menerapkannya dalam bisnis yang saya jalani ini, tahun 1980 Era Waluyo berdiri dan di Kelola oleh ibu mertua saya, hingga tahun 2014 saya dengan istri saya ambil alih dan mulai menerapkan strategi-strategi marketing seperti strategi diferensiasi dengan berfokus kepada pelanggan hingga sekarang menjadikan ICT sebagai salah satu strategi manajemen juga pasti berlika liku dan kinerja usaha yang sangat saya rasakan justru di pandemic covid, dimana yang lain megalami penurunan kinerja Era Waluyo mengalami kenaikan kinerja yang dibuktikan dengan pendapatan yang meningkat karena pada saat itu saya belajar bagaimana membuat *package wedding* yang sesuai dengan masa pandemic covid dan benar-benar mematuhi protokol.

32. Apakah ICT sebagai strategi manajemen ini sudah bisa dalam membantu mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja usaha?

Jawab: Jika diukur berdasarkan peningkatan penjualan, kalo di wedding namanaya bookingan yaa, kami menerima banyak bookingan di tahun 2020 hingga 2021 di saat pandemic covid karena kami memberikan *service* yang sesuai dengan protokol yang ada pada saat itu, ditahun 2022 kami mengalami penurunan namun kita berhasil bangkit lagi pada tahun 2023 ini alhamdulillah dan di tahun

2024 nanti mungkin kita fokusnya akan berbeda bukan lagi hanya ke bisnis wedding namun sewa venue yang kami namakan balai pamijen Baturaden yang dibuka dengan traditional wedding show yang Ayodhya Minggu, 30 Juli 2023. Alasan mendirikan venue adalah kami merasa seiringan dengan waktu yang ada nanti pasti orang akan lebih memilih paket sekaligus dengan venue yang betema tradisional yang dibalut dengan pernikahan berkonsep traditional juga dan ini merupakan peluang yang bagus, mengingat di daerah Banyumas khususnya juga belum ada balai seperti itu, dan balai ini juga tidak hanya untuk *wedding* saja namun bisa disewakan untuk berbagai acara seperti *prewedding*, *party*, acara *anniversary* dan lain sebagainya

33. Apakah Bapak merasakan adanya perubahan setelah menggunakan ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha?

Jawab: Merasakan, Alhamdulillah dari tahun ke tahun selalu meningkat, kalo di ukur dari 3 tahun kebelakang, alhamdulillah dari tahun 2020 di masa pandemi hingga 2021 profit selalu meningkat walaupun sempat terjadi penurunan setelah itu yaitu di tahun 2022, namun di tahun 2023 kami berhasil menaikkan kembali profit. Karena kami selalu berkomitmen untuk tetap mengusahakan yang terbaik sehingga alhamdulillah tahun 2024 nanti kami akan menjalankan bisnis baru.

34. Apakah Bapak merasakan adanya perubahan setelah menggunakan ICT sebagai strategi manajemen?

Jawab: Perubahan itu pasti sangat dirasakan, apalagi dengan adanya *Information and Communication Technology* yang semakin hari semakin luar biasa ini, kami mengikutinya dengan enjoy dan dengan sangat senang karena pekerjaan kita menjadi semakin mudah, semakin efisien dan efektif dalam segala hal, terutama dalam manajemen bisnis dan membuatnya sebagai strategi bisnis, kita bisa

mengikuti berbagai trend dan meningkatkan *engagement rate* usaha dan dasbor bisnis professional di media sosial agar bisnis kita semakin diketahui oleh banyak orang yang tadinya kami hanya memperkenalkan bisnis kita dari mulut ke mulut hingga sekarang dimudahkan dengan adanya berbagai aplikasi yang mendukung kita agar terus maju dan meningkatkan kinerja usaha.

D. Pertanyaan untuk Makeup Artist (MUA) Galeri Wedding Era Waluyo

1. Apa hal yang menurut Ibu paling penting dari bisnis yang Ibu jalankan?

Jawab: Kualitas jasa dan service kita ke klient ataupun calon klient.

2. Bagaimana proses awal Ibu menjadi seorang *MUA*?

Jawab: Awal merias saya belajar dengan Ibu saya, dan setelah mendapatkan uang untuk *privat*, saya mulai *privat* di Pusphita Marta dan private dengan beberapa *MUA* ternama.

3. Strategi apa saja yang diterapkan dalam menjalankan bisnis Galeri Wedding Era Waluyo ini?

Jawab: Strategi pemasaran awalnya dari mulut ke mulut namun sekarang sudah memanfaatkan *Information and Communication Technology* sebagai strategi manajemen, mengikuti era digital sekarang kita sebagai pengusaha juga harus cerdas dalam memanfaatkannya.

4. Apakah Ibu merasakan penerapan ICT sebagai strategi manajemen dalam meningkatkan kinerja usaha dalam bisnis Ibu sudah efektif?

Jawab: Insya Allah sudah, dibuktikan dengan kinerja usaha yang Alhamdulillah terus mengalami kenaikan juga.

5. Apakah ada kenaikan kinerja usaha yang ditandai dengan peningkatan penjualan, peningkatan profit dan pertumbuhan yang memuaskan setelah ibu menjadikan ICT sebagai strategi bisnis?

Jawab: ada dan untuk lebih jelasnya bisa ke Bapak.

6. Apa saja tantangan yang Ibu temui selama menjalankan bisnis?

Jawab: Kalo saya merasakan tantangannya itu di banyaknya pesaing yang mulai berdatangan, mereka berusaha menaikkan kualitas namun menurunkan harga, nah itu kan merusak harga pasar yaa, jujur saya sangat tidak nyaman dengan itu, jadi banyak orang yang kurang menghargai jasa *MUA* karena oknum-oknum seperti itu. Untuk mengatasi hal tersebut kami berkomitmen untuk selalu memberikan service yang sesuai dengan harga yang diberikan dan tidak ikut-ikutan, karena yang berhak menentukan harga ya kita sendiri kita yang mengetahui persis bagaimana jasa kita.

7. Bagaimana cara Ibu menghadaapi tantangan-tantangan yang ada?

Jawab: Dengan cara tetap bertahan dengan kualitas dan tidak goyah, karena target pasar juga menengah keatas yang hal itu sangat menuntungkan bagi kami.

8. Apa saja jobdesk yang ibu jalankan dalam Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Hanya sebagai perias saja, untuk pengelolaan Galeri dan penerimaan klient itu semuanya diatur sama Mba Dinda dan untuk manajemen terkait strategi-strategi dan pemasaran serta konten-konten di media sosial itu Bapak yang ngelola

A. Pertanyaan untuk Karyawan Tetap Galeri Wedding Era Waluyo

1. Siapa nama Mba?

Jawab: Dinda

2. Sejak kapan bekerja di Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Sejak tahun 2011

3. Apa saja jobdesk selama bekerja?

Jawab:

- a. Menerima klient di Galeri.

- b. Mencatat setiap pesanan klient.
 - c. Membuat pembukuan terkait *wedding*.
 - d. Membantu pelaksanaan *fitting* gaun dengan klient
 - e. Mencatat segala transaksi keuangan dengan klient ataupun vendor dan membantu proses *packing*.
4. Bagaimana prosedur kerja selama di Galeri Wedding Era Waluyo?
Jawab: Kerja *team* mba, walaupun di Galeri saya sendiri karena hanya ada satu karyawan tetap namun pas hari H banyak *team*nya.
5. Apakah Mba Dinda turut membantu dalam menerapkan ICT sebagai strategi manajemen di Galeri Wedding Era Waluyo?
Jawab: Iya
6. Bagaimana pemahaman program mengenai *Information and Communication Technology* yang diberikan manajer terhadap anda?
Jawab: Pelatihan yang dibimbing oleh Bapak mengenai pengetahuan program dan berbagai aplikasi untuk pencatatan berbagai dokumen serta pemasukan hingga pengeluaran, dan cara menggunakan *google calender*, *google spreadsheet*, *google drive* dengan baik dan benar ini dapat saya lakukan dengan baik. Awalnya saya sempat merasa susah karena sudah terbiasa menggunakan cara mencatat manual di buku namun sekarang lebih suka dan merasa miudah menggunakan berbagai software yang memanfaatkan peran ICT tersebut mba.
7. Apakah anda suah merasa strategi yang diterapkan sudah tepat waktu dan efektif?
Jawab: Ketepatan waktu disini yang saya lakukan adalah dalam mengelola galeri, saya mempunyai jadwal sendiri untuk apa saja yang dilakukan di galeri, biasanya dibantu oleh mahasiswa yang magang di Era Waluyo dari mulai membereskan semua baju, gaun, dan accesoris hingga menerima fitting klient sampai dengan mecatat semua bookingan, mencatat pengeluaran pemasukan dan mengelola inventaris Era Waluyo, mengingatkan schedule hari H *wedding*

klient kepada Ibu dan mengingatkan jadwal rapat dengan para vendor.

8. Bentuk pelayanan apa saja yang diberikan kepada calon konsumen oleh Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Kalo jasa yang disediakan banyak pilihan, untuk pelayanan kami selalu memberikan *service* yang terbaik seperti di Galeri disediakan tempat yang nyaman dan ada minum serta cemilan, seta ada tempat tunggu dan parkir yang cukup luas.

9. Bagaimana anda mengefektifkan penggunaan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang pertama yaitu *hardware*?

Jawab: Jujur saya sangat terbantu dengan adanya hardware dalam perkembangan ICT yang ada ini, saya bekerja di Era Waluyo sudah lama sejak tahun 2019 dan disini saya mengikuti seluruh perkembangan yang ada, dari mulai fitting hanya mengandalkan notulensi di buku hingga sekarang berubah menggunakan aplikasi, dari mulai menamai koper baju dengan tulisan tangan hingga sekarang menggunakan aplikasi di design dan diprint, selain lebih rapi hal ini juga dapat mempersingkat waktu pekerjaan saya dan menjadi lebih produktif, kalo urusan media sosial itu lebih jelasnya ke bapak Taqiyudin karena beliau yang memegang akun dan membuat semua ide konten.

10. Bagaimana anda mengefektifkan penggunaan komponen ICT sebagai strategi manajemen yang kedua yaitu *software*?

Jawab: Prosedur dan proses sistem yang berjalan saat ini mulai dari tahap promosi, booking tanggal fitting baju, pemesanan datang ke Galeri dan memilih paket wedding yang ada pada pricelist Era Waluyo, menetapkan tanggal dan menggunakan aplikasi *Google Calender* untuk menulis semua job yang sudah masuk di bulan itu, mencatat nama client yang fix booking dan sudah melakukan DP, pengguna jasa membayar DP pada saat pemesanan sekaligus untuk booking tanggal bisa menggunakan metode *cash* atau *transfer*,

namun dinda mengatakan bahwa hanya 5% yang menggunakan metode *cash*, selebihnya lebih memilih menggunakan metode *transfer* karena merasa lebih mudah, cepat, aman. Disini menunjukkan bahwa aplikasi *mobile money* sangat bermanfaat bagi sebuah perusahaan, setelah itu para vendor menyusun *rundown* acara *wedding* sesuai dengan permintaan pengguna jasa menggunakan *software google documen* serta *spreadseet* biar semua vendor yang terlibat dapat melihat dan mengedit langsung apabila ada perubahan keterangan tempat acara, *team*, dan lain-lain

11. Apakah anda merasa terbebani dengan adanya *Information, Communication & Technology* ?

Jawab: Tidak

12. Bagaimana cara melayani customer yang melakukan booking atau reservasi yang langsung datang ke galeri dan yang menggunakan media sosial ?

Jawab: untuk customer yang datang ke galeri diharuskan sudah janji terlebih dahulu agar tidak bertabrakan waktunya dengan yang lain, namun untuk yang media sosial dipegang oleh Bapak.

13. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Era Waluyo dalam mengefektifkan *Information, Communication & Technology* dalam Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Kalo dari aku pribadi si Alhamdulillah aman aja selama ini, kalo misal ada yang bingung langsung tanya ke Bapak.

14. Apakah anda merasakan manfaat dari *Information, Communication & Technology* terhadap pengembangan bisnis di Galeri Wedding Era Waluyo?

Jawab: Saya hanya bertugas sebagai asistent makeup artis di hari-H, penerima tamu, menjadi admin di Galeri, dan mencatat semua tanggal booking client hingga menuliskan busana yang dipilih client untuk hari H pernikahan sedangkan untuk pengelolaan media sosial, upload konten, membuat konten dan ide itu semua dari Bapak, dan

yang take video atau foto seringnya dari para photographer dan videographer freelance yang bertugas di acara tersebut. Kalo dari kacamata saya memang benar-benar berpengaruh, apalagi semenjak adanya TikTok yang apa-apa cepet viral, semakin menjadi peluang bagus bagi usaha *wedding* untuk mencari klient.



Lampiran 3

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Manajer Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto
(Bulan Oktober)



Wawancara dengan Manajer Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto
(Bulan November)



Wawancara dengan *MUA* Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto



Wawancara dengan Karyawan Galeri Wedding Era Waluyo



Foto Bersama pemilik Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto



Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto (tampak dalam)



Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto (tampak luar)



Proses Pelayanan Klient di Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto

Lampiran 4

Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 4584/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/10/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Riska Linda Febriaeni
 NIM : 2017201090
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Pembimbing Skripsi : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
 Judul : Efektivitas ICT (Information and Communication Technology) Sebagai Strategi Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto.

Pada tanggal 16 Oktober 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 17 Oktober 2023
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 5

Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 180/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/3/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Riska Linda Febriaeni

NIM : 2017201090

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 4 Maret 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **80 / B+**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 5 Maret 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 6

Surat Permohonan Izin Observasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3373/Un.19/FEBl.J.ES/PP.009/7/2023 Purwokerto, 17 Juli 2023
 Lamp. : -
 Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.
 Manager Gallery Wedding Era Waluyo
 Di
 Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Efektivitas ICT (Information Communication and Technology) dalam Strategi Manajemen Pengelolaan Usaha di Galery Wedding Era Waluyo (Studi Kasus pada Galery Wedding Era Waluyo Purwokerto). Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Riska Linda Febriani
2. NIM : 2017201090
3. Semester / Program Studi : 7 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2023 / 2024
5. Alamat : Desa Sokawera RT 004 RW 007 Kecamatan Cilogok, Kabupaten Banyumas

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Efektivitas ICT (Information Communication & Technology) dan Strategi Manajemen
2. Tempat/ Lokasi : Gallery Wedding Era Waluyo
3. Waktu Observasi : Juli s/d September 2023

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.




Koord. Prodi Ekonomi Syariah

[Signature]
 Dewi Laela Hilyatin, M.S.I

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip















Lampiran 7


Kartu Bimbingan




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febu.uinmaszu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

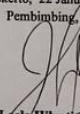
Nama : Riska Linda Febriani
 NIM : 2017201090
 Prodi/semester : Ekonomi Syariah 4
 Dosen Pembimbing : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI.
 Judul Skripsi : Efektivitas ICT (*Information and Communication Technology*) Sebagai Strategi Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Pada Galeri Wedding Era Waluyo Purwokerto

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Senin, 17 Juli 2023	- Perbaikan judul - Penandatanganan surat ketersediaan		
2	Senin, 2 Oktober 2023	- Perbaikan latar belakang - Penambahan indikator kinerja dan efektivitas		
3	Rabu, 4 Oktober 2023	- Pengarahan wawancara, - Perbaikan daftar pustaka dan penambahan referensi		
4	Senin, 9 Oktober 2023	- Acc Seminar proposal		
5	Jum'at, 8 Desember 2023	- Setelah seminar proposal BAB 1-3		
6	Rabu, 27 Desember 2023	- Bimbingan BAB 4		
7	Senin, 18 Januari 2024	- Penambahan keterkaitan dengan ekonomi islam di BAB 4		


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febu.uinmaszu.ac.id

8	Jum'at 22 Januari 2024	- perbaikan lampiran - lampiran		
---	------------------------	---------------------------------	--	---

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
 **) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 22 Januari 2024
 Pembimbing,

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.SI.
 NIP. 19851112 200912 2 007

*Lampiran 8***Sertifikat KKN**

The certificate features a decorative border with green and yellow wavy patterns. At the top right, there are three logos: the UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri logo, the LPPM logo with the tagline 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat', and the KAMPUS logo. The main title 'Sertifikat' is in a large, bold, green font. Below it, the certificate number is provided. The issuing institution is identified as LPPM Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. The recipient's details, including name, NIM, faculty, and program, are listed. The text states that the student has completed the KKN activity and is declared 'LULUS' with a grade of 'A (90)'. A student photo and a QR code for validation are included at the bottom.

 |  **LPPM**
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0001/K.LPPM/KKN.51/06/2023

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **RISKA LINDA FEBRIAENI**
NIM : **2017201090**
Fakultas : **Ekonomi & Bisnis Islam**
Program Studi : **Ekonomi Syariah (ESY)**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-51 Tahun 2023,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **A (90)**.

Certificate Validation

Lampiran 9

Sertifikat PPL

	
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM <small>Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54, Purwokerto 53126</small> <small>Telp. 0281-6535024, Faks. 0281-6535533, Website: febi.uinsatru.ac.id</small>	
	
Nomor : 4321/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/10/2023	
Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :	
Nama : Riska Linda Febriaeni NIM : 2017201090	Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023 di :
Galery Karya kreatif Serayu Rita Mall	
Mulai Bulan Juli 2023 sampai dengan Agustus 2023 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A. Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian <i>Munawasyah</i> /Skripsi.	Purwokerto, 2 Oktober 2023
Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  Dr. H. Jamal Abdi, A.C.S., M.A. <small>NIP.19730921 2002121 004</small>	Kepala Laboratorium FEBI  H. Sochim, Lc., M.Si. <small>NIP. 19691009 200312 1 001</small>

Lampiran 10**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****1) Identitas Diri**

1. Nama : Riska Linda Febriaeni
2. NIM : 2017201090
3. Tempat/Tgl Lahir : Banyumas, 23 Februari 2002
4. Alamat : Sokawera 004/007, Cilongok
5. Nama Orang Tua
6. Nama Ayah : Suwarto
7. Nama Ibu : Alfiyatun Khasanah

2) Riwayat Pendidikan**1. Pendidikan Formal**

- a. TK Diponegoro 47 Sokawera, tahun lulus 2007
- b. MI Ma'arif NU 2 Al-Huda Sokawera, tahun lulus 2013
- c. MTs Ma'arif NU 1 Cilongok, tahun lulus 2016
- d. SMK Maarif NU 2 Ajibarang, tahun lulus 2019
- e. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, tahun masuk 2019

2. Pendidikan Non-Formal

- a. Asrama Putri SMK Maarif NU 2 Ajibarang
- b. Pondok Pesantren Nurussyifa Purwokerto

3) Prestasi Akademik

1. Juara 3 Bussines Plan Temu Ilmiah Regional Jawa Tengah 2023

4) Prestasi Non Akademik

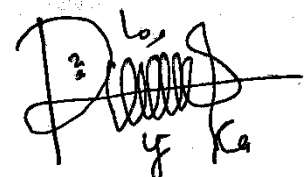
1. Juara Favorit Lomba Video Cinta Bangsa Paham Rupiah NFT, 2022
2. Juara 2 Reels Competition Seventseast Universitas Brawijaya Tingkat Nasional, 2022

3. Juara Favorit Reels Competition Seventseast Universitas Brawijaya Tingkat Nasional, 2022
4. Juara 3 Creative Video Contest ICIE UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan Tingkat Internasional, 2022
5. Juara Favorit TikTok Competition KaSEIVENT 5.0 Universitas Riau Tingkat Nasional, 2022
6. Juara 1 TikTok Challenge HMJ Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022
7. Juara 3 Creative Video Contest International Competition Islamic Ecotory (ICIE), 2023
8. Juara 1 Terbaik Video kreatif Festival Investasi KSPM FEBI UIN SAIZU, 2023
9. Juara 3 Vloging Bisnis Halal International Olympiad on Islamic Ecotory (IOSIE), 2023
10. Juara Harapan 3 Lomba Video Kreatif Millad Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2023
11. Juara 1 dan Juara Favorit Lomba Foto Testimoni Perpustakaan Bank Indonesia-Perpusda Purwokerto, 2023
12. Juara 2 Lomba Vloging QRIS Merakyat Bank Indonesia

E. Pengalaman Organisasi

1. GenBI Purwokerto
2. KSEI FEBI UIN SAIZU Purwokerto

Purwokerto, 25 Maret 2024



Riska Linda Febriaeni