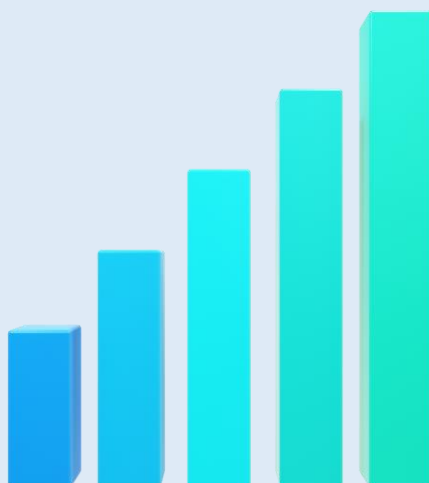




Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis

e-ISSN 2745-7273

Vol. 5, No. 2, May 2024



Training & Research Institute – Jeramba Ilmu Sukses

Jl. Brigjen Hasan Kasim No 22, Palembang, Indonesia

<https://journal.jis-institute.org>

Email: ijbmer@jis-institute.org



TIM EDITORIAL

Editor in Chief

[Dr. Muji Gunarto](#) – Universitas Bina Darma

Associate Editors

[Dr. Abdul Basyith](#) – Universitas Muhammadiyah Palembang

[Dr. Rismawati](#) - STIESA Surabaya

[Dr. Lin Yan Syah](#) – Universitas Serelo Lahat

[Dr. Hardiyansyah](#) – Universitas Serelo Lahat

[Risqo Wahid, Ph.D.](#) – Universitas Indo Global Mandiri

[Fitriya, Ph.D.](#) – Universitas Bina Nusantara



DAFTAR ISI

Judul dan Penulis	Halaman
Analisis Sikap Wisatawan Dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan (Studi Pada Pantai Mesra Gunungkidul) <i>Regina, Agung Sulistyo, Amiluhur</i>	215 - 228
Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM SilverEgg Alzan Zhafir Sidqi, Fanji Wijaya Fanji, Erna Herlinawati	229 - 244
Analisis Pengembangan Organisasi Pelayanan Publik di Rumah Sakit Umum Daerah dengan Model Weisbord <i>Denie Candra Asmara, Sulbahri Madjir, Abdul Basyith</i>	245 - 256
Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Pada Avelina Parfum <i>Atika Triya Subiya, Fanji Wijaya</i>	257 - 270
Pengaruh Upah dan Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Medan <i>Melinda Amanda, Cecep Hermana</i>	271 - 283
Pengaruh Tingkat Pendidikan, Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Bagian Produksi di PT. Kahatex <i>Lisnawati, Fanji Wijaya</i>	284 - 299
Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Angkringan Mas Ary <i>Anggi Febri Vandana, Fanji Wijaya</i>	300 - 312

Analisis Sikap Wisatawan Dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan (Studi Pada Pantai Mesra Gunungkidul)

Regina Tyas Pramukti, Agung Sulistyo², Amiluhur Soeroso
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

Penulis Korespondensi: agungsulistyo@stipram.ac.id,
reginatyas91@gmail.com, amiluhursoeroso@stipram.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 14 Maret 2024, Accepted: 03 April 2024, Published: 06 Mei 2024

Abstract

Several beaches do not maintain their existence, so interest in visiting them is low. This condition differs from Mesra Beach, which experienced a growth in visitors. To support its existence, managers must pay attention to visitors' needs. This situation is an effort to create sustainable tourism through visitor satisfaction. This research aims to determine visitors' attitudes toward Mesra Beach. This research uses mixed research methods as an exploratory effort. The Fishbein attitude model is used as a data analysis technique. Data collection uses questionnaires and interviews. Questionnaires were distributed to 384 respondents, while open interviews were conducted to explore the questionnaire results. The attributes used in this research include beach cleanliness, natural beauty, accessibility, facilities, and aesthetic photo spots. The research results explain that visitors' attitudes towards Mesra Beach are positive (92,600). This value is in the correct position (cut of the point) between the agree and strongly agree ranges. The aesthetic photo spot attribute obtained the highest attitude value (22.081). Meanwhile, the complete facilities attribute obtained the lowest attitude value (9.694). Managers can maintain the best attributes and improve the quality of attributes that obtain the opposite value. This way, Pantai Mesra can maintain its existence and formulate further policies.

Keywords: Fishbein, Mesra Beach, Sustainable Tourism, Visitor Attitudes

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor penting yang tengah berkembang dan menjadi fenomena global (Bangun Mulia, 2021). Pertumbuhan ekonomi serta pembangunan nilai sosial budaya menjadi dampak positif pariwisata (Aziz, 2022). Dalam perkembangannya, pariwisata melibatkan berbagai sektor, seperti ekonomi, sosial, kesehatan, dan sebagainya yang melibatkan peran serta masyarakat. Sebagai upaya memperoleh keseimbangan hidup dan kesejahteraan, pariwisata menjadi upaya untuk mewujudkannya (Poerwanto & Shambodo, 2020). Beberapa penelitian menegaskan jika pariwisata memberikan peranan tambahan seperti: pemberdayaan masyarakat, merangsang munculnya industri pendukung pariwisata serta mampu menurunkan emosi negatif seseorang.

Perkembangan berikutnya menempatkan sektor pariwisata dalam menjaga berbagai hal yang berkaitan dengan pariwisata, seperti layanan transportasi, ketersediaan akomodasi, serta daya tarik lainnya (Mudrikah et al., 2014). Pariwisata dan pertumbuhan ekonomi saling berkorelasi dalam memperhatikan dampak yang dihasilkan. Pariwisata berimbas langsung terhadap perekonomian, mencakup penciptaan lapangan kerja serta distribusi pendapatan (Yakup & Haryanto, 2021). Berbagai dampak yang muncul merupakan akibat pariwisata sehingga perlu dipertimbangkan dalam menjaga keberlanjutan pariwisata. Pariwisata berkelanjutan menitikberatkan pemanfaatan sehingga pengaruh positifnya dapat dirasakan semua pihak (Febriandhika & Kurniawan, 2019). Melihat dampak pariwisata tersebut, tidak sedikit wilayah di Indonesia berlomba mengembangkan peluang wisata yang ada. Keanekaragaman daya tarik menjadi aset wisata seperti budaya, etnis dan suku, adat kebiasaan memiliki peluang untuk dikembangkan. Beberapa destinasi wisata memiliki potensi dan peluang untuk dikembangkan. Namun demikian, kondisi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Namun demikian, fakta dilapangan menunjukkan banyak pengelolaan pariwisata yang berujung kegagalan. Upaya tersebut memerlukan pengelolaan kreatif agar dapat presepsi positif dibenak wisatawan (Syamsu, 2018).

Salah satu tujuan pariwisata yang dapat dinikmati adalah wisata pantai. Pantai-pantai ini tidak hanya menjadi daya tarik alami, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang besar (Febyanto et al., 2014). Pantai Mesra merupakan pantai yang terdapat di sepanjang pesisir selatan Gunungkidul. Daya tarik pantai ini menghadirkan perpaduan air laut dan pasir putih serta area lapang hijau yang indah. Pantai Mesra dikenal juga dengan nama Pantai Ngrawe, merupakan sebuah pantai indah dan estetik yang terletak di kawasan Gunungkidul Yogyakarta. Sering disebut sebagai "Miami-nya Jogja" dan merupakan destinasi populer bagi wisatawan yang mencari keindahan alam pantai dengan berbagai spot indah untuk fotografi media sosial. Pantai Mesra menyediakan beragam fasilitas, antara lain penyewaan tenda untuk berkemah, kasur, penerangan, air, toilet, musala (mushola), ruang pertemuan berupa Joglo, area api unggun, dan restoran. Pantai ini terpelihara dengan baik, minim sampah, dan pengunjung dihimbau untuk turut menjaga kebersihan lingkungan dengan membuang sampah dengan benar.

Area pantai terlihat bersih dan tidak ada sampah yang berserakan menjadikan pantai semakin nyaman dikunjungi. Wisatawan bisa melakukan kegiatan di pantai ini, seperti berjemur, bersantai, maupun bermain air. Kondisi tersebut menjadikan Pantai Mesra sebagai destinasi wisata yang ramai dikunjungi. Setiap tahun jumlah kunjungan wisatawan semakin meningkat, terlihat berdasarkan kunjungan wisatawan pada Januari hingga Juli 2023, seperti yang tersaji pada Tabel 1:

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Bulan Januari-September 2023

Bulan	Jumlah Pengunjung Melalui Pos Baron
Januari	28.234
Februari	45.783
Maret	69.339
April	101.838
Mei	151.113
Juni	186.460
Juli	294.248
Agustus	77.756

September	332.985
Total	1.287.756

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel sebelumnya, jumlah kunjungan wisatawan melalui Pos Baron tergolong ramai. Kunjungan wisatawan awal tahun 2023 berjumlah 28.234 orang dan naik 45.783 orang pada bulan kedua. Jumlah kunjungan wisatawan kemudian meningkat pada bulan Maret sampai Juli, pada bulan Juli berjumlah 294.248 orang dan mulai turun kembali pada bulan Agustus dengan jumlah 77.756 orang. Jumlah tersebut meningkat kembali pada bulan September dengan jumlah 332.985 orang. Situasi tersebut berbanding terbalik dengan Pos masuk lain di Kabupaten Gunungkidul yang cenderung sepi. Seperti, Pos Tepus yang memiliki berbagai pantai yang tergolong sepi pengunjung karena terdapat beberapa permasalahan, seperti kurangnya sarana prasarana dalam mendukung kegiatan pariwisata. Pos Gunung gambar yang menawarkan pemandangan pantai yang masih asri, tetapi sepi pengunjung dikarenakan akses menuju destinasi wisata tergolong sulit. Keadaan ini berbeda dengan Pos Baron yang terus ramai dilalui wisatawan karena memiliki daya tarik khusus, yaitu Pantai Mesra, yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung wisata yang lengkap.

Sebagai upaya menjaga eksistensi destinasi wisata, pengelola perlu mengerti keinginan wisatawan serta mempelajari hal-hal yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kepuasan dimaknai sebagai hasil penilaian pengunjung setelah membandingkan realita dengan ekspektasinya (Ong & Pambudi, 2014). jika kinerja sebuah layanan tidak sesuai ekspektasi (harapan) maka konsumen akan kecewa dan sebaliknya. Kepuasan wisatawan adalah hal sangat penting untuk diperhatikan oleh pengelola. Mengacu pada hal tersebut studi yang dilakukan oleh (Siregar, 2021) menegaskan pentingnya kepuasan bagi destinasi wisata dalam rangka mempertahankan keberlanjutan destinasi wisata. Kunci untuk mempertahankan wisatawan dapat diwujudkan melalui kepuasan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara hasil produk dan harapannya (Fanggidae & R. Bere, 2020). Kepuasan wisatawan tidak bisa diwujudkan dengan kualitas pelayanan saja, tetapi terdapat faktor lain yang mendukung implementasi kepuasan wisatawan. Oleh karena itu pengelola perlu melakukan pengukuran tingkat kepuasan wisatawan di destinasi wisata. Pengelola Pantai Mesra perlu mengetahui sikap dan perilaku wisatawan yang berkunjung. Model multi-atribut *fishbein* dapat digunakan dalam mengukur sikap wisatawan. (Engel et al., 1995). Melalui metode *fishbein*, sikap wisatawan terhadap suatu destinasi dapat diketahui dengan diberikan beberapa instrumen pertanyaan terkait atribut dominan yang dimiliki suatu destinasi. Pertanyaan tersebut digunakan untuk mengukur kepercayaan dan evaluasi yang berkaitan dengan kepercayaannya. Pengelola mampu menggunakan, mengevaluasi, dan meningkatkan kualitas produk maupun jasa layanan yang dimiliki dengan menggunakan metode *fishbein*.

Berdasarkan observasi dan studi literatur yang telah dilakukan, peneliti mencoba memetakan beberapa atribut dominan yang dipakai. Beberapa atribut itu adalah spot foto, kebersihan pantai, keindahan alam sekitar pantai, aksesibilitas, dan fasilitas. Selanjutnya, atribut-atribut tersebut digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas merupakan dalam riset tersebut diketahui beberapa instrumen yang ada dan menjadi penentu keputusan kunjungan ke Pantai Istana Amal. Lebih lanjut, instrumen itu menjadi penentu keberhasilan dalam pengembangan daerah tujuan wisata (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). Beberapa konsep fotografi juga menjadi penentu keputusan wisatawan untuk berkunjung di destinasi wisata pantai Pantai Kedung Tumpang (Kusumo, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya banyak mengangkat isu pengembangan (Ambarwati & Kalijaga, 2021). Penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah penelitian dalam mengkaji sikap wisatawan terhadap Pantai Mesra.

Pantai Mesra menjadi destinasi wisata yang relatif banyak dikunjungi wisatawan dibandingkan dengan pantai lainnya. Pentingnya menerapkan kepuasan wisatawan merupakan upaya dalam menjaga eksistensi kunjungan wisatawan. Kondisi yang terjadi, beberapa pantai tidak memperhatikan kepuasan wisatawan. Beberapa masalah yang dialami pengelola, seperti: minimnya sarana prasarana serta kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Berkaca pada hal tersebut, pengelola perlu memperhatikan wisatawan selaku penerima layanan. Penelitian ini penting untuk mendapatkan gambaran persepsi pengunjung melalui pengelolaan pantai mesra di Gunung Kidul.

2. Kajian Literatur dan Kajian Teori

2.1 Kajian Literatur

Menciptakan pengelolaan organisasi yang baik perlu mempertimbangkan penilaian yang diberikan penerima layanan (Sulistyo et al., 2022; Yudiandri & Sulistyo, 2022). Melalui upaya tersebut, berbagai layanan yang diberikan organisasi akan memberikan panduan bagi pengelola dalam menyusun strategi yang akan digunakan. Terlebih bagi sektor pariwisata, kepuasan merupakan hal utama yang harus diwujudkan. Beberapa instrumen yang dapat menjadi perhatian pengelola sektor pariwisata, diantaranya: akses (Djuwendah et al., 2021), fasilitas (Pahleviannur et al., 2020), kualitas sumber daya manusia (Trabucchi et al., 2021) serta atraksi yang dimiliki (Frenzel, 2017). Situasi tersebut membuat pengelola daya tarik harus melihat kembali alasan kunjungn serta kebutuhan yang akan dipenuhi. Konsep yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1985, 1991; Ajzen et al., 2007) menyinggung masalah alasan psikologis pemikiran seseorang. Dalam perkembangannya, konsep ini dapat dijadikan acuan dalam menjelaskan sikap seseorang dalam mendapatkan kepuasan.

Pengelola daya tarik wisata pantai mesra perlu memperhatikan untuk mengetahui sikap serta perilaku pengunjung (Çelik & Dedeoğlu, 2019). Upaya ini dapat diwujudkan dengan menggunakan model multi-atribut *Fishbein*. Konsep ini merupakan panduan yang banyak diadopsi untuk mengetahui sikap penerima produk layanan. Panduan ini akan mampu memberikan informasi bagi pengelola pantai Mesra melalui dua faktor (Mahanani & Sulistyo, 2023; Sulistyo et al., 2022; Sulistyo & Djamil, 2018; Sulistyo & Salindri, 2019). Keyakinan menjadi faktor pertama yang harus diketahui dalam konsep ini. Sedangkan faktor kedua merupakan evaluasi dari keyakinan yang telah diketahui nilainya. Fokus utama konsep ini akan memudahkan pengelola dalam mengadopsi serta mengevaluasi dalam meningkatkan nilai produk yang ditawarkan. Hasil temuan dalam konsep ini dapat memberikan pengaruh bagi individu dalam memutuskan suatu keinginan yang harus diwujudkan.

Penelitian ini berusaha untuk membuka selubung sikap pengunjung terhadap objek wisata pantai. Beberapa penelitian pada ranah berbeda telah dilakukan pada objek layanan produk dan layanan akomodasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani et al., 2023) menjelaskan pentingnya pengelola dalam memahami kebutuhan dan kepuasan pengunjung dalam upaya keberlanjutan. Implementasi dalam menjaga kepuasan penerima layanan juga masuk pada wilayah penyediaan akomodasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Supratman, 2022) mencoba untuk melihat sikap pengunjung terhadap layanan yang didapat tamu selama berada di hotel melalui penawaran produk yang diberikan.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Sikap

Sikap merupakan cerminan penilaian, perasaan, dan keinginan individu yang biasa konsisten terhadap suatu objek tertentu. Sikap mengarahkan individu ke dalam kerangka pemikiran yang mencakup preferensi positif atau negatif dan dorongan untuk mendekat atau menjauh terhadap objek tersebut (Kotler & Armstrong, 2018). Preferensi positif atau negatif tersebut merupakan hasil dari evaluasi individu terhadap keyakinan mereka terhadap objek sikap (Fishbein & Ajzen, 1975).

2.2.2 Perilaku Konsumen

Karakteristik yang dimiliki konsumen akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan yang diinginkan. Menurut (Santoso & Kartika, 2018) kebutuhan dan keinginan wisatawan sangat bervariasi dan dapat berubah karena dipengaruhi beberapa faktor. Perilaku wisatawan merupakan tindakan perseorangan, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan. Aktivitas yang dilakukan dimulai dari penilaian, perencanaan, memilih, mendapatkan, dan menggunakan barang yang dapat mempengaruhi keputusan. Beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan adalah motivasi, kepribadian, pengamatan, sikap, dan persepsi konsumen. Sedangkan faktor eksternal yang dapat merubah perilaku, seperti: kelompok referensi, kelas sosial-budaya, serta komunikasi.

2.2.3 Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan hasil yang muncul dari dalam diri seseorang. Kepuasan dimaknai sebagai situasi senang atau sebaliknya, setelah membandingkan harapan serta layanan yang diterima. Apabila produk atau jasa pariwisata sudah memenuhi harapan wisatawan, penerima layanan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk atau layanan jasa tidak dapat memenuhi harapan wisatawan, maka akan muncul rasa kecewa atau tidak puas. Hasil tersebut berdampak pada langkah seseorang dalam mencari produk atau jasa layanan di tempat lain guna memenuhi kebutuhan dan keinginan (Andayani, 2014).

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian campuran antara kuantitatif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan secara eksploratif untuk mendapatkan berbagai informasi yang diperlukan. Lebih lanjut, Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konvergen untuk menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan (Yam, 2022).

3.2 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di pantai Mesra Gunungkidul, DI Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan setelah memperoleh izin dari pengelola pantai Mesra.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam studi ini merupakan wisatawan yang datang di pantai Mesra Gunungkidul. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, jumlah kunjungan wisatawan di pantai Mesra pada bulan Januari-September 2023 sebanyak 1.287.756, sehingga rata-rata kunjungan perbulan wisatawan melalui Pos Baron yakni 143.084 wisatawan. Penggunaan tabel Krejcie merupakan cara dalam menentukan jumlah sampel, sehingga jumlah responden terpilih adalah 384 wisatawan.

Published by:

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Kuesioner

Kuisisioner dalam studi ini diberikan kepada wisatawan yang berkunjung di Pantai Mesra selaku responden. Kuisisioner tersebut terbagi menjadi dua bagian, yakni bagian awal adalah identitas pengisi atau responden dan bagian terakhir adalah pernyataan instrument destinasi penelitian. Jawaban dari kuisisioner digunakan untuk mengukur sikap wisatawan terhadap atribut-atribut dominan Pantai Mesra.

3.4.2. Observasi

Observasi adalah teknik pengambilan data dengan mendatangi objek penelitian secara langsung untuk mendapatkan berbagai hal maupun data. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi secara langsung destinasi wisata Pantai Mesra untuk menggambarkan destinasi penelitian, mendapatkan data kunjungan wisatawan, dan menyebarkan kuisisioner maupun melakukan wawancara kepada wisatawan yang berkunjung.

3.4.3. Wawancara

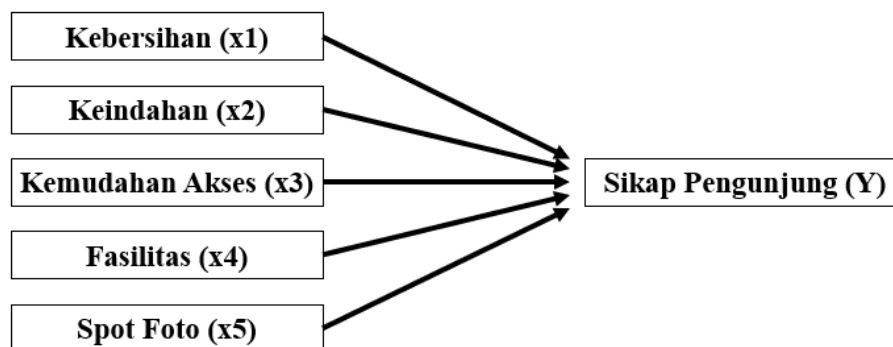
Wawancara dalam penelitian ini merupakan wawancara terbuka yang memiliki tujuan dalam mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pendapat dari responden (Widyaningsih, 2021). Wawancara terbuka ditujukan kepada wisatawan pengunjung destinasi wisata Pantai Mesra, dalam hal ini wisatawan dengan tujuan untuk menggali jawaban yang telah diisi pada kuisisioner.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengambilan data, seperti foto kegiatan, catatan, transkrip, dan lain sebagainya yang berfungsi dalam melengkapi data hasil penyebaran kuisisioner, observasi, dan wawancara. Dokumentasi pada penelitian ini merupakan foto yang didapatkan saat melakukan penyebaran kuisisioner, wawancara, dan observasi di destinasi wisata Pantai Mesra.

3.5. Penentuan Atribut Penelitian

Penentuan atribut atau indikator yang digunakan merupakan hal penting yang perlu dipahami. Atribut yang digunakan merupakan alasan dominan yang menjadi acuan pengunjung mengunjungi objek penelitian. berdasarkan hasil observasi serta studi literatur yang dilakukan, ditemukan beberapa alasan kunjungan seperti: kebersihan (Mahanani et al., 2023), keindahan (Frenzel, 2017), kemudahan akses (Djuwendah et al., 2021), fasilitas (Pahleviannur et al., 2020) serta spot foto (Kusumo, 2023).



Gambar 1. Model Instrumen dan Analisa Sikap Yang Digunakan

3.6. Teknik Analisis Data

Model *fishbein* menjadi salah satu metode terkenal yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap suatu destinasi (Engel et al., 1995). Metode *fishbein* menjadi teknik pengolahan data yang digunakan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata Pantai Mesra. Rumus dalam metode ini, yakni:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i v_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap terhadap destinasi

b_i = Kekuatan keyakinan bahwa destinasi memiliki atribut i

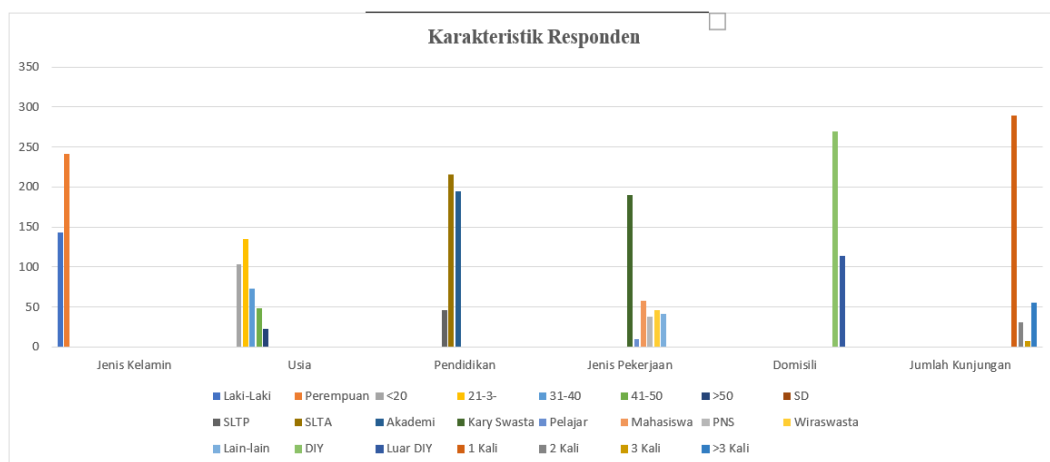
v_i/e_i = Evaluasi mengenai atribut i

n = Jumlah atribut dominan

Penelitian ini tidak bertujuan menguji pengaruh instrumen atau atribut terhadap kepuasan. Penelitian ini akan menghasilkan temuan analisa sikap berdasarkan atribut yang digunakan melalui analisa *Fishbein*. Model ini berfokus pada terbentuknya sikap individu terhadap suatu destinasi melalui dua faktor penting. Faktor pertama merupakan keyakinan terkait dengan atribut yang ada pada objek penelitian. Faktor berikutnya merupakan hasil evaluasi setiap keyakinan terhadap atribut, dengan mengukur seberapa baik atau tidak baik keyakinan terhadap beberapa atribut tersebut. Nilai keyakinan dan evaluasi tersebut dapat dikalikan untuk mengetahui nilai sikap individu terhadap suatu destinasi. (A_o) diartikan sebagai hasil analisa sikap pengunjung terhadap objek penelitian didasarkan atribut yang digunakan. (B_i) merupakan pernyataan awal yang diberikan oleh informan terkait atribut yang digunakan. (V_i atau E_i/e_i) merupakan hasil evaluasi dari pernyataan respon terkait pernyataan awal atau keyakinan awal yang telah disampaikan sebelumnya. Sedangkan (n) merupakan jumlah atribut yang digunakan dalam menganalisa nilai sikap. Atribut merupakan alasan yang sering muncul dan mendasari kunjungan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden



Gambar 3. Karakteristik Respondena

Berdasarkan data yang diperoleh, profil responden cenderung lebih banyak berjenis kelamin perempuan, sedangkan rentang usia adalah rentang 21-30 tahun sedangkan informasi pendidikan didominasi oleh lulusan sekolah lanjutan tingkat atas. Berdasarkan aktivitas pekerjaan, tempat tinggal serta jumlah wisatawan didominasi oleh karyawan swasta, domisili didominasi pengunjung dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan kunjungan didominasi oleh responden yang telah berkunjung sebanyak 1 kali.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Suatu penelitian memerlukan alat ukur yang valid untuk mendapatkan hasil data yang Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Supriadi, 2021). r_{tabel} untuk 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap setiap instrumen keyakinan (b_i) dan evaluasi (v_i/e_i), didapatkan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian, maka instrumen dapat dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Instrumen	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Keyakinan (b_i)	b_i1	0,788	0,361	Valid
		b_i2	0,808	0,361	Valid
		b_i3	0,664	0,361	Valid
		b_i4	0,833	0,361	Valid
		b_i5	0,799	0,361	Valid
2	Evaluasi (v_i/e_i)	v_i/e_i1	0,737	0,361	Valid
		v_i/e_i2	0,848	0,361	Valid
		v_i/e_i3	0,724	0,361	Valid
		v_i/e_i4	0,776	0,361	Valid
		v_i/e_i5	0,872	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah 2024

Studi ini menggunakan uji reliabilitas *cronbach's alpha*. Keputusan dalam uji ini adalah dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0.70 (Supriadi, 2021). Hasil uji yang dilakukan terhadap keyakinan (b_i) adalah sebesar 0.811. Sedangkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap evaluasi (v_i/e_i) adalah sebesar 0.845. Dengan demikian, instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Hasil perhitungan uji reliabilitas tersaji pada tabel 5.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Instrumen	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Keyakinan (b_i)	.811	5
2	Evaluasi (v_i/e_i)	.845	5

Sumber: Data primer diolah 2024

4.3 Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan terhadap Pantai Mesra, diperoleh nilai 92,600. Nilai tersebut diperoleh dari akumulasi penjumlahan keyakinan dan evaluasi ($A0 = b_i * e_i$) berdasarkan jawaban dari 384 responden. Mengetahui secara jelas bagaimana posisi nilai tersebut diperoleh melalui jumlah kali antara rata-rata setiap atribut komponen keyakinan dan evaluasi. Hasil nilai (b_i) dan (e_i) merupakan hasil analisa nilai responden berdasarkan

pernyataan serta evaluasi dari pernyataan yang disampaikan. Sedangkan nilai (A_o) merupakan hasil perkalian antara nilai keyakinan (b_i) dan evaluasi (e_i) Hasil perhitungan nilai sikap pengunjung terhadap Pantai Mesra tersaji pada Tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Penilaian Instrumen

Believe	Kinerja Jawaban Responden					Total	Harmean
	SS	S	N	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Kebersihan Pantai							
	288	91	4	1	0	384	4,629
	1225	364	12	2	0	1722	
Keindahan Alam Sekitar Pantai							
	252	130	2	0	0	384	4,651
	1260	520	6	0	0	1786	
Akses Yang Mudah							
	183	143	22	30	6	384	4,216
	915	572	66	60	6	1619	
Fasilitas Lengkap							
	47	111	69	97	60	384	2,969
	235	444	207	194	60	1140	
Spot Foto Estetik							
	274	108	2	0	0	384	4,708
	1370	432	6	0	0	1808	

Evaluation	Kinerja Jawaban Responden					Total	Harmean
	SS	S	N	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Kebersihan Pantai							
	281	98	4	1	0	384	4,716
	1405	392	12	2	0	1811	
Keindahan Alam Sekitar Pantai							
	252	130	2	0	0	384	4,651
	1260	520	6	0	0	1786	
Akses Yang Mudah							
	174	153	21	29	7	384	4,193
	870	612	63	58	7	1610	
Fasilitas Lengkap							
	54	105	72	94	59	384	3,003
	270	420	216	188	59	1153	
Spot Foto Estetik							
	280	101	3	0	0	384	4,721
	1400	404	9	0	0	1813	

Sumber: data primer diolah

Tabel 5. Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Atribut	Keyakinan (b_i)	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Kebersihan Pantai	4,629	4,701	21,761
Keindahan Alam	4,633	4,628	21,442
Akses Yang Mudah	4,219	4,177	17,623
Fasilitas Lengkap	3,102	3,125	9,694
Spot Foto Estetik	4,703	4,695	22,081
Jumlah			92,600

Sumber: Data primer diolah 2024

Atribut bangunan spot foto estetik menempati posisi pertama dengan perolehan nilai terbesar (22,081) dan diikuti atribut kebersihan pantai memperoleh nilai terbesar kedua (21,761). Situasi tersebut menunjukkan bahwa spot foto estetik Pantai Mesra dan adanya kebersihan pantai yang didapatkan pengunjung menjadi alasan utama mereka melakukan kunjungan.

“Berawal dari lihat di media sosial pantai mesra memiliki banyak spot foto yang estetik banget, lalu memutuskan untuk berkunjung” (R291, R327, R324).

“Terdapat beragam spot foto yang memukau di Pantai Mesra, menjadikannya pilihan ideal untuk sesi foto prewedding. Keindahan ini menjadi alasan utama saya untuk mengunjungi pantai yang menawan ini” (R188, R321).

“Pantai Mesra memang terkenal dengan kebersihannya, dan hal tersebut menjadi alasan utama saya untuk memilih pantai ini dibandingkan pantai lain di Gunungkidul” (R80, R110)

Fasilitas lengkap menjadi atribut dengan nilai terkecil tertimbang atribut-atribut lainnya. Beberapa pengunjung berpendapat bahwa Pantai Mesra relatif cukup ramai dan bersih, namun fasilitas yang dimiliki pantai ini kurang lengkap. Kondisi tersebut dikarenakan tempat

parkir yang kurang memadai.

4.4 Nilai Maksimum dan Minimum Pantai Mesra

Setelah mendapatkan nilai tertimbang dari setiap atribut dalam komponen nilai sikap (b_i dan e_i), skor tersebut akan dikonversi kembali ke dalam Skala Likert (1-5) dengan cara mengakumulasikan hasil perkalian nilai tertimbang dari masing-masing atribut. Dari proses ini, diperoleh skor sebesar 92,600. Langkah selanjutnya untuk menilai apakah skor tersebut cenderung positif atau negatif adalah dengan menghitung skor maksimum dan minimum untuk sikap pengunjung, sebagai berikut:

Tabel 6. Nilai Sikap Minimum Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Atribut	(b_i) Min	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Kebersihan Pantai	1	4,701	4,701
Keindahan Alam	1	4,628	4,628
Akses Yang Mudah	1	4,177	4,177
Fasilitas Lengkap	1	3,125	3,125
Spot Foto Estetik	1	4,695	4,695
Jumlah			21,326

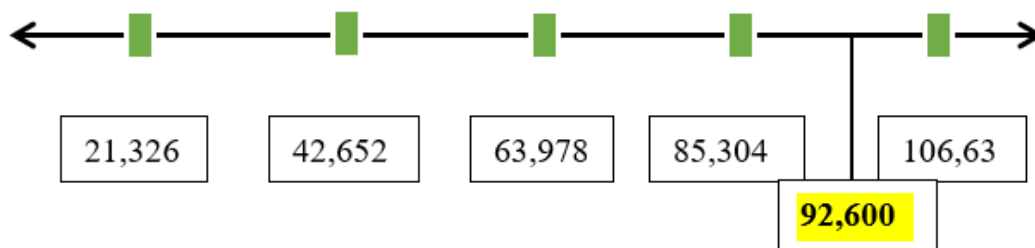
Sumber: Data primer diolah 2024

Tabel 7. Nilai Sikap Maksimum Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Atribut	(b_i) Max	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Kebersihan Pantai	5	4,701	23,505
Keindahan Alam Sekitar Pantai	5	4,628	23,140
Akses Yang Mudah	5	4,177	20,885
Fasilitas Lengkap	5	3,125	15,625
Spot Foto Estetik	5	4,695	23,475
Jumlah			106,630

Sumber: Data primer diolah 2024

Rentang skor maksimum dan minimum sikap pengunjung terhadap Destinasi Pantai Mesra di Gunungkidul adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Rentang Skor Sikap Pengunjung Terhadap Destinasi Pantai Mesra

Dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sebagai berikut: skor minimum adalah 21,326 (Posisi sangat tidak setuju), 42,652 pada posisi tidak setuju, 63,978 pada posisi netral, 85,304 pada

posisi setuju, dan skor maksimum adalah 106,63 pada posisi sangat setuju. Dari hasil perhitungan tersebut, destinasi Pantai Mesra di Gunungkidul, berdasarkan sikap pengunjung, mendapatkan skor sebesar 92,600. Skor ini berada pada sebelah kanan (*cut off point*), yang berarti berada di antara posisi netral dan setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap wisatawan terhadap destinasi Pantai Mesra di Gunungkidul adalah positif atau baik berdasarkan atribut-atribut yang dinilai, seperti kebersihan pantai, keindahan alam sekitar pantai, akses yang mudah, fasilitas yang lengkap, dan spot foto estetik.

Hasil analisa nilai sikap (tabel 4) menegaskan jika atribut spot foto menjadi yang tertinggi. Kondisi tersebut menjadi alasan utama pengunjung mendatangi objek wisata. Jika kita mengacu pada level produk pada area pemasaran, produk inti terkadang bukan menjadi alasan utama seseorang memutuskan memilih (Kotler & Armstrong, 2018). Spot foto pada instrumen penelitian ini merupakan produk pelengkap, sedangkan produk ini tentu saja keindahan pantai. Sebagai penikmat jasa layanan, mereka merupakan pribadi yang unik. Produk terbaik yang ditawarkan belum tentu mampu memenuhi ekspektasi yang diharapkan. Pengelola pantai mesra dapat menggunakan ini menjadi salah satu fokus perhatian. Wisatawan tidak hanya menikmati produk saja, namun juga melakukan aktivitas lain (Kusumo, 2023). Kegiatan live report, foto selvie serta review komentar terhadap objek merupakan aktivitas yang dilakukan (Frenzel, 2017).

Instrumen fasilitas merupakan perhatian yang krusial dalam penelitian ini. Wisatawan menilai jika fasilitas yang disediakan belum mengakomodir aktivitas yang mereka lakukan. Pengelola dapat menyediakan beberapa sarana pendukung yang dapat dinikmati oleh wisatawan (Pahleviannur et al., 2020). Beberapa contoh fasilitas yang dapat disediakan seperti: gazebo, mushola serta penambahan toilet umum. Pengelola juga dapat menyediakan lokasi berkumpul yang menjadi pusat aktivitas wisatawan di objek kunjungan. Kemampuan pengelola dalam menyiapkan sarana dan prasarana dapat menjadi salah satu upaya menciptakan pengelolaan berkelanjutan (Febriandhika & Kurniawan, 2019). Pengelolaan tidak hanya mempertimbangkan keuntungan semata, namun harus fokus pada kepuasan serta keberlanjutan pengelolaan

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, disimpulkan bahwa pengunjung Pantai Mesra di Gunungkidul memiliki sikap positif terhadap destinasi wisata tersebut. Penilaian yang diberikan oleh pengunjung terhadap atribut-atribut seperti kebersihan pantai, keindahan alam sekitar, akses yang mudah, fasilitas yang lengkap, dan spot foto estetik menunjukkan bahwa mereka memberikan penilaian yang positif terhadap semua hal tersebut. Analisis Fishbein juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata berada pada interval jawaban 'setuju' dan 'sangat setuju', mengindikasikan sikap positif yang kuat dari pengunjung terhadap Pantai Mesra.

Berdasarkan kesimpulan bahwa pengunjung Pantai Mesra di Gunungkidul memiliki sikap positif terhadap destinasi wisata tersebut, serta adanya indikasi kuat dari analisis Fishbein yang menunjukkan sikap positif yang kuat. Penelitian berikutnya dapat melakukan penelitian yang lebih dalam, baik melalui instrumen yang dapat diadopsi atau instrumen lainnya. Lebih lanjut, pengelola juga dapat melakukan kajian mendalam untuk melakukan perbaikan instrumen yang memiliki nilai kurang baik.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control: From Cognition to Behavior* (pp. 11–39). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., Albarracín, D., & Hornik, R. C. (2007). *Prediction and Change of Health Behavior: Applying the Reasoned Action Approach*. Psychology Press.
- Ambarwati, N., & Kalijaga, U. S. (2021). *Pengembangan Booklet Keanekaragaman Makroalga di Daerah Intertidal Pantai Mesra Gunungkidul Sebagai Sumber Belajar*.
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246>
- Bangun Mulia, V. (2021). Memahami dan Mengelola Dampak Pariwisata. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 20(1), 75–85. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.439>
- Çelik, S., & Dedeoğlu, B. B. (2019). Psychological factors affecting the behavioral intention of the tourist visiting Southeastern Anatolia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(4), 425–450. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2019-0005>
- Djuwendah, E., Karyani, T., & Wulandari, E. (2021). Potential Development Strategy for Attraction and Community-based Agrotourism in Lebakmuncang Village. In Withaningsih S., Supyandi D., Utama G.L., & Malik A.D. (Eds.), *E3S Web Conf.* (Vol. 249). EDP Sciences; Scopus. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124901004>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Fort Worth : Dryden Press. http://archive.org/details/consumerbehavior0000enge_n4b9
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1). <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2019). Membingkai Konsep Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Community-Based Tourism: Sebuah Review Literatur. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p50-56>
- Febyanto, F., Pratikto, I., & Koesoemadji, K. (2014). Analisis Kesesuaian Wisata Pantai Di Pantai Krakal Kabupaten Gunung Kidul. *Journal of Marine Research*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.14710/jmr.v3i4.8364>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley. <https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>
- Frenzel, F. (2017). Tourist agency as valorisation: Making Dharavi into a tourist attraction. *Annals of Tourism Research*, 66, 159–169. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.017>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth edition). Pearson Higher Education.
- Kusumo, R. O. (2023). *Perancangan Fotografi sebagai Media Promosi Pariwisata Pantai Kedung Tumpang, Pucanglaban, Tulungagung*.
- Mahanani, S., & Sulisty, A. (2023). Analisa Tingkat Kepuasan Pengunjung Teras Malioboro dalam Upaya Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 505–513. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.63202>

- Mahanani, S., Sulisty, A., & Adianto. (2023). *Analisa Tingkat Kepuasan Pengunjung Teras Malioboro dalam Upaya Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan*. 6(2).
- Mudrikah, A., Sartika, D., Yuniarti, R., & Satia, A. B. (2014). *Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Gdp Indonesia Tahun 2004—2009*.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero). *Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>
- Pahleviannur, M. R., Wulandari, D. A., Sochiba, S. L., & Santoso, R. R. (2020). Strategi Perencanaan Pengembangan Pariwisata Untuk Mewujudkan Destinasi Tangguh Bencana Di Wilayah Kepesisiran Drini Gunungkidul. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(2), 116–126. <https://doi.org/10.23917/jpis.v29i2.9692>
- Poerwanto, P., & Shambodo, Y. (2020). Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.16956>
- Rokhayah, E. G. & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Santoso, S., & Kartika, L. N. (2018). Motivasi Dan Perilaku Wisatawan Generasi Muda Saat Berwisata Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 47. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2018.131.303>
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>
- Sulisty, A., & Djamil, F. D. (2018). Analisa Sikap Wajib Pajak Terhadap Kinerja Pelayanan Petugas Pemungut Pajak Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KPPD) Di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Proceeding SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER*, 11.
- Sulisty, A., & Salindri, Y. A. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Sarana Transportasi Dalam Upaya Menciptakan Kawasan Wisata Terintegrasi Di Yogyakarta. Studi Kasus: Taman Sari, Kraton, Titik Nol Kilometer Dan Malioboro. *Jurnal Kepariwisataaan*, 13.
- Sulisty, A., Yudiandri, T. E., Laksono, T. A., & Rusmini, A. (2022). Analysis of Tourist Satisfaction Attitudes in Creating Sustainable Tourism: A Study on Sindoro Sumbing Edu Park. *Proceedings of the Postgraduate Research Colloquium (PGRC)*, 222.
- Supratman, S. (2022). Analisis Kualitas Layanan Hotel Pada Wisata Halal di Lombok. *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.33394/vis.v10i2.8825>
- Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*. UNY Press.
- Syamsu, Moch. N. (2018). Studi Kelayakan Air Terjun Nggembor Sebagai Destinasi Wisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. *Kepariwisataaan: Jurnal Ilmiah*, 12(03), 71–84. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v12i03.157>
- Trabucchi, D., Bellis, P., Di Marco, D., Buganza, T., & Verganti, R. (2021). Attitude vs involvement: A systematic literature review at the intersection between engagement and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 24(5), 1730–1762. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2020-0171>
- Widyaningsih, D. (2021). *Statistika Bisnis*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.

- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2021). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Bina Ekonomi*, 23(2), 39–47. <https://doi.org/10.26593/be.v23i2.3266.39-47>
- Yam, J. H. (2022). *Refleksi Penelitian Metode Campuran (Mixed Method)*.
- Yudiandri, T. E., & Sulisty, A. (2022). Excellent And Sustainable Tourism Management Through The Baldrige Criteria: Case Study: Mangunan Orchard Tourism Attraction. *Journal of Research on Business and Tourism*, Volume 2 No. 2, 78–94. <https://doi.org/10.37535/104002220221>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM SilverEgg

Alzan Zhafir Sidqi*, Fanji Wijaya, Erna Herlinawati

Universitas Indonesia Membangun

Penulis Korepondensi: alzanzhafir@student.inaba.ac.id,
fanji.wijaya@inaba.ac.id, erna.herlinawati@inaba.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 07 Mei 2024, Accepted: 16 Mei 2024, Published: 20 Mei 2024

Abstract

The chicken egg deals industry is confronting many challenges as egg deals play a part within the agribusiness and nourishment division, assembling the protein needs of people and representing one of the foremost predominant businesses worldwide. To make strides in the execution and victory of this industry, numerous businesses are utilizing SWOT investigation. This inquiry about extension is outlined to conduct a SWOT investigation for the chicken egg deals division to pinpoint its qualities, shortcomings, openings, and dangers. The primary research strategy utilized includes conducting field overviews to gather information. The results of this examination shed light on viewpoints such as item quality, competition inside the supply chain, and advancing shopper preferences. With these bits of knowledge, suggested commerce methodologies can be created to promote the execution and success of chicken-egg deals in this commercial center. The SWOT investigation recognizes qualities like tall item quality and highlights shortcomings like dependence on external feed supplies. It, too, distinguishes openings, such as developing requests for items, and dangers like competition within the advertising. Bits of knowledge from field overviews offer data on changing shopper inclinations and impediments confronted by industry players. This consideration provides an examination of advertising conditions. Recommends conceivable strategies to improve the position of the chicken-egg deals segment in this ever-changing showcase scene.

Keywords: Analisis SWOT, Manajemen Strategi, Kewirausahaan, Usaha Telur Ayam

1. Introduction

Telur ayam adalah salah satu produk pangan yang paling umum dikonsumsi dan memiliki peran penting dalam menyediakan protein berkualitas tinggi bagi manusia. Dalam beberapa dekade terakhir, permintaan akan telur ayam meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Namun, para pelaku usaha di industri ini harus menghadapi tantangan kompleks, mulai dari fluktuasi harga pakan hingga persaingan ketat dari produsen lokal dan internasional. Dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah, penting bagi para perusahaan dalam industri penjualan telur ayam untuk memiliki pemahaman

Published by:

yang mendalam tentang kekuatan dan kelebihan bisnis mereka, serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal. Dalam konteks ini, analisis SWOT telah menjadi alat yang umum digunakan oleh para pemilik usaha untuk mengevaluasi posisi bisnis mereka dan merumuskan strategi yang sesuai. Analisis SWOT memungkinkan para pelaku untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif, seperti sumber daya manusia berkualitas atau teknologi distribusi yang canggih, serta faktor eksternal dapat mempengaruhi kinerja bisnis, seperti perubahan tren konsumen. Meskipun analisis SWOT telah banyak diterapkan dalam berbagai industri, penelitian yang aplikasinya dalam industri penjualan telur ayam masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan melakukan analisis SWOT mendalam pada usaha penjualan telur ayam SilverEgg.

2. Literature Review

2.1 Telur Ayam

Telur merupakan sumber nutrisi kompleks yang lengkap untuk pertumbuhan sel yang telah dibuahi. Telur merupakan salah satu sumber protein hewani terpenting kedua setelah ikan. (Hanafie et al., 2020). Telur dari ayam ras bergizi tinggi dan relatif murah dibandingkan sumber protein lainnya (Z. Wulandari & I. I. Arief, 2022). Selain di sektor makanan, telur ayam juga memiliki peran penting dalam industri lainnya. Misalnya dalam industri kosmetik telur digunakan sebagai bahan baku untuk pembuatan produk kecantikan (Zhang et al., 2021) Dalam industri farmasi, berbagai jenis kuning telur unggas digunakan sebagai pengencer sperma hewan khususnya anjing ras (Khusnul Khotimah et al., 2023) ternak atau pemberian telur ayam broiler di Kecamatan Ingin Jaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penyembuhan luka perineum pada ibu yang menderita penyakit nifas. (Dewi, 2019)

Di industri farmasi, komponen telur seperti albumin sering digunakan dalam pembuatan vaksin dan obat-obatan (Mani Mishra et al., 2020) Salah satu materi yang memiliki tingkat albumin yang tinggi dan dapat dengan mudah diperoleh adalah putih telur ayam (Irawati, n.d.) Kemampuan telur untuk menyediakan protein yang stabil dan kaya menjadikannya bahan mentah yang sangat berharga untuk berbagai aplikasi industri. Telur ayam tidak hanya menjadi bahan penting untuk memenuhi kebutuhan nutrisi manusia, tetapi juga merupakan sumber daya alam yang berharga di berbagai industri. Kemampuannya untuk memberikan beragam manfaat dalam berbagai aplikasi menjadikannya salah satu produk paling serbaguna dan tak tergantikan di pasar global. Peran dan Nilai Telur menunjukkan pentingnya memahami tren industri pemasaran telur dalam konteks yang lebih luas, termasuk tren konsumsi, inovasi teknologi, dan tantangan dalam rantai pasokan global. Telur juga memerlukan perawatan jika akan disimpan untuk dikonsumsi di kemudian hari, berikut adalah cara perawatannya:

- a. Studi menemukan bahwa ketika telur dari ekor ayam ras disimpan pada suhu lemari es, terdapat perbedaan jumlah bakteri yang signifikan di dalam telur tersebut (Kumaji, n.d.).
- b. Masa penyimpanan telur yang optimal adalah 13-14 hari. Menyeka telur ayam dengan lap basah dapat membuka lubang pada cangkang telur sehingga tidak steril dan rentan terkontaminasi mikroba (Fatayati et al., 2023).
- c. Membedakan telur pecah dan telur yang baik, simpan telur sesuai ukurannya, pisahkan

telur menjadi telur lama dan baru, jangan disikat kulit telur Cuci dan keringkan telur, simpan dalam mangkuk/nampan dengan bagian yang tumpul naik dan jika menggunakan pendingin lemari, telur yang sudah lama disimpan akan digunakan terlebih dahulu sebagai pengganti telur baru(Hurek et al., 2021).

2.2 Ayam Ras Petelur

Ayam petelur merupakan salah satu jenis ayam yang dikembangkan khusus untuk bertelur. Ayam petelur memiliki ciri fisik dan genetik yang membuatnya lebih efisien dalam menghasilkan telur dibandingkan ayam broiler. Ayam petelur biasanya dipilih karena produksi telurnya yang tinggi, kemampuannya bertelur secara teratur, dan efisiensi pakan. Ayam petelur biasanya berukuran lebih kecil dan ramping dibandingkan ayam broiler. Mereka juga cenderung memiliki tulang yang lebih ringan sehingga membutuhkan lebih sedikit makanan untuk mempertahankan produksi telur yang optimal.

Selain itu, ayam petelur juga memiliki sifat reproduksi yang optimal untuk meningkatkan jumlah telur yang dihasilkan, antara lain siklus reproduksi yang pendek dan kemampuan bertelur dengan kepadatan tinggi.

Pemilihan ayam petelur yang sesuai sangat penting dalam industri peternakan telur karena dapat berdampak langsung pada produktivitas dan profitabilitas peternakan. Kualitas genetik ayam petelur, lingkungan pemeliharaan yang sesuai, dan pengelolaan yang baik merupakan faktor penting yang mempengaruhi kinerja produksi telur ayam petelur, berikut merupakan pengelolaan yang perlu di perhatikan:

- Interaksi umur ayam dan jenis kandang merupakan kombinasi yang tepat untuk mencapai performa produksi ayam petelur yang optimal. Interaksi terbaik sebanyak diperoleh pada kandang dengan ayam petelur berumur 50 minggu.(Nisa et al., n.d.).
- Ketika suhu lingkungan tinggi, ayam memerlukan lebih banyak energi untuk mengatur suhu tubuhnya, sehingga mengurangi energi yang tersedia untuk produksi telur.(Luthfi et al., 2020).
- Langkah-langkah yang diperlukan untuk memperoleh pakan petelur yang berkualitas adalah pengendalian mutu (quality control) pakan petelur, mulai dari pengadaan bahan baku hingga pengolahan, pengemasan, dan penyimpanan(Barus et al., 2022).
- Pemberian vaksin dan vitamin untuk mencegah penyakit ayam dan meminimalkan resiko penularan penyakit pada ayam(Maha Rani & Martilova, n.d.).
- Pentingnya pengukuran kualitas air secara fisikokimia dan bakteriologis pada peternakan ayam petelur bertujuan untuk menjaga kesehatan ternak dan proses produksi yang optimal.(Jarak et al., n.d.)
- Permasalahan yang ditimbulkan oleh bau kotoran ayam petelur dapat mempengaruhi aktivitas masyarakat, kesehatan manusia, dan produktivitas ternak(Ekawati et al., n.d.).
- Selama perkembangan telur, ayam menjalani proses biologis yang melibatkan produksi vitamin D dan stimulasi kelenjar pituitari. Ayam membutuhkan sinar matahari untuk menerangi kandang(Tanjungsari et al., 2022).
- Pengendalian penyakit sangat penting dalam pemeliharaan telur karena erat kaitannya dengan produktivitas ayam. Elemen kunci dalam pengelolaan penyakit adalah penerapan biosekuriti(Haqiqi et al., 2021).

Oleh karena itu, pemilihan benih yang berkualitas dan pengelolaan yang tepat sangat penting untuk menjamin keberhasilan perkembangbiakan telur.

2.3 Manajemen Strategik

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu mengembangkan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya (Sudiantini et al., n.d.). Pencapaian tujuan organisasi atau bisnis memerlukan alat yang berperan sebagai akselerator dan dinamisme agar tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien (Wijaya & Adib Sultan, 2019). Manajemen strategis adalah pendekatan penting untuk mengelola bisnis secara efektif melalui proses perencanaan, pengorganisasian, penerapan, dan evaluasi strategi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

Berdasarkan manajemen strategis, perusahaan secara proaktif mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan keberhasilan, sehingga mengoptimalkan potensi perusahaan dan mengembangkan rencana tindakan yang tepat untuk mengatasi tantangan perkembangan yang dihadapi.

Dalam industri penjualan telur, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang terus berubah, penerapan manajemen strategis dapat mengelola sumber daya secara efisien, merumuskan strategi pemasaran yang tepat, dan memperluas pangsa pasar. Aspek penting dari manajemen strategis adalah analisis lingkungan eksternal.

Hal ini mencakup pemahaman mendalam tentang tren pasar, perubahan strategis, dan tren industri yang berdampak pada operasional perusahaan. Terkait dengan penjualan telur, analisis ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang pasar baru, memprediksi kemungkinan ancaman, dan menyesuaikan strategi bisnis mereka sebagai respons terhadap perubahan lingkungan eksternal.

Selain itu, manajemen strategis juga mencakup analisis faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan operasional, sumber daya manusia dan kemampuan teknis, yang memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya internal dan meningkatkan posisi pasarnya. Dengan menerapkan pendekatan manajemen strategis yang tepat, perusahaan dapat mengembangkan strategi inovatif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Pentingnya manajemen strategis juga tercermin dalam kemampuannya membantu bisnis mengatasi perubahan eksternal yang cepat dan kompleks, seperti perkembangan teknologi, perubahan kebijakan pemerintah, dan tren pasar global. Perencanaan strategis yang terperinci dan fleksibel membantu perusahaan mempersiapkan diri untuk merespons perubahan lingkungan yang tidak terduga dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Selain itu, manajemen strategis juga memainkan peran penting dalam mengelola risiko perusahaan dengan menyediakan kerangka terstruktur untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko yang terkait dengan strategi bisnis perusahaan. Manajemen strategis memungkinkan perusahaan mengambil keputusan yang lebih baik dalam mengelola risiko tersebut dengan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi risiko dan dampaknya terhadap operasional perusahaan.

Selain itu, manajemen strategis juga berfungsi untuk memfasilitasi komunikasi dan koordinasi antara berbagai unit bisnis dan fungsi dalam suatu perusahaan, memastikan bahwa seluruh pemangku kepentingan memahami dan mendukung visi, misi, dan tujuan perusahaan. Hal ini membantu membangun budaya organisasi yang memiliki tujuan dan kolaboratif yang penting bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Singkatnya, manajemen strategis adalah landasan penting bagi keberhasilan manajemen bisnis secara keseluruhan, terutama dalam konteks industri yang dinamis seperti penjualan telur. Dengan menerapkan pendekatan manajemen strategis yang holistik dan terstruktur, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi, mengatasi tantangan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar yang terus berkembang.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan proses sistematis dalam mengidentifikasi berbagai faktor yang membantu merumuskan strategi perusahaan (Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkalis, 2020). Analisis SWOT adalah singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats dan merupakan alat penting dalam manajemen strategis untuk menilai posisi perusahaan dalam lingkungan bisnisnya.

Analisis SWOT penting untuk memahami faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kinerja bisnis baik dari perspektif internal maupun eksternal dengan mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman eksternal. Kekuatan internal seperti pengiriman langsung ke pembeli dan kualitas telur yang baik sangat penting bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang penting di pasar yang kompetitif.

Namun kelemahan seperti terbatasnya kapasitas penyimpanan dan kurangnya sumber daya manusia dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar yang ada. Peluang seperti meningkatnya penggunaan telur dalam produksi makanan dan tren makanan sehat memberikan potensi pertumbuhan bagi perusahaan, namun ancaman seperti persaingan harga yang ketat dan fluktuasi biaya operasional dapat mempengaruhi kinerja.

Dengan menerapkan analisis SWOT yang komprehensif, perusahaan dapat mengidentifikasi strategi yang tepat untuk memanfaatkan kekuatan internal, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang pasar, dan mengatasi ancaman yang ada. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan rencana tindakan yang tepat sasaran dan efektif untuk mencapai tujuan bisnis dalam jangka panjang.

2.5 Matriks IFE

Alat analisis strategis, Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE), digunakan untuk mengevaluasi faktor internal perusahaan. Melalui matriks ini, perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan internalnya. Matriks IFE merupakan penilaian awal yang mengungkap dan mengevaluasi kekuatan internal perusahaan.

Di antara kekuatan perusahaan adalah pengiriman langsung ke pembeli di dalam negeri. Upaya menghilangkan perantara dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan efisiensi dalam melayani pelanggan dan menjaga daya saing usahanya. Telur perusahaan sebagian besar masih segar dan sudah lama tidak disimpan. Dalam konteks ini, reputasi perusahaan di pasar

diperkuat dengan adanya jaminan bahwa produk yang mereka berikan kepada pelanggan memiliki kualitas yang unggul. Salah satu kekuatan perusahaan adalah dapat menawarkan nilai kepada konsumen melalui harga yang murah.

Kualitas telur kami tinggi karena kami menggunakan ras ayam Australia asli Australia. Hal ini memberikan perusahaan keunggulan kompetitif dalam hal kualitas produk. Memiliki gudang yang terletak di kawasan perkotaan bermanfaat bagi perusahaan untuk melakukan pengiriman dengan cepat dan efisien ke berbagai wilayah di dalam kota. Setelah mengetahui kekuatan perusahaan, dilakukan analisis terhadap kelemahan suatu perusahaan.

Salah satu kelemahan utama perusahaan adalah terbatasnya kapasitas penyimpanan telur. Hal ini dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan yang tinggi dan membatasi potensi pertumbuhan bisnisnya. Selain itu, rendahnya kapitalisasi perusahaan juga menjadi kelemahan yang signifikan. Keterbatasan modal membatasi kemampuan perusahaan untuk berinvestasi pada lini produk baru, memperluas kehadiran pasarnya, dan terlibat dalam aktivitas promosi.

Ada kekurangan sumber daya manusia yang serius di dalam perusahaan. Jika jumlah karyawan hanya sedikit, perusahaan mungkin akan kesulitan memenuhi permintaan pelanggan dan mengelola operasional sehari-hari secara efisien. Selain itu, tidak ada toko fisik yang tersedia. Kehadiran fisik membantu bisnis meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau pelanggan yang tidak dapat mereka jangkau secara online. Terakhir, peralatan yang tidak sempurna juga menjadi kelemahan internal yang perlu diatasi.

Peralatan yang tidak memadai dapat mengurangi produktivitas dan efisiensi operasional perusahaan, sehingga berdampak pada kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan pesaing yang memiliki perlengkapan lebih baik. Setelah menilai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, Anda dapat menggunakan matriks IFE untuk memberikan nilai pada faktor-faktor tersebut.

Setiap faktor internal diberi bobot menurut kepentingannya dan diberi peringkat pada skala 1 sampai 4. Angka 1 menunjukkan kelemahan yang signifikan dan angka 4 menunjukkan kekuatan yang signifikan. Setiap elemen kemudian diberi nilai antara 1 dan 4. Angka 1 mewakili kualitas rendah dan angka 4 mewakili kualitas tinggi. Setelah memberi bobot dan nilai pada setiap elemen, Anda dapat menghitung skor keseluruhan untuk setiap kekuatan dan kelemahan.

Untuk menghitung skor penjual telur, berikan bobot dan nilai pada setiap elemen dan kalikan nilainya. Skor akhir ini dijumlahkan untuk menghasilkan skor kekuatan dan kelemahan secara keseluruhan. Dengan menghitung skor kekuatan dan kelemahan Anda secara keseluruhan, Anda dapat menafsirkannya untuk menentukan posisi internal perusahaan Anda. Dalam matriks IFE, skor keseluruhan antara 2,5 dan 4 dianggap baik, skor antara 1,5 dan 2,4 dianggap rata-rata, dan skor di bawah 1,5 dianggap lemah.

Dengan memeriksa skor kekuatan dan kelemahan secara keseluruhan, Anda dapat menentukan apakah situasi internal perusahaan baik atau buruk dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Dengan memanfaatkan matriks IFE, perusahaan dapat memperoleh pemahaman komprehensif mengenai situasi dan posisi internalnya, sehingga menghasilkan rekomendasi

untuk meningkatkan kinerja dan daya saing. Pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan internal dalam perusahaan memungkinkan terciptanya rencana aksi yang tepat untuk memanfaatkan potensi yang ada dan mengatasi tantangan.

2.6 Matriks EFE

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) merupakan alat analisis strategis untuk mengevaluasi faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dalam konteks industri penjualan telur, matriks EFE penting untuk memahami dinamika pasar dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi operasional perusahaan.

Pertama, identifikasi faktor eksternal utama yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Faktor eksternal yang penting adalah meningkatnya penggunaan telur dalam produksi makanan, kosmetik dan obat-obatan. Tingginya permintaan dari industri-industri tersebut menciptakan peluang pasar yang sangat besar bagi perusahaan distribusi telur, distribusi telur juga bisa menggunakan teknologi seperti hasil penelitian dari (Nur et al., 2021). Selain itu, perubahan gaya hidup perkotaan yang mempromosikan produk telur siap saji juga merupakan faktor eksternal yang penting.

Perubahan ini menciptakan permintaan baru akan produk telur yang nyaman dan mudah dikonsumsi, sehingga menciptakan peluang pasar potensial bagi perusahaan. Tren makan sehat seperti paleo diet juga menjadi faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Permintaan akan makanan sehat dan alami sedang meningkat, memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan produk telur yang dapat menjawab tren ini. Selain peluang pasar, matriks EFE juga mengidentifikasi ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja.

Salah satu ancaman terbesarnya adalah ketatnya persaingan di pasar telur. Persaingan yang ketat dapat memberikan tekanan pada harga dan margin keuntungan perusahaan, sehingga mengurangi profitabilitasnya. Kontroversi mengenai kesejahteraan hewan juga menempatkan perusahaan dalam risiko. Penerapan praktik peternakan yang baik dapat meningkatkan biaya produksi perusahaan dan berdampak pada citra mereknya.

Selain itu, fluktuasi bahan bakar juga menimbulkan ancaman eksternal yang signifikan. Kenaikan harga bahan bakar dapat meningkatkan biaya operasional perusahaan dan menurunkan profitabilitas. Perubahan tren konsumen dan preferensi makanan juga dapat menimbulkan ancaman bagi dunia usaha. Perubahan preferensi konsumen yang tiba-tiba dapat mengubah permintaan pasar secara signifikan dan berdampak buruk terhadap hasil operasional kami. Terakhir, wabah penyakit hewan juga merupakan ancaman yang perlu diwaspadai oleh dunia usaha. Wabah penyakit dapat mengancam pasokan telur perusahaan dan mengganggu operasional. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, beri bobot pada masing-masing faktor menurut kepentingannya.

Bobot ini mencerminkan pentingnya masing-masing faktor dalam mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Masing-masing faktor kemudian diberi peringkat pada skala 1 sampai 4, dengan angka 1 menunjukkan keberhasilan yang rendah dan angka 4 menunjukkan keberhasilan yang tinggi. Setelah memberikan bobot dan nilai pada setiap faktor, kalikan bobot dan nilai tersebut untuk mendapatkan skor akhir pada setiap faktor.

Published by:

Skor akhir ini mencerminkan seberapa baik atau buruknya suatu perusahaan menghadapi faktor eksternal tertentu. Dengan menganalisis skor akhir untuk setiap faktor eksternal, Anda dapat menilai reputasi eksternal perusahaan Anda dan mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian atau perbaikan. Faktor eksternal yang bernilai tinggi menunjukkan peluang atau ancaman yang besar bagi perusahaan, sedangkan faktor eksternal yang bernilai rendah menunjukkan dampak yang kecil.

Memahami dinamika pasar dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi operasional perusahaan memungkinkan perusahaan mengembangkan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja dan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Hal ini menjadikan matriks EFE sebagai alat yang berharga dalam manajemen bisnis strategis, membantu perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kinerja dan daya saing mereka.

2.7 Matriks IE

Matriks internal-eksternal (IE) merupakan alat analisis strategis yang mengintegrasikan hasil matriks evaluasi faktor internal (IFE) dan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE). Dalam konteks industri penjualan telur, matriks IE penting untuk memahami posisi relatif perusahaan di lingkungan eksternal dan internal.

Pertama, buat matriks IFE dan EFE yang memberikan bobot dan peringkat pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Hasil kedua matriks tersebut kemudian digabungkan untuk mengetahui posisi relatif perusahaan dalam lingkungan eksternal dan internal.

Pada matriks IE, elemen pada kuadran I (tanda centang di kanan atas) menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat dan peluang yang baik di lingkungan eksternal. Artinya perusahaan mempunyai kekuatan internal yang signifikan dan mampu memanfaatkan peluang pasar yang ada. Sebaliknya, elemen pada Kuadran II (kiri atas) menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai posisi internal yang kuat namun menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal.

Hal ini menandakan bahwa dunia usaha perlu memperkuat strategi pertahanannya untuk mengatasi ancaman yang ada. Faktor-faktor pada Kuadran III (kiri bawah) menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kelemahan internal dan terpapar ancaman dari lingkungan eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi rentan dan perlu melakukan perubahan strategis yang signifikan untuk bertahan dalam lingkungan persaingan.

Terakhir, elemen pada Kuadran IV (tanda centang di kanan bawah) menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kelemahan internal namun memiliki peluang bagus di lingkungan eksternal. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu memperbaiki kelemahan internalnya untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada. Dengan menggunakan matriks IE untuk memahami posisi relatif perusahaan dalam lingkungan eksternal dan internal, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya.

Misalnya, jika suatu perusahaan berada di Kuadran 1, fokusnya mungkin pada pengembangan

produk baru atau perluasan pasar untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sebaliknya, jika perusahaan berada di Kuadran 3, fokusnya mungkin pada restrukturisasi internal dan diversifikasi bisnis untuk mengurangi risiko dari ancaman eksternal. Dengan menggunakan Matriks IE secara efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi mereka, mengatasi tantangan yang mereka hadapi, dan dengan demikian memperoleh keunggulan kompetitif di pasar yang kompetitif.

2.8 Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah proses mengevaluasi secara rinci faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja dan operasional perusahaan. Dalam konteks industri Penjualan Telur, analisis ini sangat penting untuk memahami kekuatan dan kelemahan perusahaan serta bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi strategi bisnis perusahaan. Pertama, evaluasi kekuatan internal perusahaan.

Salah satu kekuatan utama perusahaan adalah pengiriman langsung ke lokasi pembeli. Dengan menghilangkan perantara, perusahaan dapat melayani pelanggan lebih cepat dan efisien, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mempertahankan pangsa pasar. Apalagi telur yang kami kirim merupakan telur baru yang sudah lama tidak disimpan di gudang. Situasi ini memastikan bahwa produk yang sampai ke pelanggan berkualitas tinggi dan meningkatkan reputasi perusahaan di pasar. Harga yang murah juga menjadi salah satu kekuatan perusahaan, sehingga menarik bagi konsumen yang mencari nilai uang.

Telur kami berkualitas baik karena kami menggunakan ayam ras Australia. Hal ini memberikan perusahaan keunggulan kompetitif dalam hal kualitas produk. Terakhir, lokasi gudang di perkotaan juga merupakan keuntungan, memungkinkan perusahaan melakukan pengiriman dengan cepat dan efisien ke berbagai area sekitarnya. Selanjutnya menilai kelemahan internal perusahaan.

Salah satu kelemahan utama perusahaan adalah terbatasnya kapasitas penyimpanan telur. Hal ini dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan yang tinggi dan membatasi potensi pertumbuhan bisnisnya. Rendahnya kapitalisasi perusahaan juga menjadi kelemahan utama. Keterbatasan modal membatasi kemampuan perusahaan untuk berinvestasi dalam pengembangan produk baru, perluasan pasar, dan upaya pemasaran. Kurangnya sumber daya manusia juga menjadi masalah serius bagi perusahaan.

Tenaga kerja yang terbatas dapat menyulitkan perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan yang tinggi dan menjalankan operasi sehari-hari secara efisien. Penting juga untuk mempertimbangkan fakta bahwa tidak ada toko fisik. Kehadiran fisik membantu bisnis meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau pelanggan yang tidak dapat mereka jangkau secara online.

Terakhir, peralatan yang tidak sempurna juga menjadi kelemahan internal yang perlu diatasi. Peralatan yang tidak memadai dapat mengurangi produktivitas dan efisiensi operasional perusahaan, sehingga berdampak pada kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan pesaing yang memiliki perlengkapan lebih baik. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk memanfaatkan potensi yang ada dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

Misalnya, untuk mengatasi masalah terbatasnya kapasitas penyimpanan telur, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kapasitas penyimpanan atau berinvestasi pada infrastruktur yang lebih baik. Untuk mengatasi masalah kekurangan talenta, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk merekrut karyawan tambahan atau meningkatkan pelatihan dan pengembangan bagi karyawan yang sudah ada.

Selain itu, untuk mengatasi masalah peralatan yang rusak, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk berinvestasi pada peralatan baru atau meningkatkan pemeliharaan dan servis peralatan yang sudah ada. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi kerentanan internal, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan jangka panjang.

2.9 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal menilai faktor-faktor di luar kendali perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja dan keberhasilannya. Dalam situasi industri penjualan telur, analisis lingkungan eksternal sangat penting untuk memahami peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi perusahaan akibat faktor eksternal organisasi.

Pertama, nilai peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan Anda. Salah satunya adalah meningkatnya penggunaan telur dalam produksi makanan, kosmetik, dan obat-obatan. Tingginya permintaan dari industri-industri tersebut menciptakan peluang pasar yang sangat besar bagi perusahaan pemasaran telur untuk memperluas jangkauan produknya. Selain itu, perubahan gaya hidup perkotaan yang mempromosikan produk telur siap saji juga menciptakan peluang bisnis yang potensial.

Perubahan ini menciptakan permintaan baru akan produk telur yang nyaman dan mudah dikonsumsi, sehingga menciptakan peluang pasar yang besar bagi perusahaan. Namun analisis lingkungan eksternal tidak hanya mencakup peluang tetapi juga risiko yang harus diwaspadai oleh perusahaan. Salah satu ancaman terbesarnya adalah ketatnya persaingan di pasar telur. Persaingan yang ketat dapat menyebabkan harga dan margin keuntungan menjadi lebih rendah, sehingga mengurangi profitabilitas perusahaan.

Selain itu, kontroversi mengenai kesejahteraan hewan dapat meningkatkan biaya produksi bagi perusahaan dan mempengaruhi citra merek karena tuntutan praktik peternakan yang baik. Kenaikan harga bahan bakar juga dapat meningkatkan biaya operasional perusahaan dan menurunkan profitabilitasnya. Perubahan tren konsumen dan preferensi makanan juga menimbulkan ancaman bagi dunia usaha. Perubahan preferensi konsumen secara tiba-tiba dapat mengakibatkan perubahan signifikan pada permintaan pasar, yang dapat berdampak buruk terhadap hasil operasi kami.

Memahami peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal memungkinkan perusahaan mengembangkan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Misalnya, untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, perusahaan dapat fokus pada diferensiasi produk dan inovasi untuk membedakan dirinya dari pesaing. Untuk mengatasi ancaman fluktuasi harga bahan bakar, perusahaan dapat mencari sumber energi alternatif atau mengembangkan strategi manajemen risiko.

Oleh karena itu, analisis lingkungan eksternal memberikan wawasan penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kinerja dan keberhasilan mereka di pasar yang kompetitif.

3. Research Method

3.1 Metodologi

Metode penelitian yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti, termasuk kekuatan dan kelemahan internal perusahaan pemasaran telur serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi industri ini. Pendekatan kualitatif dapat mencakup wawancara dengan pemilik atau manajer bisnis, observasi langsung terhadap proses bisnis, analisis dokumen atau data historis, dan pengumpulan data rinci.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi lebih detail dinamika bisnis industri Penjualan Telur dan bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi kinerja dan strategi bisnis perusahaan. Hal ini memberikan wawasan yang komprehensif dan kontekstual terhadap topik penelitian, yang dapat digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategis yang lebih rinci.

Analisis SWOT juga digunakan dalam penelitian ini. Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) adalah alat manajemen strategis untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi, produk, atau proyek. Kinerja usaha penjualan telur mencakup berbagai aspek yang tidak hanya mencerminkan pencapaian tujuan usaha tetapi juga efektivitas dan efisiensi operasional.

Kinerja keuangan mencakup penjualan, laba, arus kas, dan metrik keuangan seperti margin keuntungan. Kinerja usaha dapat diukur dari kualitas produk, seperti volume penjualan, efisiensi produksi, waktu pengiriman, dan tingkat kerusakan atau cacat pada telur yang dijual. Selain itu, kinerja pemasaran diukur dengan penetrasi pasar, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan efektivitas periklanan.

Kinerja sumber daya manusia meliputi produktivitas karyawan, program pelatihan dan pengembangan, kepuasan karyawan, dan turnover. Aspek kinerja ekologi dan sosial meliputi keberlanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan kesejahteraan hewan. Kinerja inovasi dan teknologi diukur dengan pengenalan teknologi baru, inovasi produk, serta efisiensi teknologi dalam meningkatkan operasi dan mengurangi biaya.

Melakukan evaluasi dan pemantauan secara berkala untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mengembangkan strategi perbaikan. Laporan kinerja yang komprehensif dan transparan dihasilkan untuk mendukung keputusan strategis dan operasional perusahaan.

Langkah-langkah Penelitian:

1. Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal:

Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait bisnis penjualan telur. Melakukan wawancara dan survei untuk mendapatkan informasi akurat mengenai faktor-

Published by:

faktor tersebut.

2. Penentuan Bobot dan Rating:

Setiap faktor diberi bobot berdasarkan kepentingannya bagi bisnis. Bobot ini diberikan pada skala 0,0 hingga 1,0. Penilaian didasarkan pada kinerja perusahaan dalam menangani setiap faktor dengan skala 1 sampai 4 (1 = buruk, 2 = cukup, 3 = baik, 4 = sangat baik).

Bobot dan Rating dalam Tabel IFE dan EFE

Bobot:

Masing-masing faktor internal dan eksternal diberi bobot berdasarkan dampaknya terhadap kesuksesan bisnis. Misalnya, jika kualitas telur yang baik sangat penting, maka bobotnya akan tinggi (misalnya 0,20) dibandingkan dengan faktor lain yang kurang penting.

Rating:

Setelah bobot ditentukan, masing-masing faktor diberi skor berdasarkan kinerja perusahaan. Rating ini mencerminkan seberapa baik perusahaan mengatasi faktor-faktor ini. Misalnya, jika sebuah perusahaan sangat baik dalam menjaga kualitas telur, maka perusahaan tersebut mungkin mendapat peringkat 4.

Menghitung Skor Total:

Total skor setiap faktor dihitung dengan mengalikan bobot dan rating. Hasil ini dijumlahkan untuk menghasilkan skor IFE dan EFE secara keseluruhan, yang memberikan gambaran kinerja internal dan eksternal perusahaan.

4. Findings and Discussions

Tabel 1. Matriks IFE Usaha Penjualan Telur Ayam SilverEgg

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Pengiriman langsung ke tempat pembeli	0.10	4	0.40
Telur baru dan kualitas bagus	0.15	5	0.75
Harga yang lebih murah	0.10	4	0.40
Lokasi gudang di perkotaan	0.10	4	0.40
Kapasitas stok telur yang terbatas	0.05	2	0.10
Sedikitnya modal yang dimiliki	0.10	2	0.20
Sumber daya manusia yang sedikit	0.10	2	0.20
Tidak ada toko fisik	0.10	2	0.20
Peralatan yang belum lengkap	0.10	2	0.20
Total	1.00		2.85

Hasil IFE: Perusahaan memiliki kekuatan dalam pengiriman langsung, kualitas telur, harga kompetitif, dan lokasi gudang yang strategis. Namun kelemahan utamanya antara lain terbatasnya kapasitas penyimpanan, terbatasnya modal, terbatasnya sumber daya manusia, kurangnya fisik gudang, peralatan yang tidak lengkap, dan lain-lain. Skor IFE secara keseluruhan adalah 2,85 yang menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai potensi untuk memperbaiki faktor internalnya.

Published by:

Tabel 2. Matriks EFE Usaha Penjualan Telur Ayam SilverEgg

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Penggunaan telur dalam berbagai industri makanan, kosmetik, dan farmasi	0.10	4	0.40
Perubahan gaya hidup urban	0.10	3	0.30
Tren makanan sehat seperti diet paleo	0.10	3	0.30
Peningkatan permintaan protein	0.10	4	0.40
Penggunaan teknologi dalam pemrosesan telur	0.10	4	0.40
Persaingan harga dan margin keuntungan	0.10	2	0.20
Kontroversi kesejahteraan hewan	0.10	3	0.30
Fluktuasi bahan bakar	0.10	2	0.20
Perubahan tren konsumen terhadap makanan	0.10	2	0.20
Wabah penyakit hewan	0.10	2	0.20
Total	1.00		2.90

Hasil EFE: Peluang bagi perusahaan antara lain pemanfaatan telur dalam industri makanan, perubahan gaya hidup perkotaan, tren makanan sehat, peningkatan permintaan protein, dan penggunaan teknologi dalam pengolahan telur. Ancaman yang dihadapi mencakup persaingan harga, perselisihan kesejahteraan hewan, fluktuasi bahan bakar, perubahan tren konsumen, dan wabah penyakit hewan. Skor EFE secara keseluruhan adalah 2,90 yang menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai potensi dalam memanfaatkan peluang eksternal dan mengatasi ancaman yang ada.

Tabel 3. Matriks IE Usaha Penjualan Telur Ayam SilverEgg

Kuadran	Deskripsi
I	Strategi Grow and Build: Perusahaan memiliki kekuatan internal yang kuat dan dapat memanfaatkan peluang eksternal untuk pertumbuhan dan perkembangan yang lebih lanjut
II	Strategi Hold dan Maintain: Perusahaan memiliki kekuatan internal yang cukup, tetapi terbatas dalam memanfaatkan peluang eksternal untuk pertumbuhan yang signifikan
III	Strategi Harvest and Divest: Perusahaan memiliki kelemahan internal yang signifikan namun masih dapat memanfaatkan peluang eksternal untuk pertumbuhan terbatas
IV	Strategi Turnaround or Retrench: Perusahaan memiliki kelemahan internal yang signifikan dan terbatas dalam memanfaatkan peluang eksternal untuk pertumbuhan signifikan

Hasil IE: Berdasarkan skor IFE dan EFE secara keseluruhan, perusahaan berada pada Kuadran 2 yang berarti mempunyai kekuatan internal yang cukup namun perlu memperkuat strategi untuk memanfaatkan peluang eksternal dan mengatasi ancaman yang ada. Perusahaan harus mengevaluasi strategi pertumbuhan dan pengembangan yang agresif untuk memanfaatkan kekuatan mereka dan mengatasi tantangan eksternal.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis matriks internal-eksternal (IE) perusahaan penjual telur ayam, dapat diambil beberapa kesimpulan.

1. Kekuatan : Perusahaan mempunyai beberapa kekuatan internal yang penting seperti; B. Pengiriman langsung, telur baru dan berkualitas, harga bersaing, dan lokasi penyimpanan strategis di perkotaan. Hal ini merupakan aset yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja suatu perusahaan.
2. Kelemahan : Namun perusahaan juga memiliki beberapa kelemahan, seperti kapasitas penyimpanan yang terbatas, modal yang terbatas, sumber daya manusia yang sedikit, fisik gudang yang kurang, dan peralatan yang tidak lengkap. Kelemahan ini dapat menjadi hambatan bagi pertumbuhan dan kesuksesan yang lebih besar.
3. Peluang : Terdapat beberapa peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, seperti pemanfaatan telur dalam industri pangan, peningkatan permintaan protein, dan pemanfaatan telur. Teknologi pengolahan telur. Dengan memanfaatkan peluang ini, Anda dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan perluasan perusahaan Anda.
4. Ancaman: Namun, perusahaan juga menghadapi banyak ancaman eksternal, seperti persaingan harga yang tinggi, kontroversi kesejahteraan hewan, fluktuasi bahan bakar, tren konsumen, dan potensi wabah penyakit hewan. Ancaman ini dapat mengganggu operasional perusahaan dan mengurangi keuntungan.
5. Strategi: Berdasarkan posisinya pada matriks IE, perusahaan berada pada kuadran kedua sehingga memerlukan strategi pertumbuhan yang lebih agresif untuk memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi tantangan eksternal yang ada. Hal ini dapat mencakup peningkatan modal, pengembangan bakat, diversifikasi produk, dan investasi pada infrastruktur dan teknologi.

Oleh karena itu, untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri pemasaran telur, perusahaan harus menerapkan pendekatan yang seimbang antara memanfaatkan kekuatan mereka dan merespons secara bijak terhadap ancaman dan peluang eksternal.

References

- Barus, O., Sulistiyanto, B., Utama, C. S., & Haidar, M. F. (2022). Analisis Pengendalian Mutu Pakan Ayam Petelur: Studi Kasus di Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Mijen Kota Semarang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 20(1), 9–22. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v20i1.901>
- Dewi, R. (2019). Pengaruh pemberian telur ayam broiler terhadap penyembuhan luka perineum pada ibu nifas. *Action: Aceh Nutrition Journal*, 4(2), 149. <https://doi.org/10.30867/action.v4i2.161>
- Ekawati, E., Yudi Limpraptono, F., Elektro, T. S., Malang, I., & Indonesia, M. (n.d.). *RANCANG BANGUN PEMBERSIH KOTORAN KANDANG AYAM BERDASARKAN KADAR GAS BERBAHAYA AMONIA BERBASIS ATMEGA 2560*.
- Fatayati, I., Cita Amanda, A., Nurhayati, E., Djohan, H., Kartika Komara, N., & Palangka

- Raya, U. (2023). *Cemaran Mikroba Terhadap Masa Simpan Dan Kebersihan Penyimpanan, Gambaran* (Vol. 2, Issue 5). <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/850/816>
- Hanafie, A., Darty Akhsa, A. C., Alam, N., & Sandy, A. (2020). RANCANG BANGUN SISTEM KONVEYOR PENGHITUNG TELUR OTOMATIS. *ILTEK: Jurnal Teknologi*, 15(01), 1–4. <https://doi.org/10.47398/iltek.v15i01.1>
- Haqiqi, M., Hertamawati, R. T., & Rahmasari, R. (2021). *Tingkat penerapan biosekuriti pada usaha peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Jember*. 56–64. <https://doi.org/10.25047/animpro.2021.7>
- Hurek, D., Rihi, D., Pello, P., Beti, V., Moi, M., Boru, M., Manafe, R., Parera, M., Kale, N., Kallau, N., Detha, A., Wuri, D., & Toha, L. (2021). *TIPS MEMILIH DAN MENYIMPAN TELUR YANG AMAN UNTUK DIKONSUSMI*. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/mediatropika/article/view/3931/2610>
- Irawati, L. (n.d.). *PENGUNAAN PUTIH TELUR AYAM SEBAGAI PENGANTI BOVIN SERUM ALBUMIN (BSA) PADA PRAKTIKUM PENETAPAN PROTEIN METODE LOWRY*.
- Jarak, P., Kedalaman, D., Bor, S., Bersih, K. A., Peternakan, D., Petelur, A., Karanganyar, K., Tengah, J., & Susantho, A. H. (n.d.). *Prosiding Seminar Nasional Cendekia Peternakan 2022*.
- Khusnul Khotimah, A., Bidaraswati, A., Khalifa Rizky, D., Rosyid Ridlo, M., & Info Naskah Diterima, A. (2023). SA 4.0 License Creative Commons Attribution 4.0 International License Review Jurnal: Efektivitas Penggunaan Kuning Telur Berbagai Jenis Unggas Sebagai Pengencer Semen pada Ternak. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, 26(2). <https://doi.org/10.22437/jiip.v26i2.29318>
- Kumaji, S. S. (n.d.). *PENGARUH LAMA PENYIMPANAN TELUR AYAM RAS PADA SUHU REFRIGERATOR TERHADAP JUMLAH BAKTERI*. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index>
- Luthfi, A. C., Suhardi, S., & Wulandari, E. C. (2020). Produktivitas Ayam Petelur Fase Layer II dengan Pemberian Pakan Free Feeding Choice. *Tropical Animal Science*, 2(2), 57–65. <https://doi.org/10.36596/tas.v2i2.370>
- Maha Rani, S., & Martilova, N. (n.d.). ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN PRODUKSI USAHA TERNAK AYAM PETELUR BERDASARKAN PERSPEKTIF MANAJEMEN SYARIAH (STUDI KASUS DI NAGARI SIMPANG KAPUAK KECAMATAN MUNGKA KABUPATEN LIMA PULUH KOTA). *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(5), 762–769.
- Mani Mishra, P., Uversky, V. N., & Nandi, C. K. (2020). Serum albumin-mediated strategy for the effective targeting of SARS-CoV-2. *Medical Hypotheses*, 140. <https://doi.org/10.1016/j.mehy.2020.109790>
- Nisa, Z., Haryuni, N., Prodi Peternakan, M., Ilmu Eksakta, F., & Prodi Peternakan, D. (n.d.).

- 415 Interaksi Umur Ayam dan Tipe Kandang (Open House dan Close House) terhadap Kinerja Produksi Ayam Petelur. *BRILIANT: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(2), 2023. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i2>
- Nur, M., Mustam, M., Hartono, Y. D., & Nuryadi, A. M. (2021). Peternak Ayam Ras Petelur. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 333–339. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i4.1837>
- Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkalis, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps>
- Sudiantini, D., MPd Hadita, Sp., & Penerbit Pena Persada, M. C. (n.d.). *MANAJEMEN STRATEGI*.
- Tanjung Sari, A., Melinia, Y. F., Andaruisworo, S., & Yuniati, Y. (2022). Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Petelur Lidani Farm Di Kecamatan Wates. *Jurnal Ilmiah Fillia Cendekia*, 7(2), 145. <https://doi.org/10.32503/fillia.v7i2.3058>
- Wijaya, F., & Adib Sultan, M. (2019). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas. In *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis* (Vol. 10, Issue 2).
- Z. Wulandari, & I. I. Arief. (2022). Review: Tepung Telur Ayam: Nilai Gizi, Sifat Fungsional dan Manfaat. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 10(2), 62–68. <https://doi.org/10.29244/jipthp.10.2.62-68>
- Zhang, X., Chelliappan, B., Rajeswari, S., & Antonysamy, M. (2021). Recent Advances in Applications of Bioactive Egg Compounds in Nonfood Sectors. In *Frontiers in Bioengineering and Biotechnology* (Vol. 9). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fbioe.2021.738993>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Analisis Pengembangan Organisasi Pelayanan Publik di Rumah Sakit Umum Daerah dengan Model Weisbord

Denie Candra Asmara*, Sulbahri Madjir, Abdul Basyith

Universitas Serelo Lahat, Indonesia

Penulis Korespondensi: deniecandraasmaramanajemen@gmail.com*

madjirsulbahri@gmail.com, basyith_feump@yahoo.com

Informasi Artikel:

Received: 05 Mei 2024, Accepted: 19 Mei 2024, Published: 22 Mei 2024

Abstract

Regional General Hospital is one of the public service organizations with the obligation to provide health services that are quality, safe, effective, do not discriminate, and prioritize patients. The background for conducting this research is that customer satisfaction at Semende Darat Laut Hospital has not reached the standard, which means there are several causes, including lack of empathy, lack of information, lack of response, and long service time. This research was conducted to determine and analyze the inhibiting factors in health services through diagnosis and intervention in developing hospital organizations. The research method is a survey that distributes questionnaires to all 25 civil servant staff at Semende Darat Laut Regional Hospital for analysis using the "Weisbord Model" approach. The results of the research show that, in general, the results of all the variables that were diagnosed were not problematic. However, there were still respondents who stated that there were some problems with the organizational structure variables and reward system variables, so intervention was needed to develop the hospital organization in the future.

Keywords: Weisbord Model, Organizational Development, Diagnosis, Intervention.

1. Pendahuluan

Organisasi publik dalam melaksanakan tugasnya memiliki perbedaan dengan organisasi bisnis. Pada organisasi bisnis sangat mengutamakan perolehan keuntungan semaksimal mungkin sementara pada organisasi publik lebih mengedepankan peningkatan kualitas pelayanan publik. Apabila kualitas pelayanan menurun atau kurang baik maka perlu dicari permasalahan yang terjadi yaitu melalui proses diagnosa dan intervensi dalam rangka pengembangan organisasi.

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Semende Darat Laut termasuk salah satu organisasi pelayanan publik di Kabupaten Muara Enim. Rumah sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan dengan kewajiban memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu, aman, efektif, tidak membedakan serta mengutamakan pasien sesuai standar pelayanan rumah sakit (Republik Indonesia, 2023).

Pemerintah pusat dan daerah wajib menitikberatkan kebijakan dalam bidang kesehatan

Published by:

sehingga peningkatan pelayanan kesehatan akan tercapai. Kepmenkes (2008) menyatakan bahwa standar kepuasan pelanggan di rumah sakit adalah lebih besar atau sama dengan 90%. Sementara itu kepuasan pelanggan di RSUD Semende Darat Laut belum mencapai 90% yang perlu segera ditingkatkan agar sesuai standar. Adapun penyebab dari hal tersebut antara lain karena kurangnya empati, informasi dan tanggapan serta lamanya waktu pelayanan (SPM RSUD Semende Darat Laut, 2023).

Pengembangan organisasi bertujuan mewujudkan organisasi yang efektif sehingga pelayanan dan produktifitas akan meningkat. Pengembangan organisasi ini akan merubah segala sesuatu di organisasi tersebut termasuk perilaku pegawai. Rumah sakit dapat mengembangkan organisasi karena tujuan, sistem penghargaan dan struktur ditentukan oleh peraturan internal rumah sakit.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui dan membuat analisis mengenai faktor-faktor penghambat dalam pelayanan kesehatan melalui diagnosa dan intervensi dalam mengembangkan organisasi rumah sakit.

2. Kajian Pustaka

Pengembangan organisasi dapat diartikan sebagai perencanaan organisasi yang dilakukan oleh pemimpin atau manajer untuk meningkatkan efektifitas organisasi dalam rangka mencapai sasaran strategis dari organisasi itu sendiri. Pengembangan organisasi harus dilakukan secara berkelanjutan supaya berpengaruh di organisasi tersebut (Aslinda et al., 2019).

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengembangan organisasi ini, salah satunya dilakukan oleh Hardiyansyah et al (2019) yang menganalisis pengembangan organisasi pelayanan publik KPP Pratama Palembang Ilir Timur melalui proses diagnosa dan intervensi dengan hasil seluruh variabel dalam keadaan baik dan sesuai yang diharapkan.

Pelayanan publik merupakan kegiatan pelayanan dari penyelenggara pelayanan publik untuk pemenuhan kebutuhan penerima layanan dan pelaksanaan aturan undang-undang (Kepmenpan, 2003). Faktor penting yang berpengaruh pada kualitas pelayanan publik diantaranya semangat dalam bekerja, kemampuan pegawai, inspeksi atau kontrol sosial, tingkah laku pegawai atau birokrasi, komunikasi yang dilakukan, disposisi dan struktur birokrasi, restukturisasi termasuk juga iklim komunikasi dan jalinan informasi (Hardiyansyah, 2017).

Diagnosa merupakan suatu proses dalam mencari informasi yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi seperti bagaimana fungsi organisasi tersebut, membuat analisis informasi lalu menyimpulkan untuk merubah organisasi dan menyempurnakannya (Thoha, 2019).

Metode diagnosa organisasi yang dilakukan dalam rangka pengembangan organisasi antara lain: Model 7s McKinsey, Model Weisbord dan Organizational Diagnostic Questionnaire (ODQ). Metode diagnosa dengan Model 7s McKinsey bertujuan dalam menganalisis bagian dalam suatu organisasi dengan tujuh elemen utama yaitu: strategi, struktur, sistem, pembagian nilai, gaya, staf, dan keterampilan. Ketujuh elemen ini saling berkaitan satu sama lain sehingga perubahan pada satu elemen akan mempengaruhi elemen lainnya (Saud & Pratolo, 2021). Model 7s McKinsey ini terutama dipakai dalam mendiagnosa keefektifan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi (Komarsyah et al., 2019). Model Weisbord bertujuan untuk memahami dan menggambarkan kenyataan yang ada. Model Weisbord ini terdiri dari enam kotak atau variabel yaitu: tujuan, struktur, sistem penghargaan, mekanisme tata kerja, tata hubungan, dan kepemimpinan. Model Weisbord ini memiliki kelebihan diantaranya adalah metodenya sederhana, tidak pelik, unsur organisasi yang terkandung tidak asing sehingga dapat

disimpulkan bahwa model Weisbord ini sangat berguna apabila konsultan tidak memiliki banyak waktu untuk mendiagnosa, peta organisasi tidak begitu rumit, dan klien tidak terbiasa berpikir dalam sistem. Selain hal tersebut diatas model ini akan menggambarkan organisasi sebagai suatu sistem keseluruhan tanpa adanya istilah yang membuat bingung (Thoha, 2019). Organizational Diagnostic Questionnaire (ODQ) adalah metode yang disusun oleh Preziosi (1980) dengan menambah satu dari enam variabel model Weisbord yaitu sikap terhadap perubahan. Model ini mempunyai total tujuh variabel dengan tiap variabel terdiri dari lima indikator (Simarmata & Almaududi, 2019).

Tujuan organisasi adalah segala hal yang ingin dicapai organisasi melalui pengoptimalan seluruh kemampuan sumber daya yang dimiliki. Adapun fungsi tujuan organisasi adalah selain sebagai landasan operasional kegiatan organisasi juga tolak ukur penilaian suatu organisasi apakah berhasil atau tidak (Krisnandi et al., 2019).

Struktur organisasi adalah suatu cara penetapan formal tentang bagaimana suatu pekerjaan dibagikan, dikelompokkan serta dikoordinasikan. Setiap organisasi pasti mempunyai struktur dengan tujuan memastikan organisasi disusun sebaik mungkin dalam mencapai sasarannya (Wahjono, 2022).

Tata hubungan dengan kualitas yang baik akan membuat suasana kerja menjadi menarik, menyenangkan, nyaman, menantang, tidak monoton dan merasa diperlakukan secara adil (Findira, 2021).

Sistem penghargaan dalam suatu organisasi harus memastikan bahwa pegawai memperoleh dukungan yang memadai baik secara finansial maupun non finansial seperti promosi dan pengakuan atas prestasi kerjanya (Krisnandi et al., 2019).

Kepemimpinan merupakan suatu kemampuan mempengaruhi atau memotivasi seseorang untuk mencapai tujuan organisasi. Sikap kepemimpinan yang baik dari seorang pemimpin akan membuat pegawai dapat beradaptasi dengan pekerjaannya (Samsuddin, 2018).

Mekanisme tata kerja dapat dirincikan sebagai bentuk tujuan, target, program, fungsi dan kebijakan dalam berkegiatan di dalam suatu organisasi, yang mengharuskan adanya mekanisme kerja yang stabil dan fleksibel. Stabil berarti tetap atau tidak berubah-ubah sedangkan fleksibel berarti mampu menyesuaikan diri dengan keadaan (Sipahutar & Tanjung, 2023).

Manajemen strategis rumah sakit berdasarkan pada model perencanaan strategis yang diikuti ketepatan dalam pelaksanaan dan pengendalian. Model ini mengutamakan permasalahan visi dan analisis faktor-faktor yang mempunyai dampak pada tujuan rumah sakit. Faktor-faktor tersebut yaitu hambatan dan dorongan dari luar institusi serta kekuatan dan kelemahan dari dalam institusi (Rahmawati, 2022).

RSUD Semende Darat Laut merupakan salah satu organisasi pelayanan publik di Kabupaten Muara Enim dengan visi yaitu terwujudnya kemudahan pelayanan kesehatan bagi masyarakat semende. Adapun misi yang diemban yaitu : (1) Menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang prima, aman dan nyaman; (2) Meningkatkan sumber daya manusia rumah sakit melalui pembinaan, pelatihan dan pendidikan; (3) Menjalinkan kerja sama yang baik dengan semua pihak. Dalam pengembangannya rumah sakit ini lebih menekankan pada peningkatan kualitas pelayanan publik.

Intervensi adalah tahapan yang dilakukan setelah diagnosa diperoleh. Intervensi akan

memecahkan suatu masalah yang diperoleh dari diagnosa untuk kemudian dapat mendesain arah pengembangan organisasi yang tepat (Hardiyansyah et al., 2019).

Prosedur pelayanan yang rumit, ketidakjelasan waktu, ketidakjelasan jumlah pembayaran, ketidakjelasan persyaratan, tidak terbuka, kurang ramah, kurang respon merupakan gambaran pelayanan publik yang belum memadai. Petugas pelayanan sebagai garda terdepan yang menghadapi publik harus memiliki perilaku yang profesional dan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya untuk masyarakat (Hardiyansyah, 2017). Hardiyansyah et al (2019) berpendapat bahwa diagnosa dan intervensi pada pengembangan organisasi dibutuhkan saat pelayanan publik dirasa tidak baik, tidak berkualitas, lamban, rumit, membedakan dan tidak ada empati..

3. Metode Penelitian

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh staf PNS RSUD Semende Darat Laut berjumlah 25 orang. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei melalui pembagian kuesioner untuk dianalisis dengan pendekatan “Model Weisbord”. Model ini terdiri atas enam variabel yaitu tujuan, struktur, tata hubungan, sistem penghargaan, kepemimpinan dan mekanisme tata kerja. Setiap variabel terdiri atas lima kategori; “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”. Nilai paling tinggi 5 dan paling rendah 1. Hasil dari setiap variabel dijumlahkan kemudian dicari nilai rata-ratanya. Alat yang digunakan adalah metode kelas interval, dengan rumus sebagai berikut:

Interval = (Nilai paling tinggi-Nilai paling rendah)/Nilai paling tinggi = $(5-1)/5 = 0,8$

Dari rumus tersebut dapat disusun jawaban responden berdasarkan kelas interval yaitu:

Tabel 1. Klasifikasi interval

Interval	Klasifikasi
4,24-5,00	Sangat setuju
3,43-4,23	Setuju
2,62-3,42	Ragu-ragu
1,81-2,61	Tidak setuju
1,00-1,80	Sangat tidak setuju

Pembahasan diagnosa diperoleh melalui perbandingan dari nilai rata-rata setiap variabel maupun rata-rata seluruh variabel.

4. Hasil dan Diskusi

4.1 Hasil

Berikut ini adalah hasil dari pengisian kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel nilai rata-rata dan distribusi frekuensi. Rata-rata jawaban responden variabel tujuan ditunjukkan pada tabel 2 dan distribusi frekuensi jawaban responden variabel tujuan ditunjukkan pada tabel 3 berikut.

Tabel 2. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel tujuan

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Nilai	4	4,6	4,2	4,6	4,8	4	5	4	5	4	4,2	4,8	4,4
Responden	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Rata-rata
Nilai	4,6	4,6	4,2	3,6	4,4	3,8	4,8	4	4	4	4,8	4	4,34

Tabel 3. Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel tujuan

Klasifikasi Tanggapan	Skor rata-rata	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Baik	4,24-5,00	12	48
Tidak Bermasalah	3,43-4,23	13	52
Agak Bermasalah	2,62-3,42	0	0
Bermasalah	1,81-2,61	0	0
Sangat Bermasalah	1,00-1,80	0	0
Jumlah		25	100

Tabel 2 memperlihatkan nilai rata-rata 4,34 dengan nilai paling tinggi adalah 5 dan paling rendah adalah 3,6. Pada Tabel 3 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 12 orang atau 48% dan yang menilai tidak bermasalah sejumlah 13 orang atau 52%.

Rata-rata jawaban responden variabel struktur ditunjukkan pada tabel 4 dan distribusi frekuensi jawaban responden variabel struktur ditunjukkan pada tabel 5 berikut.

Tabel 4. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel struktur

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Nilai	3,75	5	4	4	4,5	4,5	3	3,25	3,5	4	4,5	4,5	4
Responden	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Rata-rata
Nilai	4,25	4,5	4,25	4	4,25	4	4,25	4,25	4	4	4,25	3,75	4,09

Tabel 5. Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel struktur

Klasifikasi Tanggapan	Skor rata-rata	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Baik	4,24-5,00	12	48
Tidak Bermasalah	3,43-4,23	11	44
Agak Bermasalah	2,62-3,42	2	8
Bermasalah	1,81-2,61	0	0
Sangat Bermasalah	1,00-1,80	0	0
Jumlah		25	100

Tabel 4 memperlihatkan nilai rata-rata 4,09 dengan nilai paling tinggi adalah 5 dan paling rendah adalah 3. Pada Tabel 5 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 12 orang atau 48% dan yang menilai tidak bermasalah sejumlah 11 orang atau 44% serta sejumlah 2 orang atau 8% menyatakan agak bermasalah dengan struktur organisasinya.

Rata-rata jawaban responden variabel tata hubungan ditunjukkan pada tabel 6 dan distribusi frekuensi jawaban responden variabel tata hubungan ditunjukkan pada tabel 7 berikut.

Tabel 6. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel tata hubungan

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Nilai	4	4,8	4,4	4,2	4,6	4	4,4	4,2	4,6	4,2	4,2	4	4,8
Responden	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Rata-rata
Nilai	4,8	4	4,2	4,8	4,2	4	5	5	4	4	5	4	4,38

Tabel 7. Distribusi jawaban responden pada variabel tata hubungan

Klasifikasi Tanggapan	Skor rata-rata	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Baik	4,24-5,00	11	44
Tidak Bermasalah	3,43-4,23	14	56
Agak Bermasalah	2,62-3,42	0	0
Bermasalah	1,81-2,61	0	0
Sangat Bermasalah	1,00-1,80	0	0
Jumlah		25	100

Tabel 6 memperlihatkan nilai rata-rata 4,38 dengan nilai paling tinggi adalah 5 dan paling rendah adalah 4. Pada Tabel 7 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 11 orang atau 44% dan yang menilai tidak bermasalah sejumlah 14 orang atau 56%.

Rata-rata jawaban responden variabel sistem penghargaan ditunjukkan pada tabel 8 dan distribusi frekuensi jawaban responden variabel sistem penghargaan ditunjukkan pada tabel 9 berikut.

Tabel 8. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel sistem penghargaan

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Nilai	3,8	4,6	4,2	4,2	4,6	4,4	3	3,8	3,8	4,2	4,2	4	4
Responden	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Rata-rata
Nilai	3,6	4,2	4,4	3,4	4,2	3,6	5	4,2	4	4	4,4	3,8	4,06

Tabel 9. Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel sistem penghargaan

Klasifikasi Tanggapan	Skor rata-rata	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Baik	4,24-5,00	6	24
Tidak Bermasalah	3,43-4,23	17	68
Agak Bermasalah	2,62-3,42	2	8
Bermasalah	1,81-2,61	0	0
Sangat Bermasalah	1,00-1,80	0	0
Jumlah		25	100

Tabel 8 memperlihatkan nilai rata-rata 4,06 dengan nilai paling tinggi adalah 5 dan paling rendah adalah 3. Pada Tabel 9 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 6 orang atau 24% dan yang menilai tidak bermasalah sejumlah 17 orang atau 68% serta sejumlah 2 orang atau 8% menyatakan agak bermasalah dengan sistem penghargaan di organisasinya.

Rata-rata jawaban responden variabel kepemimpinan ditunjukkan pada tabel 10 dan distribusi frekuensi jawaban responden variabel kepemimpinan ditunjukkan pada tabel 11 berikut.

Tabel 10. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel kepemimpinan

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Nilai	4	4,4	4	4,2	4,8	4	4	4,4	4,4	4,2	4,2	4,8	4,8
Nomor Responden	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Rata-rata
Nilai	4	4,4	4	4,4	4	4	5	4	4	4	4,8	4	4,27

Tabel 11. Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel kepemimpinan

Klasifikasi Tanggapan	Skor rata-rata	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Baik	4,24-5,00	10	40
Tidak Bermasalah	3,43-4,23	15	60
Agak Bermasalah	2,62-3,42	0	0
Bermasalah	1,81-2,61	0	0
Sangat Bermasalah	1,00-1,80	0	0
Jumlah		25	100

Tabel 10 memperlihatkan nilai rata-rata 4,27 dengan nilai paling tinggi adalah 5 dan paling rendah adalah 4. Pada Tabel 11 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 10 orang atau 40% dan yang menilai tidak bermasalah sejumlah 15 orang atau 60%.

Rata-rata jawaban responden variabel mekanisme tata kerja ditunjukkan pada tabel 12 dan distribusi frekuensi jawaban responden variabel mekanisme tata kerja ditunjukkan pada tabel 13 berikut.

Tabel 12. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel mekanisme tata kerja

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Nilai	4	5	4	4	4,2	4,2	3,6	4,2	3,8	4,4	4,2	5	4,2
Responden	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Rata-rata
Nilai	4,2	3,8	4,2	3,6	4	3,6	5	4,2	4	4	4,8	4	4,17

Tabel 13. Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel mekanisme tata kerja

Klasifikasi Tanggapan	Skor rata-rata	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Baik	4,24-5,00	5	20
Tidak Bermasalah	3,43-4,23	20	80
Agak Bermasalah	2,62-3,42	0	0
Bermasalah	1,81-2,61	0	0
Sangat Bermasalah	1,00-1,80	0	0
Jumlah		25	100

Tabel 12 memperlihatkan nilai rata-rata 4,17 dengan nilai paling tinggi adalah 5 dan paling rendah adalah 3,6. Pada Tabel 13 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 5 orang atau 20% dan yang menilai tidak bermasalah sejumlah 20 orang atau 80%.

Langkah selanjutnya adalah melakukan rekapitulasi seluruh jawaban dari keenam variabel seperti ditunjukkan pada tabel 14. Hasil distribusi keseluruhan jawaban responden berdasarkan pada klasifikasi kuesioner ditunjukkan pada tabel 15.

Tabel 14. Hasil diagnosa organisasi

Variabel	Nilai rata-rata
Tujuan	4,34
Struktur Organisasi	4,09
Tata Hubungan	4,38
Sistem Penghargaan	4,06

Kepemimpinan	4,27
Mekanisme Tata Kerja	4,17
Jumlah	25,31
Rata-rata	4,22

Tabel 15. Hasil distribusi keseluruhan jawaban berdasarkan klasifikasi kuesioner

Klasifikasi	Σ	Persentase (%)
Sangat Baik	10	40
Baik	15	60
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	0	0
Sangat Tidak Baik	0	0
Jumlah	25	100

Pada tabel 14 memperlihatkan nilai rata-rata seluruh variabel 4,22 dengan nilai rata-rata paling tinggi adalah 4,38 pada variabel tata hubungan dan paling rendah adalah 4,06 pada variabel sistem penghargaan. Pada Tabel 15 memperlihatkan responden menilai sangat baik sejumlah 10 orang atau 40% dan yang menilai baik sejumlah 15 orang atau 60% dan tidak terdapat responden yang menyatakan kurang baik, tidak baik serta sangat tidak baik.

4.2 Diskusi

Diagnosa merupakan suatu proses dalam mengidentifikasi akar penyebab masalah. Proses ini terdiri atas pengumpulan informasi, analisis informasi, dan pengambilan keputusan (Thoha, 2019). Berikut adalah analisis dari hasil diagnosa yang diperoleh pada penelitian ini.

Kesatu adalah variabel tujuan, 48% responden menyatakan sangat tidak bermasalah dan 52% responden menyatakan tidak bermasalah. Nilai rata-rata tujuan sebesar 4,34 sehingga tidak ada masalah. Hasil ini menunjukkan mayoritas responden paham dan setuju terkait tujuan di organisasinya. Tujuan organisasi dapat digambarkan dalam bentuk visi dan misi yang harus dimengerti dan dipedomani untuk memperjelas arah perkembangan organisasinya. Komitmen terhadap pencapaian tujuan organisasi wajib diresapi, dihayati dan dicapai oleh pegawai sehingga akan memandu kegiatan yang dilakukan ke pencapaian tujuan tersebut (Thoha, 2019).

Kedua adalah variabel struktur dengan mayoritas responden sebesar 48% menyatakan sangat tidak bermasalah, diikuti oleh responden yang menyatakan tidak bermasalah sebesar 44% dan sisanya menyatakan agak bermasalah (8%). Nilai rata-rata struktur sebesar 4,09 berarti secara umum struktur organisasi RSUD Semende Darat Laut, tidak bermasalah. Menurut Wahjono (2022) struktur organisasi lebih menekankan pada mekanisme formal pembagian, pengelompokan dan pengkoordinasian tugas atau pekerjaan. Setiap organisasi wajib mempunyai struktur untuk memastikan penyusunan organisasi dilakukan dengan cara terbaik dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Hasil tidak bermasalah pada struktur organisasi bermakna pegawai paham dan mampu melaksanakan pekerjaannya sesuai yang ditentukan oleh organisasi. Namun adanya responden yang menyatakan agak bermasalah pada struktur organisasi harus diwaspadai terutama dalam hal pemahaman tugas oleh pegawai dan rancangan struktur organisasi.

Ketiga adalah variabel tata hubungan dengan hasil responden sebanyak 56% menyatakan tidak bermasalah dan 44% menyatakan sangat tidak bermasalah. Nilai rata-rata 4,38 pada variabel tata hubungan berarti tidak ada permasalahan yang terjadi pada variabel ini atau dengan kata

lain pegawai telah mengerti tentang susunan kepegawaian dan mampu bekerjasama atau berhubungan dengan baik dalam menyelesaikan pekerjaannya termasuk dalam hal penanganan konflik organisasi.

Keempat adalah variabel sistem penghargaan, banyak dari responden menyatakan tidak bermasalah yaitu 68% dari total responden, sisanya sebesar 24% menyatakan sangat tidak bermasalah. Dengan nilai rata-rata 4,06 bermakna bahwa secara umum sistem penghargaan organisasi telah berjalan baik. Sistem penghargaan organisasi yang baik bermakna pegawai dapat merasakan secara nyata bentuk penghargaan tersebut baik dalam hal pengembangan karir, promosi, gaji, tunjangan dan fasilitas lainnya yang diperoleh secara adil sesuai kinerja dari pegawai yang bersangkutan. Meskipun demikian adanya responden sebesar 8% yang menyatakan agak bermasalah dengan sistem penghargaan membuktikan masih adanya pegawai yang tidak puas dengan sistem yang telah berjalan sehingga wajib dilakukan langkah-langkah perbaikan sistem penghargaan.

Kelima adalah variabel kepemimpinan dengan mayoritas sebanyak 60% responden menyatakan tidak bermasalah dan 40% menyatakan sangat tidak bermasalah. Nilai rata-rata pada variabel ini yaitu sebesar 4,27 mengindikasikan kepuasan pegawai yang tinggi terhadap sistem kepemimpinan di organisasinya. Seorang pemimpin haruslah mampu mengerahkan semua potensi terbaiknya demi tercapainya tujuan organisasi. Kriteria pemimpin yang baik menurut Soelistya (2022) adalah sebagai berikut : (1) Memiliki pengaruh yang akan meningkatkan reputasi seorang pemimpin; (2) Memiliki kekuasaan yang menyebabkan seseorang menghargainya; (3) Memiliki wewenang dalam memutuskan suatu tindakan; (4) Memiliki pengikut yang berarti bahwa seorang pemimpin harus memiliki sekelompok orang yang secara teratur mengikutinya. Oleh sebab itu seorang pemimpin harus berpendidikan tinggi dan mempunyai pengetahuan luas, bertanggung jawab, dapat dipercaya, teratur, tertib, dapat mengatur waktunya secara baik dan mampu memutuskan sesuatu serta sebagai teladan bagi pegawainya maupun organisasi lainnya (Soelistya, 2022).

Keenam adalah mekanisme tata kerja diperoleh hasil yaitu sebanyak 80% menyatakan tidak ada masalah dan sisanya sebanyak 20% menyatakan sangat tidak bermasalah. Nilai rata-rata 4,17 berarti tidak ada masalah dengan mekanisme tata kerja di RSUD Semende Darat Laut. Mekanisme tata kerja lebih mengedepankan tentang sejauh mana organisasi akan membantu atau sebaliknya menghambat pegawai dalam mencapai tujuan organisasi (Thoha, 2019).

Berdasarkan hasil diagnosa dari keseluruhan variabel yang diteliti didapatkan nilai yang diperoleh termasuk dalam kategori tidak ada masalah sehingga dapat dikatakan secara umum organisasi RSUD Semende Darat Laut dapat dinyatakan tidak bermasalah. Hal ini didukung oleh tanggapan dari seluruh responden yang menyatakan baik atau setuju menurut keseluruhan variabel sesuai tabel 15. Variabel tata hubungan memperoleh nilai rata-rata paling tinggi yang berarti kualitas hubungan dalam organisasi seperti komunikasi, kerja sama dan penyelesaian konflik telah berjalan dengan sangat baik. Daud (2023) menyatakan bahwa komunikasi atau hubungan mendalam pada suatu organisasi adalah urat nadi dalam terlaksananya aktivitas organisasi. Hal sebaliknya ditunjukkan oleh variabel sistem penghargaan yang memperoleh nilai rata-rata paling rendah sehingga perlu mendapat perhatian lebih dari pemimpin organisasi.

Hardiyansyah et al (2019) menyatakan bahwa diagnosa merupakan tahap pertama untuk memastikan pembinaan serta pengembangan organisasi berjalan dengan baik, dengan cara memperoleh informasi sedini mungkin tentang hal baik atau buruk yang ada pada suatu organisasi. Diagnosa yang berhasil ditegakkan akan digunakan sebagai panduan dalam

mengintervensi suatu organisasi dengan cara mengarahkan kepada pemahaman yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Hal ini dilakukan agar intervensi organisasi tidak melenceng dari kebutuhan tersebut. Diagnosa dan intervensi adalah dua hal yang saling terkait dalam mengembangkan suatu organisasi (Thoha, 2019). Intervensi dilakukan pada dua variabel yang diteliti yaitu variabel struktur dan sistem penghargaan karena masih adanya responden yang menyatakan agak bermasalah pada kedua variabel tersebut. Intervensi yang dapat dilakukan pada variabel struktur organisasi adalah membagi secara adil dan merata disertai koordinasi yang baik pada pekerjaan yang dilakukan sehingga melakukan intervensi model teknostruktural merupakan langkah yang tepat.

Intervensi teknostruktural adalah intervensi yang dilaksanakan melalui transformasi tugas, struktur, teknologi, sistem dan tujuan dalam rangka pengembangan organisasi. Intervensi jenis ini tergantung pada pendekatan secara defisit yaitu pendekatan yang menitikberatkan pada pemecahan suatu masalah organisasi (Marjanis et al., 2021). Intervensi pada struktur organisasi berarti membagi pekerjaan menjadi satuan yang lebih kecil dan mengkoordinasikannya yang disebut juga dengan diferensiasi dan integrasi. Diferensiasi berarti membagi tugas dan fungsi secara tuntas kepada setiap pegawai sedangkan integrasi merupakan tahap berikutnya yaitu dengan koordinasi diantara pegawai yang selaras dengan tujuan organisasi. Jika integrasi tidak dilakukan akan menyebabkan perpecahan dari organisasi (Thoha, 2019).

Sementara itu pada variabel sistem penghargaan yang dibutuhkan adalah penerimaan dari seorang pegawai akan penghargaan yang diperolehnya baik berwujud maupun tidak berwujud sehingga intervensi yang sesuai adalah dalam bentuk konsultasi dan perubahan sistem kepegawaian. Konsultasi dapat dilakukan baik untuk individu maupun kelompok. Sementara itu pada sistem kepegawaian dapat dilakukan usaha perbaikan sistem penghargaan atau gaji, penilaian kinerja, seleksi, promosi dan perencanaan kepegawaian (Thoha, 2019). Konsultasi dapat berupa mencari apa sebenarnya yang menyebabkan ketidakpuasan dari pegawai akan penghargaan yang telah diperolehnya. Apakah merasa puas dengan penghargaan yang berwujud seperti gaji, bonus atau tunjangan ataukah masih kekurangan penghargaan yang tidak berwujud seperti promosi, peningkatan karir ataupun perhatian dari pemimpin. Diharapkan dari proses konsultasi tersebut dapat diperoleh solusi untuk perbaikan yang tepat pada sistem penghargaan.

Pengembangan organisasi merupakan proses yang berkelanjutan untuk memecahkan permasalahan di organisasi yang telah direncanakan dan dilaksanakan oleh pemimpin organisasi melalui pertimbangan para ahli demi terwujudnya organisasi yang efektif. Tujuan pengembangan organisasi antara lain untuk : meningkatkan efektivitas, motivasi, pengendalian diri, prestasi kerja dan keterlibatan anggota organisasi; menjaga keharmonisan; menyelesaikan permasalahan secara terbuka; memperkuat pengambilan keputusan (Aslinda et al., 2019). Pengembangan organisasi di RSUD Semende Darat Laut berdasarkan hasil diagnosa dan intervensi dilaksanakan untuk variabel struktur organisasi dan sistem penghargaan.

Permasalahan pada variabel struktur organisasi adalah kurangnya pegawai yang bekerja sesuai dengan kompetensi atau latar belakang pendidikan. Hal ini menyebabkan terjadinya pekerjaan ganda dari pegawai yang bersangkutan sebagai contoh adalah pegawai kesehatan yang merangkap petugas administrasi. Hal ini akan memberatkan pegawai yang bersangkutan baik waktu maupun tenaga karena harus mengampu dua pekerjaan sekaligus begitu juga dengan bagian pekerjaan lainnya di rumah sakit. Kurangnya tenaga tersebut dapat disebabkan karena beberapa hal antara lain: (1) Waktu tempuh yang jauh dari pusat kota yaitu ± 85 km atau ± 3

jam perjalanan; (2) Pendapatan yang sama baik yang jauh dari kota maupun dekat; (3) Kurangnya kesempatan untuk memperoleh penghasilan tambahan seperti praktik di tempat lain; (4) Fasilitas yang kurang mencukupi. Keempat hal tersebut dapat menjadi pertimbangan seseorang memutuskan untuk bekerja di rumah sakit ini. Sementara itu masalah yang terjadi pada variabel sistem penghargaan adalah belum adanya insentif khusus berdasarkan jarak dan lokasi ataupun sedikitnya penghargaan yang diperoleh seperti tenaga kesehatan teladan.

Dalam mengatasi permasalahan diatas terdapat beberapa cara yang bisa dilakukan diantaranya adalah dengan meningkatkan kerjasama antara organisasi dan pemangku kepentingan terkait antara lain dinas kesehatan, badan kepegawaian daerah, organisasi profesi dan pihak kecamatan. Dinas kesehatan, badan kepegawaian daerah dan pihak kecamatan dilibatkan dalam hal pengusulan kekurangan tenaga kesehatan maupun non kesehatan termasuk kelengkapan fasilitas baik secara langsung maupun melalui musyawarah perencanaan pembangunan. Sementara itu organisasi profesi diharapkan akan melakukan pemetaan tenaga yang dibutuhkan serta mendorong tenaga tersebut untuk bersedia mengabdikan di rumah sakit yang jauh dari pusat kota. Cara berikutnya adalah mengusulkan kepada dinas kesehatan untuk memberikan nilai lebih pada peserta berdasarkan jarak dan kelangkaan tenaga pada pemilihan tenaga kesehatan teladan termasuk pemberian insentif khusus bagi tenaga kesehatan maupun non kesehatan sesuai jarak dan lokasi agar dapat dibahas dalam rapat usulan organisasi pemerintah daerah.

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian di RSUD Semende Darat Laut ini adalah bahwa secara umum dari keseluruhan variabel yang dilakukan diagnosa yaitu tujuan, struktur, tata hubungan, sistem penghargaan, kepemimpinan dan mekanisme tata kerja mendapatkan hasil tidak bermasalah, namun masih terdapat responden yang menyatakan agak bermasalah pada variabel struktur organisasi dan variabel sistem penghargaan sehingga perlu diintervensi. Intervensi teknostruktural berupa diferensiasi dan integrasi dilakukan pada variabel struktur sementara intervensi berupa konsultasi dan perubahan sistem kepegawaian dilakukan pada variabel sistem penghargaan. Pengembangan organisasi yang dapat dilakukan antara lain melalui peningkatan kerjasama dengan pemangku kepentingan terkait, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan pegawai, fasilitas, penghargaan dan insentif khusus berdasarkan jarak dan lokasi penempatan.

References

- Aslinda., Guntur, M., & Nur, A.C. (2019). *Pengembangan dan Perubahan Organisasi*. Yogyakarta: K-Media.
- Daud, Y.M. (2023). Manajemen Tata Hubungan Komunikasi Kantor. *Intelektualita: Journal of Education Sciences and Teacher Training*, 12(02), 63–76.
- Hardiyansyah. (2017). *Manajemen Pelayanan dan Pengembangan Organisasi Publik dalam Perspektif Riset Ilmu Administrasi Publik Kontemporer*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hardiyansyah., Sumantri, A., Zaitun, A., Mukran., & Mellita, D. (2019). Analisis Pengembangan Organisasi Pelayanan Publik melalui Proses Diagnosa dan Intervensi. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 5(1), 42–49.
- Kepmenkes. (2008). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 129/Menkes/SK/II/2008 tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit*. Jakarta:

Kementerian Kesehatan.

- Komarsyah, D., Aprilia, H.D., Efendi, N., & Aprilani, D. (2019). Diagnosis Efektivitas Organisasi Model 7S Mckinsey. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 2(1), 19–27.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Marjanis, Yazid, H., Rusdinal., & Gistituati, N. (2021). Penerapan Diagnosing Organisasi Melalui Intervensi Technostruktural: Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 743–747. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1525>.
- Rahmawati., L. (2022). Pentingnya Penerapan Manajemen Strategis di Rumah Sakit untuk Menjadi Rumah Sakit Pilihan Masyarakat. *Jurnal Medika Hutama*, 3(2), 2356–2365.
- Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan*. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Samsuddin, H. (2018). *Kinerja Pegawai: Tinjauan dari Dimensi Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Saud, I.M., & Pratolo, S. (2021). Implementasi Model 7s Mckinsey dalam Pendampingan Asesmen Kinerja RS PKU Muhammadiyah. *Webinar Abdimas*, 4, 248–266. <https://doi.org/10.18196/ppm.41.859>.
- Simarmata, J., & Almaududi, S. (2019). Implementasi Diagnosis Organisasi pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 4(2), 375–385. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.122>.
- Sipahutar, H., & Tanjung, A. (2023). Pengaruh Mekanisme Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi (Studi Terhadap Guru Dan Pegawai MAN Sibolga). *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 2242–2252. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1262>.
- Soelistya, D. (2022). *Buku Ajar Kepemimpinan Strategis*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- SPM RSUD Semende Darat Laut. (2023). *Jenis Pelayanan, Indikator, Standar, Kondisi saat ini dan Target Waktu Pencapaian Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit Umum Daerah Semende Darat Laut*. Muara Enim.
- Thoha, M. (2019). *Analisis Pembinaan Organisasi*. Depok: RajaGrafindoPersada.
- Wahjono, S.I. (2022). *Struktur Organisasi*. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Published by:



Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Pada Avelina Parfum

Atika Triya Subiya¹, Fanji Wijaya²

Universitas Indonesia Membangun

Penulis Korespondensi: tikatriya@student.inaba.ac.id¹

fanji.wijaya@inaba.ac.id²

Informasi Artikel:

Received: 20 Mei 2024, Accepted: 27 Mei 2024, Published: 30 Mei 2024

Abstrak

This research aims to formulate a business development strategy for Avelina Perfume using SWOT and Business Model Canvas analysis approaches. The strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Aveline Parfums are identified and analyzed in depth through a SWOT evaluation. The research methods used are descriptive qualitative methods. Primary data was collected through direct interviews with owners, employees, and consumers of Avelina Perfume. Secondary data is obtained from documents and literature on business development strategy at UMKM in the perfume industry. The company's strengths are product quality and brand image, while its weakness is dependence on a single supplier. Opportunities include increased awareness of local perfumes and online markets, with major threats coming from tight competition and changing consumer preferences. Based on the analysis, a new Business Model Canvas is recommended to improve competitiveness and growth potential. Improvement recommendations include diversification of suppliers, enhanced digital marketing, and product innovation according to consumer preferences. This strategy is expected to improve the sustainability of Avelina's business.

Keywords: Analisis SWOT, BMC, Avelina Parfum

1. Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pun telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh (Kementerian Keuangan, 2015).

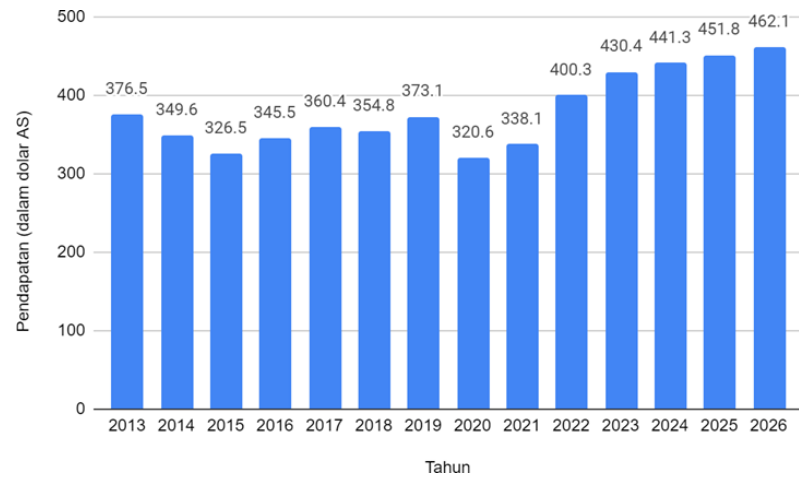
Published by:

Salah satu bidang UMKM yang mengalami perkembangan pesat adalah industri parfum, yang tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru tetapi juga mampu mendorong inovasi produk lokal yang kreatif dan berkualitas tinggi. Sebagaimana dikutip dari situs MediaIndonesia.com “pangsa pasar domestik sangat potensial dan menyediakan peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk menjual produk parfum mereka. Pangsa pasar tersebut diperkirakan akan terus berkembang dan memiliki ukuran yang cukup besar “

UMKM industri parfum merupakan usaha yang bergerak pada bidang pengolahan dan penciptaan wewangian dari berbagai sumber bahan alami maupun sintetis. Usaha ini mencakup proses mulai dari penyiapan bahan, proses produksi, hingga pengemasan dan pemasaran produk. Karakteristik UMKM dalam industri parfum meliputi skala produksi yang lebih kecil dengan pemanfaatan bahan baku lokal serta tingkat inovasi produk yang tinggi. Karena inovasi merupakan salah satu faktor kunci untuk bertahan dalam suasana bisnis yang kompetitif (Santy & Rizaldi, 2016).

Perkembangan pasar parfum di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir (*Statista Research Department*). Meningkatnya pemasukan pada pasar parfum Indonesia ini turut mendorong munculnya parfum-parfum lokal di Indonesia. didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk kecantikan dan perawatan diri, serta permintaan tinggi untuk parfum sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup. Manfaat Penggunaan parfum dapat memberikan suasana positif dan membuat aktivitas lebih nyaman untuk dilakukan. Parfum yang digunakan juga dapat meningkatkan citra seseorang, mempengaruhi suasana hati, dan berpengaruh pada kepribadian pengguna. Kegunaan parfum kini tidak hanya untuk pelengkap gaya, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan diri dan meningkatkan kebahagiaan atau suasana hati menjadi lebih baik. Selain itu, parfum juga dapat memberikan efek relaksasi untuk meningkatkan memori (Kurniasari, dkk, 2017).

Menurut data yang dikemukakan oleh (*Statista Research Department, 2022*), terdapat peningkatan pendapatan pada industri parfum di Indonesia dari tahun 2020 dan tahun-tahun setelahnya. Kenaikan pendapatan ini diprediksi akan terus bertambah hingga 462,1 Juta Dolar AS di tahun 2026. Kemunculan parfum lokal di Indonesia sendiri baru populer pada tahun 2017 hingga 2018. Di mana parfum seperti Minyeuk Pret (Aceh), Fordive (Surabaya), dan House of Medici (Bogor) serta merek parfum lokal lainnya mulai muncul di pasaran (Rahayu, dalam Kontan, 2022) Berikut data pendapatan pasar parfum di Indonesia dari tahun 2013 hingga prediksi tahun 2026.



Gambar 1. Pendapatan pasar parfum di Indonesia dari 2013 – 2016

Sumber: Statista Research Department Tahun (2023)

Hal tersebut didukung oleh (Kompas, 2023) yang menyatakan bahwa penjualan produk beauty and care secara online di Shopee mencapai angka tertinggi, baik di saat harbolnas maupun tidak. Kategori beauty and care sendiri memiliki dua sub-kategori dengan pertumbuhan tertinggi, yaitu produk kecantikan (11%) dan parfum (31%). Fakta ini menunjukkan bahwa industri parfum cukup menjanjikan. Potensi ini menarik banyak pemain bisnis parfum baru yang tentunya akan memperketat persaingan

Melihat data yang sangat kompetitif dalam penjualan industri parfum tersebut, untuk itu pelaku memutuskan untuk melakukan penelitian pada UMKM industri parfume dengan tujuan untuk mengembangkan strategi pengembangan UMKM khususnya dalam industri parfum. Penelitian ini difokuskan pada usaha yang bergerak di bidang parfum inspired yakni pada Avelina parfume.

Avelina parfume merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan parfum inspired yang dirintis pada pertengahan tahun 2022. Berangkat dari kepemilikan bisnis fashion yang telah berjalan sejak tahun 2018, pemiliknya ingin menciptakan kolaborasi antara produk fashion dan parfum. Inisiatif ini berujung pada kreasi parfum inspired, yang mengusung aroma mirip dengan parfum mahal terkenal di dunia, namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau, untuk kemasan botol berukuran 35ml harga parfum yang dijual berkisar antara Rp.13.000 hingga Rp.25.000 untuk produk dengan kualitas premium.

Strategi awal penjualan Avelina Parfum dijalankan secara *offline*. Hal ini memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, memberikan kesempatan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam terhadap kualitas dan keunikan aroma yang ditawarkan. Sesuai dengan perkembangan zaman dan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, Avelina Parfum kemudian merambah ke *platform e-commerce*. Langkah ini tidak hanya membuka pintu kepada pelanggan dari berbagai daerah, tetapi juga memberikan kemudahan bagi para reseller yang tertarik untuk bergabung dan memasarkan produk Avelina parfum.

Penerapan sistem kerja efektif pada Avelina Parfume mencakup aspek produksi parfum guna menjamin ketersediaan stok, pemasaran dan promosi harian melalui platform WhatsApp,

Instagram, dan Facebook, serta penjualan melalui platform e-commerce seperti Shopee dan toko fisik offline. Penambahan pembuatan konten promosi yang menarik untuk menampilkan karakteristik unik setiap varian parfum telah secara signifikan meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis Avelina Perfume di pasar. Selain itu, dukungan kepada para reseller berupa kalimat promosi, konten video promosi, dan strategi pemasaran pada parfum Avelina turut membantu meningkatkan penjualan para resellernya. Diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan pangsa pasar (Rusdi, 2019; Musyawarah & Idayanti, 2022; Widiastomo & Acsha, 2021). Hal tersebut dikuatkan dengan pendapat (Sangadji & Sopiah dalam Anggraini, 2017). yang menyatakan bahwa strategi pemasaran yang efisien adalah salah satu persyaratan untuk keberhasilan bisnis.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Avelina Perfume memiliki 33 varian parfum inspired, yang dimana varian-varian parfum ini memiliki aroma yang mirip dengan parfum terkenal didunia, berikut diantaranya:

Tabel 1. Varian – varian inspired parfum pada Avelina Parfum

No	Varian Parfume	No	Varian Parfume	No	Varian Parfume
1	Chanel Choco	12	Harajuku	23	Vanilla
2	Bvl Rose	13	Vanilaa	24	Popcorn
3	Zara Vanilla	14	Pink Chiffon	25	Dior Sauvage
4	Good Girl	15	Annasui Dream	26	Bvl Aqua
5	Bomshell	16	Zara Nude	27	Aigner Black
6	Scandalous	17	Zara Orchid	28	Bleu De Chanel
7	Romantic Wish	18	Black Opium	29	Jaguar Black
8	Omnia Amethy	19	Escada Island	30	Vanilla Cake
9	Aqua Kiss	20	Escada Sexy	31	Vanilaa Creme
10	Zara Hearth	21	Viva La Juicy	32	Coffe Cream
11	Libre	22	Yellow Amber	33	Strawberry Polo Sport

Data yang disajikan pada tabel di atas memperlihatkan hasil wawancara yang mendetail mengenai varian- varian parfum yang dimiliki oleh Avelina. Dari hasil wawancara diketahui, bahwa Avelina memiliki varian parfum yang beragam dengan total 33 varian parfum inspired. Fakta ini memberikan gambaran yang jelas mengenai diversifikasi produk yang dihadirkan oleh Avelina kepada para konsumen. Diversifikasi ini mencerminkan upaya perusahaan dalam memenuhi berbagai preferensi dan selera pasar, sehingga dapat menciptakan peluang yang lebih besar dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Berikut ini adalah data total penjualan parfum yang mencakup keseluruhan jumlah botol parfum yang terjual selama satu bulan. Data tersebut telah dihimpun dan dianalisis berdasarkan penjualan sejak bulan Mei 2023 hingga Mei 2024.

Tabel 2. Data Keseluruhan Jumlah Parfum Yang Terjual

Total Penjualan Keseluruhan		
Bulan	Tahun	Jumlah Botol
Mei	2023	1.050 Botol
Juni	2023	1.200 Botol
Agustus	2023	1.100 Botol
September	2023	1.120 Botol
Oktober	2023	1..030Botol
November	2023	1.350 Botol
Desember	2023	1.500 Botol
Januari	2024	1.150 Botol
Februari	2024	1.300 Botol
Maret	2024	1.200 Botol
April	2024	1.110 Botol
Mei	2024	1.085 Botol

Pada Tabel 2, data total penjualan parfum menunjukkan jumlah botol yang terjual setiap bulan dari Mei 2023 hingga Mei 2024. Analisis ini memperlihatkan variasi penjualan dengan periode tertentu menunjukkan peningkatan signifikan, sementara bulan lainnya menunjukkan penurunan atau stabilitas penjualan. Agar penjualan meningkat dan stabil, perlunya mengembangkan strategi penjualan yang efektif serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan di setiap bulan.

Dalam industri parfume yang terus berkembang, persaingan bisnis menjadi semakin ketat seiring dengan munculnya berbagai merek maupun brand baru yang menawarkan inovasi dan diversifikasi produk. Dinamika persaingan ini mendorong perusahaan terutama pelaku UMKM bisnis Parfume untuk secara strategis memperkuat posisi mereka di pasar.

Strategi bisnis bukan hanya tentang bagaimana meningkatkan penjualan, melainkan juga tentang menciptakan nilai tambah, membedakan produk dari pesaing, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Hal ini sangat relevan bagi Avelina Parfum sebuah usaha yang bergerak dalam industri parfum, dimana dinamika pasar dan preferensi konsumen yang terus berubah menuntut strategi yang dinamis dan inovatif. Dari kegiatan inovasi, perusahaan dapat mendapatkan beberapa keunggulan yang dibutuhkan untuk berkembang, tetap kompetitif, berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional, dan peningkatan kinerja dalam hal keuangan. Agar inovasi dapat berjalan dengan baik, kegiatan inovasi perlu dikelola sesuai struktur, budaya, dan logika organisasi menggunakan strategi yang tepat (Dereli, 2015).

Peneliti memilih judul ini karena, dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, terutama di industri parfum, diperlukan strategi pengembangan usaha yang efektif untuk bertahan dan berkembang. Melihat Avelina Parfume yang mungkin menghadapi berbagai tantangan dalam persaingan pasar, penggunaan analisis SWOT di dalam model Business Canvas dianggap sebagai metode yang kuat untuk mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dan merumuskan strategi pengembangan yang sesuai.

Published by:

2. Kajian Pustaka

2.1 Manajemen

Menurut (Hariyanto, 2018) manajemen mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan dan lain-lain dalam suatu organisasi. Manajemen yang baik bisa mengelola perusahaan atau organisasi yang sangat kompleks sekalipun (Hanafi, 2011). Dengan mempertimbangkan definisi beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen perusahaan akan terlihat sukses atau jika manajemen yang diterapkan dapat memberikan dampak baik juga kepada perusahaan. Kerja sama atau kolaborasi yang dapat membantu manajemen perusahaan berhasil adalah salah satu cara yang dapat dilakukan

2.2 Strategi

Menurut (Surjono, 2018) Strategi yaitu tindakan yang bersifat terus menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dimasa depan. Strategi adalah. bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Strategi pemasaran. membantu perusahaan mempertahankan keunggulan sdalam persaingan pasar dan mencari kecocokan antara kemampuan internal perusahaan untuk menjual produk kepada konsumen dengan peluang eksternal di pasar, yaitu pembeli potensial yang menyukai produk yang dijual (Pamungkas, 2023). Strategi merupakan. sarana bersama dengan maksud jangka panjang yang ingin diraih (Lubis, 2019).

Menurut definisi dengan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah perencanaan yang dapat berdampak baik maupun tidak tergantung pada apa yang kita rencanakan dan apa yang akan diterima oleh faktor eksternal. Namun, dalam bisnis, perusahaan selalu memberikan yang terbaik untuk meningkatkan kualitas produknya suatu produk yang dapat memudahkan pelanggan di masa mendatang.

2.3 Manajemen Strategi

Menurut (Hudiya, 2018), manajemen strategi adalah rencana yang mengintegrasikan masalah lingkungan dan keuntungan strategi organisasi untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pilihan dan tindakan yang tepat. Manajemen strategis yaitu mengutamakan pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, manajemen strategis menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis mencakup pengamatan lingkungan, perumusan strategi atau perencanaan jangka panjang, implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian (Rahim & Radjab, 2017). Strategi adalah rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Fred R & David, 2017).

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi bisnis. Menurut (Crystallography, 2016), analisis SWOT merupakan teknik perencanaan strategis yang dipakai untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam sebuah proyek atau usaha bisnis. Keempat elemen tersebut membentuk singkatan SWOT, yaitu strengths

(kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). Menurut (Kusbandono, 2019) analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunity) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness). Menurut (Rangkuti, 2014) Analisis SWOT sebagai formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang, namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan, serta ancaman. Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman).

2.5 Business model canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka kerja visual yang merinci elemen kunci dalam suatu bisnis. Dengan sembilan komponen, termasuk *customer segment*, *value proposition*, *channels*, dan lainnya, BMC menyediakan gambaran singkat dan padat tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan dan mengambil manfaat dari pelanggan. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum (Tjiptono, 2016). Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi baru yang efektif adalah dengan menggunakan Business Model Canvas. Business Model Canvas (BMC) merupakan strategi dalam pengembangan bisnis yang memuat sembilan elemen yang membahas tentang bagaimana menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis pada suatu perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2017). Dengan demikian, Model bisnis kanvas memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi baru dan memberikan validasi terhadap berbagai aspek penting dalam perusahaan, BMC disajikan secara visual sehingga lebih mudah dipahami pembaca. BMC ini dibagi menjadi sembilan model utama. Model ini kemudian dibagi lagi menjadi komponen kanan, yang merupakan sisi kreatif, dan kiri, yang merupakan sisi logis, seperti otak manusia (Jatiningrum *et al.*, 2019). Bisnis Model Canvas (BMC) adalah model bisnis yang terdiri dari sembilan elemen yang digunakan untuk menjelaskan dan mengubah model bisnis yang digambarkan di kanvas sembilan elemen tersebut meliputi *customer segmentation*, *value proposition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, and *cost structure* (Osterwalder, A.2017).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, Metode ini digunakan untuk mempelajari kondisi objek yang alami, di mana peneliti berperan sebagai alat utama (Lenaini, 2021; Wijaya, 2021). Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan menggunakan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Menurut Anggito dan Setiawan (2018); Manzilati (2017) Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, langkah

Published by:

ini penelitian harus mendeskripsikan suatu objek, fenomena atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif.

Hasil penelitian ini nantinya mendeskripsikan formulasi strategi pengembangan usaha pada Avelina Parfume dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teori digunakan oleh peneliti kualitatif sebagai pisau bedah untuk membedah masalah dalam konteks sosial tertentu, Teori juga sering disebut sebagai landasan atau dasar untuk mengkaji fenomena sosial (Suwendra, 2018).

Melalui pendekatan ini, penelitian berfokus pada analisis mendalam tentang kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh Avelina Parfume. Menggunakan kerangka kerja analisis SWOT, strategi pengembangan usaha ini kemudian dipetakan pada model Business Canvas untuk memberikan gambaran strategis yang menyeluruh tentang aspek-aspek kunci dalam bisnis, seperti *key partners*, *key activities*, *key resources*, *value propositions*, *customer relationships*, *channels*, *customer segments*, *cost structure*, dan *revenue streams*.

Metode pengambilan data primer menggunakan cara wawancara langsung terhadap pemilik, karyawan maupun konsumen pada Avelina Parfume. Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur seputar strategi pengembangan usaha pada UMKM industri Parfum, internet, jurnal, skripsi. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan. Dalam (Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Artinya dalam analisis data perlu adanya penggalan informasi secara terus menerus agar informasi yang didapatkan benar-benar lebih mendalam dan sudah sampai titik pusat terhadap informasi yang kita inginkan.

4. Hasil dan Pembahasan

Strategi bisnis adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dan menghadirkan nilai tambah bagi suatu bisnis. Tujuan strategis bisnis mencakup berbagai aspek diantaranya meningkatkan profitabilitas, memperluas pangsa pasar, dan mencapai keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dicapai melalui inovasi, kualitas produk, dan layanan unggul. Strategi organisasi mencakup seluruh ruang lingkup dan kedalaman organisasi, mendorong perubahan, memahami dan merupakan pusat pertumbuhan untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. (Darmadi, 2022) dan Keunggulan kompetitif tetap menjadi fokus utama dalam literatur manajemen strategis, yang menekankan pada metode-metode yang digunakan organisasi untuk mengungguli pesaing dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan (Salmah *et al.*, 2023; Zulaika *et al.*, 2024).

4.1 Business Model Canvas Avelina Parfume

Suatu bisnis akan dihadapkan pada berbagai pilihan dalam menentukan strategi guna mencapai daya saing yang diharapkan. Cara bisnis merancang, mengkomunikasikan, dan mempertahankan nilai ditunjukkan melalui konsep yang dikenal sebagai Business Model Canvas. BMC berisi elemen peta sembilan yang mencakup customers Segment, Value Proposition, Channels,

customers Relationships, Revenue Streams, key Activity, key Resources, key Partnerships dan cost Structure (Setyorini & Rey, 2017).

Berikut Pemetaan 9 (sembilan) elemen BMC dibuat berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan

Tabel 3. Business Model Canvas Avelina Parfum

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
• Media sosial • Market place • Jasa desain katalog • Jasa pengiriman barang • Supplier bahan baku	• Produksi parfume • Pengelolaan pasokan dan bahan baku • Pemasaran dan penjualan • Manajemen reseller • Pelayanan pelanggan • Riset dan pengembangan produk	• Harga yang terjangkau • Kemudahan bertransaksi • Varian aroma yang beragam • Jaringan reseller yang luas • Distribusi offline dan online	• Pemberian diskon dan promo di hari tertentu • Pelayanan yang cepat dan ramah • Melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk baru dengan meminta masukan dan saran mereka mengenai varian parfum yang diinginkan.	• Penggemar parfume • Pelajar dan mahasiswa (usia 15-35 tahun) • Orang tua yang biasanya mencari aroma khusus seperti aroma bunga • Pencari hadiah
	Key Resources		Channels	
	• Bahan baku dan formulasi • Tenaga kerja • Fasilitas produksi • Platform penjualan		• FB • Instagram • WhatsApp	
Cost Structure		Revenue Streams		
• Biaya pemasaran dan penjualan • Biaya operasional • Bahan baku		• Penjualan langsung via homestore • Penjualan melalui reseller • Bundling dan paket khusus • Kerja sama dengan penjual fashion		

(Customer Segments) Para pengguna produk Avelina Parfume yang berkontribusi pada pendapatan perusahaan.

(Value Propositions) Fitur khusus yang memastikan mengapa seseorang memilih Avelina Parfume. Misalnya, wangi yang tahan lama, terinspirasi dari parfum ternama, dan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan merek premium.

(Channels) Cara Avelina Parfume menjangkau dan berkomunikasi dengan pelanggan. Contohnya, penjualan melalui toko online, media sosial, pasar (marketplace).

(Customer Relationships) Bagaimana Avelina parfume membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Contohnya, layanan pelanggan yang responsif, program loyalitas pelanggan.

(Revenue Streams) Cara perusahaan menghasilkan uang dari setiap Customer Segment. Contohnya, penjualan langsung melalui toko offline atau mengadakan paket khusus.

(Key Resources) Aset-aset penting yang dibutuhkan untuk membuat model bisnis ini berjalan baik. Contohnya, formulasi parfum, pasokan bahan baku berkualitas, tenaga kerja terampil, dan infrastruktur teknologi untuk penjualan online.

(Key Activities) Tindakan yang harus dilakukan agar model bisnis berjalan. Contohnya, penelitian dan pengembangan wangi baru, proses produksi dan pengemasan, pemasaran, dan distribusi.

(Key Partnerships) Jaringan pihak ketiga yang membantu mendukung model bisnis.

(Cost Structure) Biaya-biaya yang terjadi dalam menjalankan model bisnis. Contohnya, biaya produksi dan bahan baku, biaya pemasaran dan promosi, biaya operasional.

4.2 Analisis SWOT Bisnis Model canvas Avelina Parfum

Tabel 4. Analisis Swot Bisnis Model Canvas Avelina Parfum

Aspek	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Key Partnerships	- Kerjasama dengan media sosial meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. - Kemitraan dengan jasa desain katalog meningkatkan kualitas presentasi produk. - Jasa pengiriman barang yang andal memastikan produk sampai tepat waktu. - Supplier bahan baku yang terpercaya menjamin kualitas produk.	Ketergantungan pada pihak ketiga bisa menjadi risiko jika terjadi masalah pada mitra.	- Potensi peningkatan kemitraan dengan lebih banyak marketplace dan jasa pengiriman. - Kerjasama dengan influencer media sosial untuk promosi lebih efektif.	Persaingan ketat di antara supplier bahan baku dan penyedia jasa pengiriman.
Key Activities	- Kemampuan manufaktur dan riset pengembangan produk yang kuat. - Manajemen reseller terstruktur meningkatkan penjualan.	Proses produksi yang mungkin memerlukan banyak waktu dan biaya jika tidak efisien	Pengembangan terus menerus produk baru sesuai dengan tren dan permintaan pasar	Disrupsi rantai pasokan bahan baku dapat menghambat produksi

Value Proposition	Harga terjangkau dengan varian aroma yang beragam menarik berbagai segmen	Menjaga kualitas sambil menawarkan harga rendah bisa menjadi tantangan	Mengembangkan varian baru berdasarkan feedback pelanggan	Kompetitor menawarkan produk serupa dengan harga lebih rendah
Customer Relationship	Pelayanan cepat dan ramah meningkatkan loyalitas pelanggan	Pelanggan tidak puas bisa berdampak negatif pada reputasi	Program loyalitas dan feedback aktif mendorong hubungan yang lebih kuat	Kompetitor mungkin menawarkan layanan pelanggan lebih baik atau diskon lebih sering
Customer Segment	Fokus pada segmen usia 15-35 mencakup basis pelanggan yang besar dan bervariasi	Potensi keterbatasan penerimaan di segmen usia lain	Eksplorasi pasar baru, termasuk segmen usia yang lebih dewasa	Perubahan tren di kalangan target demografis
Key Resources	Bahan baku berkualitas dan formulasi rahasia	Ketergantungan pada tenaga kerja tertentu	Investasi dalam keahlian dan teknologi baru	Masalah tenaga kerja atau kekurangan bahan baku
Channels	Pemanfaatan saluran media sosial yang populer meningkatkan penetrasi pasar	Fokus pada beberapa platform bisa menyulitkan pengelolaan konten yang konsisten	Ekspansi ke platform lain seperti TikTok atau YouTube	Algoritma media sosial yang berubah-ubah bisa membatasi jangkauan tanpa biaya iklan besar
Cost Structure	Biaya pemasaran dan operasional yang dikelola baik meningkatkan efisiensi	Biaya tetap tinggi dapat menjadi beban jika pendapatan menurun	Automatisasi proses produksi dan penjualan untuk menekan biaya	Kenaikan harga bahan baku dapat meningkatnya biaya produksi
Revenue Streams	Diversifikasi pendapatan melalui reseller dan bundling menawarkan stabilitas	Ketergantungan pada penjualan bundling yang mungkin kurang diminati	Menambahkan layanan berlangganan atau program loyalitas berbayar	Kompetitor menawarkan harga lebih baik dan paket yang lebih menarik

4.3 Rekomendasi Business Model Canvas pada Avelina Parfume

Dari hasil analisis SWOT pada Business Model Canvas, peneliti memperoleh gambaran baru mengenai Business Model Canvas untuk Avelina Parfume. Berikut adalah gambaran Business Model Canvas sebagai hasil evaluasi analisis SWOT.

1. Segmen Pasar

Fokus pada kelompok konsumen yang lebih spesifik, misalnya mengincar segmen muda yang menyukai tren parfum terbaru atau segmentasi berdasarkan lokasi geografis untuk memperkuat basis pelanggan di area tertentu.

Published by:

2. Penawaran Nilai (*Value Propositions*)

Meningkatkan diferensiasi produk dengan menawarkan parfum custom atau edisi terbatas, serta menekankan pada keaslian bahan dan proses pembuatan yang ramah lingkungan untuk menarik minat konsumen yang peduli akan keberlanjutan.

3. Saluran (*Channels*)

Mengoptimalkan penggunaan e-commerce dan media sosial sebagai saluran utama untuk pemasaran dan penjualan, selain itu juga memperkuat distribusi fisik melalui kerjasama dengan toko ritel terpilih untuk memperluas jangkauan.

4. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Menerapkan program loyalitas dan inisiatif komunitas online untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan personal dengan pelanggan, memungkinkan interaksi dua arah dan feedback yang berharga.

5. Sumber Pendapatan (*Revenue Streams*)

Kebijakan untuk memperluas sumber pendapatan tidak hanya dari penjualan langsung tetapi juga melalui kolaborasi atau edisi khusus, langganan sampel parfum, dan barang-barang eksklusif.

6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

Mengidentifikasi dan mengamankan sumber daya berkualitas untuk pembuatan parfum, termasuk investasi dalam inovasi produk yang berkelanjutan.

7. Kegiatan Utama (*Key Activities*)

Memfokuskan kegiatan pada pengembangan produk, pemasaran digital yang efektif, dan manajemen operasional yang efisien untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efektivitas.

8. Kemitraan Utama (*Key Partnerships*)

Membangun kemitraan dengan influencer, komunitas pecinta parfum, dan brand gaya hidup untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kedudukan brand.

9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Optimalisasi struktur biaya dengan fokus pada efisiensi produksi, dan investasi dalam teknologi untuk operasional yang lebih efisien

Melalui penyesuaian ini, Avelina Parfum dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada dengan strategi yang lebih dinamis dan berorientasi pada pertumbuhan.

5. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan menggaris bawahi pentingnya formulasi strategi pengembangan usaha untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Avelina Parfume dalam operasionalnya. Dari penilaian tersebut, strategi pengembangan usaha dirancang dengan mengintegrasikan hasil analisis ke dalam model Business Canvas yang telah ada

Published by:

Kekuatan Avelina Parfume terletak pada kualitas produk dan brand image yang sudah terbentuk di kalangan konsumennya. Kelemahan dalam sumber daya kunci seperti ketergantungan pada pemasok tunggal untuk bahan baku

Peluang yang terlihat adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap parfum lokal berkualitas tinggi dan potensi pasar online yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Ancaman yang mungkin dihadapi termasuk persaingan ketat dari merek lain dan perubahan preferensi konsumen

Hasil evaluasi dari analisis SWOT tersebut menghasilkan rekomendasi gambaran Business Model Canvas yang baru untuk Avelina Parfume. Model baru untuk pengembangan produk dengan menghadirkan variasi baru yang dapat memenuhi keinginan segmen pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, rekomendasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan potensi pertumbuhan Avelina Parfume dalam jangka panjang, dengan mengoptimalkan kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan, serta menerapkan langkah proaktif untuk meraih peluang dan menghindari ancaman.

Daftar Pustaka

- Albariq, M. R., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis Swot Kona Koffee Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 638-642.
- Compas. (2023). *Compas Road to HARBOLNAS Report 2023: Shopee Mendominasi Pasar FMCG dengan Market Share 66% di Harbolnas 2022!* Dikutip 31 Oktober 2023 dari <https://compas.co.id/article/compas-harbolnas-report/>
- Ditsani, A. G. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Video Storytelling Marketing Dan Packaging Terhadap Persepsi Merek HMNS Perfumery* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro)
- Dompas, A. H., Rahayu, D. L., & Syafrizal, M. (2022). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal pada UKM Hidayah Laundr. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 2(2), 171-178.
- Duratulhikmah, S. N., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 629-637.
- Firmansyah, I. D., Kurdi, M., & Zakki, N. (2023). Pengembangan Strategi Bisnis Dengan Analisis Swot Pada Pabrik Kripik Singkong Sumenep. *VALUE*, 4(1), 89-99.
- Fitasari, E. N., & Silitonga, P. (2022). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Promosi Berkelanjutan Pada Sepatu Lokal Geoff Max di Geoff Max Store Kemang. *Human Capital Development*, 9(1), 1-15
- Kementerian Keuangan. (2015). Berita. Dikutip 31 Oktober 2023 dari: <https://www.kemenkeu.go.id/Berita/peran-penting-ukm-dorong-perekonomian-indonesia>

- Luthfi, Z., & Wijaya, F. (2024). Pengembangan Strategi Bisnis Tas Handmade Pada CV Cagho Prima Nusantara. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 154-170.
- Media Indonesia. (2023). *Peningkatan Penjualan Parfum Secara Digital Meningkat di 2022*. Dikutip 31 Oktober 2023 dari: <https://mediaindonesia.com/amp/ekonomi/550018/peningkatan-penjualan-parfum-secara-digital-meningkat-di-2022>
- Mubarok, A. R. N., & Hidayat, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Enquiry Penjualan Ekspor Petikemas di PT. Samudera Indonesia. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 3(2), 95-105.
- Ningsih, R., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2023). Analysis of business development using a business model canvas approach. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(1), 117-124.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Suwendra, W. (2018). *Metodologi Peneliti Kualitatif*. Denpasar: Nilacakra Publishing House.
- Utami, E. Y., Fatchuroji, A., Devi, E. K., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024). Analisis Korelasi Manajemen Risiko dan Ketahanan Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan Sektor Jasa di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 92-102.
- Victor, V., & Nikita, S. (2023). Analisis Pengaruh Inovasi Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang di Asia Megamas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(1), 101-108
- Walangitan, L. L., Lusiana, D., Kaligis, S., & Ratag, J. M. Analisis Swot untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Bless Laundry di Perumahan Griya Paniki Indah.
- Wijaya, F. (2019). Formulasi perancangan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT dan business model canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 205-212.
- Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217-227.
- Yudha, M. M., Mariam, I., & Rosalina, E. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 17-24.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Published by:



Pengaruh Upah dan Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Medan

Melinda Amanda*, Cecep Hermana

Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia

Penulis Porespondensi: 2210631020036@student.unsika.ac.id,
chermana911@staff.unsika.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 20 Mei 2024, Accepted: 28 Mei 2024, Published: 31 Mei 2024

Abstract

This study, conducted thoroughly, aims to investigate the connection between employee productivity in Medan and wages and incentives. The qualitative descriptive research investigation employs a comprehensive range of library resources to examine and interpret prior research on the effects of salaries and incentives on worker productivity in many Medan-based businesses. The data, meticulously gathered from a wide array of existing scientific research journals found in the literature, was analyzed and assessed. The findings, which are robust and reliable, indicate a strong relationship between employee wages and job productivity, with the amount of compensation and incentives that the firm offers influencing this relationship. It is important to note that in addition to wages and incentives, there are a number of other variables that might affect how productive employees work.

Keywords: Employee Wages, Employee Incentives, Employee Work Productivity

1. Pendahuluan

Meningkatkan produktivitas pekerja adalah tujuan utama setiap perusahaan yang ingin sukses dan mendapatkan keunggulan kompetitif di perusahaan. Upah dan insentif adalah dua elemen penting dalam situasi ini yang mendorong pekerja agar bisa melakukan pekerjaan maksimal demi peningkatan produktivitas kerjanya. Salah satu topik utama yang menjadi perbincangan dalam literatur ekonomi dan manajemen sumber daya manusia adalah dampak upah dan insentif terhadap produktivitas karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam mengenai upah dan insentif kerja, serta variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi produktivitas karyawan dalam bekerja. Dengan lebih memahami hubungan ini dan menciptakan strategi manajemen upah dan insentif yang lebih efektif, organisasi dapat meningkatkan produktivitas karyawan.

Menurut (Erwin & Bahrin, 2020) Produktivitas ditentukan oleh banyaknya waktu yang digunakan usaha kerja sepanjang proses produksi, hal itu merupakan kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa dari usaha kerja, mesin, atau komponen lain yang dipengaruhi oleh usaha kerja. Produktivitas dalam suatu organisasi terdiri dari produktivitas karyawan dan produktivitas mesin. Produktivitas di tempat kerja mengacu pada jumlah pekerjaan yang

dihasilkan dalam jangka waktu tertentu oleh karyawan. Produktivitas dapat ditingkatkan dengan berbagai cara memberikan upah dan insentif yang selaras dengan tujuan dan target kerja yang diharapkan dapat dipenuhi oleh setiap karyawan. Menurut (Suryadi et al., 2023) Upah mempunyai dampak yang signifikan terhadap produktivitas kerja. Upah merupakan permasalahan serius yang penting bagi perusahaan karena memberikan dampak yang signifikan terhadap karyawan. Karyawan akan kembali bekerja dan menjadi lebih produktif jika upah yang ditawarkan perusahaan sejalan dengan layanan atau peningkatan yang ditawarkan. Menurut (Oktaria & Alexandro, 2020) Meningkatkan produktivitas di tempat kerja, baik secara individu maupun kelompok, merupakan tujuan tambahan dalam menawarkan imbalan. Karyawan menerima insentif ketika mereka secara efektif memenuhi atau melampaui tujuan yang telah ditentukan. Jumlahnya diubah untuk mencerminkan tujuan yang dicapai.

Studi ini menggali sejumlah permasalahan yang muncul di PT. Makmur Bintang Plastindo, termasuk rendahnya semangat kerja akibat upah yang belum memadai, kesulitan dalam pencairan insentif yang menimbulkan keluhan karyawan, dan kesulitan mencapai target kerja terutama bagi karyawan senior dengan keterampilan kerja yang kurang mumpuni. Selain itu, penelitian yang dilakukan pada PT. Interyasa Mitra Mandiri Medan menyoroti pengaruh upah kerja dan insentif terhadap produktivitas karyawan, menekankan pentingnya faktor-faktor ini dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Penelitian tersebut juga menekankan pentingnya validitas dan reliabilitas data serta memberikan saran untuk meningkatkan upah dan insentif guna meningkatkan produktivitas secara keseluruhan. Tambahan permasalahan juga muncul dari PT Darmasindo Intikaret Medan, termasuk pembayaran upah yang tidak berbeda pada hari libur atau malam hari, dan janji pemberian insentif yang tidak ditepati.

2. Kajian Literatur

2.1 Sumber Daya Manusia

Menurut (Hidayat & Anwar, 2022) Manusia bertanggung jawab atas seluruh proses manajemen, dan sumber daya manusia menjadi bagian penting dalam pengelolaan manajemen. Menurut (Yuwono et al., 2023) Kegiatan manajemen yang meliputi penggunaan, pengembangan, penilaian, dan penyediaan layanan kepada anggota sebuah organisasi atau bisnis adalah bagian dari fungsi manajemen sumber daya manusia. Sumber daya manusia didefinisikan sebagai seseorang yang bekerja untuk meningkatkan produktivitas guna memenuhi tujuan organisasi atau bisnis. Menurut (Budianto et al., 2020) Manajemen sumber daya manusia melaksanakan berbagai kegiatan seperti merencanakan karir, melatih dan mengembangkan karyawan, merekrut dan memilih calon, meninjau kinerja, merencanakan kebutuhan tenaga kerja, serta menyediakan kompensasi yang transparan. Perusahaan yang berspesialisasi dalam pengembangan sumber daya manusia mempunyai tugas berkelanjutan untuk mengatasi hambatan yang ada maupun yang mungkin terjadi.

2.2 Upah Karyawan

Menurut (Ramayana, 2022) Upah adalah pembayaran yang adil dan pantas yang diterima karyawan atas pencapaian tujuan perusahaan oleh manajemennya. Membayar orang secara langsung atas tenaga kerja mereka melibatkan pengiriman barang, bekerja dengan jumlah jam tertentu, dan menawarkan tunjangan. Untuk menghasilkan pendapatan tambahan yang jauh lebih besar daripada upah rutin pekerja, upah bertindak sebagai insentif untuk tujuan keringanan, mendorong pekerja untuk bekerja pada puncak kemampuan mereka. Menurut Hasibuan dalam (Marsinah & Hatidah, 2022) menjelaskan bahwa upah adalah segala jenis

penghasilan (penghasilan) yang diperoleh pekerja atau pegawai (buruh) dalam jangka waktu tertentu selama melakukan kegiatan ekonomi, baik dalam bentuk uang maupun barang. Menurut regulasi yang tercantum pada PP No. 36 Tahun 2021, upah dapat dibagi menjadi beberapa jenis, termasuk upah dasar tanpa tambahan tunjangan, upah pokok ditambah dengan tunjangan tetap, upah pokok bersama tunjangan tetap dan tunjangan tidak tetap, dan upah pokok dengan tunjangan tidak tetap. Menurut (Erwin & Bahrin, 2020), besarnya upah menentukan status sosial pekerja dalam masyarakat. Posisi pekerja dalam struktur organisasi juga memengaruhi besarnya upah yang mereka terima. Upah bukan hanya sebagai imbalan, tetapi juga sebagai pendorong bagi pekerja untuk menghargai serta mengoptimalkan keterampilan dan bakat yang dimiliki. Membayar karyawan dengan baik dan besar akan meningkatkan produktivitas mereka dalam bekerja. Sebaliknya, upah yang rendah juga akan mengakibatkan rendahnya produktivitas kerja dari karyawan. Menurut (Suryadi et al., 2023) Upah berdampak besar pada produktivitas di tempat kerja. Upah mempunyai dampak yang signifikan terhadap karyawan, menjadikannya masalah yang menarik dan signifikan bagi perusahaan. Jika pekerja merasa bahwa upah mereka sesuai dengan pengorbanan atau layanan yang mereka berikan, mereka akan bekerja lebih lama dan berusaha lebih keras.

2.3 Insentif Karyawan

Menurut Hasibuan (Sumarsid, 2019) Uang tambahan yang diberikan kepada individu tertentu yang kinerjanya melampaui tolok ukur kinerja dikenal sebagai insentif. Menurut (Lampa et al., 2021) Setiap organisasi atau bisnis percaya bahwa memberikan insentif sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan karyawan dan menghasilkan jumlah pekerjaan yang diperlukan. Setiap perusahaan perlu memberi imbalan berupa penghargaan dan motivasi melalui insentif yang sesuai dengan kinerja karyawan, untuk memastikan peningkatan produktivitas kerja sesuai dengan tujuannya. Hal ini akan membantu menciptakan interaksi yang sehat dan seimbang antara bakat dan kematangan pekerja serta proses produksi. Menurut (Erwin & Bahrin, 2020) Perusahaan menawarkan insentif untuk mendorong karyawan dalam bekerja. Insentif sangat penting dalam mendorong masyarakat umum untuk bekerja. Karyawan bekerja untuk mendapatkan upah dengan imbalan imbalan yang sepadan dengan pekerjaannya. Menurut (Oktaria & Alexandro, 2020) Memberikan insentif kepada karyawan untuk meningkatkan kegembiraan mereka merupakan salah satu strategi yang digunakan bisnis untuk memaksimalkan kinerja pekerja. membantu meningkatkan produktivitas di tempat kerja agar kinerja dan produktivitas meningkat.

2.4 Produktivitas Kerja Karyawan

Menurut Sutrisno dalam (Baiti et al, 2020) mengatakan bahwa perbandingan jumlah total kerja yang telah dihitung untuk menciptakan suatu produk dari tenaga kerja dikenal dengan produktivitas kerja. Menurut (Rauuf et al., 2022) Produktivitas kerja merupakan komponen penting dalam setiap organisasi karena menentukan dapat atau tidaknya suatu perusahaan mencapai tujuannya. Kehadiran metrik produktivitas kerja yang kuat akan membawa kemajuan pada produksi perusahaan dan domain lainnya. Menurut (Arnando, 2019) Untuk memperoleh hasil yang diinginkan melalui produktivitas kerja, perusahaan dan karyawan harus berkolaborasi. Menurut (Anggraini & Simamora, 2023) Produktivitas kerja merupakan hasil usaha seluruh pekerja termasuk pekerja untuk mengoptimalkan gairah dan motivasi kerja guna meningkatkan output dengan input berupa modal dan tenaga kerja yang telah tersedia. Kemampuan organisasi untuk maju sangat bergantung pada tingginya produktivitas tenaga kerjanya. Oleh karena itu, masuk akal jika banyak bisnis mempekerjakan orang dengan hati-

hati agar memiliki tenaga kerja yang efektif dan bermanfaat bagi perusahaan. Menurut (Waskito & Kartini, 2021) Kemampuan menghasilkan barang atau keluaran dari masukan berbagai bagian atau sumber daya produksi, khususnya sumber daya manusia, dikenal dengan istilah produktivitas kerja. Kemampuan tersebut dimanfaatkan dalam suatu organisasi untuk meningkatkan output baik kuantitas maupun kualitas.

3. Metodologi Penelitian

Studi ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yaitu *review* dan revisi penelitian terdahulu mengenai pengaruh insentif dan upah pegawai terhadap produktivitas kerja. Pendekatan ini memanfaatkan literatur untuk mengumpulkan informasi mengenai topik-topik yang relevan dengan tujuan penelitian, berkaitan dengan bagaimana kompensasi dan insentif karyawan mempengaruhi produktivitas pekerja di dalam perusahaan. Artikel jurnal yang merupakan hasil kajian ilmiah dan akan dijadikan sebagai sumber informasi dan sumber. Studi ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif karena menggunakan pendekatan yang menghasilkan data deskriptif yang dapat dianalisis secara naratif dan ditafsirkan untuk memberikan informasi.

4. Hasil dan Pembahasan

Diperoleh 3 (tiga) penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh upah dan insentif kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada perusahaan di Medan, dengan hasil sebagai berikut:

4.1 Pengaruh Upah dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Darmasindo Intikaret Medan

Penelitian oleh (Andreas et al., 2020) menilai upah karyawan dengan dua indikator: semakin tinggi posisi seseorang dalam perusahaan, semakin besar upah yang diperoleh, dan bahwa karyawan dalam posisi yang sama harus mendapatkan upah yang setara. Untuk variabel insentif, ditemukan bahwa produktivitas karyawan meningkat seiring dengan besarnya insentif yang diberikan. Kualitas pekerjaan yang dihasilkan karyawan menjadi indikator utama produktivitas kerja. Penelitian ini melibatkan 120 karyawan PT Darmasindo Intikaret Medan sebagai sampel.

Table 1. Hasil Penelitian Pengaruh Upah dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Darmasindo Intikaret Medan

Analisis Linear Berganda			
	Variabel	Koefisien	Keterangan
	Upah	0.306	
	Insentif	0.765	
Uji t	Nilai t		
	Upah	4.412	Signifikan
	Insentif	7.677	Signifikan
Uji F			
	Model F	Siginifikansi	Keterangan
	67.223	0.000	Signifikan
Koefisien Determinasi			
	Adjusted R2 = 0.527	Variabel produktivitas kerja dapat dijelaskan oleh variabel upah dan insentif	

Source: Data yang diolah.

Batjo dan Shaleh dalam (Andreas et al., 2020) mendefinisikan upah sebagai “pendapatan finansial yang diterima karyawan berdasarkan jam kerja, unit barang yang diproduksi, atau, jika perusahaan jasa, jumlah layanan yang diberikan.” Menurut Gaol dalam (Andreas et al., 2020), pekerja mengharapkan gaji yang lebih besar sebanding dengan pengorbanan atau masukan yang mereka berikan. Akibatnya, pengorbanan atau kontribusi yang diperlukan untuk suatu pekerjaan dievaluasi. Spesifikasi pekerjaan dapat digunakan sebagai masukan untuk suatu posisi, yang berarti bahwa setiap manajer atau pemimpin dalam bisnis diharapkan memenuhi serangkaian standar yang ditetapkan. output seperti yang ditunjukkan oleh pendapatan. Keadilan hadir dalam dua bentuk: konsistensi internal dan konsistensi eksterior.

1. Koherensi dari luar lingkungan mempunyai dampak terhadap upah. Saat menetapkan gaji, pemberi kerja harus mempertimbangkan jumlah yang dibayar oleh perusahaan lain untuk posisi serupa. Landasan hukum perusahaan untuk melakukan benchmarking terhadap bisnis lain adalah dengan membuat struktur kompensasi yang adil dapat dilakukan.
2. Keseragaman di dalam. kenaikan upah berbanding lurus dengan status seseorang dalam organisasi dan sebaliknya. Seorang pegawai harus dibayar sama dengan pegawai lainnya untuk jabatan yang sama.

Indikator Upah Batjo dan Shaleh dalam (Andreas et al., 2020) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi penentuan upah yaitu:

1. Penawaran dan permintaan tenaga kerja
2. Kemampuan Perusahaan
3. Serikat pekerja
4. Produktivitas karyawan
5. Pemerintah
6. Biaya hidup

Menurut Elbadiansyah dalam (Andreas et al., 2020), “tujuan utama insentif adalah untuk mendorong pekerja agar berproduksi lebih banyak, memperoleh upah lebih tinggi, dan sekaligus menurunkan biaya per unit”. Menurut Gaol dalam (Andreas et al., 2020), variabel-variabel berikut mempengaruhi penawaran insentif:

1. Kondisi dan kemampuan dari perusahaan.
2. Kemampuan, kreativitas, serta prestasi dari karyawan.
3. Keadaan ekonomi suatu negara.
4. Tingkat produktivitas suatu perusahaan.

Priansa dalam (Andreas et al., 2020) menyebutkan bahwa, Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya insentif yang diberikan oleh organisasi bagi pegawai mencakup:

1. Jabatan atau kedudukan
2. Kinerja
3. Laba organisasi

Menurut Busro dalam (Andreas et al., 2020), “Produktivitas adalah perbandingan antara jumlah output dan input dalam suatu perusahaan.” Menurut Busro dalam (Andreas et al, 2020), terdapat beberapa elemen penentu (enabler) yang mempengaruhi seberapa produktif karyawan beroperasi di dunia nyata. Variabel berikut menunjukkan mekanisme di balik kinerja proses:

1. Kapasitas karyawan untuk mengadaptasi strategi teknis, taktis, dan strategis untuk

mencapai tujuan dengan cara yang masuk akal bagi organisasi untuk memutuskan arah masa depannya.

2. Motivasi kerja merupakan sumber data penggerak yang harus mampu diciptakan dan disediakan oleh manajemen personalia sebagai landasan pengambilan keputusan.
3. Dorongan atau inspirasi manajer dalam bekerja.
4. Perlakuan yang adil bagi setiap pekerja.

Busro dalam (Andreas et al., 2020) menyebutkan bahwa, Perusahaan melihat ukuran produktivitas berdasarkan:

1. Kualitas keluaran yang dihasilkan
2. Kuantitas keluaran produk atau barang/jasa
3. Ukuran kemajuan perusahaan untuk jangka panjang dalam bentuk jaringan pemasaran.

Berdasarkan informasi dari Tabel 1, analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa upah dan insentif memiliki dampak yang signifikan terhadap produktivitas karyawan di PT. Darmasindo Intikaret, Medan. Berdasarkan uji hipotesis parsial, produktivitas karyawan dipengaruhi secara signifikan oleh gaji dan insentif secara individual. Selain itu, uji hipotesis simultan menunjukkan bahwa gabungan upah dan insentif juga memengaruhi produktivitas karyawan secara signifikan di perusahaan tersebut. Koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa kedua variabel ini secara signifikan menjelaskan variasi dalam produktivitas kerja karyawan yang diamati.

4.2 Pengaruh Upah Kerja dan Insentif Terhadap Produktivitas Karyawan pada PT Interyasa Mitra Mandiri Medan

Penelitian yang dilakukan oleh (Ramayana, 2022) menggunakan dua indikator untuk variabel upah karyawan, yaitu kinerja yang baik, insentif yang diberikan, dan peningkatan jam kerja. Untuk variabel insentif, indikatornya adalah seberapa jauh karyawan mampu melampaui standar yang ditetapkan dan sejauh mana hasil kerjanya melebihi ekspektasi perusahaan; semakin tinggi pencapaian ini, semakin besar insentif yang diterima. Sementara itu, produktivitas kerja karyawan diukur berdasarkan variabel upah dan insentif secara bersamaan, dengan sampel penelitian terdiri dari 40 karyawan PT Interyasa Mitra Mandiri Medan.

Table 2. Pengaruh Upah Kerja dan Insentif Terhadap Produktivitas Karyawan pada PT Interyasa Mitra Mandiri Medan

Uji Kesahian					
Variabel	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	r hitung	r tabel	Keterangan
Upah	37.8900	30.0359	.641	.312	Valid
Insentif	37.3275	26.6665	.595	.312	Valid
Produktivitas Kerja Karyawan	32.9325	20.9772	.572	.312	Valid
Uji Reliabilitas					

Variabel	Chronbachs Alpha	Chronbach's Alpha Based on Standarized Item	N				
Upah	.896	.895	10				
Insentif	.872	.873	10				
Produktivi tas Kerja	.853	.856	10				
Uji Normalitas							
Berdistribusi normal							
Uji Multikolinearitas							
Model	Colinearity Statistics						
	Tolerance		VIF				
(Constant)							
Upah Kerja	.407		2.458				
Insentif	.407		2.458				
Uji Heteroskedasitas							
Titik tersebar secara acak dan tidak membentuk pola terkhusus yang jelas							
Uji T							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toler ance	VIF
(Constant)	2.333	2.485		.939	.354		
Upah Kerja	.189	.084	.206	2.246	.031	.407	2.458
Insentif	.750	.089	.767	8.384	.000	.407	2.458
Uji F							
Model	Sum of Squares		Df	Mean Square	F	Sig	
Regresion	1057.105		2	528.553	28.243	.000	
Residual	152.495		37	4.121			
Total	1209.600		39				
Koefisien Determinasi							
Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate			
1	.935	.874	.867	2.03014			

Source: Data yang diolah.

Menurut perspektif Mangkunegara dalam (Andreas et al., 2020), upah adalah pembayaran moneter yang diberikan kepada pekerja atas jasa tenaga kerja; Pembayaran ini sering kali dilakukan setiap jam, setiap hari, atau bahkan setengah hari sebelumnya. Insentif menurut Rochmatetal dalam (Andreas et al., 2020), merupakan salah satu jenis sistem penghargaan terkait kinerja yang dapat menginspirasi dan memotivasi pekerja untuk meningkatkan kinerjanya dan menjadi lebih bersemangat, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas pekerjaannya. ditingkatkan, memungkinkan tujuan perusahaan pada akhirnya tercapai.

Sebagaimana diungkapkan Busro dalam (Andreas et al., 2020), produktivitas suatu perusahaan memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilannya. Bisnis akan mudah mencapai tujuannya jika produktivitas staf terus meningkat seiring berjalannya waktu. Misalnya, di masa industri modern, setiap bisnis berjuang untuk mengoptimalkan produktivitas staf. Dunia usaha harus menjaga pertumbuhan ini agar dapat bersaing di pasar yang persaingannya semakin ketat.

Dari data yang disajikan dalam Tabel 2, hasil pengujian menunjukkan bahwa validitas uji terbukti, karena nilai r hitung melebihi nilai r tabel. Uji reliabilitas untuk variabel produktivitas kerja menegaskan bahwa kuesioner yang digunakan dapat diandalkan. Uji normalitas melalui plot PP normal dari residual standar tidak menunjukkan adanya tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas menegaskan bahwa tidak ada ketergantungan antara variabel dalam model. Pemeriksaan heteroskedastisitas menunjukkan model yang stabil, ditandai dengan penyebaran titik yang acak dan tidak mengikuti pola tertentu di sekitar nilai nol pada sumbu kinerja. Uji t digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Seperti yang ditunjukkan oleh temuan uji F , signifikansi statistik model secara keseluruhan ditunjukkan oleh nilai F -statistik yang melebihi nilai penting F -tabel. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa model secara efektif menjelaskan variasi produktivitas karyawan.

4.3. Pelatihan, Upah, Insentif, dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Makmur Bintang Plastindo

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini et al., 2023) pada bulan Juli 2022 sampai dengan Oktober 2022 penelitian ini dilakukan di PT. Makmur Bintang Plastindo yang terletak di Jalan Pulau Bunaken, KIM 3, Tangkahan, Medan Labuhan. Studi ini melihat produktivitas karyawan di tempat kerja, masa kerja, gaji, dan insentif. Sebanyak 228 orang pekerja PT. Makmur Bintang Plastindo menjadi populasi penelitian.

Table 3. Hasil Penelitian Pelatihan, Upah, Insentif, dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Makmur Bintang Plastindo

Uji Multikolinearitas			
Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Pelatihan	.990	1.010	Tidak ada multikolinearitas
Upah	.904	1.106	Tidak ada multikolinearitas
Insentif	.895	1.118	Tidak ada multikolinearitas
Masa Kerja	.974	1.027	Tidak ada multikolinearitas
Uji Normalitas			
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residu
N			145

Normal Parametersa,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.45783678
Most Extreme Difference	Absolute	.065
	Positive	.043
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.775	2.925		-1.290	.199
Pelatihan	.256	.081	.217	3.150	.022
Upah	.450	.100	.327	4.521	.000
Insentif	.265	.117	.165	2.275	.024
Masa Kerja	.420	.093	.313	4.490	.000

Dependent Variabel: Produktivitas Kerja

Uji T

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.375	2.925		-1.290	.199
Pelatihan	.256	.081	.217	3.150	.002
Upah	.450	.100	.327	4.521	.000
Insentif	.265	.117	.165	2.275	.024
Masa Kerja	.420	.093	.313	4.490	.000

Dependent Variabel: Produktivitas Kerja

Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regresion	883.072	4	220.768	17.951	.000
Residual	1721.755	140	12.298		
Total	2604.828	144			
Dependent Variabel: Produktivitas Kerja					
Predictors: (Constant), Masa Kerja, Pelatihan, Upah, Insentif					
Koefisien Determinasi					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.582	.339	.320	3.50689	
Predictors: (Constant), Masa Kerja, Pelatihan, Upah, Insentif					
Dependent Variabel: Produktivitas Kerja					

Source: Data yang diolah.

Menurut Karima dalam (Anggraini et al., 2023) di dunia kerja, adalah segala upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam tugas tertentu yang sedang mereka kaji atau relevan dengan pekerjaan mereka. Lima indikator yang menyusun variabel pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Isi pelatihan
2. Metode pelatihan
3. Sikap dan keterampilan instruktur
4. Lama waktu pelatihan
5. Fasilitas pelatihan

Indikator pengupahan terdiri dari perjanjian, peraturan perundang-undangan, dan pengumuman. berdasarkan perjanjian kerja antara pengusaha dan pekerja; upah dinyatakan dalam satuan moneter. Indikator yang dipakai dalam mengukur upah adalah sebagai berikut:

1. Upah minimum
2. Upah lembur
3. Cara pembayaran upah
4. Struktur dan skala upah proporsional
5. Upah pesangon.

Bachtiar dalam (Anggraini et al., 2023) menyatakan bahwa insentif dasar adalah pengurangan standar yang menghubungkan pendapatan dengan produktivitas dan dapat menggunakan insentif, premi, atau jenis standar lainnya untuk memberikan jumlah layanan yang tidak setara kepada lebih banyak pekerja. Berikut ini adalah indikator insentif:

1. Kinerja
2. Lama kerja

3. Senioritas
4. Kebutuhan

Menurut Karima dalam (Anggraini et al., 2023) Masa kerja adalah cara yang baik untuk mengukur seberapa besar kemungkinan karyawan menyelesaikan tugas. Oleh karena itu, karir yang panjang menunjukkan bahwa seseorang mempunyai pengalaman yang lebih banyak dibandingkan rekan-rekannya. Ada tiga indikator yang membentuk variabel masa kerja, yaitu sebagai berikut:

1. Keterampilan
2. Tingkat pengetahuan
3. Kemampuan analitis
4. Manipulative
5. Lama waktu

Menurut Yulian dalam (Rina Anggraini et al., 2023) Produksi selain kualitas dan output merupakan salah satu komponen produktivitas perusahaan. Salah satu kegiatan yang berhubungan dengan output adalah produksi yang sering diukur dalam volume produksi. Sedangkan produktivitas dikaitkan dengan pemanfaatan sumber daya (input) secara efektif untuk menghasilkan rasio output terhadap input. Berikut ini adalah penanda produktivitas kerja:

1. Kemampuan adalah kesanggupan atau kecakapan yang dimiliki seseorang untuk melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya
2. Peningkatan hasil merupakan hasil usaha individu dalam mencapai tujuan dalam bekerja
3. Semangat kerja merupakan semangat hidup dalam melaksanakan tugas, sehingga individu dalam bekerja senantiasa mempunyai harapan dalam menyelesaikan pekerjaannya
4. Proses memperbaiki diri agar lebih efektif dibandingkan rekan kerja disebut pengembangan diri.
5. Mutu adalah standar pekerjaan atau produk yang dihasilkan
6. efisiensi yang sesuai atau sesuai adalah kemampuan untuk melakukan atau menciptakan suatu tugas tanpa membuang uang, waktu, atau tenaga.

Berdasarkan hasil yang tercantum dalam Tabel 3, uji menyatakan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel pelatihan, upah, insentif, dan masa kerja, dengan nilai toleransi yang mendekati 1 dan nilai VIF di bawah 10. Pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai p-value yang signifikan, menunjukkan bahwa variabel upah dan insentif mempengaruhi produktivitas kerja karyawan. Dari analisis regresi linear berganda, terlihat bahwa variabel pelatihan, upah, insentif, dan masa kerja secara bersama-sama memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan di PT. Makmur Bintang Plastindo. Hasil pengujian t menunjukkan bahwa variabel pelatihan dan upah berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja. Uji F menunjukkan bahwa variabel pelatihan, upah, insentif, dan masa kerja secara kolektif berpengaruh pada produktivitas kerja di PT. Makmur Bintang Plastindo. Uji koefisien determinasi mengindikasikan bahwa variasi dalam produktivitas kerja dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dipelajari.

5. Kesimpulan

Studi ini menyoroti pentingnya sistem pemberian upah dan insentif dalam mendorong produktivitas karyawan di lingkungan kerja. Temuan dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa upah yang kompetitif dan insentif yang tepat dapat memberikan dorongan motivasi yang signifikan bagi karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja dan produktivitas

mereka. Sistem pemberian upah yang adil dan transparan diidentifikasi sebagai elemen kunci dalam membangun kepercayaan dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan mereka. Insentif yang dirancang dengan baik, seperti bonus kinerja, pengakuan atas prestasi, atau peluang pengembangan karier, juga terbukti memiliki dampak positif pada motivasi dan produktivitas karyawan. Namun, studi juga menyoroti kompleksitas dalam merancang sistem pemberian upah dan insentif yang efektif. Faktor-faktor kontekstual seperti budaya kerja, lama masa bekerja, kemampuan analitis, dan cara karyawan merespons insentif dan upah yang ditawarkan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang sesuai dengan konteks dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan serta preferensi karyawan sangatlah penting.

Kesimpulannya, pengelolaan upah dan insentif, serta faktor-faktor lain yang memengaruhi produktivitas karyawan, adalah komponen vital dalam manajemen sumber daya manusia yang secara langsung memengaruhi kinerja karyawan. Untuk memaksimalkan efektivitas sistem ini, perusahaan perlu memastikan keadilan, transparansi, dan fleksibilitas, serta secara rutin mengevaluasi dan menyesuaikan kebijakan sesuai dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi, meningkatkan keterikatan karyawan, dan mendorong peningkatan produktivitas secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Andreas, J., Goh, T. S., & Margery, E. (2020). Pengaruh Upah dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Darmasindo Intikaret Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 71–84.
- Anggraini, R., & Simamora. (2023). Pelatihan, Upah, Insentif, dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Karyawan PT Makmur Bintang Plastindo. *Jurnal of Management and Bussines*, 5(1), 439-455.
- Arnando, E. (2019). Produktivitas Kerja yang dilihat dari Faktor Usia dan Pengalaman Kerja. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 145–153.
- Baiti, K. N., Djumali., & Eny K. (2020). Produktivitas Kerja Karyawan Ditinjau dari Motivasi, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja pada PT. Iskandar Indah Printing Textile Surakarta. *Eduonomika*, 4(1), 69–87.
- Budianto, Vitria, A., & Yulianti, F. (2020). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Cv. Mitra Jaya Bersama Banjarbaru. *Jurnal Penelitian*, 1-9.
- Erwin., & Bahrin, K. (2020). Pengaruh Pemberian Upah Dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Dipt Daria Dharma Pratama Ipuh. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 72–78.
- Hidayat, R., & Anwar, S. A. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia (Study Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Qurrota A'yun). *Jurnal Shidiq Tabligh Amanah Fathonah*, 2(2), 392-401.
- Lampa, D. A., Yantu, I., & Bokingo, A. H. (2021). Pengaruh Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. PLN (Persero) ULP. Telaga Gorontalo. *Jambura*, 4(2), 145–149.
- Marsinah., & Hatidah. (2022). Pengaruh Upah Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sejahtera Bersama. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(4), 531–543.

- Oktaria, M., & Alexandro, R. (2020). Pengaruh Insentif terhadap Kinerja Karyawan Dealer Honda Utama Putra di Pangkalan Bun. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(1), 2614–1930.
- Ramayana, F. (2022). Pengaruh Upah Kerja dan Insentif Terhadap Produktivitas Karyawan pada PT. Interyasa Mitra Mandiri Medan. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 231–245.
- Rauuf, M. A., Adiyani, R., & Widodo, Z. D. (2022). Pengaruh Upah dan Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Delta Merlin Sandang Textile I Sragen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 639–654.
- Sumarsid. (2019). Analisa Insentif dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan di PT Bina San Prima. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 9(1), 50–63.
- Suryadi., Asmawati., Rahmawati, F., Nada, Q., & Dwiprajatie, R. (2023). Pengaruh Pemberian Upah dan Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Indonesia Epsom. *Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 1(1), 433–437.
- Waskito, M., & Kartini, M. I. (2021). Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada PT. Trimuri Karya Cipta. *Jurnal Kinerja*, 3(02), 167–182.
- Yuwono, F. S. P., Bimantoro, C. D., & Humairani, A., Nikmah, Z (2023). Pengelolaan SDM Dan Perencanaan Sumber Daya Manusia dalam Kemajuan Suatu Organisasi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(1), 27-34.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons>)



Pengaruh Tingkat Pendidikan, Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Bagian Produksi di PT. Kahatex

Lisnawati, & Fanji Wijaya*

Universitas Indonesia Membangun, Bandung

Penulis korespondensi: Fanji.wijaya@inaba.ac.id

lhisna02@student.inaba.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 20 Mei 2024, Accepted: 28 Mei 2024, Published: 31 Mei 2024

Abstrak:

This study aimed to determine whether the level of education and work discipline affect the productivity of production employees at PT Kahatex. This research method uses quantitative with a descriptive and verification method approach; the sample in this study was 86 employees of the production department of PT Kahatex. The study's results showed that partially or the T-test of the Education Level variable had a positive and significant effect on the Employee productivity variable; this can be seen from the T count of $4.622 < 1.992$ T table with a sig level of $0.00 < 0.05$. The Work Discipline variable has a positive and significant effect on the Employee productivity variable; this can be seen from the T count of $6.579 < 1.992$ T table with a sig level of $0.00 < 0.05$. While together or through the F Test, the variables of Education Level and Work Discipline simultaneously significantly affect Employee productivity; this can be seen from the results of the F count of $35.725 > 2.71$ F table with a significance value of $0.000 < 0.05$. From the results of the validation of the lowest productivity values, namely 0.485, 0.476, and 0.477, here, the company PT Kahatex must be able to increase the results or output achieved by its employees and must be able to make production targets more efficient. Validation of the variables of the lowest education level values is 0.452 and 0.484; here, PT Kahatex employees must be able to improve the formal education of certain employees so that they have the knowledge and skills to carry out their duties properly. While the variable of work discipline with the lowest validation results of 0.317, 0.485, and 0.386 is still lacking in employee discipline, the company PT Kahatex must increase the level of attendance and ethics because the better the employee's work discipline, the higher the performance that will be achieved by production employees.

Keywords: Tingkat pendidikan, Disiplin kerja dan Produktivitas karyawan

1. Pendahuluan

Dalam suatu perusahaan salah satu factor yang harus diperhatikan adalah sumber daya manusia . Sumber daya yang dimiliki perusahaan atau organisasi tidak akan memberikan hasil yang optimal apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimal.Kinerja pegawai merupakan suatu tindakan yang dilakukan pegawai dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan organisasi atau bisa dikatakan bahwa kinerja pegawai yaitu tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi (Wahyuniardi, et.al., 2018). Menurut (Luthfi, & Wijaya, F.,2024). Sumber daya manusia merupakan faktor penentu yang signifikan dalam proses produksi. Penentu utama keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya adalah sumber daya manusianya. Kualitas sumber daya merupakan faktor terpenting dalam keberhasilan sebuah perusahaan.kualitas kerja karyawan yang baik akan sangat mempermudah suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (akhyadi, 2015).

Peningkatan kualitas sumber daya manusia harus searah dengan peningkatan kualitas pendidikan, (Syaifulloh & Pranoto, 2017). Proses produksi biasanya dikaitkan dengan produktivitas, dimana apabila produktivitas meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan kinerja dari perusahaan dan hal tersebut dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan (Busro, 2018). Peran sumber daya manusia dalam perusahaan memegang peranan yang menentukan karena hidup matinya suatu perusahaan tergantung pada karyawannya.Produktivitas sumber daya manusia (SDM) di Indonesia masih rendah dan sulit ditingkatkan. Tingkat produktivitas masih relatif rendah dibandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura, Thailand dan Malaysia. Berdasarkan data Asian Productivity Organization (APO) posisi produktivitas perpekerja Indonesia berada pada peringkat ke-5 dari 10 negara ASEAN, dan berada diurutan ke 107 dari 185 negara pada tahun 2022.

Sutrisno, Edy, 2019 mengemukakan bahwa: “Produktivitas kerja merupakan sikap mental. Sikap mental yang selalu mencari perbaikan terhadap apa yang telah ada. Suatu keyakinan bahwa seseorang dapat melakukan pekerjaan lebih baik hari ini dari pada hari kemarin dan hari esok lebih baik hari ini” Sedangkan Kustini dan Sari (2020) menyatakan bahwa Produktivitas Pegawai di perusahaan adalah hasil dari persyaratan pekerjaan yang harus dipenuhi oleh setiap pegawai perusahaan . Persyaratan tersebut adalah ketersediaan Pegawai untuk bekerja dengan penuh semangat dan tanggungjawab.Menurut (Rahman, & Saputro 2023) pengembangan karyawan dapat diwujudkan melalui pelaksanaan pelatihan sehingga bisa meningkatkan produktivitas karyawan dan bisa menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan sesuai tujuan perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja adalah tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan sangat diperlukan dalam menentukan kinerja seseorang karena pengetahuan akan mendapatkan keterampilan dan pelatihan yang dipersiapkan untuk masa depan yang lebih baik (syaifulloh et al., 2020).Menurut (Riono et al., 2020) kesuksesan suatu perusahaan sangat erat hubungannya dengan kualitas kerja para karyawannya,maka perusahaan diminta agar selalu mengembangkan serta meningkatkan kinerja dari tiap karyawannya dalam hal ini adalah produktivitas PT Kahatex.Selain Pendidikan terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja produksi di PT kahatex yaitu Menurut Sutrisno (2016:89) disiplin kerja adalah prilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau disiplin adalah sikap, tingkah laku, dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis.

PT Kahatex merupakan perusahaan bisnis yang terintegritas sebagai salah satu perusahaan industri di Garment & Tekstil yang sudah lama . didalam produksi garment PT kahatex membuat dari mulai kain menjadi bahan mentah dibuat jadi bahan baju jadi . diperusahaan ini selalu mengedepankan visi "Menjadi produsen garmen dan tekstil terkemuka, yang menyediakan layanan berkualitas tinggi dan efisien", PT kahatex tumbuh menjadi perusahaan yang semakin besar dan maju . dari manajemen selalu memberikan arahan yang melibatkan setiap departemen untuk mencapai visi dan misi PT Kahatex, antara lain mengatur perancangan pabrik, mengalokasikan segala sumber daya untuk diimplementasikan pada pabrik. Sejak awal berdirinya, manajemen perusahaan telah membentuk banyak fondasi usaha dan bisnis model agar perusahaan selalu menghasilkan keputusan-keputusan strategis ditengah-tengah lingkungan persaingan yang kompetitif dan beraneka ragam.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, dilihat dari 86 orang karyawan di bagian produksi, perusahaan ditahun 2023 tidak bisa mencapai target 100%. Masih ada sisa target yang belum tercapai dalam setiap bulannya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya tingkat kedisiplinan karyawan yang suka absen tanpa keterangan itu bisa mengakibatkan turunnya target yang belum bisa mencapai target optimal. pencapaian bagian produksi merupakan suatu ukuran sampai sejauh mana sumber daya manusia dipergunakan dengan baik dalam suatu proses produksi untuk mewujudkan hasil tenaga kerja yang professional dan kompetitif, tenaga kerja diharapkan dapat bekerja lebih produktif. Ada beberapa faktor diduga karena adanya perbedaan tingkat Pendidikan serta disiplin kerja yang kurang mendukung. Hasil wawancara oleh atasan mengatakan Sebagian besar karyawan PT Kahatex tersebut memiliki tingkat Pendidikan yang masih relatif rendah.

Tabel 1. Data Tingkat Pendidikan Di PT Kahatex

NO	PENDIDIKAN	PERSENTASE
1	SD	100
2	SMP	270
3	SMA	450
4	SMK	260
5	D1	10
6	S1	10
TOTAL		1100

Sumber: bagian produksi 2023

Tingkat Pendidikan karyawan di bagian produksi yang terdapat di PT Kahatex dibuktikan denan Pendidikan formal yang pernah ditempuh.Tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas dari karyawan bagian produksi berada ditingkat SMA dan SMK jumlah persentase terbesar sebanyak 450 dan 260 , Sekolah menengah pertama(SMP) dan sekolah dasar (SD) dengan jumlah persentase 270 dan 100. Untuk tingkat Pendidikan D1 dan S1 masih tergolong rendah dengan persentase sebesar 10%.

Berdasarkan tabel diatas tingkat pendidikan berfungsi untukmengembangkan kemampuan dan membentuk sikap seseorang sehingga dapat mengembangkan skil karyawan,pendidikan formal atau non formal yang lebih tinggi akan mempunyaai wawasan yg luas . (Hasibuan & Hasibuan, 2016) menyatakan bahwa sebenarnya produktivitas mengandung sikap mental yang selalu

memandang bahwa kehidupan hari ini harus lebih baik dari pada kehidupan hari kemarin dan esok lebih baik daripada hari ini. (Sedarmayanti, 2014) mengungkapkan bahwa produktivitas kerja bukan semata-mata ditujukan untuk mendapatkan hasil kerja sebanyak-banyaknya, melainkan kualitas kerja juga penting diperhatikan dan produktivitas kerja bukanlah hasil yang tercipta dengan sendirinya, tetapi harus diupayakan oleh para perawat yang diharapkan bisa terlibat dalam program organisasi sehingga bisa mengetahui apa saja yang diminta oleh organisasi dari kerja yang telah dilakukan dan bersedia untuk melaksanakan apa saja yang dibebankan terhadap para perawat.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. *Manajemen Sumber Daya Manusia*

Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan sumber daya yang penting dalam suatu perusahaan dimana orang-orang yang ada di dalamnya mencurahkan tenaga, kreativitas dan usaha mereka kepada perusahaan. Menurut Kasmir(2017:6) Manajemen sumberdaya manusia adalah“Proses mengelola manusia melalui perencanaan, perekrutan, seleksi, pengembangan, remunerasi, karir, keselamatan, dan kesehatan,serta menjagahubungan industrial dengan pemutusan hubungan kerja”.Menurut Wibowo (2016:2) dalam manajemen sumber daya manusia, pegawai adalah aset utama sehingga harus diperlakukan dengan baik. Yang dmna Manajemen alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam pengelolaan kegiatan. oleh karena itu manusia merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam suatu organisasi karena manusia memberikan kontribusi terbesar dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain. Menurut (Yasmine, P. C., & Fanji, F. W. (2024) Manjamen sumber daya manusia adalah suatu aset penting yang dimana sangat berpengaruh terhadap kunci perusahaan dan harus dapat mengelola sdm dengan baik agar semua tujuan perusahaan tercapai dengan baik.

2.2. *Tingkat Pendidikan*

Menurut Basyit, et.al (2020)"Tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir,yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum". Menurut Reza (2017) menyatakan bahwa tingkat pendidikan merupakan upaya untuk meningkatkan pengetahuan umum seseorang termasuk termasuk didalamnya penguasaan teori untuk memutuskan persoalan–persoalan yang menyangkut kegiatan pencapaian tujuan. sedangkan menurut Hendrayani (2020),menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok orang lain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat potensi dalam diri manusia yang perlu ditanggapi atau respon. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan adalah suatu proses mengembangkan tingkat pengetahuan umum dan potensi didalam penguasaan teori dalam jangka panjang.

2.3. *Disiplin Kerja*

Disiplin kerja merupakan suatu kewajiban kantor atau instansi tempat bekerja wajib untuk memperhatikan kedisiplinan kerja pegawai agar kerja pegawai lebih meningkat dari sebelumnya dan pegawai tidak sesuka hati melakukan kegiatan yang tidak penting pada saat jam kerja. Dikutipan dari jurnal (Prayogo, Siddiq, & Wijaya, 2024) Menurut Khasifah & Nugraheni (2016) menyatakan bahwa disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi serta mentaati norma-norma peraturan yang berlaku di sekitarnya. Disiplin kerja adalah sikap hormat

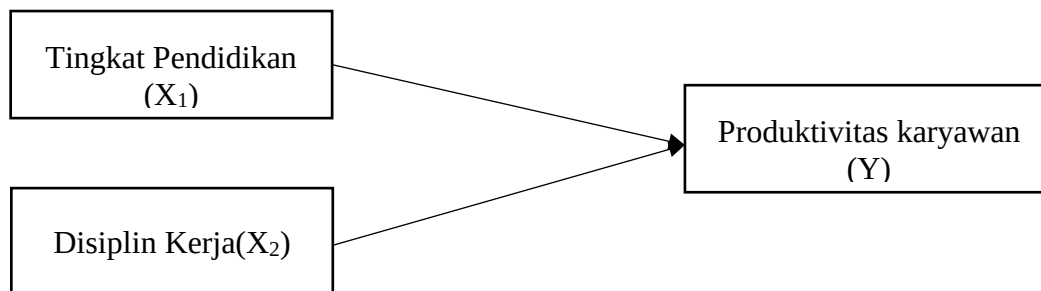
terhadap peraturan dan ketentuan perusahaan, yang ada dalam diri karyawan, yang menyebabkan karyawan dapat menyesuaikan diri dengan sukarela pada peraturan dan ketentuan perusahaan (Hamali, 2016). menurut Sinambela (2016:334) Disiplin kerja adalah kesediaan seseorang yang timbul dengan kesadaran sendiri untuk mengikuti peraturan-peraturan yang berlaku dalam organisasi. Menurut (suci 2015) disiplin kerja dalam pelaksanaannya harus senantiasa dipantau, diawasi, dan hal tersebut seharusnya menjadi perilaku yang baku setiap pegawai dalam suatu organisasi khususnya untuk meningkatkan kinerja. Berdasarkan pendapat tersebut, maka penulis dapat memahami bahwa disiplin kerja adalah suatu aturan yang dimana dibuat oleh suatu perusahaan yang harus ditaati atau dipatuhi oleh karyawan tersebut.

2.4. Produktivitas

Menurut Yusuf (2015) menyatakan bahwa produktivitas merupakan sikap mental yang selalu berusaha dan mempunyai pandangan bahwa suatu kehidupan hari ini lebih baik dari hari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini. Menurut (Pasae et al., 2021) mengatakan bahwa produktivitas kerja adalah perbandingan hasil yang dicapai dan peran serta pegawai persatuan waktu. Atau sejumlah barang atau jasa yang dapat dihasilkan seorang/sekelompok orang/pegawai dalam jangka waktu tertentu. Fathussyaadah dan Ardiansyah (2020) mengatakan bahwa Produktivitas tenaga kerja karyawan di produksi PT Kahatex adalah kemampuan dan pencapaian skill karyawan di bagian produksi untuk menghasilkan output barang atau jasa dari berbagai sumberdaya atau factor produksi yang membantu meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang dihasilkan dalam suatu department.

2.5. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, penulis menetapkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1 kerangka konseptual

2.6. Hipotesis

Menurut Sugiono (2014:93), menjelaskan bahwa hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan judul penelitian, maka hipotesis yang diajukan adalah hipotesis asosiatif yaitu:

1. H1: Terdapat pengaruh Tingkat pendidikan terhadap produktivitas karyawan
2. H2: Terdapat pengaruh Disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan
3. H3: Terdapat pengaruh Tingkat pendidikan, Disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif ini dipergunakan untuk mengetahui tingkat pendidikan, disiplin kerja dan produktivitas karyawan. Menurut Sugiyono (2017:8) metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Menurut (Zahra, D. A., & Wijaya, F. 2023) Metode penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2016), populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Bagian Produksi PT Kahatex yang berjumlah 86 orang. Sample Menurut Ghozali (2016) sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang berisi beberapa anggota dalam populasi atau elemen yang akan membentuk sampel. Sampel dari penelitian ini ialah jumlah populasi karyawan produksi 86 responden.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara langsung terhadap karyawan yang dapat memberikan sejumlah data atau informasi khusus sebagai pelengkap yang diperlukan dalam rangka pengumpulan data. Dan menggunakan Kuesioner yang merupakan suatu perangkat untuk mengetahui pendapat produktivitas karyawan yang dijadikan responden mengenai Tingkat pendidikan, Disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan bagian produksi PT Kahatex. Kuesioner menggunakan Skala Likert, dimana responden diminta menilai variabel-variabel tersebut dengan penilaian sebagai berikut: 1 artinya sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 setuju, dan 5 sangat setuju.

3.4. Teknik Analisis

Analisis ini menggambarkan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, menentukan apakah terdapat hubungan positif atau negatif antara variabel tersebut dan

variabel dependen. Persamaan Regresi Berganda yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Di mana:

Y = Produktivitas Karyawan

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Tingkat Pendidikan

X_2 = Disiplin Kerja

4. Hasil Penelitian

4.1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil Uji validitas

Berdasarkan tabel dibawah menyatakan bahwa instrumen-instrumen pada variable produktivitas (Y), Tingkat pendidikan (X1) dan Disiplin kerja (X2) memiliki nilai Pearson Correlation atau Koefisien Korelasi untuk masing-masing butir pertanyaan lebih besar dari 0,212. Sehingga dapat bahwa dinyatakan instrument tersebut valid dan dapat dipakai untuk melakukan penelitian atau menguji hipotesis penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Nilai sign	Keterangan
Produktivitas (Y)	Saya menyelesaikan pekerjaan sesuai standar yang terapkan oleh perusahaan	0,523	0,212	0,05	Valid
	Saya melaksanakan pekerjaan secara maksimal demi tercapainya hasil produksi yang ditetapkan	0,485	0,212	0,05	Valid
	Saya selalu meningkatkan kualitas kerja	0,525	0,212	0,05	Valid
	Dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, saya harus mendapatkan hasil yang terbaik.	0,575	0,212	0,05	Valid

	Saya teliti dalam menyelesaikan setiap pekerjaan.	0,519	0,212	0,05	Valid
	Saya tidak mengeluh dan merasa berat terhadap beban pekerjaan yang menjadi tanggung jawab saya	0,556	0,212	0,05	Valid
	Saya sangat menjaga ketepatan waktu dan kesempurnaan hasil pekerjaan.	0,604	0,212	0,05	Valid
	Saya mampu memperbaiki kesalahan yang pernah saya lakukan dalam melaksanakan pekerjaan.	0,476	0,212	0,05	Valid
	Saya akan berusaha menyelesaikan pekerjaan sebelum batas waktu yang telah ditentukan perusahaan.	0,477	0,212	0,05	Valid
Tingkat Pendidikan (x ₁)	Pendidikan formal yang saya terima membuat kualitas hasil kerja lebih baik	0,557	0,212	0,05	Valid
	Pekerjaan yang saya tekuni sesuai dengan pendidikan terakhir saya	0,452	0,212	0,05	Valid
	Jika tingkat pendidikan saya semakin tinggi maka jabatan akan semakin tinggi	0,553	0,212	0,05	Valid
	Pendidikan membuat saya lebih mengerti tentang pekerjaan yang sedang saya laksanakan dengan mudah.	0,541	0,212	0,05	Valid
	Pendidikan formal saya sangat bermanfaat	0,534	0,212	0,05	Valid

	dalam menyelesaikan pekerjaan di produksi				
	Melalui pendidikan formal saya mendapatkan pengetahuan yang luas untuk bisa saya gunakan dalam bekerja di perusahaan	0,509	0,212	0,05	Valid
	Pendidikan yang saya miliki membuat saya bisa bekerja lebih baik di perusahaan	0,484	0,212	0,05	Valid
	Pendidikan yang baik membuat kualitas hasil kerja yang baik	0,560	0,212	0,05	Valid
Disiplin kerja (x ₂)	Saya selalu hadir tepat waktu saat bekerja	0,317	0,212	0,05	Valid
	Saya tidak pernah absen dari pekerjaan saya tanpa alasan	0,485	0,212	0,05	Valid
	Saya selalu berusaha melaksanakan tugas dengan baik dan sesuai aturan	0,555	0,212	0,05	Valid
	Saya menerima sanksi jika melakukan kesalahan	0,558	0,212	0,05	Valid
	Saya selalu mengerjakan tugas saya dengan tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan yang ada	0,690	0,212	0,05	Valid
	Saya selalu menggunakan waktu dengan sebaik mungkin agar pekerjaan saya selesai tepat waktu.	0,671	0,212	0,05	Valid
	Saya menggunakan seragam sesuai dengan peraturan perusahaan	0,585	0,212	0,05	Valid

	Saya menjaga tingkah laku sesuai norma yang berlaku	0,386	0,212	0,05	Valid
--	---	-------	-------	------	-------

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Tingkat pendidikan (X_1)	0,621	0,6	Reliabel
Disiplin kerja (X_2)	0,637	0,6	Reliabel
Produktivitas (Y)	0,674	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji validitas diatas diketahui bahwa semua item pernyataan variabel-variabel menampilkan hasil dari r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian item-item pernyataan diatas dinyatakan valid.

4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.21988343
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.056
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov Smirnov diatas diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,200 lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,05. Dengan demikian, hasil uji Kolmogorov Smirnov diatas dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut (Prof. Dr. H. ima. Ghozali, 2016), identifikasi keberadaan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance implation factor (VIF). Tolerance mengukur variabel independen

yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah dari nilai VIF tinggi maka menunjukkan multikolinearitas <0,10 pengambilan keputusannya adalah tidak terjadi multikolinieritas terhadap variabel tersebut.

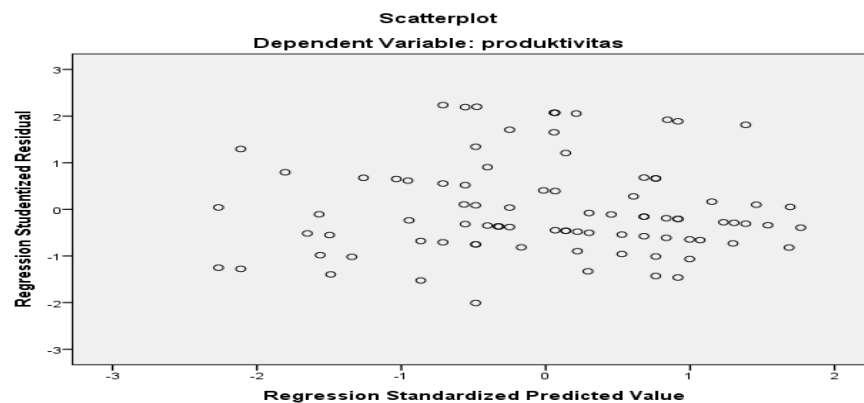
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	40.224	1.141		
	Tingkat Pendidikan	-.161	.035	.980	1.021
	Disiplin kerja	-.182	.028	.980	1.021

Sumber: Output yang diolah peneliti 2024

Pada variabel Tingkat Pendidikan (X1), nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,021 lebih kecil dari pada 10 dengan nilai tolerance sebesar 0,980 lebih besar dari 0,10. Pada variabel Disiplin Kerja (X2), nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,021 sama dengan pada 10 dengan nilai tolerance sebesar 0,980 lebih besar dari 0,10

Uji heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan Gambar diatas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu X dan Y, ini menunjukkan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3. Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis secara Parsial Y (Uji t)

Pengujian parsial (Uji t) digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel dependen dalam menentukan nilai statistik tabel, ditentukan dengan tingkat signifikan 5%.

Tabel 6 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1	(Constant)	40.224	1.141	35.265
	Tingkat pendidikan	-.161	.035	-4.622
	Disiplin kerja	-.182	.028	-6.579

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel pengujian hipotesis secara parsial maka:

Hipotesis Tingkat pendidikan Terhadap produktivitas karyawan. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Kepemimpinan menunjukkan $t = 4,822$ dengan nilai signifikansi 0,00. Sehingga, dapat disimpulkan $4,822 > 1,992$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan.

Hipotesis Disiplin kerja Terhadap produktivitas karyawan.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Lingkungan Kerja menunjukkan $t = 6,579$ dengan nilai signifikansi 0,010. Sehingga, dapat disimpulkan $6,579 > 1,992$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Disiplin kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas Karyawan.

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 7 hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.415	2	23.708	35.725	.000 ^b
	Residual	55.081	83	.664		
	Total	102.496	85			

a. Dependent Variable: produktivitas

b. Predictors: (Constant), Disiplin kerja, Tingkat pendidikan

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Fhitung sebesar 35.725 lebih besar dari Ftabel 2,71 ($35.725 > 2,71$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti menunjukkan pengaruh antara Tingkat pendidikan dan Disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas Karyawan Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil uji korelasi secara parsial dengan nilai 0,942. Hasil uji hipotesis pengujian diperoleh melalui nilai t hitung $> t$ tabel, $4,622 > 1,992$ dan $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Tingkat Pendidikan berpengaruh positif terhadap produktivitas Karyawan. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas Karyawan.

Berdasarkan hasil uji korelasi secara paengujian diperoleh melalui nilai t hitung $> t$ tabel 6,579 > 1992 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Disiplin Kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas Karyawan.

4.4. Pembahasan

Berikut adalah pembahasan yang berupaya menguraikan temuan penelitian berdasarkan hasil analisis:

1. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Produktivitas Karyawan

Terdapat temuan bahwa tingkat pendidikan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap produktivitas karyawan. Jika tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas karyawan, ini berarti bahwa peningkatan dalam tingkat pendidikan cenderung meningkatkan produktivitas karyawan secara nyata. Secara praktis, ini dapat diartikan bahwa karyawan dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi memiliki keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi yang lebih baik, yang memungkinkan mereka bekerja lebih efisien dan efektif. Perusahaan dapat menggunakan temuan ini untuk menjustifikasi investasi dalam pelatihan dan pendidikan lanjutan bagi karyawan mereka, karena peningkatan dalam pendidikan dapat secara langsung meningkatkan kinerja dan output perusahaan. Sejalan dengan studi oleh Febrianti et al. (2023) yang menyatakan bahwa tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap produktivitas karyawan.

2. Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Karyawan

Terdapat temuan yang menunjuk pengaruh kuat disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan. Jika hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan, ini menandakan bahwa karyawan yang memiliki disiplin kerja yang tinggi cenderung lebih produktif. Signifikansi ini mengindikasikan bahwa hubungan antara disiplin kerja dan produktivitas bukanlah kebetulan, melainkan hubungan yang konsisten dan dapat diandalkan. Disiplin kerja melibatkan aspek-aspek seperti ketepatan waktu, kepatuhan terhadap aturan perusahaan, konsistensi dalam melaksanakan tugas, dan fokus pada pekerjaan. Ketika karyawan menunjukkan disiplin kerja yang tinggi, mereka cenderung lebih terorganisir, mengurangi waktu yang terbuang, dan meningkatkan efisiensi kerja. Oleh karena itu, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas secara keseluruhan dengan menanamkan budaya disiplin kerja yang kuat melalui pelatihan, pengawasan, dan insentif bagi karyawan yang menunjukkan disiplin tinggi. Studi oleh Sari et al. (2022) mendukung hasil ini, disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.

3. Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan tingkat pendidikan dan disiplin kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan. Ini berarti bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat memberikan karyawan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik, yang memungkinkan mereka bekerja lebih efisien dan efektif. Sementara itu, disiplin kerja yang baik membantu memastikan bahwa karyawan bekerja dengan konsisten dan mematuhi standar serta prosedur yang ditetapkan, mengurangi kesalahan dan meningkatkan output. Kombinasi dari karyawan yang terdidik dan disiplin ini menciptakan lingkungan kerja yang

produktif, di mana pengetahuan diterapkan secara sistematis dan terstruktur, sehingga menghasilkan kinerja yang optimal.

5. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan pada karyawan produksi PT Kahatex, dapat diketahui bahwa:

1. produktivitas memiliki rata-rata skor pada kategori kurang baik. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa produktivitas pada bagian produksi PT Kahatex masih terbilang kurang baik.
2. Tingkat Pendidikan memiliki rata-rata skor pada kategori kurang baik atau rendah. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Tingkat pendidikan bagian produksi PT Kahatex masih terbilang rendah.
3. Disiplin kerja memiliki rata-rata skor pada kategori kurang baik. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Disiplin kerja bagian produksi PT Kahatex masih terbilang tidak baik.
4. Hasil uji hipotesis pengujian diperoleh melalui nilai t hitung $> t$ tabel $,4,622 > 1,992$ dan $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Tingkat Pendidikan berpengaruh positif terhadap produktivitas Karyawan. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas Karyawan.
5. Berdasarkan hasil uji korelasi secara paengujian diperoleh melalui nilai t hitung $> t$ tabel $6,579 > 1992$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Disiplin Kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas Karyawan.
6. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 35.725 lebih besar dari F_{tabel} 2,71 ($35.725 < 2,71$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti menunjukkan pengaruh antara Tingkat pendidikan dan Disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas Karyawan Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Daftar Pustaka

- Akhyadi, K. (2015). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Alfabeta.
- Basyit, A., Bambang, S., and Dwiharto, J. 2020. "Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan." Jurnal EMA 5(1): 12–20.
- Busro, M. (2018). Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Prenadamedia Group.
- Ghozali, I. (2016). Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif: Untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya, Universitas Deponegoro. Semarang.
- Hamali, A. Y. (2016). Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Buku Seru.
- Hasibuan, M. S. P., & Hasibuan, H. M. S. P. (2016). Manajemen sumber daya manusia. Bumi Aksara.

Published by:

- Hendrayani. 2020. “Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pd. Pasar Makassar Raya Kota Makassar.” *Jurnal Economics* 8(1): 1–12.
- Kasmir (2017). *Manajemen SumberDaya Manusia (teoridanPraktik)*. Depok:RajaGrafindo.
- Kustini & Sari (2020). Pengaruh Pelatihan Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Bumen Redja Abadi–BSD. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(3), 303–311.
- Pasae, P., Lawalata, I. L. D., Anshar, M. A., Mukhtar, A., Makkulawu, A., & Kessi, P. (2021). The Influence of Human Resource Competence Factors on Employee Work Performance. *Point of View Research Management*, 2(3), 151–160. <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povrema>
- Reza, W. P. 2017. “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja Dan Penempatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.” *JOM Fekon* 4(1): 426–
- Riono, S. B., Syaifulloh, M., & Utami, S. N. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Rumah Sakit dr. Soeselo Kabupaten Tegal. *Syntax*, 2(4), 139.
- Sedarmayanti. (2014). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.
- Sinambela, Lijan. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suci, Masasti&Ismiyati. 2015. Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja,Dan Tata Ruang Kantor Terhadap Kinerja Kelurahan Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga. *Economic Education Analysis Journal*, 4(3)
- Sugiyono. 2016. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Syaifulloh, M., & Pranoto, B. A. (2017). Analisis Profesionalisme Guru, Diklat Dan Prestasi Guru Terhadap Kualitas Pendidikan Pada Sekbin 3 UPTD Pendidikan Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes. *JPSD*, 3(1), 17–25.
- Syaifulloh, M., Wahana, A. N. P. D., & Riono, S. B. (2020). Imbas Biaya Pendidikan Terhadap Minat Studi Lanjut Di Perguruan Tinggi Kabupaten Brebes. *Syntax*, 2(4),
- Wahyuniardi, R., Sidik, N., and Ramadhan, M.R. 2018. “Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Karyawan.” *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 17(2): 143.
- Wibowo, 2016. *Manajemen Kinerja, Edisi Kelima*, PT.Rajagrafindo Persada Jakarta-14240.
- Yusuf, B. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*,Depok. Jawa Barat.
- Ghozali, Prof. Dr. H. ima. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBMSPSS 23*. In *IBM SPSS 23* (p. 52)
- Luthfi, I. M., & Wijaya, F., (2024). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Washing pada PT Multi Garmen Jaya Bandung.

- JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10 (1). 704-714. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2074>
- Rahman, A. A. S., Saputro, A. H., & Wijaya, F. (2023). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv. Kerupuk Edun Muhammad Cucu. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9 (4). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1359>
- Zahra, D. A., & Wijaya, F. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Kompensasi, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Restoran The White Clover Resto & Dine. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(2), 822-837.
- Prayogo, E. M., Siddiq, A. M., & Wijaya, F. W. (2024). Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Akur Pratama Cabang Yogya Riau Junction Bandung. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 171-185.
- Yasmine, P. C., & Fanji, F. W. (2024). Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan pada PT. Dunia Sandang. *eCo-Buss*, 6(3), 1577-1589.
- Febrianti, A., Shulthoni, M., Masrur, M., & Safi, I, M, A. (2023) Pengaruh Tingkat Pendidikan, Umur, Jenis Kelamin, dan Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 198-204.
- Sari, N, M, O., Santoso, R, T, P, B., & Sirna, I, K. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Dan Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Kuta Central Park Hotel. *Jurnal Sahmiyya*, 17(1), 86-98.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons>)



Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Angkringan Mas Ary

Anggi Febri Vandana, Fanji Wijaya*

Universitas Indonesia Membangun, Bandung
Penulis Korespondensi: fanji.wijaya@inaba.ac.id*
anggifebrivandana@student.inaba.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 20 Mei 2024, Accepted: 28 Mei 2024, Published: 31 Mei 2024

Abstrak:

The Indonesian business industry, especially MSMEs, is growing rapidly. With increasingly diverse consumer demands, business owners must change their strategies to maintain the continuity of their businesses and change their business models to suit progress. This is interesting research to study. Using SWOT model analysis, we can determine the potential and advantages of Angkringan Mas Ary to maintain the company. This research aims to find the methods needed for Angkringan Mas Ary. This research uses descriptive qualitative methodology. The research results show that the UMKM Angkringan Mas Ary already has eight business elements that must be considered when running a business, but there are still shortcomings in improving them. Primary data was obtained through documentation, observation and direct interviews with the owners and customers of Angkringan Mas Ary

Keywords : UMKM, Pengembangan, SWOT.

1. Pendahuluan

Industri bisnis Indonesia, khususnya UMKM, berkembang dengan pesat. Usaha-usaha ini, yang fokus pada industri makanan dan minuman, selalu mengikuti permintaan masyarakat. Target pasar masing-masing UMKM berbeda-beda, sehingga strategi untuk mempromosikan dan menampilkan produk berbeda-beda. Industri kuliner angkringan, yang semakin berkembang di beberapa wilayah, adalah salah satu industri yang paling dominan dan berkembang luas. Berkembangnya bisnis angkringan dapat meningkatkan industri kuliner karena peningkatan industri akan mendorong pedagang untuk mengembangkan usaha tani mereka sendiri. Berkembangnya bisnis angkringan tidak hanya akan meningkatkan nilai produk, tetapi juga dapat meningkatkan peluang kerja dan peluang usaha bagi masyarakat (Indriastuti & Permatasari, 2022). Adanya intensi berwirausaha pada diri seseorang bisa dipengaruhi oleh factor kepribadian lima besar dan norma subyektif (Sarah, 2016).

Salah satu tujuan pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal, hal ini dimaksudkan agar kelangsungan hidup suatu perusahaan dapat berkesinambungan.

Published by:

Sedangkan menurut ilmu manajemen keuangan yang modern tujuan perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran para pemegang saham atau pemilik (Sajekti, 2014). Tentu saja, mempertimbangkan potensi yang ada sebelum melihat peluang untuk mengembangkan bisnis. Bisnis harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungannya karena dunia kita selalu berubah (Suwarni & Handayani, 2020). Dengan permintaan konsumen yang semakin beragam, pemilik usaha harus menerapkan strategi untuk mempertahankan usahanya dengan mengubah model bisnis mereka agar sesuai dengan perubahan karena lingkungan bisnis semakin dinamis.

UKM membutuhkan alat yang baik untuk mengatasi situasi "tumbuh atau mati", yang banyak dimulai beberapa tahun setelah didirikan. Bisnis makanan sesuai dengan tujuan pemetaan kegiatan saat ini karena menggunakan pola keberhasilan (Laras Setya, 2020). Kewirausahaan adalah alat manajemen dan kewirausahaan strategis (Ramli & Kartini, 2023). Dengan model ini memungkinkan untuk menggambarkan, merancang, menantang, menciptakan, dan merancang model bisnis (Albariq, M. R., & Wijaya, F. 2024).. Perusahaan harus meningkatkan daya saing untuk mempertahankan kelangsungan usahanya melalui berbagai perbaikan, baik dalam hal harga, promosi, kualitas produk, distribusi, strategi penjualan maupun pelayanan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan dari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon konsumennya (Rahmi & Purwanti, 2016).

Angkringan Mas Ary harus terus mengembangkan dan meningkatkan operasinya untuk tetap konsisten dan sukses di pasar kuliner Angkringan yang semakin bersaing. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) terhadap Angkringan Mas Ary. Analisis SWOT adalah teknik perencanaan yang digunakan untuk memancarkan kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (threats) yang ada dalam suatu proyek atau bisnis. Empat faktor yang membentuk akronim SWOT terdiri dari kekuatan internal, kelemahan yang perlu diperbaiki (Wijaya, F. 2019).

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) berdasarkan fenomena dan pertimbangan teori pengolahan data yang telah dijelaskan sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat posisi sebagai Angkringan Mas Ary, yang diminati oleh seluruh anggota komunitas karena kekuatan yang dimiliki Angkringan Mas Ary akan membantu mempertahankan bisnisnya.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. UMKM (Usaha Masyarakat Kecil dan Menengah)

Menurut Handayati et al. (2021), Usaha kecil masyarakat (UMKM) berorientasi pada inisiatif satu orang. Banyak orang percaya bahwa UKM hanya menguntungkan pihak tertentu. Faktanya, usaha kecil dan menengah (UKM) sangat membantu mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia, karena mereka dapat mengambil banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa UKM bukan hanya usaha kecil yang berdampak pada beberapa pihak tertentu; mereka juga dapat memberikan dampak besar bagi Indonesia untuk menyerap pekerja yang tidak memiliki pekerjaan dan meningkatkan kreatifitas dengan menghasilkan inovasi baru.

2.2. Manajemen Strategi

Pencapaian tujuan Perusahaan membutuhkan strategi yang tepat dalam pencapaiannya untuk menunjang rencana jangka panjang, hal tersebut diimplementasikan dengan struktur manajemen strategi perusahaan (Arifudin, 2021). Pengertian strategi bisnis secara general menurut Khalida & Fauji (2020) adalah strategi berpikir, membuat rencana, mengambil risiko, dan bertindak. Karena strategi bisnis memungkinkan pelaku bisnis untuk keluar dari zona nyamannya. Ini karena tantangan eksternal dapat lebih diprediksi dan ditangani dengan cara yang memuaskan atau sebaliknya (Adiningrum et al., 2022). Hasil pembobotan matriks EFAS dan IFAS akan menggunakan skor 4 (outstanding) sampai 1 (poor) (Sari & Oktafianto, 2017).

Suatu organisasi yang mempunyai suatu "strategi" harus mencakup beberapa unsur menurut Arifudin (2021), antara lain: 1) Bidang operasi organisasi mencakup produk, jasa, pasar geografis, saluran distribusi, dan lainnya. Bidang-bidang ini lebih spesifik dengan metode seperti manufaktur produk, perancangan produk, jasa pelayanan, distribusi, dan penjualan. 2) Menggunakan kendaraan untuk mempertimbangkan resiko keterlambatan barang masuk pasar atau biaya yang sebenarnya tidak dibutuhkan, yang memungkinkan kegagalan total. 3) Pembeda atau differentiators adalah komponen khusus dari strategi yang ditetapkan, seperti membangun perusahaan untuk unggul di pasar. Kemenangan dalam dunia persaingan jelas bergantung pada adanya perbedaan. 4) Beberapa faktor termasuk dalam tahapan rencana atau staging. Ini termasuk sumber daya (sumber daya), tingkat kepentingan, kredibilitas pencapaian, dan faktor mengejar kemenangan awal. 5) Pemikiran ekonomis, juga dikenal sebagai pemikiran logis ekonomi, terdiri dari pemahaman yang jelas tentang apa yang dapat dimanfaatkan atau diuntungkan.

2.3. Strategi Pemasaran

Banyak orang mengaitkan pemasaran dengan penjualan (sales), sales promotion girl, iklan, promosi, atau produk. Bahkan, orang sering menyebut pemasaran sebagai "penjual". Karena pemasaran berbeda dengan penjualan, banyak orang tidak benar-benar percaya pada pemasaran. Pemasaran lebih mirip dengan "suatu seni menjual produk", yang berarti bahwa itu adalah proses penjualan yang dimulai dari perencanaan produk hingga setelah produk terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berfokus pada transaksi barang atau jasa yang terjadi (Handrianto, 2021).

Sebuah merek bisa dikatakan sukses apabila pembeli atau pemakainya mempersepsikan adanya nilai tambah relevan, unik, dan berkesinambungan yang memenuhi kebutuhannya secara paling memuaskan. Maka dari itu, dalam upaya merek-merek lokal menghadapi persaingan dirasa perlu untuk mengembangkan dan mengelola mereknya, dengan melakukan inovasi produk yang terus menerus dan berkesinambungan dan melakukan aktifitas promosi yang efisien dan tepat sasaran (Alamsyah, 2015).

Secara keseluruhan, pemasaran berarti banyak hal. Pemasaran adalah suatu sistem berbagai tindakan bisnis yang bertujuan untuk mencapai pasar sasaran dan tujuan perusahaan dengan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang (Priangani, 2023).

2.4. Kewirausahaan

Wirausaha adalah pejuang dalam bidang usaha yang menjadi teladan karena mereka mengelola sumber daya secara terus menerus untuk menghasilkan barang atau jasa yang akan dijual untuk

mendapatkan keuntungan, sedangkan wira artinya utama, gagah, luhur, berani, teladan, atau pejuang (Desy, 2022).

Kewirausahaan menurut Santoso (2020) adalah karakteristik, sifat, dan karakter seseorang yang ingin mengubah ide-ide kreatif ke dunia nyata dengan cara yang lebih kreatif. Menurut pengertiannya, kewirausahaan adalah tindakan manajemen strategis dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan wirausaha (internal) dan peluang dan hambatan (eksternal), yang masing-masing berkontribusi pada manfaat bagi individu dan masyarakat (Winarno & Siswanto, 2016).

2.5. Teori IFAS dan EFAS

Sistem terbuka, yang dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan, memiliki pengaruh terbesar terhadap pertumbuhan suatu perusahaan. Faktor internal termasuk sumber daya keuangan, manusia, produk, barang setengah jadi dan barang jadi, serta variabel kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh sistem manajemen perusahaan (Meithiana & Ansory, 2019). Faktor internal adalah aktivitas organisasi yang memiliki kontrol yang baik atau buruk terhadap strategi kekuatan dan kelemahan yang dapat diukur dengan matriks IFAS.

Suatu hal di luar batas organisasi dapat memengaruhi perusahaan. Keberadaan lingkungan eksternal perusahaan dapat membahayakan strategi perusahaan secara langsung, tetapi juga dapat membantu perusahaan memanfaatkan peluang untuk memperoleh keuntungan. Lingkungan eksternal memiliki tujuan untuk mempertimbangkan hal-hal seperti regulasi yang ketat, permintaan dari pelanggan baru, pemanfaatan teknologi baru, persaingan pasar, dan faktor lainnya (Arifah, 2023). Melalui pemetaan analisis kekuatan eksternal perusahaan, dapat menunjukkan peluang dan ancaman terbesar yang akan dihadapi perusahaan melalui bentuk matriks EFAS.

Bisnis yang menggunakan strategi pada setiap pelaksanaannya harus mempertimbangkan pengaruh dan dampak yang ditimbulkannya. Untuk mengetahui pengaruh dan hasil yang relevan, faktor internal dan faktor eksternal harus dianalisis. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan menggunakan teori IFAS dan EFAS (Pasaribu, 2018). Hal ini juga menjadi acuan dan kekuatan hasil analisis matriks SWOT. Penggunaan matriks IFAS dilakukan untuk analisis faktor internal melalui strenght (kekuatan) dan weakness (kelemahan), adapun penggunaan matriks EFAS dilakukan untuk analisis faktor eksternal melalui Opportunity (peluang) dan Threats (ancaman) (Budi & Fensi, 2018).

2.6. Analisis SWOT

Untuk tetap stabil dan sukses dalam lingkungan bisnis angkringan yang semakin bersaing, Angkringan Mas Aru harus terus berinovasi dan memperbaiki operasionalnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) pada Angkringan Mas Ary.. Menurut Siregar (2018), Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan proyek atau bisnis. Analisis SWOT terdiri dari empat elemen: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Selama proses ini, tujuan spesifik dari suatu usaha atau proyek bisnis ditentukan, dan komponen internal dan eksternal yang membantu atau menghalangi pencapaiannya dicatat (Kurniawan & Abidin, 2019). Analisis SWOT akan membantu Anda memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Faktor-faktor ini termasuk kekuatan

internal yang dapat menambah nilai, kekurangan yang harus diperbaiki, kesempatan yang dapat dimanfaatkan, dan hambatan yang dapat mencegah perusahaan berkembang dan sukses (Ningsih, R., Wijaya, F., & Herlinawati, E. 2023).

Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk membuat strategi bisnis yang tepat untuk Angkringan Mas Ary berdasarkan hasil analisis SWOT. Strategi-strategi ini mencakup manajemen yang efektif, diversifikasi menu, peningkatan kualitas produk dan layanan, dan pengembangan promosi yang efektif. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan Angkringan Mas Ary dapat berkompetisi dengan lebih baik dan memperoleh keuntungan kompetitif di pasar angkringan.

3. Metodologi

Penelitian ini melakukan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memperoleh wawasan tentang fenomena manusia atau sosial dengan mengkonstruksi yang detail dan kompleks yang dapat disampaikan melalui bahasa. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan perspektif mendalam dari orang yang memberikan informasi dan melakukan penelitian di lingkungan alami (Assyakurrohim et al., 2023).

Data primer, inti, dan sekunder adalah tiga jenis data yang digunakan dalam analisis penelitian dengan objek Angkringan Mas Ary. Data primer berasal dari informasi langsung hasil lapangan yang diperoleh melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara langsung dengan narasumber. Data inti berasal dari wawancara langsung dengan pemilik dan pelanggan Angkringan Mas Ary. Analisis data sekunder dapat diterapkan pada sebagian data pengguna atau seluruh data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

Metode pengambilan data primer menggunakan cara wawancara langsung terhadap pemilik, karyawan maupun konsumen pada Angkringan Mas Ary Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur seputar strategi pengembangan usaha pada UMKM Angkringan, internet, jurnal, skripsi. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan. Dalam (Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Artinya dalam analisis data perlu adanya penggalian informasi secara terus menerus agar informasi yang didapatkan benar-benar lebih mendalam dan sudah sampai titik pusat terhadap informasi yang kita inginkan

4. Hasil dan Pembahasan

Analisa penelitian ini didasarkan pada temuan wawancara serta temuan dari berbagai jurnal dan internet. Penelitian ini menggunakan matriks SWOT untuk mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Angkringan Mas Ary. Berikut adalah langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT:

Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah komponen yang mempengaruhi strategi pemasaran Angkringan Mas Ary, yang mencakup kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal adalah komponen yang mempengaruhi strategi pemasaran Angkringan Mas Ary, dan mencakup peluang dan ancaman.

Analisis matriks SWOT: Analisis matriks SWOT menunjukkan bagaimana faktor eksternal

seperti kemungkinan dan kerentanan dapat dibandingkan dengan faktor internal seperti intensitas dan kemungkinan Angkringan Mas Ary.

Tabel 1. Analisis SWOT

	Strenght (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Weakness (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar semua Peluang yang dapat diidentifikasi	Strategi SO memanfaatkan semua potensi yang dimiliki untuk memaksimalkan peluang yang tersedia	Strategi WO Mengatasi semua kelemahan dengan memaksimalkan setiap peluang yang tersedia
Threats (T) Daftar ancaman yang dapat diidentifikasi	Strategi ST Menggunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Menekan setiap kelemahan dan menghindari semua ancaman

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan Khalida & Fauji (2020), Matriks SWOT dapat digunakan untuk menunjukkan bagaimana perusahaan dapat menangani peluang dan ancaman dari lingkungan luar dengan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set strategi berbeda, yang terdiri dari:

Strategi SO (kekuatan-peluang) didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan harus memanfaatkan semua sumber daya yang dimilikinya untuk secara efisien menangkap dan memaksimalkan berbagai peluang (Ritonga, 2020).

strategi ST (kekuatan-ancaman) didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan harus memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk secara proaktif memecahkan ancaman yang mungkin terjadi (Puji, 2023).

strategi WO (kekurangan-peluang) bertujuan untuk meminimalkan kekurangan dalam ling Kondisi internal yang buruk dapat menghalangi perusahaan dari memanfaatkan peluang. Oleh karena itu, dalam situasi seperti ini, keberhasilan seorang entrepreneur sangat bergantung pada pendekatan yang digunakan (Maulana & Patrikha, 2021).

Pendekatan WT, atau ancaman kelemahan, berfokus pada tindakan pertahanan untuk mencegah kerentanan perusahaan dan mencegah bahaya yang mungkin muncul (Supriyanto et al., 2021).

Metode yang digunakan untuk menganalisis berbagai elemen strategis internal perusahaan dikenal sebagai IFAS. Dengan kata lain, mencakup kekuatan dan kelemahan dari Untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, Angkringan Mas Ary harus melakukan perencanaan strategis dengan memanfaatkan peluang yang tersedia dan menangani ancaman yang muncul.

Dalam analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), pembobotan dan penilaian digunakan untuk mengkuantifikasi dan memprioritaskan faktor-faktor yang

diidentifikasi. Berikut adalah langkah-langkah untuk menentukan pembobotan dan penilaian pada analisis SWOT:

1. Identifikasi Faktor-Faktor SWOT

Langkah pertama adalah mengidentifikasi semua faktor yang termasuk dalam kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*).

2. Pembobotan Faktor-Faktor SWOT

Pembobotan digunakan untuk menunjukkan pentingnya masing-masing faktor relatif terhadap tujuan keseluruhan. Bobot diberikan dalam skala, misalnya 0,0 hingga 1,0, dengan total bobot semua faktor dalam setiap kategori (S, W, O, T) sama dengan 1,0.

3. Penilaian Faktor-Faktor SWOT

Penilaian menunjukkan seberapa baik organisasi menangani kekuatan dan kelemahan, serta seberapa besar peluang dan ancaman yang dihadapi. Penilaian diberikan dalam skala, misalnya 1 hingga 4 atau 1 hingga 5.

Skala Penilaian: Tentukan skala yang akan digunakan, misalnya 1 (sangat buruk) hingga 4 (sangat baik) untuk kekuatan dan kelemahan; 1 (sangat rendah) hingga 4 (sangat tinggi) untuk peluang dan ancaman.

Rumus: $\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Penilaian}$

$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Penilaian}$

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat membuat analisis SWOT yang terukur dan lebih terstruktur, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik berdasarkan data yang dihasilkan.

Hasil Matriks IFAS Angkringan Mas Ary pada angkaringan mas Ary, sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks IFAS Angkringan Mas Ary

Faktor Internal		Bobot (0-1)	Penilaian (1-4)	Total Skor
Kekuatan (Strengths)				
Kualitas Produk Unggul	S1	0.13	4	0.52
Tim Manajemen Berpengalaman	S2	0.12	3	0.36
Efisiensi Operasional	S3	0.12	4	0.48
Inovasi Teknologi	S4	0.13	2	0.26
Sub total		0,50		1,62
Kelemahan (Weaknesses)				
Ketergantungan pada Pemasok	W1	0.12	1	0.12
Keterbatasan Sumber Daya Manusia	W2	0.12	2	0.24
Ketergantungan pada Pasar Lokal	W3	0.13	3	0.39
Keterbatasan Dana untuk Ekspansi	W4	0.13	2	0.26
Sub total		0,50		1,01
Total		1		2,63

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Menurut Hartati & Mardiana (2018). Perusahaan memiliki banyak kekuatan, terutama dalam kualitas produk yang unggul dan efisiensi operasional, seperti yang ditunjukkan oleh matriks IFAS. Namun, perusahaan juga memiliki beberapa kelemahan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kekurangan dana untuk ekspansi. Untuk mencapai tujuan jangka panjang, perusahaan harus memanfaatkan kekuatan mereka dan mengatasi kekurangan mereka dalam perencanaan strategis. Total skor IFAS Matrix adalah 2.77.

EFAS, singkatan dari External Strategic Factors Analysis Summary (Ringkasan Analisis Faktor Strategi Eksternal), mencakup peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan (Mardiana & Hartati, 2018). Berdasarkan EFE Matrix, Angkringan Mas Ary memiliki peluang yang signifikan dengan total skor peluang sebesar 1.24, terutama karena perubahan dalam preferensi konsumen terhadap kopi. Namun, bisnis ini juga dihadapkan pada beberapa ancaman dengan total skor ancaman sebesar 1.51, termasuk kebijakan pemerintah.

Tabel 3. Matriks EFAS Angkringan Mas Ary

Faktor Eksternal			Bobot	Rating	Skor
Peluang	O1	Pertumbuhan Minat	0.13	4	0.52
	O2	Kemitraan Potensial	0.12	3	0.36
	O3	Peningkatan Permintaan	0.12	3	0.36
	Sub Total		0.37		1.24
Ancaman	T1	Kebijakan Pemerintah tentang Pajak UMKM	0.13	3	0.39
	T2	Persaingan dari Rantai Kuliner	0.13	2	0.26
	T3	Perubahan Musim yang Mempengaruhi Penjualan	0.12	2	0.24
	T4	Ketergantungan pada Pasokan Pasar	0.12	3	0.36
	T5	Perubahan Tingkat Suku Bunga	0.13	2	0.26
Sub Total			0.63		1.51
Total			1		2.75

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Strategi yang diterapkan oleh pebisnis harus selalu diperbarui sesuai dengan perkembangan bisnis (Supriyanto et al., 2021). Di samping itu, variasi menu makanan dan minuman sangat beragam. Terdapat menu minuman tradisional seperti wedang, kopi hitam, dan minuman lainnya. Terdapat juga makanan yang beragam seperti nasi kucing, beragam sate-satean dan gorengan. Strategi manajemen yang efektif diperlukan untuk mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan tujuan perusahaan (Supriyanto et al., 2021) (Nafira & Supriyanto, 2022). Berdasarkan pengamatan yang telah dilaksanakan di Angkringan Mas Ary Bandung dapat diperoleh tabel keseluruhan hasil analisis IFAS dan EFE yang dilakukan Angkringan Mas Ary yaitu:

Tabel 4. Hasil Analisis IFAS dan EFE

IFAS EFE	Strenght Harga terjangkau, variasi menu yang beragam, konsep lokal, suasana yang santai dan fleksibilitas lokasi	Weakness Ketergantungan pada cuaca. skalabilitas yang terbatas dan ruang terbatas
Opportunities Kolaborasi dengan pemasok dan komunitas local, inovasi menu dan layanan, minat masyarakat terhadap budaya lokal dan social media untuk promosi	Strategi SO Pemanfaatan media sosial untuk promosi dan inovasi menu dengan bahan lokal,	Strategi WO Menambah layanan seperti pesan antar dan ekspansi lokasi di tempat strategis
Threats Persaingan ketat, perubahan preferensi konsumen, regulasi pemerintah dan kenaikan biaya bahan baku	Strategi ST Tingkatkan servis dan pelayanan terhadap konsumen dan diferensiasi produk	Strategi WT Pengelolaan keuangan yang ketat,, peningkatan standar kualitas, pengembangan layanan alternatif seperti makanan kemasan

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4, beberapa tindakan yang dapat dilakukan oleh Angkringan Mas Ary berdasarkan hasil IFAS dan EFE sebagai berikut:

Kekuatan (Strenght)

Posisinya sangat strategis karena berlokasi tepat di samping jalan utama, kemudian harga produk cukup terjangkau bagi sebagian besar konsumen, yang merupakan mahasiswa. Selain itu, Angkringan Mas Ary menyediakan berbagai macam makanan dan minuman, termasuk nasi kucing, sate, gorengan, dan minuman tradisional .

Kelemahan (Weakness)

Area usaha Angkringan Mas Ary yang kurang besar yang kurang memadai karena hanya menampung sedikit saja terlebih pada hari libur seperti Sabtu dan Minggu, ketika konsumen banyak berdatangan. Selain itu bila cuaca sedang hujan akan mengganggu pengalaman kunjungan pelanggan.

Peluang (Opportunities)

Angkringan Mas Ary ini memerlukan tempat iyang luas agar bisa dimanfaatkan ketika konsumen sedang ramai dan omset harian pun akan bertambah, bisa dijadikan tempat adanya

Published by:

event khususnya festival makanan tradisional karena area lokasi tersebut cocok untuk diadakan event tersebut. Angkringan Mas Ary ini sudah banyak konsumen mengetahui serta menjadi langganan Angkringan Mas Ary. Menggunakan peluang yang ada untuk mengembangkan bisnis merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh pengusaha (Khalida & Fauji, 2020).

Ancaman (Threats)

Angkringan Mas Ary ini konsepnya kurang matang, variasi menu yang tidak banyak terutama pada variasi nasi kucing, sudah banyak pesaing yang mempunyai tempat yang lebih baik dan menu yang lebih unik.

Untuk membantu organisasi memprioritaskan strategi alternatif, matriks penilaian faktor internal (IFAS) dan matriks penilaian faktor eksternal (EFE) yang tersedia, matriks perencanaan strategis kuantitatif (QSPM) adalah instrumen analitis (Sonata, 2022). QSPM menghasilkan Total Skor Daya Tarik (TAS) untuk setiap strategi yang tersedia, yang membantu organisasi menentukan mana yang paling menarik dan paling sesuai untuk diterapkan dalam upaya perencanaan strategis. Dengan menggunakan QSPM, organisasi dapat membuat keputusan strategis yang lebih terinformasi dengan menggunakan evaluasi kuantitatif faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kesuksesan strategi. Hasil analisis QSPM penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis QSPM

Faktor-Faktor	Bobot	Strategi Alternatif		
		AS	TAS	Peringkat
Pemanfaatan media sosial untuk promosi memaksimalkan penjualan	0,17	3	0,51	1
Tingkatkan servis dan pelayanan terhadap konsumen	0,15	3	0,45	2
Diferensiasi produk	0,12	3	0,36	3
peningkatan standar kualitas, pengembangan layanan alternatif seperti makanan kemasan	0,11	2	0,22	7
Inovasi dengan bahan lokal	0,13	2	0,26	6
Menambah layanan seperti pesan antar	0,10	2	0,20	8
Ekspansi lokasi di tempat strategis	0,10	3	0,30	5
Pengelolaan keuangan yang ketat	0,12	3	0,36	4
Jumlah	1		2,94	

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Memperhatikan Tabel 5 berdasarkan matrik QSPM dapat dilihat melalui nilai TAS (Total Attractiveness Score) tertinggi menunjukan bahwa prioritas utama strategi alternatif yang dapat dilakukan oleh UMKM Angkringan Mas Ary adalah pemanfaatan media sosial untuk promosi yang efektif dengan TAS sebesar 0,57 mengingat saat ini belum ada akun sosial media untuk mempromosikan Angkringan Mas Ary ini maka pentingnya rencana tersebut ditentukan oleh tingkat kesesuaiannya dengan variabel strategis internal dan eksternal dari fase sebelumnya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang diperoleh.

1. Hasil analisis IFAS menyatakan bahwa faktor internal Strengths memiliki total skor sebesar 1,62 dan lebih besar dari Weakness yang memiliki skor sebesar 1,15. Artinya

Published by:

menurut analisis faktor internal perusahaan Angkringan Mas Ary masih unggul pada faktor kekuatan yang dimiliki seperti kualitas produk dan manajemen perusahaan.

2. Hasil Analisis EFE menyatakan bahwa faktor eksternal Opportunities memiliki skor 1,22 lebih kecil dari faktor Threats dengan
3. Skor 1,52. Artinya, masih terdapat ancaman berasal dari lingkungan perusahaan yang dapat menghambat pertumbuhan perusahaan seperti persaingan dengan kompetitor, kebijakan pemerintah dan perubahan musim.
4. Menurut keseluruhan hasil analisis IFAS dan EFE, faktor internal menjadi pengaruh tertinggi dengan skor 2,77 yang perlu lebih diperhatikan oleh Angkringan Mas Ary dibandingkan faktor eksternal yang memiliki skor sebesar 2,74.
5. Hasil analisis QSPM menyatakan bahwa skor TAS tertinggi ada pada strategi pemanfaatan media sosial untuk promosi dengan jumlah skor 0,57.

Daftar Pustaka

- Albariq, M. R., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis Swot Kona Koffee Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 638-642.
- Adiningrum, L., Yunanda, F., Angelita, T., Mulyaningsih, S., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 391–404.
- Alamsyah, M. I. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Merek Lokal Sepatu Kulit di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 14(3), 1–19.
- Arifah, U. (2023). *Manajemen Strategi*. UNISNU PRESS.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Budi, B., & Fensi, F. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Desy, H. (2022). Penerapan Wirausaha Nasi Goreng Dan Mie Goreng Batola Kepada Murid Pkbm Melati Banjarmasin. *Batuah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 84–89.
- Handayati, P., Wafaretta, V., Fauzan, S., & Anugrahani, I. S. (2021). Peningkatan Wawasan Dan Kemampuan Pelaku Umkm Dalam Pemanfaatan Dana Pkbl Perusahaan. *Sinergi: Jurnal Pengabdian*, 3(1), 20–23.
- HANDRIANTO, L. (2021). Pengaruh Penerapan Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Grosir Sinta Di Kecamatan Tapung Hilir Desa Tanah Tinggi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*.
- Hartati, E., & Mardiana, M. (2018). Evaluasi Penerapan Computer Based Test (CBT) Sebagai

- Upaya Perbaikan Sistem Pada Ujian Nasional Untuk Sekolah Terpencil Di Sumatera Selatan. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 18(1), 58–64.
- Indriastuti, M., & Permatasari, D. (2022). Peningkatan Kemampuan Akuntansi UMKM Berbasis Digital. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(1), 33–43.
- Khalida, L. R., & Fauji, R. (2020). Analisis strategi bisnis pada kedai kopi limasan karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 1–11.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *Al Tijarah*, 5(2), 93–103.
- Laras Setya, B. (2020). PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS KULINER (Studi Kasus pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas). *IAIN Purwokerto*.
- Luthfi, Z., & Wijaya, F. (2024). Pengembangan Strategi Bisnis Tas Handmade Pada CV Cagho Prima Nusantara. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 154–170.
- Maulana, I., & Patrikha, F. D. (2021). Analisis kinerja dan strategi berdasarkan analisis swot dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(4), 770–775.
- Meithiana, I., & Ansory, H. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indonesia pustaka.
- Nafira, S., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian ditinjau dari Electronic Word of Mouth, Impulse Buying, Brand Image dan Label Halal Produk MS Glow pada Generasi Millennial dan iGeneration. *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 2(1), 21–30.
- Ningsih, R., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2023). Analysis of business development using a business model canvas approach. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(1), 117–124.
- Pasaribu, H. F. (2018). Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Priangani, A. (2023). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- PUJI, R. (2023). STRATEGI IMPLEMENTASI ISO 14001: 2015 DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN LAMPUNG. UIN Raden Intan Lampung.
- Rahmi, P. P., & Purwanti, R. D. (2016). Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nu Green Tea Pada Pt Abc President Indonesia Cabang Garut. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(1), 1–17.
- Ramli, Y., & Kartini, D. (2023). *Manajemen Strategik dan Bisnis*. Bumi Aksara.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.

- Sajekti, T. (2014). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN PADA PT. JASA MARGA (PERSERO) DI JAKARTA. *Jurnal Indonesia Membangun*, 13(1), 1–17.
- Santoso, F. S. (2020). Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 5(1), 13–22.
- Sarah, S. (2016). PENGARUH KEPERIBADIAN LIMA BESAR DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA STMIK “AMIKBANDUNG.” *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 1–21.
- Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT dan matriks IFAS–EFAS pada CV. Dynasty.
- Siregar, A. M. (2018). Analisis Swot Terhadap Pelayanan Haji Dan Umrah Kementerian Agama Kabupaten Deli Serdang. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Sonata, D. (2022). MODEL STRATEGI KINERJA BIDANG KEMAHASISWAAN UNIVERSITAS LAMPUNG. UNIVERSITAS LAMPUNG.
- Supriyanto, U., Arenawati, A., & Cadith, J. (2021). Implementasi Kebijakan Pelatihan Kewirausahaan Bagi Millennial Entrepreneur. *Jurnal Governansi*, 7(1), 39–50.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *MBIA*, 19(3), 320–330.
- Wijaya, F. (2019). Formulasi pelancangan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT dan business model canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 205–212.
- Winarno, A., & Siswanto, E. (2016). Improving Learning Berbasis Pengalaman Diri Sebagai Model Pembelajaran Dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan Anak Putus Sekolah Di Kabupaten Blitar.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)





Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis
Training & Research Institute – Jeramba Ilmu Sukses
Jln. Brigjen Hasan Kasim No 22 Palembang, Indonesia
www.journal.jis-institute.org

Email: contact@jis-institute.org

