



**MANAJEMEN STRATEGI WIRAUSAHA DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS KERJA
PADA UKM TAHU TEMPE KECAMATAN
KUALA KABUPATEN LANGKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

DJODI MAHENDRA
NPM : 1615310049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2022**



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DJODI MAHENDRA
NPM : 1615310049
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : MANAJEMEN STRATEGI WIRUSAHA
DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS
KERJA PADA UKM TAJU TEMPE DI
KECAMATAN KUALA KABUPATEN
LANGKAT

MEDAN, 26 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI

(Huseini Mutarram Ritonga, B.A., M.Sc)



(Dr. Onny Mediatine, S.H., M.Kn)

PEMBIMBING I

(Megasari Gusandra Saragih, S.E., M.SM)

PEMBIMBING II

(M. Dharma Tuah Putra Nst, S.E., M.M)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : DJODI MAHENDRA
NPM : 1615310049
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : MANAJEMEN STRATEGI WIRUSAHA
DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS
KERJA PADA UKM TAHU TEMPE DI
KECAMATAN KUALA KABUPATEN
LANGKAT

MEDAN, 26 Januari 2022

KETUA

(Rizal Ahmad, SE., MSI)

ANGGOTA I

(Megasari Gusandra Saragih, SE., M.S.M)

ANGGOTA II

(M. Dharma Tuah Putra Nst, SE., MM)

ANGGOTA III

(Roro Rian Agustin, S.Sos., M.SP)

ANGGOTA IV

(Geby Citra Ananda, SE., MM)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DJODI MAHENDRA

NPM : 1615310049

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

JENJANG : S1 (STRATA SATU)

JUDUL : MANAJEMEN STRATEGI WIRAUSAHA DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PADA UKM
TAHU TEMPE DI KECAMATAN KUALA KABUPATEN
LANGKAT

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non Eksklusif kepada Unpub untuk menyimpan, mengahli-media/formatkan, mengelola, Mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain lagi bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila, dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



Medan, 26 Januari 2022

Djodi Mahendra

1615310049

SURAT PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DJODI MAHENDRA
NPM : 1615310049
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : SI (STRATA SATU)
JUDUL : MANAJEMEN STRATEGI WIRUSAHA DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PADA UKM
TAHU TEMPE DI KECAMATAN KUALA KABUPATEN
LANGKAT

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Schubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan dimasa yang akan mendatang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 26 Januari 2022



Djodi Mahendra
1615310049



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fakultas Ekonomi UNPAB, Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Medan Fax: 061-8456077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)
(TERAKREDITASI)
(TERAKREDITASI)
(TERAKREDITASI)
(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Djosi Mahendra
Tempat/Tgl. Lahir : Beta Rakyat / 13 September 1990
Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310049
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen UKM
Nilai Kredit yang telah dicapai : 143 SKS, IPK 3,10
Alamat Hp : 088262649747

Perngan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut

No.	Judul
1.	Manajemen Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja pada UKM Tahu Tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat

Atas nama : Dstn Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

*Coral Yang Tidak Padi



(Dr. U. ... S.E., M.B.)

Medan, 05 Desember 2020

Pemohon,

(Djosi Mahendra)

Tanggal :



(Dr. U. ... S.E., M.B.)

Tanggal : 05 Desember 2020

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing I :

(Mesari Susanto Saragih, SE., M.Si)

Tanggal :

Disetujui oleh :
Ka. Prodi Akuntansi

(Ramadhani Harshab, S.E., S.Psi., M.Si)

Tanggal : 05 Desember 2020

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing II :

(M. Dharma Cahaya Putra, S.E., M.M)

No. Dokumen: FM-UPPM-18-02

Revisi: 0

tel. 111, 22 Oktober 2018



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
Fakultas : SOSIAL SAINS
Dosen Pembimbing I : Mega Sari Gusandra Saragih, SE., M.Sm
Dosen Pembimbing II : M. Dharna Tuah Putra SE., M.M
Nama Mahasiswa : DJODI MAHENDRA
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310049
Tingkat Pendidikan : Strata - 1
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Pada UKM Tahu Tempe Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
5/04 2021	Perbaiki Bab 1s/d Bab 3 karena plagiat		
12/04 2021	Perhatikan dan perbaiki kalimat pada Bab 1 s/d Bab 3 di proposal		
19/04 2021	Acc Seminar Proposal		

Medan, Agustus 2021
Diketahui/Ditetujui oleh :
Dekan



Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn



**MANAJEMEN STRATEGI WIRAUSAHA DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS KERJA
PADA UKM TAHU TEMPE KECAMATAN
KUALA KABUPATEN LANGKAT**

PROPOSAL


ACC Doping I
Megasari Gusandra Saragih, S.E., M.S.M.

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**DJODI MAHENDRA
1615310049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



Ace Sidiq
D
FB

**MANAJEMEN STRATEGI WIRAUSAHA DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS KERJA
PADA UKM TAHU TEMPE KECAMATAN
KUALA KABUPATEN LANGKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Ace Sidiq Mejan Hujan

Oleh:

15/10-2021
Megawati Gusanda Saungila

**DJODI MAHENDRA
1615310049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



Ace Rudy

[Signature]
PB

**MANAJEMEN STRATEGI WIRUSAHA DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS KERJA
PADA UKM TAHU TEMPE KECAMATAN
KUALA KABUPATEN LANGKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**DJODI MAHENDRA
1615310049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 1130/PERP/BP/2021

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan nama saudara/i:

Nama : DJODI MAHENDRA
NIM : 1815310049
Tingkat/Semester : Akhir
Jurusan : SOSIAL SAINS
Jurusan/Prodi : Manajemen

Waktunya terhitung sejak tanggal 18 Desember 2021, dinyatakan tidak memiliki langganan dan atau pinjaman buku dan tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 18 Desember 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan



Kalimat Budi Utomo, ST.,M.Kom

No. Dokumen : FM-PERPUS-06-01
Revisi : 01
Tgl. Efektif : 04 Juni 2015

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPML UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPML sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/ Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



No. Dokumen : PML/OMA-06-02	Revisi : 00	Tgl. Eff. : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-------------------------



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Teip. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DJODI MAHENDRA
NPM : 1615310049
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Megasari Gusandra Saragih, SE., M.S.M
Judul Skripsi : Manajemen Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja pada UKM Tahu Tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat

Tanggal	Pembahasan Materi	Status Keterangan
01 April 2021	1. Perbaiki nama saya dan perulisan titol untuk semua dosen. Perhatikan juga rata kiri kanan dalam pengetikan. 2. tambahkan di latar belakang permasalahan terkait dengan manajemen strategi dari usaha tahu tempe yang ada di kec. Kuala biar lebih jelas alasan pemilihan judulnya. 3. dari A ke B ke C atau antar sub bab beri jarak 1 kali enter. 4. tambahkan penelitan terdahulu, minimal 5 artikel jurnal.	Revisi
01 April 2021	5. Nama gambar dan sumber gambar diletakkan di bagian bawah tengah gambar. 6. Perbaiki tempat penelitian, tempat penelitian usaha tahu tempe yang ada di kec. Kuala kab. Langkat. 7. sesuaikan jadwal penelitian, 3 bulan saja, buat tanggal naik sempro itu di bulan April minggu kedua. 8. Teknik pengumpulan data: peneliti akan mewawancarai pemilik UMKM Tahu Tempe di Kabupaten Langkat yang berjumlah 30 orang.	Revisi
01 April 2021	ACC Seminar Proposal	Disetujui
06 Oktober 2021	Tambahkan profil dari objek penelitian, sesuaikan pembahasan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian	Revisi
06 Oktober 2021	Tambahkan kenitata dan solusi untuk UKM tahu tempe di Kec. Kuala, Lampirkan nama UKMnya dan foto kegiatan	Revisi
06 Oktober 2021	Lengkapi lembar pengesahan, surat pernyataan, dan abstrak	Revisi
06 Oktober 2021	ACC Sidang Meja Hijau	Disetujui
09 Februari 2022	ACC Jilid Lux	Disetujui

Medan, 11 Februari 2022
Dosen Pembimbing,



Megasari Gusandra Saragih, SE., M.S.M



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DJODI MAHENDRA
NPM : 1615310049
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, SE.,MM
Judul Skripsi : Manajemen Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja pada UKM Tahu Tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
24 April 2021	Perbaiki narasi yang tingkat kesamaannya tinggi	Disetujui	
24 November 2021	ACC SIDANG MEJA HIJAU	Disetujui	
09 Februari 2022	ACC Jilid Lux	Disetujui	
09 Februari 2022	ACC JILID LUX	Disetujui	

Medan, 11 Februari 2022
Dosen Pembimbing,



Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution,
SE.,MM

Plagiarism Detector v. 1024 - Originality Report 12/13/2021 11:22:01 AM

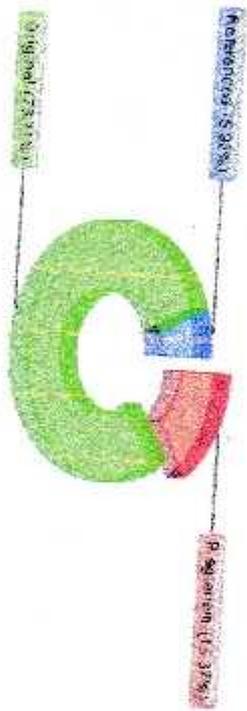
File: C:\Users\Administrator\Documents\Plagiarism Detector\report\original\report 13.12.2021 11:21 5 - DUODI MAHENDRA_1615310045_MANAJEMEN.docx

Originality Report: **DUODI MAHENDRA_1615310045_MANAJEMEN.docx** | Version by Universitas Pembangunan Panca Budi_License03

- 1. Originality Report
- 2. Rewrite
- 3. Internet Check
- 4. [see_and_enc_value]



Plagiarism Detector v. 1024 - Originality Report 12/13/2021 11:22:01 AM



Originality Report



Hai : Permohonan Meja Hijau

Medan, 11 Februari 2022
Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
Fakultas SOSIAL SAINS
UNPAB Medan
Di -
Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : OJODI MAHENDRA
Tempat/Tgl. Lahir : BELA RAKYAT / 13 SEPTEMBER 1998
Nama Orang Tua : ABDUL KADIR
N. P. M. : 1615310049
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Manajemen
No. HP : 088262649747
Alamat : Ling. V bela rakyat kecamatan kuala, kabupaten langkat

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Manajemen Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja pada UKM Tahu Tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat**. Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SETA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jenis 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKROL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan pertictan sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1.000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1.750,000
Total Biaya	: Rp.	2.750,000

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn
Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



OJODI MAHENDRA
1615310049

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila :
 - a. Telah dicap Bukti Petunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk OPAA (asli) - Mhs.ybs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi wirausaha dalam meningkatkan produktifitas kerja pada UKM Tahu Tempe Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada pengusaha UKM Tahu dan tempe yang ada di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat. Hasil penelitian menunjukkan manajemen strategi yang dilakukan dalam meningkatkan produktifitas kerja pada usaha tahu dan tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat yakni dengan menggunakan karyawan warga sekitar, modal yang dipergunakan lebih cenderung modal sendiri, dan dalam pengembangan lebih banyak mendiskusikan dengan sesama pedagang dan Dampak dari manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja pada usaha tahu dan tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat selain warga sekitar mendapatkan penghasilan juga usaha tahu dan tempe dapat berkembang lebih banyak serta belum menggunakan teknologi baik dalam pemasaran maupun proses produksi sehingga pengusaha tahu dan tempe mencari solusi dari hasil diskusi dengan sesama pengusaha dan jika bahan yang mahal dilakukan pengurangan ukuran. Pemilik usaha harus terus mampu menghasilkan produk yang berkualitas sehingga konsumen tetap bertahan dan tidak berpindah ke produsen lain selain itu pelaku usaha harus tetap fokus untuk menjalankan usaha meski banyak pesaing serta pemilik usaha sebaiknya menyediakan pelayanan media online selain whatsapp untuk lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan.

Kata kunci: Manajemen Strategi Wirausaha, Produktifitas Kerja

ABSTRACT

This study aims to analyze entrepreneurial strategies in increasing work productivity at UKM Tahu Tempe, Kuala District, Langkat Regency. This type of research is qualitative research. The technique of collecting data is through interviews with tahu and tempe entrepreneurs in Kuala District, Langkat Regency. The results showed that strategic management was carried out in increasing work productivity in the tahu and tempe business in Kuala district, Langkat Regency, namely by using local employees, the capital used was more likely to be their own capital, and in development they discussed more with fellow traders and the impact of strategic management. entrepreneurs in increasing work productivity in the tahu and tempe business in Kuala district, Langkat Regency, besides local residents getting income, the tahu and tempe business can develop more and have not used technology both in marketing and production processes so that tahu and tempe entrepreneurs seek solutions from the results of discussions with fellow entrepreneurs and if the material is expensive, the size is reduced. Business owners must continue to be able to produce quality products so that consumers stay afloat and do not switch to other manufacturers besides that business actors must remain focused on running a business even though there are many competitors and business owners should provide online media services other than WhatsApp to make it easier for customers to place orders.

Keywords: Entrepreneurial Strategy Management, Work Productivity

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya, serta atas pencerahan -Nya lah, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul : “Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Pada UKM Tahu Tempe Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat”.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
2. Ibu Onny Medaline, S.H., M.Kn, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Mutarram Ritonga, B.A., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Ibu Megasari Gusandra Saragih, S.E., M.SM, selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak M. Dharma Tuah Putra,S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Pengajar yang telah berjasa memberikan ilmu dan pengetahuannya selama perkuliahan.
7. Ibunda penulis Risna Hayati dan Ayahanda penulis Abdul Kadir yang selalu memberikan do'a kepada penulis.
8. Seluruh pengusaha UMKM Tahu tempe yang telah meluangkan waktunya bagi penulis untuk dapat memberikan informasi bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun untuk penyempurnaan di masa mendatang. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca semua.

Medan, November 2021

Penulis

Djodi Mahendra
NPM. 1615310049

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan dan Perumusan Masalah	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
E. Keaslian Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	
1. Pengertian Strategi	7
2. Pengertian Manajemen Strategi	9
3. Tujuan Manajemen Strategi.....	11
4. Tingkatan Manajemen Strategi Perusahaan.....	12
5. Tahapan Dalam Proses Manajemen Strategi	18
6. Pengertian Wirausaha	27
7. Strategi Wirausaha.....	27
8. Pengertian Produktifitas Kerja.....	28
9. Peningkatan Produktifitas Kerja	29
10. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	30
11. Hambatan UMKM	31
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Berpikir	35
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Subjek Penelitian	38
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Teknik Analisis Data	39
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	42

1. Gambaran Umum Kabupaten Langkat	42
2. Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Tahu dan Tempe.....	42
3. Dampak dan Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Tahu dan Tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat ..	55
4. Kendala dan Solusi	56
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Jadwal Proses Penelitian	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berwirausaha secara umum merupakan kemampuan untuk berdiri sendiri dalam menggali dan mencari peluang bisnis yang ada demi terciptanya kesejahteraan dirinya dan keluarga berdasarkan kemampuan, pengalaman dan kreatifitas guna menghasilkan sesuatu, Selain itu juga guna penciptaan lapangan kerja yang paling efektif dalam memperbanyak lapangan kerja. Di Indonesia, baik usaha mikro maupun kecil dan menengah, telah memainkan peran penting dimana pada tahun 1999 terjadi krisis moneter dan banyak usaha besar nagkru justru usaha mikro, kecil dan menengah tidak mengalami tekanan yang hebat.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan program kegiatan yang dapat memperbanyak lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat sehingga mampu andil dalam “*expositions*” peningkatan dan pemerataan tingkat pendapatan penduduk serta peningkatan pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam menghasilkan stabilitas nasional. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Menengah, Kecil dan Mikro disebutkan usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang-perorangan dan atau badan usaha-perorangan yang telah memenuhi karakteristik mikro sebagaimana sudah diatur pada undang-undang sedangkan usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan sebagai anak perusahaan atau pula bukan cabang perusahaan yang sudah dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik pribadi maupun tidak

eksklusif asal usaha menengah atau usaha besar yang dapat memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang, serta usaha menengah merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang-perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung juga tak eksklusif dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada Undang-Undang.

Setiap pengelolaan UKM dalam menuju kemampuan bersaing serta dapat berkembang lebih baik sangat memerlukan strategi peningkatan produktifitas. Strategi adalah kegiatan dalam melakukan indentifikasi peluang sehingga dapat ditetapkan apa yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan serta harapannya sedangkan produktivitas ialah perbandingan antara akibat yang dicapai (*output*) menggunakan keseluruhan asal daya (*input*) yang dipergunakan dalam satuan waktu. Sumber daya adalah *input* berupa gedung, tanah, alat-alat, mesin serta bahan mentah dan yang paling penting yaitu sumber daya manusia. Produktivitas kerja karyawan bagi suatu perusahaan begitu krusial menjadi indera pengukur keberhasilan dalam menjalankan segala usaha sebab jika meningkat produktivitas kerja karyawan pada perusahaan, berarti meningkat juga produktivitas perusahaan sebagai akibatnya laba perusahaan yg diperoleh juga akan semakin maksimal.

Usaha kecil pengolahan tahu dan tempe di Kecamatan Kuala, Kabupaten Langkat walaupun bukan menjadi UKM unggulan tetap harus mampu bersaing,

kemampuan ini bertujuan untuk dapat memasarkan dan meningkatkan hasil produksi pada jangkauan yang lebih luas serta keunggulan dalam persaingan dengan UKM sejenis yang dapat berasal dari daerah terdekat seperti kota Binjai sehingga diharapkan UKM pengolahan tahu dan tempe dapat juga menjadi UKM unggulan bagi Kabupaten Langkat, namun UKM pengolahan tahu dan tempe di Kecamatan Kuala, Kabupaten Langkat dalam pengelolaan manajemennya masih rendah hal ini dapat diketahui dari hasil wawancara pendahuluan dimana dari beberapa pengusaha mengatakan bahwa mereka belum melakukan pemasaran sampai keluar daerah, hal ini karena terbatasnya pengetahuan mereka dalam melakukan cara pemasaran yang baik begitu juga dengan sumber daya manusia yang mereka gunakan sebagai karyawan memiliki pendidikan yang rendah karena hanya sebatas produksi pengolahan tidak sampai pada karyawan yang mengerti cara promosi atau cara memasarkan sehingga menurut mereka produksi tahu dan tempe akan sulit menjadi produk unggulan.

Sesungguhnya keunggulan serta daya saing hanya mampu diwujudkan melalui manajemen strategi yang dilakukan oleh pemilik secara tepat dan baik khususnya terhadap strategi fungsional. strategi fungsional dititikberatkan di pengembangan dan pemeliharaan suatu kompetensi khusus buat menghasilkan keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan atau unit usaha melalui produksi pemasaran, promosi, keuangan, sumber daya manusia, serta strategi fungsional lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktifitas kerja pada UKM tahu tempe Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terdapat pada penelitian ini dapat diuraikan seperti berikut:

- 1) UKM tahu tempe di Langkat belum melakukan pemasaran sampai keluar daerah Terbatasnya pengetahuan mereka dalam melakukan cara pemasaran.
- 2) Sumber daya manusia yang digunakan sebagai karyawan memiliki pendidikan yang rendah sehingga kurang mampu memberikan keunggulan khusus pada produk tahu dan tempe.
- 3) Kurangnya modal dari pelaku UKM
- 4) Harga kacang kedelai yang cenderung selalu naik sehingga memaksa produsen tahu tempe di Langkat untuk menaikkan harga atau bahkan mengecilkan ukuran tahu dan tempe.

C. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini yaitu pada strategi yang diterapkan oleh wirausaha untuk meningkatkan produktivitas kerja pada usaha pengolahan tahu dan tempe di kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.

2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja pada usaha tahu dan tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat?
2. Apa dampak dari manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja pada usaha tahu dan tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat?
3. Bagaimana pengusaha tahu dan tempe menghadapi kendala dan apa solusi yang diambil meningkatkan produktivitas kerja di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan:

- a) Mengetahui manajemen strategi yang dipergunakan wirausaha untuk meningkatkan produktivitas kerja usaha tahu dan tempe pada Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.
- b) Mengetahui dampak dari manajemen strategi wirausaha untuk meningkatkan produktivitas kerja usaha tahu dan tempe pada Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.
- c) Mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi untuk meningkatkan produktivitas kerja di usaha tahu dan tempe pada Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

a) Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana melatih, menulis serta berpikir secara ilmiah menggunakan dan menerapkan teori serta literatur yang terdapat pada manajemen strategi wirausaha UKM.

b) Bagi UKM

Penelitian ini diperlukan dalam menyampaikan informasi yang berguna bagi wirausaha UKM mengenai manajemen strategi.

c) Bagi Universitas Pancabudi Medan

Menjadi referensi bagi para akademis atau peneliti lain yang tertarik buat mengadakan penelitian dibidang yang sama dimasa yang akan datang.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Ariani dan Mohamad Nur Utomo (2017) yang berjudul “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan” sedangkan penelitian ini berjudul “Manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktifitas kerja pada UKM tahu tempe Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat”.

Perbedaan penelitian terletak pada:

1. Model penelitian

Dalam penelitian terdahulu menggunakan model pendekatan deskriptif sedangkan penelitian ini kualitatif deskriptif .

2. Variabel penelitian

Penelitian terdahulu meneliti satu variabel mandiri yaitu strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sedangkan penelitian ini mengkaji satu variabel mandiri yakni manajemen strategi peningkatan produktifitas karyawan

3. Waktu penelitian

Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2017 sedangkan penelitian ini dilakukan tahun 2021.

4. Lokasi penelitian: penelitian terdahulu dilakukan di Kota Tarakan sedangkan penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Strategi

Pada dasarnya kata “strategi” diadopsi dari istilah militer dan kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani yakni “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang”. Chandler (dalam Rangkuti, 2013:3) menyebutkan bahwa strategi merupakan “seperangkat alat dalam memperoleh pencapaian tujuan perusahaan yang dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya”. Selanjutnya Hamel dan Prahalad (dalam Rangkuti, 2013:3) mengatakan strategi: Merupakan tindakan yang bersifat incremental atau senantiasa semakin tinggi, kontinu dan dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang akan diharapkan di masa depan, dengan hal tersebut maka strategi perencanaan hampir selalu dimulai berasal ‘apa yang dapat terjadi’, bukan dimulai dari ‘apa yang terjadi’.

Menurut Stoner (dalam Rangkuti, 2013:4) konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda. Pertama, strategi didefinisikan sebagai “program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan”.

Sedangkan perspektif kedua, strategi didefinisikan “sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan”.

Berikutnya berdasarkan Assauri (2011:2) strategi merupakan “aktivitas mengidentifikasi peluang buat menetapkan apa yang akan dilakukan untuk pencapaian tujuan atau harapannya”. Porter (dalam Rachmat, 2014:2) strategi adalah “Sekumpulan tindakan atau kegiatan berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik”. berdasarkan pendapat para ahli diatas maka disimpulkan yang dimaksud dengan strategi artinya yakni kegiatan-aktivitas yang penuh daya saing dan pendekatan-pendekatan bisnis buat mencapai kinerja yang memuaskan serta sesuai target.

2. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategis merupakan proses yang dinamis karena berlangsung terus menerus dalam suatu organisasi. Manajemen strategis mengacu pada proses pemilihan strategi dan pedoman untuk memaksimalkan tujuan organisasi yang bersangkutan. Manajemen strategis mencakup semua kegiatan yang mengarah pada penciptaan tujuan organisasi., Tujuan - tujuan strategis dan pengembangan rencana, tindakan dan pedoman untuk mencapai hasil yang diinginkan oleh organisasi yang bersangkutan.

Menurut Solihin (2012:64) manajemen strategis “adalah serangkaian keputusan serta tindakan yang dilakukan pihak manajerial dihasilkan dari adanya proses dalam formulasi serta implementasi *planning* dan tindakan menggunakan

pencapaian keunggulan yang dapat bersaing”. Berikutnya menurut Sampurno (2013:4) Manajemen strategis terdiri dari “analisis, keputusan (*decisions*) dan aksi (*actions*) berasal organisasi untuk membangun dan melestarikan keunggulan yang bisa bersaing”. Berdasarkan Nuryadin (2012:27) manajemen strategi merupakan “Proses dalam pengarahan usaha perencanaan strategi serta mengklaim strategi manajemen tadi dilaksanakan dengan baik sebagai akibatnya dapat menjamin suksesti organisasi pada jangka panjang.”

Menurut Taufiqurokhman (2016:15) manajemen strategik adalah “Sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah di penyusunan suatu taktik atau sejumlah taktik yangg efektif untuk membantu mencapai target usaha”. Jaewono (2012:3) mengatakan bahwa manajemen strategi bisnis adalah “strategi untuk mencapai tujuan, yang sering dianalogikan dengan strategi catur,tentu beberapa karakteristik permainan catur relevan dengan praktik bisnis, seperti pemikiran sistematis, perencanaan, kelincahan, pengambilan risiko, dan semangat untuk memenangkan permainan. beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktik bisnis”.

Rangkuti (2014:3) mengatakan manajemen strategi adalah “Proses interaktif untuk menyelaraskan organisasi secara keseluruhan dengan lingkungannya, serangkaian tindakan yang dimulai dari analisis lingkungan, penentuan arah organisasi, perumusan strategi organisasi, implementasi strategi organisasi dan evaluasi, dan pengendalian strategi, dengan cara ini, proses manajemen strategis berkelanjutan dan interaktif karena dimulai dengan langkah pertama, diakhiri dengan langkah terakhir , dan kembali ke langkah pertama dan kemudian berlanjut berulang kali”. Wheelen (dalam Rangkuti, 2014:3)

mengatakan manajemen strategi merupakan “Serangkaian keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan kinerja jangka panjang perusahaan, merumuskan strategi, menerapkan strategi dan lainnya, yang terakhir adalah evaluasi dan pengendalian”.

Sesuai pendapat para ahli di atas maka bisa disimpulkan yang dimaksud manajemen strategi artinya suatu *planning* yang disusun serta diolah dengan mempertimbangkan banyak sekali aspek yang memiliki tujuan supaya rencana saat diimplementasikan dapat berdampak positif bagi organisasi yang bersangkutan secara jangka panjang.

3. Tujuan Manajemen Strategi

Suwandiyanto (dalam Taufiqurokhman, 2016:4) ada empat tujuan manajemen strategi, yaitu:

- a. Menyampaikan arah pencapaian tujuan organisasi/perusahaan.

Dalam hal ini manajer wajib bisa memperlihatkan kepada semua pihak akan kearah mana tujuan perusahaan, sebab arah yang jelas bisa digunakan menjadi landasan dalam pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.

- b. Memikirkan kepentingan beberapa pihak.

Organisasi/perusahaan harus mempertemukan kebutuhan aneka macam pihak, pemasok, karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan masyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan.

- c. Mengatasi setiap perubahan kembali secara merata

Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak mengantisipasi perubahan dan menyiapkan panduan serta pengendalian, sebagai akibatnya bisa memperluas karangka waktu/berpikir mereka secara merata.

d. Efisiensi dan efektivitas

Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengkonsentrasikan terhadap kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang berfokus supaya bekerja keras melakukan sesuatu secara lebih baik dan efektif.

Menurut Lubis (dalam Jaewono, 2012:4) tujuan manajemen strategi yakni:

- a. Identifikasi masalah sebelum timbul
- b. Membuat manajer atau eksekutif lebih tertarik pada organisasi
- c. Membuat organisasi lebih menerima dan memperhatikan perubahan yang terjadi
- d. Menyelaraskan semua upaya dengan tujuan
- e. Mendorong terciptanya kerjasama dalam rangka menyikapi permasalahan dan mampu memanfaatkan peluang yang ada.

4. Tingkatan Manajemen Strategi Perusahaan

Menurut Rangkuti (2014:6) strategi dapat dikelompokkan menurut jenis strategi, yaitu:

a. Strategi manajemen

Terdiri dari strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi keuangan, dan lainnya.

b. Strategi investasi

Strategi investasi adalah kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, jika perusahaan ingin mengejar strategi pertumbuhan yang agresif atau mencoba memasuki pasar, strategi bertahan hidup, strategi membangun

kembali divisi baru atau strategi diversifikasi, dan lainnya.

c. Strategi Bisnis

Berorientasi pada fungsi aktivitas manajemen. Misalnya, Strategi Pemasaran, Strategi Produksi, Strategi Penjualan, dan Strategi Keuangan.

Fauzi (2015:44) mengatakan ada tiga tingkatan manajemen strategi perusahaan, yaitu:

a. Strategi manajemen korporat

Strategi korporat mengungkapkan daerah bisnis yang diinginkan perusahaan.

Perusahaan bisa memakai salah satu bentuk strategi korporat:

1) Strategi bisnis tunggal

Perusahaan dapat mengkonsentrasikan seluruh asal daya dan keahliannya di produk atau jasa. tapi strategi ini meningkatkan kerentanan perusahaan terhadap persaingan dan perubahan lingkungan eksternal.

2) Strategi penganekaragama/ diversifikasi berkaitan

Membuat perusahaan mampu menaikkan kemampuan kompetensi disatu pasar agar bisa memperkuat daya saingnya dipasar lain. Diversifikasi yang berkaitan memiliki beberapa keuntungan. Pertama, perusahaan tidak terlalu tergantung di satu produk atau jasa, sehingga perusahaan tidak terlalu rentan terhadap ancaman persaingan atau ekonomi.

3) Strategi penganekaragaman/ diversifikasi yang tidak berkaitan

Perusahaan beroperasi dibeberapa industri serta pasar yang tidak saling berafiliasi.

b. Strategi bisnis

strategi bisnis beorientasi kepada bisnis spesifik, anak perusahaan atau unit operasi khusus dalam perusahaan. tiga bentuk dasar strategi usaha ialah:

2) Adanya diferensiasi

Berusaha membangun serta mempertahankan gambaran (baik konkret juga hanya anggapan) bahwa barang atau jasa SBU (strategic business units) pada dasarnya unik dibandingkan menggunakan barang atau jasa lain disegmen pasar yang sama.

3) Kepemimpinan biaya penuh

Penekanan perusahaan pada tercapainya pencapaian prosedur operasi yang sangat efisien sebagai akibatnya biayanya bisa lebih rendah dibandingkan menggunakan porto para pesaingnya.

4) Fokus

Perusahaan membentuk target atas tipe produk eksklusif buat kelompok pelanggan atau wilayah tertentu. kelompok pelanggan ini bisa dibagi berdasarkan wilayah geografis, etnis, daya beli, selera, atau faktor lain yang menghipnotis pola pembelian.

c. Strategi fungsional

Strategi fungsional diartikan menjadi kegiatan pada jangka pendek bahwa tiap unit fungsional pada perusahaan berpartisipasi dalam implementasi strategi manajemen perusahaan. Perusahaan di tingkat fungsional melakukan optimalisasi produktivitas sumber daya dalam memperbaiki kinerja perusahaan. usaha yang dilakukan menggunakan paduan aktivitas fungsional perusahaan yang dimiliki tiap-tiap kegiatan. Rachmat (2014:54) juga menjelaskan bahwa strategi fungsional ini lebih memfokuskan pada aktivitas fungsional perusahaan yang merujuk pada isu struktur modal yang diinginkan perusahaan, kebijakan utang kebijakan investasi serta manajemen kapital kerja. dalam strategi ini perusahaan menekankan rumusan strategi manajemen

yang berorientasi pada arah investasi perusahaan dalam membangun produk baru dan membuat teknologi baru.

Rachmat (2014:54) menjelaskan strategi manajemen fungsional sendiri terdiri atas enam jenis, yakni:

1) Strategi produksi

Memutuskan hal-hal yang menjadi produk unggulan, produk kompetitif, produk baru, sesuai menggunakan kompetensi pokok yang dimiliki.

2) Strategi pemasaran

Penetapan pasar yang akan digarap, syarat pasar yang diinginkan, dan sebagainya.

3) Strategi promosi

Kelanjutan asal pemasaran dan produksi, yaitu kenaikan tingkat yang hendak diluncurkan, media yang akan digunakan buat kenaikan dan lainnya

4) Strategi manajemen keuangan

Berkaitan menggunakan pendanaan serta ketersediaan dana, baik buat produksi, pemasaran maupun bagian fungsional lainnya, sumber dana diperoleh dan cara penggunaannya.

5) Strategi manajemen sumber daya manusia

Strategi yang paling penting serta mencakup seluruh fungsi manajemen. Pemilihan asal sumber daya manusia serta berkompetensi pada bidang yang tepat yang sangat dibutuhkan.

6) Strategi fungsional lainnya

Berkaitan menggunakan pihak luar seperti supplier, konsultan, agen dan sebagainya dengan memperhatikan transparansi, kejujuran, dan keterbukaan

Jaewono (2012: 7) strategi fungsional adalah strategi yang dirumuskan secara khusus dalam konteks fungsi manajemen untuk mendukung strategi unit bisnis. Strategi tersebut terdiri dari:

a. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, pedoman dan aturan yang dari waktu ke waktu memandu upaya pemasaran di setiap tingkat dan ruang lingkup dan alokasinya, terutama dalam menanggapi respons perusahaan terhadap lingkungan dan keadaan yang terus berubah. Strategi Pemasaran adalah panduan kinerja bisnis dengan menggunakan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sukses pada segmen pasar tertentu yang menjadi target pasarnya. Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang dengannya perusahaan dapat terus mencapai tujuan bisnisnya di pasar sasaran. Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu:

1) Produk (*product*)

Produk adalah sesuatu yang kita tawarkan ke pasar, termasuk barang dan jasa yang memiliki nilai dan kebutuhan untuk menarik perhatian konsumen, dan produk tersebut dijual kepada akan dibeli oleh konsumen.

2) Harga

Nilai atau jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan barang atau jasa yang dijual.

3) Tempat

Tempat adalah saluran penjualan yang bertujuan untuk menjangkau konsumen sasaran. Sistem distribusi ini meliputi lokasi, transportasi, penyimpanan, dan lainnya.

4) Promosi

Promosi adalah kegiatan usaha yang bertujuan untuk menyampaikan kegunaan produk dan meyakinkan pembeli agar konsumen lebih mengenal dan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

b. Strategi produksi

Produksi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan atau meningkatkan penggunaan barang atau jasa. Proses produksi merupakan interaksi antara bahan baku, bahan penolong, pekerja dan mesin serta alat yang digunakan. Faktor-faktor produksi terdiri dari:

- 1) Tanah atau sumber daya alam
- 2) Tenaga kerja atau sumber daya manusia
- 3) Modal
- 4) Pengusaha

c. Strategi sumber daya manusia (SDM)

Manajemen sumber daya manusia adalah serangkaian keputusan yang mempengaruhi hubungan antara karyawan dan pengusaha, mempengaruhi berbagai kelompok kepentingan dan juga dimaksudkan untuk mempengaruhi efektivitas karyawan dan pengusaha. Manajemen personalia adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pemantauan perolehan, pengembangan, pengupahan, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja dengan tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan secara terpadu. Strategi manajemen orang adalah salah satu cara yang digunakan organisasi untuk mendapatkan orang yang tepat ke dalam suatu posisi atau posisi.

d. Strategi keuangan

Pengelolaan keuangan adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan pengadaan dana, penggunaan dan peruntukannya.

5. Tahapan Dalam Proses Manajemen Strategi

Rachmat (2014:60) menyatakan dalam merumuskan dan memutuskan suatu strategi manajemen, aneka macam tahap harus dilalui serta proses manajemen strategi terdiri beberapa tahap, yakni:

a. Perumusan misi organisasi (perusahaan)

Bagi suatu organisasi atau perusahaan penetapan misi ialah hal krusial sebab misi itu bukan hanya fundamental sifatnya, akan tetapi membentuk organisasi mempunyai “jati diri” yang bersifat spesial, dengan perkataan lain, misilah yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya yang sejenis atau bidang usaha yang serupa. Dalam misi pula terlihat dengan jelas tugas utama yang wajib terselenggarakan dalam organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. beberapa ciri yang harus tergambar antara lain:

- 1) Misi adalah suatu pernyataan yang bersifat umum dan berlaku buat kurun waktu yang panjang wacana “niat” organisasi yang bersangkutan.
- 2) Misi meliputi filsafat yang dianut dan akan dipergunakan oleh pengambil keputusan taktik dalam organisasi.
- 3) Secara implisit mendeskripsikan gambaran yang hendak diproyeksikan ke rakyat luas.
- 4) Merupakan pencerminan jati diri yang ingin diciptakan, ditumbuhkan serta dipelihara.

5) Mendeskripsikan dengan nyata kebutuhan pelanggan atau pengguna jasa yang akan diupayakan buat dipuaskan. Singkatnya, pada misi harus jelas terlihat produk andalan apa yang akan dihasilkan, pasaran konsumen yang bagaimana yang akan direbut, cara pemanfaatan teknologi yang akan digunakan kesemuanya mendeskripsikan sistem nilai dan skala prioritas yang dianut oleh para pengambil keputusan strategik pada organisasi.

b. Peranan profil organisasi

Setiap organisasi menghadapi keterbatasan kemampuan menyediakan dan memperoleh sumber yang diperlukan, baik itu dana, sarana-prasarana, waktu dan energi. Menghadapi kenyataan demikian, manajemen perlu melakukan suatu analisis yang objektif sehingga bisa dipengaruhi oleh kemampuan organisasi berdasarkan sumber daya yang telah dimiliki atau mungkin diperolehnya. sesuai analisis itulah profil organisasi ditetapkan. Profil dimaksud mendeskripsikan kuantitas dan kualitas aneka macam sumber yang dapat atau mungkin dikuasainya untuk dimanfaatkan dalam rangka aplikasi strategi

c. Lingkungan luar atau eksternal

Setiap manajer harus menyadari bahwa organisasi yang dipimpinnya mau tidak mau harus berinteraksi menggunakan lingkungannya. Organisasi dipengaruhi tingkatan tertentu, perkembangan serta sifat perubahan yang terjadi pada lingkungannya. Disenangi atau tidak akibat faktor lingkungan harus diperhitungkan betapapun sulitnya melakukan perhitungan tersebut. Dikatakan sulit karena aneka macam faktor berada diluar kemampuan organisasi untuk mengendalikannya. Lingkungan eksternal tersebut dapat digolongkan di 2 jenis yang saling berhubungan dan pengaruh mempengaruhi yaitu lingkungan dekat dan lingkungan jauh. Lingkungan eksternal “Dekat”

yang dimaksud dengan lingkungan dekat adalah lingkungan eksternal yang mempunyai akibat pada aktivitas-kegiatan operasional organisasi, mirip berbagai kekuatan dan kondisi pada lingkup industri dimana organisasi berkiprah, situasi persaingan, situasi pasar, syarat lapangan kerja spesifik yang spesialistik tetapi dibutuhkan organisasi yang kesemuanya berpengaruh di pilihan alternatif strategi manajemen yang diperkirakan mendukung upaya organisasi mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. banyak sekali faktor lingkungan dekat dapat muncul sebab tindakan organisasi yang bersangkutan sendiri. Lingkungan eksternal yang “jauh” lingkungan eksternal yang jauh artinya aneka macam kekuatan serta kondisi yang ada terlepas berasal apa yang terjadi pada lingkungan eksternal yang dekat. tetapi telah dikenali serta dimanfaatkan oleh para pesaing. Kekuatan dan syarat demikian dapat bersifat politik, ekonomi, teknologi, keamanan, hukum, sosial budaya, pendidikan dan kultur masyarakat luas.

d. Analisis dan pilihan taktik

Evaluasi yang dilakukan secara simultan terhadap lingkungan eksternal dan profil perusahaan memungkinkan manajemen mengidentifikasi berbagai jenis peluang yang mungkin timbul dan bisa dimanfaatkan. Aneka macam peluang tadi berupa kemungkinan yang lumrah buat dipertimbangkan. dalam melakukan analisis aneka macam kemungkinan tadi manajemen mutlak perlu melakukan penyaringan yang cermat sehingga terlihat perbedaan nyata antara kemungkinan menjadi peluang dan kemungkinan yang diinginkan. Bila demikian dilewati dengan sempurna, hasilnya suatu pilihan yang sifatnya strategi. Suatu pilihan taktik harus bermuara di pengambungan antara sasaran jangka panjang serta strategi dasar organisasi yang gilirannya menempatkan perusahaan pada posisi yang optimal dalam menghadapi lingkungannya pada

rangka mengemban misi yang sudah ditentukan sebelumnya. Umumnya disadari bahwa menentukan pilihan yang strategi bukanlah hal yang mudah. tidak praktis oleh sebab seperti yang telah terlihat diatas, sebelum pilihan dijatuhkan dalam satu cara lain tertentu, dibutuhkan terlebih dahulu suatu analisis strategi manajemen yang dimaksudkan untuk menyetarakan setiap peluang yang diperkirakan akan muncul menggunakan tujuan atau sasaran jangka panjang tertentu.

e. Penentuan target jangka panjang

Pada awal sudah ditekankan bahwa tidak terdapat rumus yang absolut yang bisa digunakan semua organisasi wacana batasan waktu ketika yang sifatnya jangka panjang. Masing-masing organisasi wajib menentukan bagi dirinya sendiri apa arti jangka panjang itu. yang jelas artinya bahwa umumnya suatu atau berbagai sasaran bisa dikatakan bersifat jangka panjang bila cukupan kurun waktunya multi tahun, pada biasanya pencapaian sasaran melibatkan banyak sekali unsur perusahaan seperti taraf keuntungan, dividen bagi para pemilik modal, keunggulan kompetitif, kepemimpinan dalam pemanfaatan teknologi yang berkembang pesat, taraf produktivitas, hubungan yang harmonis dengan karyawan, pengembangan para karyawan, dan tanggung jawab sosial perusahaan.

f. Penentuan taktik induk

Usaha mencapai aneka macam target yang sudah ditentukan, setiap organisasi memerlukan taktik induk. taktik induk ialah suatu *planning* umum yang bersifat menyeluruh atau komperhensif yang mengandung arahan tindakan-tindakan primer yang apabila terealisasi dengan baik akan membuahkan tercapainya banyak sekali target jangka panjang pada lingkungan eksternal yang beranjak dinamis. dengan perkataan lain taktik induk merupakan suatu

pernyataan manajemen cara-cara yang akan digunakan dimasa depan buat mencapai berbagai target yang telah ditetapkan tadi.

g. Penentuan sasaran jangka pendek

Sasaran jangka panjang suatu organisasi atas perusahaan memerlukan konkretisasi. Salah satu cara melakukan konkretisasi itu ialah dengan melakukan periodisasi antara lain dengan memutuskan sasaran tahunan. dengan perkataan lain, sasaran jangka panjang mutlak perlu dirinci dalam sasaran jangka pendek, dalam hal ini target tahunan. sebab sifatnya rincian sasaran jangka panjang, berarti bahwa bidang-bidang target jangka panjang juga memerlukan bidang-bidang sasaran jangka pendek. Hanya saja karena jangkauan waktunya lebih dekat, rincian tadi harus semakin lebih jelas, konkret, mengandung hal-hal yang sifatnya mendetail serta semakin bersifat kuantitatif

h. Penentuan strategi operasional

Secara umum diketahui bahwa suatu organisasi bisnis terdiri aneka macam satuan kerja yang dikenal menggunakan berbagai nomenklatur mirip departemen, divisi, bagian seksi serta lain sebagainya, yang bertanggungjawab buat menyelenggarakan berbagai aktivitas fungsional mirip produksi, pemasaran, keuangan, akunting, sumberdaya, serta banyak sekali fungsi operasional lainnya.

i. Perumusan kebijaksanaan

Salah satu langkah pada proses manajemen taktik adalah perumusan kebijaksanaan. Kebijaksanaan disini merupakan suatu prosedur operasional yang standar yang pada bahasa Inggris dikenal dengan istilah “standard operating procedures”, maksud ditetapkannya mekanisme yang baku merupakan peningkatan efektivitas kerja para manajer yang dibutuhkan,

memusatkan perhatian di operasionalisasi misi dan strategi dasar organisasi pada rangka pencapaian tujuan yang berasal dari banyak sekali sasaran baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Taufiqurokhman (2016:15) menyebutkan tahapan pada proses manajemen strategi ialah:

a. Perumusan manajemen taktik

Perumusan manajemen strategi perusahaan mampu mencakup pengembangan misi usaha, mengidentifikasi sebuah peluang serta ancaman yang berasal dari eksternal, mengukur serta menetapkan kelemahan maupun kekuatan internal perusahaan, menetapkan sasaran jangka panjang, menimbang cara lain, dan memilih strategi spesifik yang akan diterapkan pada masalah tertentu. Cakupan perumusan strategi meliputi obyek baru yang akan dikerjakan, obyek usaha yang akan ditinggalkan, mengalokasikan sumber daya baik itu finansial ataupun non-finansial, memutuskan apakah dibutuhkan sebuah pengembangan kegiatan atautah diversifikasi produk, memutuskan pasar domestik atau internasional, diharapkan merger atau akuisisi apa tidak, menghindari dari akuisisi perusahaan oleh perusahaan pesaing, sebab tidak ada perusahaan yang mempunyai sumber daya yang tak terbatas, maka sebuah taktik wajib berani buat memutuskan suatu strategi alternatif yang bisa memberikan akibat yang positif, yang terbaik agar memberi laba yang aporisma bagi perusahaan. Sebuah taktik harusnya memberi keunggulan komparatif serta pada akhirnya mampu memberikan keunggulan yang kompetitif pada jangka panjang, hal itu haruslah menjadi penting bagi manajemen strategi.

b. Mengimplementasi strategi

Sering diklaim pula tahapan berasal aktivitas manajemen taktik. pada tahap mengimplementasikan taktik ini perusahaan menetapkan tujuan atau sasaran perusahaan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi para karyawan dan mengalokasikan sumber daya agar strategi yang telah disusun mampu dijalankan. Implementasi strategi manajemen ini meliputi budaya yang mendukung pengembangan perusahaan, menyiapkan anggaran, memanfaatkan sistem isu, memotivasi karyawan supaya mau menjalankan dan bekerja sebaik mungkin. Implementasi taktik membutuhkan disiplin serta kinerja yang tinggi dan imbalan jasa yang mencukupi.

c. Mengevaluasi dan supervisi taktik

Evaluasi dan pengawasan strategi manajemen merupakan tahap akhir didalam proses manajemen taktik, semua strategi manajemen merupakan subyek modifikasi pada masa mendatang, karena berbagai faktor baik eksternal maupun internal akan terus mengalami sebuah perubahan.

Menurut Wheelen (dalam Rangkuti, 2014:6) proses manajemen strategi meliputi empat elemen dasar, yakni:

a. Pengamatan Lingkungan

1) Analisis eksternal

Lingkungan eksternal terdiri dari variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus berada di bawah kendali manajemen jangka pendek. Variabel-variabel ini membentuk keadaan organisasi di mana organisasi itu hidup. Lingkungan eksternal terdiri dari dua bagian, yaitu lingkungan kerja dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja terdiri dari kelompok-kelompok yang secara langsung dipengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan utama organisasi. Hal ini dapat

mempengaruhi keputusan jangka panjang.

2) Analisis internal

Lingkungan internal terdiri dari variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada dalam organisasi tetapi biasanya tidak dapat dikendalikan dalam jangka pendek. Variabel-variabel ini membentuk lingkungan di mana pekerjaan berlangsung, termasuk struktur, budaya dan sumber daya organisasi.

b. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan perencanaan jangka panjang untuk manajemen yang efektif melalui analisis lingkungan. Termasuk juga didalamnya terdapat misi, visi, dan tujuan dari perusahaan, mengembangkan strategi dan pengarahannya. Perumusan strategi dilakukan melalui:

1) Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan keberadaan organisasi. Sebuah pernyataan misi yang dirumuskan dengan baik mendefinisikan tujuan dasar yang membedakan satu organisasi dari yang lain.

2) Tujuan

Tujuan adalah hasil akhir dari kegiatan perencanaan. Tujuan menentukan apa yang sedang dilakukan dan kapan selesai dan harus diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan adalah hasil dari pencapaian misi.

3) Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan yang komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keuntungan keseluruhan dan akan meminimalkan hambatan persaingan.

4) Kebijakan

Alur dari strategi ke kebijakan adalah panduan komprehensif untuk pengambilan keputusan untuk organisasi secara keseluruhan. Kebijakan adalah panduan komprehensif yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi.

c. Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen menerapkan strategi dan kebijakannya melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Prosesnya mungkin melibatkan perubahan budaya yang lengkap. Implementasi strategi diwujudkan melalui:

1) Program

Program adalah daftar kegiatan atau langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan rencana satu arah. Program melibatkan restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan, atau inisiasi proyek penelitian baru.

2) Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk moneter. Setiap program dirinci dalam hal biaya yang dapat digunakan manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan.

3) Prosedur

Prosedur juga disebut Prosedur Operasi Standar (SOP), adalah sistem langkah atau teknik berurutan yang menjelaskan secara rinci bagaimana tugas atau pekerjaan diselesaikan.

d. Penilaian dan pengendalian

Penilaian dan pengendalian adalah proses dimana kegiatan dan hasil kinerja perusahaan dipantau dan kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang

diinginkan. Manajer di semua tingkat menggunakan informasi tentang hasil kinerja untuk mengambil tindakan korektif dan menyelesaikan masalah. manajemen strategis, juga dapat mengidentifikasi kelemahan dalam penerapan strategi sebelumnya dan merangsang keseluruhan proses untuk memulai kembali.

6. Pengertian Wirausaha

Rivai, et.al (2012:13) menyebutkan wirausaha artinya “orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan usaha, mengumpulkan sumber daya yang diharapkan guna mengambil laba darinya serta mengambil tindakan yang sempurna, guna memastikan kesuksesan”. Berikutnya menurut Kasmir (2011:7) wirausaha dalam konteks manajemen merupakan “orang yang memiliki kemampuan memakai sumber daya financial (*money*), bahan mentah (*materials*), dan tenaga kerja (*labour*) buat menghasilkan produk baru yang bisa membentuk organisasi usaha”.

Berdasarkan pendapat para pakar diatas maka dapat disimpulkan yang dimaksud wirausaha ialah perilaku mental seorang yang berani menghadapi segala tantangan untuk menjalankan kegiatan usahanya agar mendapatkan kehidupan yang lebih baik melalui prospek usaha menggunakan kreativitas serta inovasi.

7. Strategi Wirausaha

Umar (dalam Kasmir, 2011:8) mengemukakan pada umumnya perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan bisa bersaing harus memiliki keunggulan dalam bidang teknik, produk yang unik serta mempunyai cakupan distribusi geografis pasar yang terbatas. ada beberapa keputusan strategis yang diharapkan dalam kondisi pertumbuhan ini, yaitu:

- a. Perubahan produk barang dan jasa, dengan demikian strategi manajemen hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi serta bukan dimulai berasal apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru serta perubahan pola konsumen memerlukan kompetisi inti (core competition)
- b. Taktik yang menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk serta jasa atau ekspansi usaha.
- c. Kemampuan buat memperoleh kapital investasi pada rangka penelitian dan pengembangan, proses produksi dan penggantian peralatan, serta pada rangka penambahan sumber daya manusia
- d. Analisis pesaing baik yang terdapat maupun yang potensial buat memantapkan strategi manajemen bersaing. Keputusannya wajib sesuai sikap, sumber daya, serta komitmen yang dimiliki pesaing di masa lalu.
- e. Kemampuan buat menopang keunggulan taktik perusahaan serta buat memodifikasi taktik dalam menghadapi perubahan permintaan pelanggan dan sikap taktik persaingan baru.
- f. Penentuan harga barang atau jasa buat jangka pendek dan jangka panjang.
- g. Interaksi perusahaan menggunakan masyarakat secara luas

8. Pengertian Produktifitas Kerja

Sutrisno (2011:104) mengatakan produktivitas adalah “berukuran efisiensi produktif. Suatu perbandingan antara yang akan terjadi dari keluaran dan masukan. Masukan sering pada batas menggunakan tenaga kerja, sedangkan keluaran di ukur pada ke satuan fisik atau bentuk nilai”. Berikutnya menurut Hasibuan (2010:128) produktifitas “Perbandingan secara ilmu hitung antara jumlah yang dihasilkan dan jumlah setiap sumber yang dipergunakan selama

produksi berlangsung”. Sunyoto (2012:41) mengemukakan produktivitas kerja adalah “Suatu ukuran yang membagikan pertimbangan antara input serta hasil yang dikeluarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan dan peran sumber daya yang dimiliki dalam satuan waktu”.

Berdasarkan para pakar diatas maka dapat disimpulkan bahwa produktifitas kerja merupakan kemampuan karyawan untuk melakukan aktivitas yang lebih banyak dan bermutu ditetapkan dalam saat yang lebih singkat.

9. Peningkatan Produktifitas Kerja

Sutrisno (2011:105) mengatakan upaya peningkatan produktifitas kerja adalah dengan:

a. Perbaikan secara kontinu

Upaya menaikkan produktivitas kerja, salah satu implikasinya adalah bahwa seluruh komponen organisasi harus melakukan perubahan secara kontinu. Suatu organisasi selalu dihadapkan kepada tuntutan yang berubah, baik secara internal maupun eksternal. Tambahan juga, ada ungkapan yang menyatakan bahwa satu-satunya hal yang kontinu pada dunia adalah perubahan.

b. Peningkatan mutu akibat pekerjaan

Berkaitan erat dengan upaya melakukan perubahan secara kontinu ialah peningkatan mutu akibat pekerjaan semua orang serta segala komponen organisasi. Mutu tidak hanya berkaitan dengan produk yang didapatkan dan dipasarkan, baik berupa barang juga jasa, tapi menyangkut segala jenis

kegiatan yang diselenggarakan oleh semua satuan kerja, baik pelaksanaan tugas utama, maupun pelaksanaan tugas penunjang dalam organisasi.

c. Pemberdayaan sumber daya manusia

Manusia merupakan unsur yang paling strategis dalam organisasi, karena itu, memberdayakan sumber daya manusia mengandung banyak sekali kiat seperti mengakui harkat serta martabat manusia, pengkayaan mutu kekerjaan serta penerapan gaya manajemen yang partisipatif melalui proses demokratisasi dalam kehidupan berorganisasi.

10. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau

menjadi bagian baik langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Berdasarkan Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah kriteria UMKM adalah:

- a. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh 12 milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

11. Hambatan UMKM

Perkembangan usaha mikro dan kecil di Indonesia tidak lepas dari berbagai permasalahan. Intensitas dan sifat permasalahan tersebut dapat berbeda tidak

hanya tergantung pada jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga antar wilayah atau lokasi, antar pusat, antar sektor. atau subsektor atau jenis kegiatan dan antara unit usaha dalam kegiatan atau industri yang sama.

Menurut Tambunan (dalam Rachmat, 2014:60) hambatan yang sering dijumpai oleh pelaku usaha UMKM adalah:

a. Kesulitan dalam komersialisasi

Komersialisasi sering dilihat sebagai salah satu hambatan kritis untuk pengembangan usaha mikro dan kecil dan impor serta pasar ekspor.

b. Kendala keuangan

Usaha mikro dan kecil, khususnya di Indonesia, menghadapi dua masalah utama secara finansial: mobilitas modal awal dan akses ke modal kerja, pembiayaan jangka panjang investasi jangka panjang yang sangat diperlukan. Pertumbuhan produksi.

c. Keterbatasan sumber daya manusia

Keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi kendala serius bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama di bidang kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, desain konstruksi, kontrol kualitas, organisasi bisnis, akuntansi, pengolahan data, Teknik Pemasaran dan Riset Pasar. Pembatasan ini mencegah usaha mikro dan kecil Indonesia bersaing di pasar domestik dan internasional.

d. Masalah bahan baku

Kekurangan bahan baku dan input lainnya sering menjadi salah satu hambatan serius bagi pertumbuhan atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia. Atau dalam jumlah terbatas. Keterbatasan

bahan baku dalam penelitian ini adalah dari harga kedelai. Kedelai sebagai bahan baku masih menjadi hambatan karena memiliki ketergantungan impor dan hal ini dapat dilihat pada Perubahan Atas Permendag Nomor 24/MDAG/PER/5/2013 Tentang Ketentuan Impor Kedelai.

e. Keterbatasan Teknologi

Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional berupa mesin tua atau alat produksi manual . Proses produksi, tetapi juga kualitas produk yang buruk dibuat.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian penelitian penulis.

Beberapa penelitian sebelumnya beserta hasil penelitian akan disajikan antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Model Analisis	Hasil Penelitian
1.	Titik Inayati (2018)	Strategi manajemen SDM, orientasi pasar, dan kinerja UKM	<i>Path Analysis</i>	SHRM dan orientasi pasar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha dengan inovasi sebagai variabel <i>intervening</i> . Variabel <i>intervening</i> inovasi bukan satu-satunya pemediasi hubungan SHRM dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha, terdapat faktor variabel pemediasi lainnya.

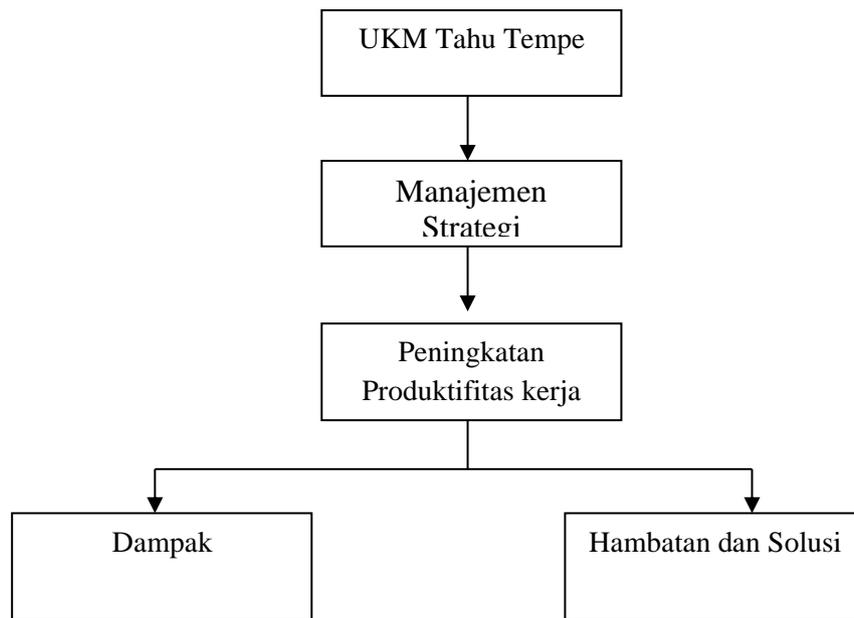
2.	Nunung Nurhayati, Dkk (2012)	Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu Di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat	<i>Analytical Hierarchy Process</i>	Strategi pengembangan berdasarkan analisis AHP meliputi aspek proses pengolahan produk, pengolahan limbah dan pembiayaan usaha. Prioritas strategi untuk peningkatan mutu produk dengan pelatihan sumber daya manusia (SDM) berkaitan dengan teknik penjadwalan terkait penggunaan bahan baku, pemilihan bahan baku, pembagian pekerjaan, teknik penyusunan <i>Standard Operational Procedure</i> (SOP), serta pengawasan dan pengendalian mutu produk. Prioritas strategi dalam upaya pengolahan limbah adalah dengan pelatihan SDM dalam pengolahan limbah cair menjadi biogas, pembuatan <i>nata de soya</i> dan pembuatan biofilter. Prioritas strategi dalam pembiayaan usaha adalah pinjaman modal usaha dari koperasi, yaitu KOPTI.
3.	Ariani dan Mohamad Nur Utomo (2017)	Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Tarakan	Deskriptif	Komunikasi berpengaruh erdasarkan analisis internal dan eksternal UMKM kotaTarakan dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi <i>Growth</i> (pertumbuhan) dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan seluruh kekuatan UMKM yaitu mempertahankan kualitas dari bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM di kotaTarakan.
4.	Arasy Alimudin, Dkk (2018)	Strategi peningkatan daya saing usaha mikro tempe nasabah lembaga keuangan mikro	Mix Method	Hasil penelitian menunjukan strategi daya saing yang tepat adalah strategi pengembangan produk dengan melakukan pengembangan jenis dan varian produk tempe khususnya perubahan bentuk dan kemasan yang lebih menarik dan higienis sehingga dapat

				memberi nilai tambah produk dan meningkatkan harga jual, yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan usaha dan dapat mengatasi kelemahan pada beban biaya bunga kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan mikro
5.	Hendra Mubaranto, Dkk (2016)	Strategi pengembangan industri kecil tahu di kabupaten Tegal	Regresi	Analisa kelayakan usaha industri kecil tahu telah memenuhi semua persyaratan. Input produksi dan tenaga kerja merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja industri kecil tahu. Industri kecil tahu mampu menjadi komoditas basis ekonomi di Kecamatan Adiwerna, Kecamatan Pangkah dan Kecamatan Tarub. Alternatif strategi pengembangan industri kecil tahu di Kabupaten Tegal antara lain adalah meningkatkan: citra produk guna membidik kelas konsumen yang lebih tinggi melalui desain kemasan dan merek, regional branding, penetrasi terhadap rantai suplai dan pengendalian harga kedelai, dan memanfaatkan bahan baku tahu alternatif, optimalisasi nilai ekonomi limbah industri tahu

Sumber: diolah penulis, 2021

C. Kerangka Berpikir

Untuk dapat menjadi UKM yang berdaya saing dan memiliki keunggulan diperlukan sebuah manajemen strategi peningkatan produktifitas kerja yang dilakukan oleh pemilik usaha tahu tempe oleh sebab itu perencanaan dan penerapan manajemen strategi menjadi mutlak sangat penting. Penulis membuat sebuah kerangka berpikir yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Diolah penulis,2021

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2015:29) metode deskriptif “metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas” dan menurut Rusiadi (2014:12) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau penghubungan dengan variabel yang lain.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi pada penelitian ini yaitu pada UKM tahu dan tempe yang ada di kecamatan Kuala, Kabupaten Langkat.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dimulai pada bulan Juli 2021 hingga November 2021 dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari uraian tabel jadwal penelitian berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Proses Penelitian

No	NAMA KEGIATAN	KEGIATAN																											
		2021				2021				2021				2021				2021				2022							
		Jul				Agust				Sep				Okt				Nov				Des				Jan			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Riset Awal / Pengajuan Judul																												
2	Penyusunan Proposal																												
3	Perbaikan / ACC Proposal																												
	Seminar proposal																												
4	Pengolahan Data																												
5	Penyusunan Skripsi																												
6	Bimbingan Skripsi																												
7	ACC Skripsi																												
8	Sidang Meja Hijau																												

Sumber: Data diolah, 2021

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini dipilih secara *purposive*, kriteria yang dipakai dalam menentukan subjek penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Subjek adalah pelaku usaha tahu dan tempe
2. Subjek pengusaha yang sudah memiliki usaha diatas 1 tahun
3. Subjek berdomisili di Kabupaten Langkat

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Yaitu melakukan tanya jawab dengan pihak yang terkait untuk memperoleh data dan keterangan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. wawancara merupakan suatu cara yang digunakan untuk tugas tertentu, mencoba untuk mendapatkan sebuah informasi dan secara lisan pembentukan

mencoba untuk mendapatkan sebuah informasi dan secara lisan pembentukan responden, untuk berkomunikasi secara tatap muka. Dari dua pengertian mengenai wawancara dapat disimpulkan bahwa metode wawancara merupakan suatu percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara interviewer dan interviewee secara lisan untuk mendapatkan sebuah informasi. Pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan untuk menggali lebih dalam mengenai topik permasalahan.

2. Dokumentasi

Data penelitian dikumpulkan dengan mempelajari dan mencatat penjualan yang terkait dengan manajemen strategi yaitu produksi, pemasaran, promosi, keuangan, sumber daya manusia, dan strategi fungsional lainnya.

E. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menfokuskan pada paparan kalimat, sehingga lebih mampu memahami kondisi psikologi manusia yang kompleks (dipengaruhi oleh banyak fakta) yang tidak cukup, apabila hanya diukur dengan menggunakan skala saja. Hal ini terutama didasari oleh asumsi bahwa manusia merupakan *animal symbolicum* (makhluk simbolis) yang mencari makna dalam hidupnya. Sehingga penelitian ini memerlukan peran kualitatif guna melihat manusia secara total.

Tujuan analisis data kualitatif agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Hubungan antar semantis sangat penting karena dalam analisis kualitatif, peneliti tidak menggunakan angka-angka seperti pada

analisis kuantitatif. Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.

Teknik analisis deskriptif kualitatif menurut Sugiyono (2015: 335) adalah “Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman (Sugiyono,2015: 337) yaitu:

1. Pengumpulan Informasi

Pengumpulan informasi melalui pengumpulan data dari narasumber

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data yang tersedia.

3. Penyajian Data

Sajian data merupakan rangkaian informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang disusun secara logis dan sistematis yang mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian. Sajian data merupakan deskripsi mengenai kondisi rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk

memudahkan pemahaman atas gambaran fenomena yang ada pada obyek penelitian.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Data yang diperoleh sejak awal penelitian sebenarnya sudah merupakan suatu kesimpulan. Kesimpulan itu mula-mula belum jelas dan masih bersifat sementara, kemudian meningkat sampai pada tahap kesimpulan yang mantap, yaitu pernyataan yang telah memiliki landasan yang kuat karena telah melalui proses analisa data. Pada tahap ini adalah mencari arti pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dari proposisi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan dilapangan sehingga data dapat diuji validitasnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Langkat

Kabupaten Langkat menempati area seluas $\pm 6.263,29$ km (626.329) yang terdiri dari 23 Kecamatan dan 240 Desa serta 37 Kelurahan Difinitif. Area Kabupaten Langkat di sebelah Utara berbatasan dengan Provinsi Aceh dan Selat Malaka, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Karo, di sebelah Barat berbatasan dengan Provnsi Aceh, dan di sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang dan Kota Binjai. Berdasarkan luas daerah menurut Kecamatan di Kabupaten Langkat, luas daerah terbesar adalah Kecamatan Bahorok dengan luas 1.101,83 km atau 17,59 persen, diikuti Kecamatan Batan Seranan dengan luas daerah 899,38 km atau 14,36 persen. Sedangkan luas daerah terkecil adalah Kecamatan Binjai dengan luas 42,05 km atau 0,67 persen dari total luas wilayah Kabupaten Langkat.

2. Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Tahu dan Tempe

Manajemen strategi merupakan proses manajemen yang komprehensif dan berkelanjutan yang ditunjukkan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi yang efektif, hal ini merupakan sebuah cara untuk menggapai peluang dan tantangan bisnis. Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya

suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan antara organisasi dengan pencapaian dari tujuan strateginya.

a. Langkah Tercapainya Kualitas Produk Terbaik Terhadap Hasil Produksi Tahu Tempe

Usaha tahu dan tempe adalah merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan lebih baik lagi karena usaha tahu tempe telah terbukti dapat menciptakan lapangan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya di pedesaan. Dalam persaingan dengan usaha kecil dan menengah dibidang pangan maupun non pangan dan iklim usaha yang semakin sulit menuntut usaha kecil dan menengah tahu tempe untuk lebih produktif menjalankan usahanya sehingga lebih mampu berkembang pesat serta dapat menjadi wirausaha sukses pada bidang usaha tahu tempe.

Setiap usaha tentu harus secara terus menerus menjaga kualitas produknya dengan baik sehingga konsumen juga dapat meningkat lebih banyak dan untuk dapat menjaga kualitas produk harus ada langkah- langkah yang dilakukan dan menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Imam bahwa dalam strategi usaha dalam menjaga kualitas produknya adalah melalui pengawasan internal seperti yang disampaikan Bapak Imam sebagai berikut:

“Selain saya, usaha dalam memproduksi tahu tempe ditempatkan dua orang karyawan yang khusus mengawasi proses pembuatan tahu tempe karena bagi saya yang utama adalah kualitas dari tahu tempe tersebut”

Terkait penjagaan kualitas produk ternyata pengusaha dan karyawan saling bekerjasama, Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Toir selaku karyawan di usaha usaha tahu tempe, yaitu sebagai berikut:

“Pak Imam sebagai pemilik usaha ini selalu mengingatkan kami para karyawan bahwa seluruh karyawan harus selalu fokus dalam bekerja dan juga selalu berhati-hati. Beliau melakukan hal tersebut enggak lain karena memperhatikan kualitas produk yang sedang kami olah agar tetap terjaga dan selalu optimal. Dan Pak Imam juga tidak pernah henti untuk mengawasi dan memantau karyawannya dalam memproses tahu tempe”

Selain itu, Bapak Sis salah satu pengusaha tahu tempe lain, ditempat terpisah mengatakan:

“Kualitas tahu tempe harus menjadi perhatian utama karena dengan kualitas yang baik maka konsumen pasti lebih memilih produk tersebut”. Hal senada juga dikatakan oleh Ibu Risna bahwa untuk menjaga kualitas tempe dan tahu tetapiq harus melakukan pengawasan keapda karyawan yang membuat dan Ibu Risna sendiri terjun untuk melakukan pengawasan tersebut, seperti penuturan beliau berikut ini:” saya terjun sendiri untuk melakukan pemantauan kepada karyawan pembuat agar kualitas tetap terjaga karena usaha tahu dan tempe persaingan sangat ketat, jadi kalo kualitas enggak dijaga, bisa-bisa kami tutup”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa keputusan dalam manajemen strategi wirausaha untuk meningkatkan penjualan salah satu yang diperlukan adalah penjagaan kualitas produk. Dari strategi tersebut ternyata usaha sangat mementingkan kepuasan konsumen sehingga diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian ulang.

Kualitas produk menjadi perhatian yang sangat penting bagi suatu usaha dalam menciptakan sebuah produk karena dengan produk yang berkualitas akan menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh banyak produsen.

Usaha tahu dan tempe harus senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada usaha itu sendiri melalui biaya produksi yang terjadi dimana proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformasi yang tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan dan terjadinya peningkatan pendapatan melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif.

Dalam sebuah produksi tidak terlepas dari munculnya metode atau cara memproses suatu produk yang dipengaruhi oleh alat teknologi dan menurut Pak Imam bahwa dalam memproduksi tahu tempe milik usahanya tidak menggunakan metode baru atau dengan alat produksi yang sesuai dengan teknologi kekinian karena akan membebani biaya produksi seperti yang dikatakan beliau:

“Usaha kami tetap menggunakan alat produksi yang biasa atau manual dan tidak menggunakan alat produksi teknologi canggih, karena kalau pakai alat yang canggih pastinya biaya produksi akan naik”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Sis seperti berikut:

“Produksi tahu tempe kami pakai alat manual, kalau pakai alat produksi seperti yang dipabrik modalnya besar, habis itu berapa lagi harga yang harus dibikin sama pembeli”

Ibu Risna juga menyampaikan hal yang sama yang menurut beliau bahwa dalam pengolahan tahu dan tempe masih menggunakan alat manual, seperti berikut ini:”
proses pengolahan tahu dan tempe yang kami lakukan ya pakai alat manual, karena kalau pakai alat yang canggih itu, mahallah”

Berdasarkan hasil wawancara ini dapat diketahui bahwa metode produksi tidak mengalami perubahan karena sangat berkaitan dengan anggaran produksi yang tentu saja akan berdampak kepada penjualan.

b. Pencantuman Nama Merek pada Produk

Sebuah produk sangat memerlukan merek sebagai pembeda bagi produk sejenis sehingga merek adalah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keputusan strategi wirausaha dan pencantuman merek menurut Bapak Imam wajib dilakukan, seperti yang dikatakan beliau:

“Produk kami sudah pasti memakai merek yang jelas, karena dengan merek pembeli dapat lebih jelas mengetahui tahu dan tempe produksi siapa yang mereka beli, walaupun memang banyak produksi tahu tempe sering tidak memakai merek dan hanya berbungkus plastik bening saja, kalau kami tidak seperti itu”

Selanjutnya menurut Bapak Sis, merek itu penting karena dengan merek konsumen menjadi ingat tahu tempe yang akan dibelinya pada waktu berikutnya,

“Selain merek yang sudah pasti harus dicantumkan, label halal juga penting karena dengan merek dan label halal, pembeli jadi ingat tahu tempe yang akan

terus dikonsumsi, jadi dengan merek dan label juga pembeli enggak lari ke tahu tempe produksi usaha lain”

Berikutnya Ibu Risna juha menyatakan bahwa hasil produksi tahu dan tempenya menggunakan merek, seperti ujaran beliau berikut ini: *“hasil produksi ya pakai merek, klo enggak orang yang beli mana tau itu jualan kami, kan biar ada khasnya”*

Berdasarkan hasil wawancara ini dapat diketahui bahwa keputusan strategi wirausaha sudah benar dan tepat bahwa dalam sebuah produk harus mencantumkan merek dan selain itu pencatuman labelisasi halal karena merek merupakan salah satu atribut yang penting dari sebuah produk, dimana merek suatu produk dapat memberikan nilai tambah bagi produk tersebut. Merek tidak hanya sebuah nama bagi produk, tetapi lebih dari itu merupakan identitas untuk membedakan dari produk-produk yang dihasilkan dari produk lain dan dengan identitas khusus, produk tertentu akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dan pada gilirannya tentu akan memudahkan pada saat pembelian ulang produk tersebut.

c. Penyesuaian Harga Produk Dengan Harga Pada Pangsa Pasar

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya dan harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi dan yang sering disebut 4 P.

Harga bagi suatu usaha akan menghasilkan pendapatan adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu product (produk), tempat dan promosi menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha.

Usaha tahu tempe tentu juga harus memperhatikan harga mereka pada pangsa pasar agar tetap dapat bersaing, dan menurut Bapak Imam harag yang mereka gunakan untuk menjual tahu tempe sesuai dengan harga pada pasar:

“Tahu tempe yang kami jual sesuai dengan harga pasaran karena jika harga yang dianggap pembeli mahal maka pembeli pasti lari ke produk yang dijual usaha lain, jadi kami mengikuti harga pasaran”

Hal yang sama disampaikan oleh Bapak Sis bahwa harga tidak bisa dibuat mahal karena persaingan usaha tahu tempe sangat banyak, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sis:

“Harga tetap mengikuti harga pasaran karena kalau dibuat mahal, kita akan kalah dari pesaing”

Ibu Risma juga menhatakan bahwa harga tentu tidak dapat ditentukan mahal karena akan berdampak kepada omset penjualan, seperti yang dikatakan beliau:

“harga kami sesuaikan dengan harga yang ada dipasaran, karena kalo kami jual dengan harga yang mahal, biar cepat untung yang ada malah buntung, karena yang jualan seperti kami kan banyak”

Harga merupakan pendapatan bagi pengusaha dan ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut.

Bagi pelaku usaha harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti produk, tempat dan promosi memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, oleh sebab itu harga dapat memberikan penjelasan kepada pembeli mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.

Harga merupakan suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen. Terdapatnya harga yang merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi tidak lagi melakukan *barter* akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Maka harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Harga sangat penting bagi perekonomian, karena harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang dijalankan. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Jumlah barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi usaha dagang dan efisiensi produksi bagi dunia usaha. Harga sangat berpengaruh terhadap pendapatan, sehingga harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi dari keuangan usaha.

d. Langkah-langkah Cara Memasarkan Produk Tahu Tempe

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan

yang akan dijalankan untuk dapat terciptanya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menanggapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Strategi pemasaran memiliki peran penting untuk keberhasilan usaha pemasaran. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan disesuaikan dengan perkembangan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan kesempatan atau peluang di beberapa pasar yang menjadi sasaran. Pada dasarnya setiap usaha memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan produktivitas dan keunggulan agar dapat bertahan dipasaran. Strategi merupakan hal penting bagi suatu usaha untuk mempertahankan pelanggan untuk mencapai tujuan maka diperlukan suatu strategi sebagai antisipasi dan kesiapan usaha menghadapi persaingan dalam memenangkan pasar.

Pelaku usaha tahu tempé melakukan metode pemasaran produknya dengan melalui berbagai cara seperti melalui distribusi ke pedagang kecil di pasar tradisional dan pedagang diluar kecamatan Kuala, seperti yang dikatakan oleh Bapak Imam sebagai berikut:

“Kami melakukan pemasaran melalui distribusi ke pedagang kecil baik di kecamatan Kuala maupun di luar kecamatan Kuala, dan metode yang kami lakukan memang masih sebatas itu, namun kami sudah mulai dengan pemesanan dan promosi melalui whatsapp”

Hal senada juga dikatakan Bapak Sis bahwa pemasaran tahu tempe yang dilakukan masih bentuk yang umum dilakukan produsen tahu tempe:

“Kami memasarkan produk kami secara langsung kepada pedagang pengecer yang ada di kecamatan Kuala dan sekitaran Kuala, namun sebagian pelaku usaha tahu tempe juga mengikuti asosiasi pengusaha kecil sehingga kami dapat pencerahan bagaimana seharusnya melakukan promosi yang baik”

Ibu Risna juga menyatakan bahwa pemasaran yang dilakukan adalah langsung kepada pengecer tetapi untuk langkah mempermudahnya adalah dengan pemesanan melalui *whatsapp* seperti yang dikatakan beliau: *“kami pasarkan kepada pengecer, tapi strateginya, bisa pesan dari whatsapp dan kami antar, jadi tujuannya biar pengecer mudah, nantikan dia sampaikan juga sama kawan-kawannya”*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa cara memasarkan yang dilakukan oleh usaha tahu tempe masih sangat tradisional walaupun sudah mulai mengarah mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini.

e. Mendapatkan Bantuan Modal Usaha

Modal usaha diperlukan untuk membangun usaha, membeli bahan dan peralatan untuk produksi. Modal usaha merupakan hal terpenting saat kita mulai membangun usaha. Ketersediaan dana yang mencukupi dalam suatu usaha merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan dapat menjalankan kegiatannya dengan lancar. Kecukupan dalam tersediannya dana dapat diartikan sebagai tidak kekurangan dalam setiap operasionalnya.

Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Imam yang mengatakan sebagai berikut:

“Modal ya dimodali sendiri, walaupun sebenarnya bank juga memberi tawaran pinjaman untuk penegembangan usaha, tapi banyak syarat yang harus dipenuhi, paling kami masuk menjadi anggota koperasi biar bisa pinjam tambahan modal dari koperasi, selain itu pendapat usaha kami putar kembali untuk dapat mengembangkan usaha”

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Sis bahwa modal dominan dari modal sendiri:

“Sumber modalnya itu kebanyakan modal sendiri, hampir 80% modal sendiri dan kalau selebihnya pinjam dari koperasi atau keluarga, nah kalau sudah tinggi pendapatan maka sebagian pendapatan kami buat untuk mengembangkan usaha ini”. Tidak berbeda jauh dari yang dikatakan oleh Bapak Sis, ternyata Ibu Risna juga melakukan hal sama namun yang membedakan beliau dengan Bapak Sis adalah dalam memperoleh modal Ibu Risna menggunakan pinjaman modal koperasi lebih besar dibanding dengan modal sendiri dan menurut beliau hal ini dilakukan agar memotivasi dalam bekerja, seperti yang diungkapkan beliau ini: *“saya pakai modal lebih banyak pinjaman dari koperasi daripada pake modal sendiri, tujuannya kan biar gigih dalam jualannya, kan terus terbayang ini, tagihannya bulan ini berapam jadi penyemangatnya”*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa modal yang diperoleh oleh pelaku usaha tahu tempe masih mengandalkan modal sendiri yang dapat diartikan bahwa modal tersebut tentu sangat terbatas kecuali jika pendapatan sudah memadai maka pelaku usaha akan menginvestasikan kembali untuk dapat mengembangkan usahanya.

f. Kesejahteraan Karyawan

Dalam penyediaan tenaga kerja pihak industri tempe tahu melakukan rekrutmen karyawan dengan memberdayakan warga sekitar lokasi produksi. Namun tidak menutup kemungkinan untuk warga daerah sekitarnya. Untuk industri tempe pekerja diambil dari keluarga sendiri. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Imam:

“Pekerja dari daerah sini, tapi ada beberapa dari luar kecamatan Kuala dan keluarga sendiri”

Bapak Sis juga mengatakan bahwa karyawan berasal dari penduduk setempat:

“Kalau karyawan saya ambil dari penduduk sini dan keluarga sendiri”

Ibu Risna menyampaikan untuk penggunaan karyawan adalah menggunakan karyawan dari tetangga yang bertujuan memberdayakan warga sekitar, beliau mengatakan:” *karyawan saya adalah karyawan warga sini juga, kan biar warga sini tetap ada pekerjaan dan penghasilan, kalo gaji disesuaikan dengan omset penjualan per bulan”*

Semakin besar permintaan tentu akan memerlukan jumlah karyawan yang semakin banyak dan oleh sebab itu perlu cara penggajian yang tepat bagi usaha tahu tempe. Pemberian gaji atau upah diberikan kepada karyawan dalam bentuk uang yang disesuaikan dengan gaji yang diterima oleh karyawan usaha sejenis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha tahu tempe mengatakan bahwa pemberian gaji karyawan sesuai dengan apa yang mereka kerjakan. Menurut Bapak Imam dan Bapak Sis, Sistem yang digunakan untuk memperhitungkan besarnya upah menggunakan sistem upah prestasi (upah

potongan) yaitu besarnya balas karya langsung dikaitkan dengan prestasi kerja, karena besarnya upah tergantung dari banyak sedikitnya hasil yang dicapai dalam waktu tertentu.

“Kalau masalah penggajian kami gunakan sistem kesesuaian kemampuan karyawan dengan apa yang dikerjakannya, tapi jika pada waktu-waktu tertentu kami kasih tambahan karena penjualan yang meningkat, karena kami tidak bisa langsung patok gaji bulanan”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa gaji yang diberikan tidak berdasarkan bulanan melainkan hasil kerja. Ketersediaan dana yang mencukupi dalam suatu usaha merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan dapat menjalankan kegiatannya dengan lancar. Kecukupan dalam tersediannya dana dapat diartikan sebagai tidak kekurangan dalam setiap operasionalnya. Gaji karyawan merupakan modal usaha atau dana yang dibayarkan kepada karyawan sebagai imbalan sesuai apa yang telah dikerjakan. Dengan gaji tersebut karyawan mampu membiayai kehidupannya sendiri. Perhitungan gaji didasarkan pada seberapa banyak hasil dari pekerjaan yang telah dilakukan.

g. Konsultasi Dengan Para Ahli Dalam Pengembangan Usaha

Dalam pengembangan usaha tentu sangat diperlukan pandangan ahli tentang pengembangan atas usaha yang dilakukan, dan menurut Bapak Imam, Bapak Sis dan Ibu Risna bahwa pengembangan usaha yang mereka lakukan hanya saling berdiskusi dengan para pelaku usaha sejenis dalam asosiasi dan tidak menggunakan para ahli:

“Kami dalam mengembangkan usaha, saling diskusi dan tukar pikiran dengan sesama pengusaha tahu tempe dan enggak pake ahli dari universitas atau dari mana, cukup dari kami sesama anggota perkumpulan”.

Namun khusus Ibu Risna selain diskusi, Ibu Risna mencari di youtube artinya beliau sudah memanfaatkan media dan teknologi yang ada, seperti yang dikemukakan beliau: *“ selain diskusi sesama pedagang, saya juga cari di youtube, akan ada”*

Berdasarkan hasil wawancara ini diketahui bahwa pelaku usaha tidak menggunakan konsultan khusus dan hanya mengandalkan berbagi saran dari pengalaman sesama anggota asosiasi.

3. Dampak dan Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Tahu dan Tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat

Strategi proses memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah proses yang bisa menghasilkan produk yang dapat memenuhi keinginan pelanggan. Proses yang dipilih akan memiliki efek jangka panjang pada efisiensi dan fleksibilitas dari produksi. strategi proses adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi keluaran berupa barang atau jasa. strategi ini bertujuan untuk menemukan suatu cara memproduksi barang dan jasa yang memenuhi persyaratan dari pelanggan.

Didalam strategi proses pastinya terdapat proses produksi yang digunakan suatu perusahaan untuk menjalankan produksinya. Proses produksi sendiri

merupakan suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan, serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.

Strategi adalah proses manajerial untuk mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran, keahlian, sumberdaya serta peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memnuhi target laba pertumbuhan. Perencanaan strategis perusahaan harus melalui proses yang sistematis, terkoordinir, dan berkesinambungan.

Dengan adanya strategi yang telah dijabarkan diatas dapat memberikan dampak bagi perusahaan diantaranya:

- a. Meningkatnya volume penjualan, dikarenakan terus dikembangkannya kualitas produk baiuk dari segi kualitas tahu tempe, merek, dan proses penjualan. Dari strategi tersebut usaha mementingkan kepuasan konsumen sehingga diharapkan konsumen membeli kembali di lain waktu.
- b. Bertambahnya kebutuhan tenaga kerja, dari meningkatnya volume penjualan produk tahu tempe sehingga produksi suatu barang juga bertambah. Hal tersebut membuat usaha memerlukan penambahan tenaga kerja sehingga berdampak positif bagi lingkungan usaha disekitar dengan mengurangi angka pengangguran.

4. Kendala dan Solusi

a. Kendala

Kendala yang sering ditemui menurut Bapak Imam adalah kendala alat yang masih manual sehingga sangat membutuhkan waktu terutama tempe karena masa

fermentasi yang lebih lama dan selain itu kendala lain adalah masalah harga yang tidak dapat menetap hal ini tentu berhubungan dengan harga bahan baku, seperti yang dikemukakan oleh Bapak Imam:

“ Kendala kami itu, masalah alat produksi dan harga jual yang tidak menentu karena tergantung dengan harga bahan baku”, senada Bapak Sis juga mengemukakan *“ selama kami punya usaha ini, kendala yang paling terasa sebenarnya harga jual kami yang tidak bisa kami patok dengan harga yang sama dengan sebelumnya jarena itu dilihat dari harga bahan baku, abis alat kami juga terbatas”*.

Begitu juga Ibu Risna yang mengatakan bahwa kendala adalah alat produksi dan juga mengganti alat produksi harag tentu mahal dan akan berpengaruh kepada penjualan, sleain itu kendalai lain adalah sistem penjualan yang masih manual dan belum sepenuhnya menggunakan teknologi digital, seperti yang dikemukakan beliau: *“ kendala kami ya alat produksi yang mahal, habis itu kami belum sepenuhnya menggunakan cara pemesaran yang pake teknologi, kecuali whatsapp”*.

b. Solusi

Dalam mengatasi kendala tentu dibutuhkan solusi dan menurut Bapak Imam dan Sis bahwa cara mereka mengatasi kendala tersebut adalah dengan terus melakukan inovasi untuk alat produksinya dan agar harga tetap sama jika bahan baku sedang mahal adalah dengan memodifikasi atau merubah ukruan yangs eharusnya lebih besara dan akhirnya di perkecil, seperti yang diutarakan beliau:

Bapak Iman “ *Cara kami mengatasinya ya terus usaha untuk mencari alternative alat produksi yang paling baik, walaupun sampai sekarang belum ditemukan, tapi kami yakin itu bisa, nah kalo mengatasi harga bahan baku yang mahal terpaksa kami kecilkan ukurannya, biar kami tetap dapat untung*”, begitu juga Bapak Sis mengatakan : “*ya diubah ukurannya lebih kecil dari yang biasa, kalo harga bahan nanti sudah normal, baru kami kembalikan ke ukuran semula, yang penting jangan sampai bangkrutlah*”, hal senada dikemukakan oleh Ibu Risna bahwa “*Merubah ukuran tahu dan tempe, klo bahan lagi mahal tapi klo udh normal kami kembalikan seperti awal*”

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan atas penelitian yang dilakukan dengan judul Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Pada UKM Tahu Tempe Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat, yakni sebagai berikut:

1. Manajemen strategi yang dilakukan dalam meningkatkan produktifitas kerja pada usaha tahu dan tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat yakni dengan menggunakan karyawan warga sekitar, modal yang dipergunakan lebih cenderung modal sendiri, dan dalam pengembangan lebih banyak mendiskusikan dengan sesama pedagang.
2. Dampak dari manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja pada usaha tahu dan tempe di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat selain warga sekitar mendapatkan pengahsilan juga usaha tahu dan tempe dapat berkembang lebih banyak.
3. Belum menggunakan teknologi baik dalam pemasaran maupun proses produksi sehingga pengusaha tahu dan tempe mencari solusi dari hasil diskusi dengan sesama pengusaha dan jika bahan yang mahal dilakukan pengurangan ukuran.

B. Saran

1. Pemilik usaha harus terus mampu menghasilkan produk yang berkualitas sehingga konsumen tetap bertahan dan tidak berpindah ke produsen lain.
2. Pelaku usaha harus tetap fokus untuk menjalankan usaha meski banyak pesaing.
3. Pemilik usaha sebaiknya menyediakan pelayanan media online selain whatsapp untuk lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan.
4. Diharapkan pemilik usaha mampu terus mengembangkan strategi wirausaha untuk dapat meningkatkan produktifitas usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri,S.(2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aspan, H., Indrawan, M. I., & Wahyuni, E. S. The authority of active partners and passive partners in the company type of commanditaire vennootschap.
- Danang, S.(2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku. Seru.
- Cahyani, A. D. (2022). Demam Thypoid Pada Anak Di Ruang Hamka Rsu Pku Muhammadiyah Delanggu. *Motorik Jurnal Ilmu Kesehatan*, 17(1), 51-57.
- Fauzi,M.(2015). *Manajemen Strategik*, Semarang : CV. Karya Abadi Jaya
- Hasibuan. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, S. E., Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2021). Halal industry's response to a current and post-COVID-19 landscape and lessons from the past. *Journal of Islamic Marketing*.
- Joewono, H. (2012). *Strategy Management*. Jakarta: Arrbey.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nuryadin, A.(2012). *Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Laks Bang PRESSSSindo
- Nasution, M. Y., Soemitra, A., & Robain, W. (2021). Top Five Ranking of Sharia Financial Acades with the Potential of Fraud (Case Study of Three Sharia Commercial Banks) In North Sumatera. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 613-625.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmat.(2014). *Manajemen Strategik*, Bandung : CV Pustaka Setia
- Rivai,V *et.al.*(2012) *Islamic Business And Economic Ethics*.Jakarta: PT Bumi Aksara
- Rusiadi, N,S & Hidayat. R. (2015). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan. Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel*. Cetakan Kedua, Medan: USU Press
- Rianto, H., & Olivia, H. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(2), 291-299.

- Sutrisno, E.(2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Solihin,I.(2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- Sampurno.(2013).*Manajemen Strategik*.Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Saragih, M. G., & Astuti, D. (2021). Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 219-225.
- Taufiqurokman. (2016) *.Manajemen Strategi*. Jakarta: Universitas Mostopo Beragama
- Wahyuni, S., Mesra, B., Harianto, E., & Batubara, S. (2020). Optimalisasi Aplikasi Media Sosial Dalam Mendukung Promosi Wisata Geol Kepada Masyarakat Desa Pematang Serai. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 129-134.

JURNAL

- Ariani & Utomo, M,N.(2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*
- Arasy Alimudin, Dkk.(2018). Strategi peningkatan daya saing usaha mikro tempe nasabah lembaga keuangan mikro.*Jurnal Equilibrium*
- Hendra Mubaranto, Dkk.(2016). Strategi pengembangan industri kecil tahu di kabupaten Tegal. *Jurnal Manajmeen Pembangunan Daerah*
- Inayati,I.(2018). Strategi manajemen SDM, orientasi pasar, dan kinerja UKM. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*
- Nurhayati,N, Dkk.(2012). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu Di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat.*Jurnal Manajemen IKM*