

**UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)**

**MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**

**TANGGAL 18 APRIL 2020 ANGGKATAN 3**

**DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

**ARAHAN :**

- 1. Jawaban dibuat dan dikirimkan melalui email**
- 2. Dikumpul pada tanggal 25 april .**

1.Komunikasi merupakan proses transaksional, dimana elemen-elemen di dalamnya saling berkaitan satu sama lain ,Kekuatan media komunikasi politik yang luar biasa terutama media masa membuat aktor-aktor politik bahkan pemerintah yang sedang berkuasa memanfaatkanya untuk membentuk opini publik.

Bagaimana Analisa Sdr, peran dari seorang Manajer dalam menghadapi situasi ini

2. Dalam komunikasi organisasi, terdapat sturktur organisasi dan peran masing-masing individu yang mempengaruhi komunikasi yang terbentuk.

Covid-19 telah mempengaruhi dan mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian Bangsa dan Negara. Bagaimana analisa SDR Jika keadaan ini dikaitkan dengan industri dan bisnis media apakah ia menguntungkan atau merugikan ?

Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini.

3.Perusahaan multinasional di bidang media akan menghadapi masalah dalam mengelola keragaman sebagai akibat perusahaan bergerak di berbagai daerah geografis, dengan segmen pasar yang berbeda, saluran penjualan dan produk yang berbeda.

Bagaimana Peran Seorang Manajer Marketing dalam mengelola perusahaan dalam situasi Bisnis demikian. Jelaskan dan analisis

**SOAL TAMAT**



**UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)**  
**MATA KULIAH : MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**  
**DOSEN PENGAMPU : Dr.Ir RATU MUTIALELA CAROPOBEKA.,M.Si**

Nama : Andriansyah  
NIM : 182910030

1. Komunikasi merupakan proses transaksional, dimana elemen-elemen didalamnya saling berkaitan satu sama lain, kekuatan media komunikasi politik yang luar biasa terutama media massa membuat aktor-aktor politik bahkan pemerintah yang sedang berkuasa memanfaatkannya untuk membentuk opini publik.  
Bagaimana analisa saudara peran dari seorang manager dalam situasi ini?

Jawab :

media-massa sering disebut sebagai kekuatan keempat dalam suatu negara, setelah lembaga-lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif. Tapi itu hanya berlaku di negara demokratis. Semakin demokratis suatu negara, semakin besar peran media-massa dalam proses kehidupan demokrasi negara yang bersangkutan. Karena adanya kebebasan pers itulah. Media-massa yang terdiri dari media cetak dan elektronik, memiliki kebebasan untuk menurunkan berita apa pun untuk konsumsi masyarakat. Masyarakat dapat mengakses berita dari media yang dipilihnya. Dari berita-berita yang disajikan dapat menambah pengetahuan pembaca atau pendengarnya. Bila berita-berita itu dianggap mengandung kebenaran, maka untuk tingkatan lebih lanjut akan terbentuk opini atas suatu kejadian penting dan hal itu akan memengaruhi masyarakat pembaca/pendengar untuk menganut opini yang tersebar dan akhirnya selain sempurna juga menjadi opini publik (public opinion). Maka disinilah secara garis besar dampak nyata betapa media-massa mempunyai peranan besar dalam membentuk opini masyarakat.

Analisa saya masyarakat menginginkan pemerintahan yang sehat dan stabil, dalam konteks ini media masih lebih unggul dalam pembentukan opini publik bagi masyarakat yang menginginkan kehidupan bernegara berbangsa yang semakin demokratis.

2. Dalam komunikasi organisasi, terdapat struktur organisasi dan peran masing-masing individu yang mempengaruhi komunikasi yang terbentuk.

Covid-19 telah mempengaruhi dan mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian bangsa dan Negara. Bagaimana analisa saudara jika keadaan ini dikaitkan dengan industri dan bisnis media apakah ia menguntungkan atau merugikan?  
Dari segi ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini?

Jawab :

industri yang paling terkena dampaknya terbagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama yang paling terkena dampak cukup tinggi yaitu industri seperti garment, otomotif, supplier otomotif, konsumen, pariwisata, maskapai penerbangan, hingga pengiriman. Pada bagian kedua yang terkena dampak secara moderat adalah industri minuman, kimia, manufaktur, media, logam dan tambang, minyak dan gas, properti, agrikultur hingga perusahaan teknologi *hardware*. Pada bagian ketiga yang terkena dampak agak minim adalah industri-industri seperti konstruksi, pertahanan, peralatan, transportasi, farmasi, pengemasan, ritel makanan hingga telekomunikasi.

Industri adalah salah satu penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia di tahun lalu. Kontribusi yang diberikan dari industri ini pada PDB 2019 tercatat 19,62%. Kontribusi tersebut jauh di atas Perdagangan, Pertanian, Konstruksi hingga Pertambangan. Menurut data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik (BPS) selama Februari 2020 nilai impor dari semua golongan barang turun dibanding Januari 2020. Mulai dari impor bahan konsumsi yang menurun 39,91%, lalu impor bahan baku/penolong turun 15,89% hingga barang modal turun 18,03%. Hal tersebut juga membuktikan bahwa penurunan impor bahan baku tersebut dalam negeri tengah lesu.

Teori ekonomi politik media ekonomi sebagai kajian bagaimana berbagai macam nilai-nilai diproduksi, didistribusikan, dipertukarkan, dan dikonsumsi; bagaimana kekuasaan diproduksi, didistribusikan, dan diterapkan; dan bagaimana berbagai aspek dunia sosial saling berkaitan dalam konteks ruang dan waktu.

3. Perusahaan multinasional di bidang media akan menghadapi masalah dalam mengelola keragaman sebagai akibat perusahaan bergerak diberbagai daerah geografis, dengan segmen pasar yang berbeda, saluran penjualan dan produk yang berbeda.

Bagaimana peran seorang manager marketing dalam mengelola perusahaan dalam situasi bisnis demikian, jelaskan dan analisiskan?

Jawab :

Dalam menjalankan sebuah bisnis maka juga perlu melakukan perkembangan pasar yang menjadi tren atau banyak diminati oleh konsumen. Dimana sampai saat ini pasar merupakan faktor utama yang penting dan dibutuhkan oleh para pelaku bisnis dalam bidang apapun. Memiliki sebuah produk yang bernilai dan berkualitas baik tetapi tidak memiliki pasar yang bagus akan terasa percuma. Diperlukan sebuah strategi khusus untuk menjalankan bisnis agar memiliki pasar yang bagus. Terlebih saat ini tren pasar semakin berubah-ubah yang membuat permintaan terkait produk pun juga berubah-ubah. Sebagai pelaku bisnis sudah selayaknya mengikuti perkembangan pasar meskipun sering kali berubah-ubah. Dimana hal itu bermanfaat untuk membuat besarnya peluang bisnis yang ada untuk memenangkan persaingan pasar. Untuk itu perlunya sebuah tindakan agar mampu mengatasi tren pasar yang berubah-ubah agar tetap memberikan kelancaran bagi bisnis yang dijalankan.

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

Nama : Annisatul Mardiah

NIM : 182910029

UTS

1. Komunikasi merupakan proses transaksional, dimana elemen-elemen di dalamnya saling berkaitan satu sama lain ,Kekuatan media komunikasi politik yang luar biasa terutama media masa membuat aktor-aktor politik bahkan pemerintah yang sedang berkuasa memanfaatkannya untuk membentuk opini publik.

**Bagaimana Analisa Sdr, peran dari seorang Manajer dalam menghadapi situasi ini**

**Jawab :**

Seperti yang telah kita ketahui bersama bahwasanya media massa merupakan wadah atau tempat bagi pemerintah untuk menggiring opini publik. “Seseorang yang menguasai media, maka ia akan menguasai dunia.” Hal inilah yang sebenarnya membuat para politikus untuk berlomba-lomba mencari empati dan simpati publik, dengan berkembangnya media massa menjadi momok yang mengembirakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan didalamnya.

Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwasanya banyak media yang bersikap tidak netral dan jauh mebelok dari etika jurnalistik yang seharusnya. Banyak media baik cetak, *online*, maupun elektronik seakan menggiring publik untuk memihak pada suatu partai ataupun organisasi. Sangat tidak rasional apabila saya mengatakan bahwasanya manajer harus dapat bersikap netral dalam hal ini, dikarenakan di dalam media itu sendiri, terkadang terdapat oknum-oknum yang menginginkan hal ini sehingga muncul *konglomerasi media*.

Selain itu, menurut saya mungkin media dapat berpihak kepada satu organisasi ataupun partai tetapi kita sebagai masyarakat haruslah dapat mengambil sisi positifnya saja dan memilih serta memilah berita yang sifatnya netral. Selain itu media juga harus mempertimbangkan asupan-

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

asupan berita yang diberikan kepada masyarakat. Berita yang diberikan idealnya tidak memihak atau netral, tetapi berita yang akan ditayangkan baik di media cetak ataupun elektronik di atur oleh pemilik atau pasar hal inilah yang sering kali menyebabkan masyarakat berfikir bahwa media berpihak pada suatu oknum.

2. Dalam komunikasi organisasi, terdapat struktur organisasi dan peran masing-masing individu yang mempengaruhi komunikasi yang terbentuk.

Covid-19 telah mempengaruhi dan mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian Bangsa dan Negara.

**Bagaimana analisa SDR Jika keadaan ini dikaitkan dengan industri dan bisnis media apakah ia menguntungkan atau merugikan ?**

**Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini.**

**Jawab :**

Virus corona telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Sejumlah pemutusan hubungan kerja (PHK) mulai terjadi. Pasalnya, virus corona telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis tak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan. Semenjak WHO (World Health Organization) mengumumkan bahwa COVID-19 merupakan pandemi dunia, perilaku konsumen di berbagai sektor bisnis berubah. Konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk tetap bertahan di situasi ini. Tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulan lalu. Tidak heran jika krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan.

krisis COVID-19 tetaplah krisis yang berdampak pada ekonomi. Para konsumen cenderung untuk menahan diri melakukan konsumsi dan memilih untuk memiliki uang secara tunai. Dampaknya adalah peningkatan transaksi terjadi di pegadaian sebesar 82%.

Dari uang yang didapatkan dari pegadaian tersebut selain digunakan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Juga digunakan untuk

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

memenuhi kebutuhan farmasi yang diharapkan bisa memberikan perlindungan kesehatan di masa krisis virus corona. Perilaku ini terlihat dari peningkatan dari sektor farmasi sebesar 223%. Hal yang paling menarik dari data ini adalah, bagaimana Yelp juga menemukan fenomena peningkatan transaksi di sektor senjata. Bisa jadi hal ini terjadi karena tidak adanya kepastian dan tingkat stres yang tinggi mengakibatkan masyarakat menjadi lebih waspada dan berhati-hati. Akibatnya, konsumen menjadi ingin melindungi diri dari kemungkinan-kemungkinan buruk seperti perampokan atau sengketa. Begitu juga dengan peningkatan aktifitas di penyedia alat-alat berburu dan memancing. Pertumbuhannya mencapai 155% yang menandakan bahwa konsumen berusaha untuk bisa tetap bertahan hidup di situasi terburuk. Yakni dengan menemukan makanan dan konsumsi secara mandiri, selain itu alat-alat berburu juga bisa digunakan untuk melindungi diri.

### **Dampak positif**

1.TERSEDIANYA WAKTU LEBIH UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK Seringkali pelaku kreatif hanya fokus ke develop produk tanpa memperhitungkan proses QC (Quality Control) dan upgrade produk. Nah dengan adanya hambatan ini membuat ada kesempatan untuk berfikir kembali apa yang akan kita kembangkan kedepan untuk bisa laku di pasaran.

2.BANYAK IDE KREATIF YANG MUNCUL Terkadang produk yang kita siapkan tidak sesuai dengan momen yang ada. Misal: Kita mau jualan tiket wisata disaat banyak tempat lockdown atau pembatasan wilayah. Hal ini yang membuat pemilik usaha / produk harus berfikir lebih kritis dan kreatif untuk mencari celah peluang bisnis yang bisa dijalankan. Semisal: Pelaku tiketing online pivot menjadi jual beli merchandise pariwisata dari daerah wisata.

3.WAKTU UNTUK SELF IMPROVEMENT (BELAJAR SENDIRI) LEBIH BANYAK Dengan perkembangan teknologi saat ini dan banyaknya platform penyedia pelatihan online membuat kita lebih mudah dalam mengakses hal hal tersebut untuk menguatkan personal knowledge kita. Bahkan efek dari School From Home (SFH) membuat orang tua juga harus bisa self



## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

improvement dalam mengajari anak-anaknya untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh pengajar di sekolah. Begitupun dengan mahasiswa harus lebih banyak referensi untuk bisa mengerjakan tugas dari Dosen dengan mengakses beberapa referensi online yang tersedia.

4.WAKTU BERKUMPUL LEBIH LAMA DENGAN KELUARGA Terus menerus bekerja juga menjadi hal yang sebenarnya negatif untuk kesehatan rohani. Saat ini adalah waktu yang tepat untuk banyak berkumpul dengan keluarga di rumah. Walaupun melakukan pekerjaan dirumah namun tetap bisa bercengkrama dengan keluarga yang ada di rumah. Level kebahagiaan akan naik dan membuat kita semakin awet muda dan serta lebih sehat tentunya.

5.KESADARAN UNTUK PUNYA BANYAK RENCANA Adanya pandemic ini juga mengajarkan pelaku industri untuk harus memiliki banyak plan / rencana proyeksi. Mempertimbangkan kondisi, moment dan waktu yang kadang tidak bisa kita prediksi sehingga harus lebih cermat dalam membuat business plan / proyeksi keuangan. Tentunya dengan menyiapkan beberapa alternatif yang bisa diterapkan ketika terjadi kondisi darurat seperti saat ini.

6.HARUS LEBIH MELEK TEKNOLOGI Ini hal yang penting karena hampir sebagian besar aktifitas kita lakukan secara online. Mulai dari belajar, diskusi, jualan bahkan beribadah sekarang dilakukan secara online. Hal ini juga memaksa kita untuk lebih bisa menerima perkembangan teknologi saat ini. Industri kreatif berbasis aplikasi juga diuntungkan dengan hal ini karena produknya bisa digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan.

### **Sektor yang tumbuh negatif**

Ada sektor yang tumbuh positif, tentu saja ada sektor yang tumbuh negatif di tengah krisis COVID-19. Melihat data yang dilansir Yelp, mayoritas sektor yang tumbuh negatif adalah sektor-sektor sekunder yang tidak pemenuhannya tidak terlalu penting bagi para konsumen. Contohnya seperti toko-toko gaun pengantin yang menurun hingga 63%. Di situasi krisis seperti saat ini tentu sangat sedikit orang yang nekad untuk tetap mengadakan pesta pernikahan.

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

**MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**

**DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

Terlihat pula penurunan transaksi dari sektor barang bekas dan kuno yang mencapai 64%. Pengeluaran konsumen untuk barang-barang hobi tentu tidak menjadi prioritas di masa konsumen harus menghemat uang dan memegang uang tunai. Sementara beberapa sektor mengalami tumbuh negatif dikarenakan adanya pelarangan aktifitas di luar rumah. Misalnya seperti sektor parkir yang negatif sebesar 63%, kemudian pusat perbelanjaan yang menurun sebesar 58% dan toko-toko pinggir jalan yang turun sebesar 41%. Begitu juga dengan sektor bisnis perawatan dan penitipan anak yang menurun sebesar 41%. Sektor-sektor sekunder lain yang tidak menjadi kebutuhan utama di masa krisis adalah sektor hiburan. Sektor hiburan tentu saja hanya akan menjadi kebutuhan dasar dapat terpenuhi. Contoh sektor yang terdampak adalah sektor Bar Tapas yang sering digunakan untuk hiburan malam hari usai konsumen bekerja penat seharian. Penurunannya mencapai 65%. Begitu juga dengan toko minuman anggur yang mengalami penurunan sebesar 67%. Sementara hiburan lain seperti Terapi Pijat dan Spa juga mengalami penurunan masing-masing sebesar 39% dan 23%. Hal menarik adalah, toko mainan juga mengalami penurunan padahal aktifitas anak lebih banyak terjadi di rumah yang seharusnya membutuhkan mainan atau aktifitas yang tidak membosankan. Itu artinya, para orang tua memandang mainan bukan hal yang prioritas di masa karantina di dalam rumah. Jika mainan anak saja tidak prioritas, apalagi sektor yang membutuhkan cukup banyak biaya seperti kebutuhan renovasi atap ataupun konstruksi. Sektor ini terdampak paling besar berdasarkan laporan Yelp dengan pertumbuhan minus sebesar 85%.

Kesimpulan :

Kita bisa melihat bahwa perubahan perilaku konsumen dapat mengubah wajah ekonomi secara drastis. Sektor yang mungkin sebelumnya begitu menjanjikan, secara tiba-tiba berubah menjadi sektor yang paling terdampak dan terancam untuk mati. Data di Amerika Serikat ini menurut saya cukup menggambarkan situasi ekonomi di berbagai belahan dunia termasuk

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

**MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**

**DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

Indonesia. Sayangnya, di Indonesia saya masih belum menemukan rilis laporan dampak krisis COVID-19 pada perekonomian. Padahal data seperti ini seharusnya bisa menjadi barometer dan gambaran yang jelas tentang bagaimana sektor ekonomi terdampak pandemi. Dampak yang ditimbulkan memang tidak serta merta membunuh seluruh sektor industri. Sebab ternyata ada pula sektor yang tumbuh bahkan berkali-lipat akibat melonjaknya permintaan dan kebutuhan konsumen. Tentu saja hal ini juga akan memberikan gambaran bagaimana pebisnis merespon perubahan iklim bisnis yang terjadi sesuai dengan kondisi ekonomi. Sehingga dapat ikut masuk ke sektor yang masih hijau untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau melakukan pengetatan di sektor industri yang sedang dijalani. Memang benar ada peluang dibalik krisis, namun krisis tetap tidak menjanjikan setiap orang mampu bertahan. Apalagi krisis yang terjadi adalah krisis kesehatan yang taruhannya adalah nyawa. Oleh karena itu, akan lebih bijak jika setiap pihak yang terlibat dalam sektor industri bisa lebih waspada untuk memperhatikan kesehatan dari pada mengejar peluang bisnis. Jikapun memang ingin mengejar peluang, sebaiknya dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat dan memang ditujukan untuk membantu masyarakat untuk terus bisa bertahan di tengah terpaan krisis.

Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini. Adalah Teori Komunikasi ekonomi politik yaitu sebagai kajian bagaimana berbagai macam nilai-nilai diproduksi, didistribusikan, dipertukarkan, dan dikonsumsi; bagaimana kekuasaan diproduksi, didistribusikan, dan diterapkan; dan bagaimana berbagai aspek dunia sosial saling berkaitan dalam konteks ruang dan waktu.

3. Perusahaan multinasional di bidang media akan menghadapi masalah dalam mengelola keragaman sebagai akibat perusahaan bergerak di berbagai daerah geografis, dengan segmen pasar yang berbeda, saluran penjualan dan produk yang berbeda.

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

**Bagaimana Peran Seorang Manajer Marketing dalam mengelola perusahaan dalam situasi Bisnis demikian. Jelaskan dan analisis**

**Jawab :**

a. Aspek Pelanggan dan Marketing:

Pastikan keselamatan pelanggan dengan standar gerai yang bersih dan aman. Contoh dengan pengecekan suhu terhadap pelanggan yang akan masuk, menyiapkan hand sanitizer di seluruh jaringan waralaba, dan jika ada area cuci tangan pastikan bersih dan berfungsi. Buat SOP khusus menghadapi bencana pandemik Covid-19 sebagai petunjuk untuk seluruh jaringan waralaba, untuk keamanan karyawan dan pelanggan. Lakukan program "marketing in crisis", buat program penjualan yang menarik yang dapat meningkatkan penjualan dan cashflow walaupun profitnya "tipis-tipis" dengan pembatasan waktu tertentu. Sampaikan program marketing yang simpatik akan bencana wabah Covid-19, misalkan dengan mengeluarkan program khusus delivery yang memudahkan pelanggan yang bekerja, sekolah, dan beribadah di rumah dapat terlayani dengan baik. Sampaikan aktivitas program "marketing in crisis" melalui sarana digital seperti website, sosial media, media digital, aplikasi chatting, poster, dan spanduk di masing-masing gerai dengan content marketing yang simpatik. Kontrol dan meeting penjualan secara harian baik langsung atau melalui sarana komunikasi lainnya untuk memastikan pendapatan perusahaan sesuai dengan rencana, lakukan perbaikan program marketing secara cepat jika diperlukan.

b. Aspek SDM:

Lakukan edukasi terhadap karyawan akan pencegahan penularan virus Covid-19 dan timbulkan rasa tanggung jawab dan empati akan krisis yang sedang terjadi dan sampaikan langkah-langkah penyelamatan bisnis menghadapi krisis akibat Covid-19. Lakukan tindakan secara baik dan bijak, jangan timbulkan kecemasan terhadap karyawan. Jika situasi tidak memungkinkan, lakukan opsi bekerja dari rumah. Gunakan sarana

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

### MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

#### **DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

teknologi untuk memberikan laporan kerja, meeting online dan report lainnya untuk mempermudah komunikasi antar karyawan dan manajemen. Jika terpaksa bekerja dari rumah, buat petunjuk teknis secara rinci supaya kinerja karyawan tetap terjaga dan Key Performance Indicators (KPI) tercapai.

c. Aspek Keuangan:

Berapa posisi saldo saat ini dan berapa dana cadangan operasional yang dimiliki hingga tiga bulan mendatang (Maret, April, Mei) karena pemerintah mengumumkan status bencana Covid-19 hingga 29 Mei 2020. Lakukan perhitungan berapa biaya total pengeluaran operasional yang rutin, baik yang sifatnya tetap atau variabel. Sebagai catatan, bulan Mei akan ada dana keluar untuk THR karyawan. Lakukan perhitungan proyeksi pendapatan dari berbagai sumber pendapatan seperti: franchise fee, royalty fee, bahan baku, dll. Hitung dengan cermat dan lihat tren penurunan omset yang terjadi dari jaringan outlet mitra dan own outlet. Adakah potensi pendapatan lainnya yang bisa didapat misalkan dari penjualan online. Lakukan pengeluaran dengan bijak, biaya-biaya yang penting didahulukan dan yang sifatnya tidak mendesak sementara ditangguhkan jika memungkinkan. Yang tidak kalah penting adalah kontrol biaya bahan baku karena di saat terjadi krisis cenderung biaya bahan baku akan mengalami kenaikan yang sangat signifikan dan perlu diperhatikan pasokan bahan baku aman dikirim ke jaringan bisnis

## UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

TANGGAL 18 APRIL 2020 ANGKATAN 3

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

### ARAHAN :

1. Jawaban dibuat dan dikirimkan melalui email
2. Dikumpul pada tanggal 25 april .

1.Komunikasi merupakan proses transaksional, dimana elemen-elemen di dalamnya saling berkaitan satu sama lain ,Kekuatan media komunikasi politik yang luar biasa terutama media masa membuat aktor-aktor politik bahkan pemerintah yang sedang berkuasa memanfaatkannya untuk membentuk opini publik.

Bagaimana Analisa Sdr, peran dari seorang Manajer dalam menghadapi situasi ini

Jawab :

keberadaan pebisnis media di salah satu kubu pada pemilu mengancam independensi perusahaannya, dan itu yang terjadi empat tahun lalu. "Karena pemilik pengaruhnya cukup besar ke kebijakan media. Jadi kalau makin banyak owner terlibat di politik praktis, itu otomatis akan membahayakan independensi media yang dia punya pengaruh pemilik media di Indonesia cukup besar ke ruang redaksi. Keberpihakan pemilik media ke kekuatan politik tertentu lantas hampir dipastikan berdampak pada posisi politik redaksi.

Jangan sampai hak publik untuk mendapat berita yang benar, akurat, cover both side, itu tidak terjadi karena kepentingan politik pemiliknya. Kami berharap owner jangan mencampuri urusan newsroom, media yang netral justru sesuatu yang "absurd". Sebab, katanya, kebijakan redaksi pasti dikendalikan pemilik atau pasar. "Keberpihakan media wajar, namun [harus] tetap kritis, berdasarkan data dan fakta,"Pada akhirnya publik yang dirugikan karena mungkin tak dapat informasi yang kritis

2. Dalam komunikasi organisasi, terdapat struktur organisasi dan peran masing-masing individu yang mempengaruhi komunikasi yang terbentuk.

Covid-19 telah mempengaruhi dan mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian Bangsa dan Negara. Bagaimana analisa SDR Jika keadaan ini dikaitkan dengan industri dan bisnis media apakah ia menguntungkan atau merugikan ?

Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini.

Jawab

virus corona telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Sejumlah pemutusan hubungan kerja (PHK) mulai terjadi. Peralnya, virus corona telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis tak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan. Semenjak WHO (World Health Organization) mengumumkan bahwa COVID-19 merupakan pandemi dunia, perilaku konsumen di berbagai sektor bisnis berubah. Konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk tetap bertahan di situasi ini. Tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulan lalu. Tidak heran jika krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan. Sektor yang tampak tumbuh, Perubahan prioritas konsumen tergambar dari data yang menunjukkan bahwa ada peningkatan pembelian konsumen di bisnis hasil-hasil agrikultur seperti hasil perkebunan, air konsumsi, toko daging, dan toko buah serta sayur. Angka pertumbuhannya bahkan mencapai 430%. Begitu pun dengan toko bahan-bahan pangan yang meningkat sebesar 200% terhitung sejak awal Maret 2020., Selanjutnya pertumbuhan juga diikuti oleh jasa kurir antar dan jemput barang yang data menunjukkan pertumbuhan sebesar 95%. Pertumbuhan ini didasari oleh pelarangan aktifitas di luar ruangan yang sudah diberlakukan di Amerika Serikat. Menariknya, seiring dengan kebutuhan untuk transaksi jual beli secara online dan perintah untuk tetap bekerja dari rumah kemudian memberikan dampak pada industri penyedia jasa internet (ISP) dan acara televisi. Peningkatan industri ISP meningkat tajam sebesar 128% sementara televisi tumbuh sebesar 118%.

Namun krisis COVID-19 tetapih krisis yang berdampak pada ekonomi. Para konsumen cenderung untuk menahan diri melakukan konsumsi dan memilih untuk memiliki uang secara tunai. Dampaknya adalah peningkatan transaksi terjadi di pegadaian sebesar 82%.

Dari uang yang didapatkan dari pegadaian tersebut selain digunakan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan farmasi yang diharapkan bisa memberikan perlindungan kesehatan di masa krisis virus corona. Perilaku ini terlihat dari peningkatan dari sektor farmasi sebesar 223%. Hal yang paling menarik dari data ini adalah, bagaimana Yelp juga menemukan fenomena peningkatan transaksi di sektor senjata. Bisa jadi hal ini terjadi karena tidak adanya kepastian dan tingkat stres yang tinggi mengakibatkan masyarakat menjadi lebih waspada dan berhati-hati. Akibatnya, konsumen menjadi ingin melindungi diri dari kemungkinan-kemungkinan buruk seperti perampokan atau sengketa. Begitu juga dengan peningkatan aktifitas di penyedia alat-alat berburu dan memancing. Pertumbuhannya mencapai 155% yang menandakan bahwa konsumen berusaha untuk bisa tetap bertahan hidup di situasi terburuk. Yakni dengan menemukan makanan dan konsumsi secara mandiri, selain itu alat-alat berburu juga bisa digunakan untuk melindungi diri.

## Dampak positif

1. **TERSEDINYA WAKTU LEBIH UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK** Seringkali pelaku kreatif hanya fokus ke develop produk tanpa memperhitungkan proses QC (Quality Control) dan upgrade produk. Nah dengan adanya hambatan ini membuat ada kesempatan untuk berfikir kembali apa yang akan kita kembangkan kedepan untuk bisa laku di pasaran.
2. **BANYAK IDE KREATIF YANG MUNCUL** Terkadang produk yang kita siapkan tidak sesuai dengan momen yang ada. Misal: Kita mau jualan tiket wisata disaat banyak tempat lockdown atau pembatasan wilayah. Hal ini yang membuat pemilik usaha / produk harus berfikir lebih kritis dan kreatif untuk mencari celah peluang bisnis yang bisa dijalankan. Semisal: Pelaku tiketing online pivot menjadi jual beli merchandise pariwisata dari daerah wisata.
3. **WAKTU UNTUK SELF IMPROVEMENT (BELAJAR SENDIRI) LEBIH BANYAK** Dengan perkembangan teknologi saat ini dan banyaknya platform penyedia pelatihan online membuat kita lebih mudah dalam mengakses hal hal tersebut untuk menguatkan personal knowledge kita. Bahkan efek dari School From Home (SFH) membuat orang tua juga harus bisa self improvement dalam mengajari anak-anaknya untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh pengajar di sekolah. Begitupun dengan mahasiswa harus lebih banyak referensi untuk bisa mengerjakan tugas dari Dosen dengan mengakses beberapa referensi online yang tersedia.
4. **WAKTU BERKUMPUL LEBIH LAMA DENGAN KELUARGA** Terus menerus bekerja juga menjadi hal yang sebenarnya negatif untuk kesehatan rohani. Saat ini adalah waktu yang tepat untuk banyak berkumpul dengan keluarga di rumah. Walaupun melakukan pekerjaan dirumah namun tetap bisa bercengkrama dengan keluarga yang ada di rumah. Level kebahagiaan akan naik dan membuat kita semakin awet muda dan serta lebih sehat tentunya.
5. **KESADARAN UNTUK PUNYA BANYAK RENCANA** Adanya pandemic ini juga mengajarkan pelaku industri untuk harus memiliki banyak plan / rencana proyeksi. Mempertimbangkan kondisi, moment dan waktu yang kadang tidak bisa kita prediksi sehingga harus lebih cermat dalam membuat business plan / proyeksi keuangan. Tentunya dengan menyiapkan beberapa alternatif yang bisa diterapkan ketika terjadi kondisi darurat seperti saat ini.
6. **HARUS LEBIH MELEK TEKNOLOGI** Ini hal yang penting karena hampir sebagian besar aktifitas kita lakukan secara online. Mulai dari belajar, diskusi, jualan bahkan beribadah sekarang dilakukan secara online. Hal ini juga memaksa kita untuk lebih bisa menerima perkembangan teknologi saat ini. Industri kreatif berbasis aplikasi juga diuntungkan dengan hal ini karena produknya bisa digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan.

## Sektor yang tumbuh negatif

Ada sektor yang tumbuh positif, tentu saja ada sektor yang tumbuh negatif di tengah krisis COVID-19. Melihat data yang dilansir Yelp, mayoritas sektor yang tumbuh negatif adalah sektor-sektor sekunder yang tidak pemenuhannya tidak terlalu penting bagi para konsumen. Contohnya seperti toko-toko gaun pengantin yang menurun hingga 63%. Di situasi krisis seperti saat ini tentu sangat sedikit orang yang nekad untuk tetap mengadakan pesta pernikahan. Terlihat pula penurunan transaksi dari sektor barang bekas dan kuno yang mencapai 64%. Pengeluaran konsumen untuk barang-barang hobi tentu tidak



menjadi prioritas di masa konsumen harus menghemat uang dan memegang uang tunai. Sementara beberapa sektor mengalami tumbuh negatif dikarenakan adanya pelarangan aktifitas di luar rumah. Misalnya seperti sektor parkir yang negatif sebesar 63%, kemudian pusat perbelanjaan yang menurun sebesar 58% dan toko-toko pinggir jalan yang turun sebesar 41%. Begitu juga dengan sektor bisnis perawatan dan penitipan anak yang menurun sebesar 41%. Sektor-sektor sekunder lain yang tidak menjadi kebutuhan utama di masa krisis adalah sektor hiburan. Sektor hiburan tentu saja hanya akan menjadi kebutuhan dasar dapat terpenuhi. Contoh sektor yang terdampak adalah sektor Bar Tapas yang sering digunakan untuk hiburan malam hari usai konsumen bekerja penat seharian. Penurunannya mencapai 65%. Begitu juga dengan toko minuman anggur yang mengalami penurunan sebesar 67%. Sementara hiburan lain seperti Terapi Pijat dan Spa juga mengalami penurunan masing-masing sebesar 39% dan 23%. Hal menarik adalah, toko mainan juga mengalami penurunan padahal aktifitas anak lebih banyak terjadi di rumah yang seharusnya membutuhkan mainan atau aktifitas yang tidak membosankan. Itu artinya, para orang tua memandang mainan bukan hal yang prioritas di masa karantina di dalam rumah. Jika mainan anak saja tidak prioritas, apalagi sektor yang membutuhkan cukup banyak biaya seperti kebutuhan renovasi atap ataupun konstruksi. Sektor ini terdampak paling besar berdasarkan laporan Yelp dengan pertumbuhan minus sebesar 85%.

## Kesimpulan

Dari gambaran laporan Yelp, kita bisa melihat bahwa perubahan perilaku konsumen dapat mengubah wajah ekonomi secara drastis. Sektor yang mungkin sebelumnya begitu menjanjikan, secara tiba-tiba berubah menjadi sektor yang paling terdampak dan terancam untuk mati. Data di Amerika Serikat ini menurut saya cukup menggambarkan situasi ekonomi di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Sayangnya, di Indonesia saya masih belum menemukan rilis laporan dampak krisis COVID-19 pada perekonomian. Padahal data seperti ini seharusnya bisa menjadi barometer dan gambaran yang jelas tentang bagaimana sektor ekonomi terdampak pandemi. Dampak yang ditimbulkan memang tidak serta merta membunuh seluruh sektor industri. Sebab ternyata ada pula sektor yang tumbuh bahkan berkali-kali lipat akibat melonjaknya permintaan dan kebutuhan konsumen. Tentu saja hal ini juga akan memberikan gambaran bagaimana pebisnis merespon perubahan iklim bisnis yang terjadi sesuai dengan kondisi ekonomi. Sehingga dapat ikut masuk ke sektor yang masih hijau untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau melakukan pengetatan di sektor industri yang sedang dijalani. Nah, kira-kira seperti itulah hasil dari [Yelp: Coronavirus Economic Impact Report](#) yang bisa saya jabarkan untuk menggambarkan situasi bisnis saat ini. Untuk selanjutnya, apa yang bisa dilakukan? Situasi krisis sejatinya tidak dapat menjanjikan apapun. Memang benar ada peluang dibalik krisis, namun krisis tetap tidak menjanjikan setiap orang mampu bertahan. Apalagi krisis yang terjadi adalah krisis kesehatan yang taruhannya adalah nyawa. Oleh karena itu, akan lebih bijak jika setiap pihak yang terlibat dalam sektor industri bisa lebih waspada untuk memperhatikan kesehatan dari pada mengejar peluang bisnis. Jikapun memang ingin mengejar peluang, sebaiknya dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat dan memang ditujukan untuk membantu masyarakat untuk terus bisa bertahan di tengah terpaan krisis.

Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini. Adalah Teori Komunikasi ekonomi politik yaitu sebagai kajian bagaimana berbagai macam nilai-nilai diproduksi, didistribusikan,

dipertukarkan, dan dikonsumsi; bagaimana kekuasaan diproduksi, didistribusikan, dan diterapkan; dan bagaimana berbagai aspek dunia sosial saling berkaitan dalam konteks ruang dan waktu.

3. Perusahaan multinasional di bidang media akan menghadapi masalah dalam mengelola keragaman sebagai akibat perusahaan bergerak di berbagai daerah geografis, dengan segmen pasar yang berbeda, saluran penjualan dan produk yang berbeda.

Bagaimana Peran Seorang Manajer Marketing dalam mengelola perusahaan dalam situasi Bisnis demikian. Jelaskan dan analisis

## **Jawab**

### **Aspek Keuangan:**

Berapa posisi saldo saat ini dan berapa dana cadangan operasional yang dimiliki hingga tiga bulan mendatang (Maret, April, Mei) karena pemerintah mengumumkan status bencana Covid-19 hingga 29 Mei 2020. Lakukan perhitungan berapa biaya total pengeluaran operasional yang rutin, baik yang sifatnya tetap atau variabel. Sebagai catatan, bulan Mei akan ada dana keluar untuk THR karyawan.

Lakukan perhitungan proyeksi pendapatan dari berbagai sumber pendapatan seperti: *franchise fee*, *royalty fee*, bahan baku, dll. Hitung dengan cermat dan lihat tren penurunan omset yang terjadi dari jaringan outlet mitra dan own outlet. Adakah potensi pendapatan lainnya yang bisa didapat misalkan dari penjualan *online*. Lakukan pengeluaran dengan bijak, biaya-biaya yang penting didahulukan dan yang sifatnya tidak mendesak sementara ditangguhkan jika memungkinkan.

Yang tidak kalah penting adalah kontrol biaya bahan baku karena di saat terjadi krisis cenderung biaya bahan baku akan mengalami kenaikan yang sangat signifikan dan perlu diperhatikan pasokan bahan baku aman dikirim ke jaringan bisnis Anda.

### **Aspek Pelanggan dan Marketing:**

Pastikan keselamatan pelanggan dengan standar gerai yang bersih dan aman. Contoh dengan pengecekan suhu terhadap pelanggan yang akan masuk, menyiapkan *hand sanitizer* di seluruh jaringan waralaba, dan jika ada area cuci tangan pastikan bersih dan berfungsi. Buat SOP khusus menghadapi bencana pandemik Covid-19 sebagai petunjuk untuk seluruh jaringan waralaba, untuk keamanan karyawan dan pelanggan.

Lakukan program "marketing in crisis", buat program penjualan yang menarik yang dapat meningkatkan penjualan dan cashflow walaupun profitnya "tipis-tipis" dengan pembatasan waktu tertentu.

Sampaikan program *marketing* yang simpatik akan bencana wabah Covid-19, misalkan dengan mengeluarkan program khusus *delivery* yang memudahkan pelanggan yang bekerja, sekolah, dan beribadah di rumah dapat terlayani dengan baik.

Sampaikan aktivitas program "marketing in crisis" melalui sarana digital seperti website, sosial media, media digital, aplikasi chatting, poster, dan spanduk di masing-masing gerai dengan *content marketing* yang simpatik.

Kontrol dan *meeting* penjualan secara harian baik langsung atau melalui sarana komunikasi lainnya untuk memastikan pendapatan perusahaan sesuai dengan rencana, lakukan perbaikan program *marketing* secara cepat jika diperlukan.

**Aspek SDM:**

Lakukan edukasi terhadap karyawan akan pencegahan penularan virus Covid-19 dan timbulkan rasa tanggung jawab dan empati akan krisis yang sedang terjadi dan sampaikan langkah-langkah penyelamatan bisnis menghadapi krisis akibat Covid-19.

Lakukan tindakan secara baik dan bijak, jangan timbulkan kecemasan terhadap karyawan. Jika situasi tidak memungkinkan, lakukan opsi bekerja dari rumah. Gunakan sarana teknologi untuk memberikan laporan kerja, *meeting online* dan *report* lainnya untuk mempermudah komunikasi antar karyawan dan manajemen.

Jika terpaksa bekerja dari rumah, buat petunjuk teknis secara rinci supaya kinerja karyawan tetap terjaga dan Key Performance Indicators (KPI) tercapai.

**SOAL TAMAT**

**SWANDRA YADI**  
**NIM 182910032**

**UJIAN TENGAH SEMESTER (K9)**  
**MATA KULIAH: MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**  
**TANGGAL 18 APRIL 2020 ANGKATAN 3**  
**DOSEN PENGAMPU: DR. Ir. RATU MUTIALELA CAROPEBOKA., M.SI**

**ARAHAN:**

1. Jawaban dibuat dan dikirimkan melalui email
2. Dikumpul pada tanggal 25 April

1. Komunikasi merupakan proses transaksional, dimana elemen-elemen di dalamnya saling berkaitan satu sama lain, Kekuatan media komunikasi politik yang luar biasa terutama media massa membuat aktor-aktor politik bahkan pemerintah yang sedang berkuasa memanfaatkannya untuk membentuk opini publik.  
Bagaimana analisa Sdr, peran dari seorang manajer dalam menghadapi situasi ini.
2. Dalam komunikasi organisasi, terdapat struktur organisasi dan peran masing-masing individu yang mempengaruhi komunikasi yang terbentuk. Covid-19 telah mempengaruhi dan mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian Bangsa dan Negara. Bagaimana analisa Sdr jika keadaan ini dikaitkan dengan industri dan bisnis media, apakah ia menguntungkan atau merugikan?  
Dari segi ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini.
3. Perusahaan multinasional di bidang media akan menghadapi masalah dalam mengelola keragaman sebagai akibat perusahaan bergerak di berbagai daerah geografis, dengan segmen pasar yang berbeda, saluran penjualan dan produk yang berbeda. Bagaimana peran seorang manajer marketing dalam mengelola perusahaan dalam situasi bisnis demikian. Jelaskan dan analisis.

**SOAL TAMAT**

**JAWABAN:**

1. Perusahaan media dalam hal ini sebagai sumber komunikasi politik ikut berpengaruh pada opini publik, di mana opini publik mempengaruhi apa yang dilakukan oleh pejabat pemerintah dengan menggunakan budaya politik.

Oleh karena itu, sikap manajer yang baik adalah tetap memegang teguh kode etik dan undang-undang pers. Sehingga kepercayaan masyarakat kepada media akan berjalan sesuai pemikiran masing-masing individu dan tidak tertekan dalam bekerja melayani masyarakat. Sebab, ada kalanya, opini publik memang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan dalam pemerintah, dalam lingkup menyeluruh dan melibatkan seluruh masyarakat pada akhirnya.

2.

Seperti yang kita ketahui bahwa wabah virus korona atau yang dikenal dengan Covid-19 saat ini sudah menyebar di berbagai negara di belahan dunia tanpa terkecuali Indonesia. Di Indonesia dampak negatif dari wabah virus ini khususnya sektor jasa, pariwisata, dan transportasi. Banyak hotel dan biro perjalanan yang tutup dan merumahkan karyawan. Pun dengan bisnis ritel khususnya bidang fesyen yang banyak tutup karena tidak ada pembeli. Akibat dari wabah virus ini juga dirasakan oleh sederetan pelaku UMKM yang merasa kehilangan pelanggannya akibat wabah virus ini. Para pelaku UMKM ini mengalami tekanan akibat tidak dapat melakukan kegiatan usaha sehingga kemampuan memenuhi kewajiban kredit terganggu.

Bagi industri media, turunnya daya beli, tutupnya ritel, dan sebagainya yang berdampak Covid-19, justru akan memberi pengaruh negatif atau merugikan. Sebab, sedikit banyak, kabar tentang penyebaran virus Covid-19, mempengaruhi pola pikir pembaca media, baik itu cetak, online, maupun televisi.

3.

Seorang manajer marketing dalam mengelola keragaman perlu merancang strategi pemasaran yang tepat dan efektif, seperti misalnya menentukan target pasar. Dalam menetapkan target pasar, terlebih dulu harus melakukan segmentasi pasar dengan cara mengelompokkan konsumen (pembeli) ke dalam kelompok dengan ciri-ciri (sifat) yang hampir sama. Penentuan target pasar ini sangat penting karena perusahaan tidak dapat melayani seluruh konsumen atau pembeli yang ada di pasar. Pembeli yang ada terlalu banyak dengan kebutuhan dan keinginan yang beragam atau bervariasi, sehingga perusahaan harus mengidentifikasi bagian pasar mana yang akan dilayaninya sebagai target pasar. Berikut akan kita bahas lebih luas tentang target pasar. (\*)

**TERIMA KASIH**