BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UKM merupakan unit usaha yang mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak di Indonesia saat ini. Perkembangan daya saing UKM saat ini banyak dipengaruhi oleh berbagai factor seperti teknologi, keuangan, dan proses produksi, dan sumber yang paling penting yaitu karyawan dengan modal intelektual/asset, keterampilan, kreatifitas dan informasi. Perusahaan atau UKM yang memiliki modal karyawan dengan intelektual/aset yang besar maka akan semakin cepat UKM tersebut maju dan berkembang.

Sumber daya manusia merupakan penggerak sebuah usaha bisnis yang mampu memberikan kontribusi bagi setiap pelaku bisnis usaha kuliner kecil dan menengah Manajemen sumber daya manusia adalah tentang manajemen tenaga kerja atau karyawan suatu organisasi atau perusahaan. Tenaga kerja didapat melalui kegiatan rekrutmen, seleksi, penilaian dan kompensasi. Selanjutnya, tenaga kerja atau karyawan harus diatur dengan memberikan tugas dan tanggung jawab yang telah ditentukan dan komunikasi. Untuk memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkannya kegiatan pelatihan dan kegiatan pengembangan. (Widianingrum, 2015:18)

Kegiatan semacam itu dapat mempengaruhi kerja organisasi atau perusahaan. UKM sangat membutuhkan tenaga kerja atau

sumber daya yang memiliki pengetahuan dan keterampilan sehingga UKM harus melakukan tahap rekrutmen dan seleksi yang baik dan benar. Pada perusahaan UKM seorang manajemen sumber daya manusia harus mampu dikelolah dengan baik agar perusahaan tidak mengalami kebangrutan (Lazenka Popovic, 2013:72-73).

Tenaga kerja sumber daya yang melihat secara kuantitas sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup untuk saling bersaing dengan UKM lain atau perusahaan yang lebih besat lagi dalam satu unit bidang UKM yang sama. Salah satu unit bidang UKM yang sama. Sehingga, perusahaan UKM harus memiliki strategi perencanaan Sumber Daya Manusiaa untuk memperbaiki pengelolaan bisnis perusahaan UKM tersebut. Dengan pengelolaan SDM yang baik akan menciptakan pengelolaan bisnis yang baik hingga akhirnya akan mengakibatkan terciptanya daya saing yang berkualitas diantara bisnis UKM lain. (Lazenka Popovic, 2013:72-73).

Saat ini sumber daya manusia sangat berperan penting di sebuah organisasi atau pun pada bisnis usaha kuliner. Tenaga kerja mempunyai faktor dalam dalam mendorong kemajuan suatu bisnis usaha kuliner. Potensi yang ada dalam sumber daya manusia di suatu bisnis usaha kuliner yang berkualitas akan menghasilkan suatu aktivitas yang optimal, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi di sebuah bisnis usaha kuliner untuk memacu daya saing. Oleh sebab itu, setiap bisnis usaha kuliner memerlukan sumber daya

manusia yang berkualitas untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan usaha bisnis. (Lazenka Popovic, 2013:72-73).

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Disamping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah. (Griffin & Ebert, 2013:8).

Bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu usaha makanan dan minuman yang tergolong unggul dan memiliki potensi yang cukup baik untuk terus berkembang pesat.Pemanfaatan sumber daya alam juga semakin meningkat dengan berbagai fasilitas teknologi yang tersedia. Dalam hal ini termasuk persaingan bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah (UKM). Masyarakat Indonesia yang bertempat tinggal di kota-kota besar seperti di Kota Parepare semakin terbiasa dengan menu makanan dan minuman yang cepat saji dan praktis dalam proses konsumsinya. Pola tersebut maka bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah (Usaha Kecil Menengah) menjadi peluang yang menguntungkan bagi pelaku bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah (UKM)di Kota Parepare. Kekuatan yang mendasari strategi perkembangan bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah (UKM)di Kota Parepare adalah memori sejarah kebiasaan makan keluarga. Perkembangan bisnis kuliner

Usaha Kecil Menengah (UKM)cepat saji di Kota Parepare tercapai banyak keluarga memanfaatkan makan bersama di luar rumah sebagai salah satu rekreasi. (Griffin & Ebert, 2013:8).

Semakin banyaknya usaha yang berkembang, khususnya usaha bisnis kuliner, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagain besar usaha tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor strategi manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen. Dalam bidang pemasaran, kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual, atau sering disebut loyalitas pelanggan.

Bisnis yang secara mayoritas dikelolah dalam skala Usaha Kecil Menengah (UKM) ini, dihadapkan pada isu berkelanjutan usaha, dimana pergantian pemain yang sangat cepat. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian masyarakat. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, Usaha Kecil Menengah (UKM) juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan peluang lapangan kerja bagi masyarakat.

Seorang pebisnis harus mengetahui bagaimana agar usahanya itu berkembang dan sukses sesuai dengan tujuan yang diinginkannya. Seperti dengan memahami bagaimana strategi dalam bisnis dan bagaimana pengelolaan sumber daya manusia dalam bisnis kuliner.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mereka bisa bertahan (survive) sampai sekarang, dengan melihat strategi bisnis dan strategi pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) apa yang mereka lakukan, dan apakah ada keterkaitan antara strategi bisnis danstrategi pengelolaanSumber Daya Manusia (SDM)tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Bisnis Kuliner (Studi Pada Beberapa Usaha Kuliner Skala Kecil Dan Menengah) Di Kota Parepare**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pertanyaan atas permasalahan yang perlu ditindak lanjuti yang ditentukan secara sistematis teoritis dari latar belakang.

1. Bagaimana usaha bisa bertahan sampai sekarang dengan melihat strategi bisnis dan pengelolaan strategi Sumber Daya Manusia (SDM) apa yang mereka lakukan dalam bisnis kuliner skala kecil dan menengah di Kota Parepare?
2. Apakah ada keterkaitan antara strategi bisnis dan strategi pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam bisnis kuliner skala kecil dan menengah di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui usaha bisa bertahan sampai sekarang dengan melihat strategi bisnis dan strategi Sumber Daya Manusia apa yang mereka lakukan dalam bisnis kuliner skala kecil dan menenga di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui keterkaitan antara strategi bisnis dan pengelolaan strategi Sumber Daya Manusia dalam bisnis kuliner skala kecil dan menengah di Kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

   Penelitian ini merupakan studi awal dan menambah wawasan tentang strategi dan pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) pada bisnis kuliner studi Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam mengembangkan usahanya.
2. Manfaat Bagi Pelaku Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM). Pelaku bisnis sebagai masukan bagi Usaha Kecil Menegah (UKM) dalam mengembangkan usahanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah kebijaksanaan dalam mengelola sumber daya manusia yang ada pada suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan, yang termasuk dalam kegiatan manajemen sumber daya manusia dalam proses organisasi pendidikan adalah perencanaan, rekrutmen, seleksi, penempatan, pelatihan dan pengembangan. Menurut Marwansyah (2010:3) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah “proses untuk membantu organisasi dalam menjalankan upaya-upaya itu”. Manajemen Sumber Daya Manusia adalah organisasi yang efektif dan mampu menemukan, mendayagunakan, mempertahankan, dan mengembangkan manusia untuk mencapai hasil yang dicita-citakan”.

Yuniarsih dan Suwatno (2013:12) mendefinisikan Manajemen Sumber Daya Manusia adalah “Serangkaian kegiatan pengelolaan sumber daya manusia yang memusatkan kepada praktek dan kebijakan, serta fungsi-fungsi manajemen untuk mencapai tujuan organisasi”.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah kebijaksanaan dalam mengelola sumber daya manusia.

b. Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia

Peran manajemen sumber daya manusia menurut Hasibuan (2013:14) mengatur dan menetapkan program kepegawaian yang mencakup masalah-masalah sebagai berikut:

1) Menetapkan jumlah, kualitas, dan penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description, job specification, job requirement dan job evalution*.
2) Menetapkan penarikan, seleksi, dan penempatan karyawan berdasarkan *the right man and the right place and the right man in the right job*.
3) Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, dan pemberhentian.
4) Meramalkan penawaran dan permintaan sumber daya manusia pada masa yang akan datang.
5) Melaksanakan pendidikan, latihan, dan penilaian prestasi karyawan.
6) Mengatur mutasi karyawan baik vertikal maupun horizontal.

7) Mengatur pensiun, pemberhentian, dan pesangon.

Pendapat diatas menegaskan peranan manajemen sumber daya manusia diakui sangat menentukan terwujudnya tujuan, tetapi unsur untuk memimpin manusia sangat sulit dan rumit. Tenaga kerja manusia selain mampu, cakap, dan terampil, juga tidak kalah pentingnya kemauan dan kesungguhan mereka untuk bekerja dengan efektif dan efisien. Tujuan utama dari (MSDM) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi sumber daya manusia terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas organisasi yang bersangkutan.

Hal ini dapat dipahami bahwa semua kegiatan organisasi dalam mencapai misi dan tujuannya adalah tergantung kepada manusia yang mengelola organisasi itu. Oleh sebab itu sumber daya manusia tersebut harus dikelola sedemikian rupa sehingga berdaya guna dalam mencapai misi dan tujuan organisasi.

c. Fungsi-fungsi Sumber Daya Manusia.

Adapun fungsi-fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia MSDM) meliputi kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengisi posisi anggota organisasi dan mempertahankan kinerja yang tinggi. Sementara fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia menurut Bangun (2012:6) yaitu:

1) Pengadaan sumber daya,
2) Manusia,
3) Pengembangan,
4) Pemberian kompensasi, pengintegrasian dan
5) Pemeliharaan sumber daya manusia.

Dari beberapa fungsi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam strategi manajemen aktivitas yang harus dilakukan mulai dari tenaga pendidik dan kependidikan itu masuk kedalam organisasi pendidikan sampai akhirnya berhenti melalui proses perencanaan sumber daya manusia, perekrutan, seleksi, penempatan, pemberian kompensasi, penghargaan, pendidikan dan pengembangan dan pemberhentian.

d. Peningkatan kualitas Sumber daya manusia

Peningkatan kualitas (SDM) Sumber Daya Manusia menurut Ruhana (2012) dapat dilakukan melalui:

1) Jalur pendidikan formal yang bertujuan untuk membekali seseorang dengan dasar pengetahuan, teori, logika, pengetahuan umum, dan kemampuan analisis, serta pengembangan watak dan kepribadian.
2) Jalur latihan kerja yaitu meningkatkan kemampuan profesional dan mengutamakan praktek daripada teori.

3) Jalur pengalaman kerja yaitu seseorang dapat meningkatkan pengetahuan teknis maupun keterampilan kerjanya dengan mengamati orang lain, menirukan dan melakukannya sendiri tugas-tugas pekerjaan yang ditekuninya sehingga seseorang akan mahir dalam melakukan pekerjaannya dan dapat menemukan cara-cara yang lebih praktis, efisien dan lebih baik dalam melaksanakan pekerjaannya.

e. Strategi di Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Sondang P. Siagian, dalam buku Manajemen Stratejik halaman (2014:221) Manajemen Sumber Daya Manusia strategi adalah pendekatan untuk membuat keputusan pada skema dan rencana organisasi berkaitan dengan hubungan pekerjaan dan kebijakan serta pelaksanaan perekrutan, pelatihan, pengembangan, manajemen kinerja, imbalan dan hubungan karyawan.

Manajemen Sumber Daya Manusia strategi mengacu kepada arah organisasi secara keseluruhan yang ingin dituju dalam rangka mencapai sasaran organisasi melalui orang. Manajemen Sumber Daya Manusia strategik menyatakan, modal manusia merupakan sumber utama dari keunggulan kompetitif, dan dalam analisis dinyatakan bahwa oranglah yang menerapkan rencana strategi, maka manajemen

puncak harus benar-benar memperhitungkan pertimbangan utama ini dalam mengembangkan strategi korporasi.

Karena manusia merupakan unsur terpenting yang menentukan berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuan dan mengemban misinya. Oleh karena itu, strategi di bidang manajemen sumber daya manusia harus tergambar dengan jelas segala bentuk dan jenis langkah yang harusdiambil. Seluruh kegiatan manajemen sumber daya manusia berkisar pada pengadaaan, penggunaan dan pemeliharaan sumber daya manusia sedemikian rupa sehingga mendukung penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Penyelenggaraan seluruh kegiatan manajemen sumber daya manusia perlu didasarkan pada suatu sistem informasi sumber daya manusia yang handal. Masukan dalam menciptakan sistem informasi dimaksud berasal dari: klasifikasi jabatan yang lengkap, analisis pekerjaan, deskripsi tugas, spesifikasi pekerjaan, dan standar mutu hasil pekerjaan.

Menurut Amirullah dan Imam Hardjanto dalam bukul Pengantar Bisnishalaman (2004:158-159). Persoalan penting dalam kaitannya dengan proses manajemen sumber daya manusia itu menyangkut:

1) penarikan tenaga kerja yang berkualitas, mengelola perencanaan, rekrutmen, dan seleksi tenaga kerja,
2) mengembangkan tenaga kerja yang berkualitas, mengelola orientasi, pelatihan dan pengembangan, serta perencanaan dan pengembangan karir pegawai,
3) mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas, mengelola penahanan dan pergantian, penilaian kinerja, kompensasi dan benefit, dan hubungan tenaga kerja dan manajemen.

f. Adapun proses manajemen SDM terdiri dari:

1) Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan sumber daya manusia merupakan proses di mana manajer menjamin bahwa perusahaan memiliki jumlah dan jenis tenaga yang tepat di tempat-tempat yang tepat, dan pada saat yang tepat, yang memiliki kemampuan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang akan menolong perusahaan tersebut mencapai sasaran-sasaran secara keseluruhan secara efektif dan efisien.

Inti dari perencanaan sumber daya manusia adalah menentukan jumlah dan kualitas tenaga sesuai dengan kebutuhan perusahaan baik di masa sekarang maupun masa depan. Kesalahan dalam menentukan jumlah dan

kualitas tenaga kerja akan dapat mempengaruhi kinerja dari bagian-bagian yang lain dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat menurunkan prestasi kerja perusahaan secara keseluruhan (*corporate performance*).

Agar pemenuhan jumlah dan kualitas tenaga kerja dapat tercapai, maka proses perencanaan harus diarahkan pada tujuan utama dari perencanaan itu sendiri. Terdapat tiga macam tujuan yang ingin dicapai dalam perencanaan SDM, yaitu:

2) menjamin adanya jumlah dan kualitas SDM sesuai dengan waktu yang dibutuhkan,
3) dapat meningkatkan pendayagunaan SDM, dan
4) Meningkatkan SDM dan memberikan kepuasan kerja.Timbulnya permintaan organisasi atas tenaga kerja baru dapat timbul karena berbagai sebab seperti karena promosi bagi tenaga kerja tertentu, ada karyawan yang pindah, ada karyawan yang memasuki usia pensiun, ada karyawan yang dihentikan tidak atas permintaan sendiri karena dikenakan sanksi disipilin organisasi, ada karyawan yang meninggal, perluasan kegiatan organisasi, karena tuntutan strategi baru yang dianut oleh perusahaan dan berbagai fakor penyebab

lainnya. Agar perencanaan tenaga kerja terselenggara dengan baik, dalam strategi yang menyangkut manajemen sumber daya manusia, penawaran tenaga kerja oleh berbagai sumber pun harus diidentifikasi dengan tepat.

5) Perekrutan Pegawai Penarikan tenaga kerja merupakan suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tambahan tenaga kerja melalui beberapa tahapan yang mencakup identifikasi dan evaluasi sumber-sumber penarikan tenaga kerja, menentukan kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan, proses seleksi, penempatan, dan orientasi tenaga kerja. Penarikan tenaga kerja bertujuan menyediakan tenagakerja yang cukup agar manajer dapat memilih karyawan yang memenuhi kualifikasi yang mereka perlukan.

2. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Fred R. David (2011:24) mendefinisikan manajemen strategis sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana dalam definisi tersebut, manajemen strategis

terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Menurut Irham Fahmi (2017:2) manajamen strategis merupakan suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan bebagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau sustainable termasuk dari segi profit yang stabil. Profit yang stabil dipengaruhi oleh stabilitas penjualan yang terus menerus pertumbuhan (*constant growth*).

Dengan perkataan lain strategi manajemen dimaksudkan agar organisasi menjadi satuan yang mampu menampilkan kinerja tinggi karena organisasi yang berhasil adalah organisasi yang tingkat efektivitas dan produktivitasnya makin lama makin tinggi. Hanya dengan demikianlah tujuan dan berbagai sasarannya dapat tercapai dengan hasil yang memuaskan.

3. Strategi Bisnis.

   a. Pengertian Strategi bisnis

      Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. Variabel ini diukur dengan 3 dimensi yaitu: differentiation, low cost, dan focus strategy.

      Perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah mengakibatkan perusahaan-perusahaan yang ada untuk berupaya menyesuaikan strateginya dengan perubahan tersebut. Strategi yang baik adalah strategi yang mampu untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan lingkungan bisnis yang terjadi untuk meraih keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing hanya dapat diraih melalui upaya curah-gagas tentang desain dan strategi yang terus menerus untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus (sustainable competitive advantages).

Dengan begitu, perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan baru.

Para ahli perencana strategi percaya bahwa filosofi umum yang menggambarkan bisnis atau usaha perusahaan tercermin pada misi yang harus dapat diterjemahkan pada pernyataan dalam strategi bisnis yang ditetapkan. Perencanaan strategi menyatakan bahwa strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generik yaitu mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall cost leadership) dalam industri, mengejar untuk menciptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (differentiation) dan mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri.

Evaluasi kinerja yang efisien dan efektif maka dibutuhkan pengelolaan (manajemen) terhadap strategi-strategi evaluasi kinerja yang sesuai dengan karaktersitik usaha yang bersangkutan. Manajemen strategi sebagai sekumpulan keputusan dan kegiatan dalam memformulasikan dan mengimplementasikan rencana yang dirancang dalam mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategi biasanya dihubungkan dengan pendekatan

manajemen yang integrative yang mengedepankan secara bersama-sama seluruh elemen, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian sebuah strategi bisnis.

Manajemen strategi bertujuan untuk mengidentifikasi mengapa dalam persaingan beberapa perusahaan bisa sukses sementara sebagian lainnya mengalami kegagalan. Peran manajemen strategi adalah trendwatching dan invisioning, penerjemahan visi dan strategi ke dalam rencana tindakan, dan pengelolaan sumberdaya untuk mewujudkan visi organisasi, melalui pendekatan yang bersifat holistik dan sistemik.

Alasan akan perlunya pendekatan sistem dalam pelaksanaan manajemen strategi adalah untuk menghadapi lingkungan bisnis yang kompleks dan turbulen, perencanaan dan implementasi rencana membutuhkan konsensus, dan keluaran suatu organisasi bersifat maya dan tidak terstruktur. Adapun proses manajemen strategi diawali oleh pengamatan lerhadap lingkungan eksternal dan internal perusahaan, dilanjutkan dengan formulasi strategi, implementasi strategi, serta diakhiri oleh evaluasi dan pengendalian.

Dimensi Strategi bisnis Tiga dimensi strategi menurut Miller adalah kepemimpinan biaya, diferensiasi marketing dan diferensiasi inovasi. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa dimensidimensi ini sesuai dan mempunyai hubungan erat. Perencanaan strategi bahwa strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generik yaitu:

1) Mengejar untuk mencapai biaya rendah (*overall Cost Leadership*) dalam industri. Untuk pengendalian biaya dalam overall cost leadership dilakukan efesiensi biaya yang dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya overhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya.

   strategi orientasi internal dimana perusahaan berkonsentrasi pada efisiensi produk dan pengendalian biaya dalam upaya memperoleh biaya produksi yang paling rendah dibandingkan dengan pesaing. *Cost leadership* dilakukan dengan cara efesiensi biaya yang secara spesifik dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya overhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, *service*, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya.

Efisiensi biaya juga dapat dilakukan dengan meminimalisasi biaya inovasi dengan tujuan mempertahankan pelanggan yang rentan terhadap perubahan harga produk.

2) Mengejar untuk mencaiptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (*differentiation*). Differensiasi dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus, service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik.

Keunggulan dalam menggunakan differensiasi selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap produk pengganti juga tinggi. Diferensiasi pemasaran dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus,service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan diferensiasi pemasaran selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk diferensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap

produk pengganti juga tinggi. Hal tersebut dipandang sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Memfokuskan (focusting) pada biaya atau diferensiasi. Strategi focus didasarkan pada usaha memenuhi kebutuhan khususnya dari pelanggan, dengan lini produk yang sedikit. Merupakan kegiatan didalam perusahaan yang meliputi kreatifitas dalam pengembangan produk, penerapan teknologi baru dan desain kualitas.

4. Manajemen Bisnis

a. Pengertian Manajemen Bisnis

Walaupun para peneliti memiliki pemikiran yang berbeda di dalam menetapkan berbagai atribut dari efektivitas managerial, tetapi pada dasarnya terdapat tiga komponen penting, yaitu perilaku yang sesuai, motivasi dan kemampuan (*skill*). Pada penelitian ini lebih dikhususkan pada kemampuan manajemen.

Setiap usaha atau perusahan baik kecil atau berskala besar dalam pengelolaannya untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien penerapan prinsip-prinsip manajemen sangat diperlukan, peranan pimpinan atau pemilik usaha

untuk memahami dan mampu menjalankan fungsi-fungsi utama manajemen menjadi hal yang utama bagi keberhasilan usaha di masa mendatang.

b. Indikator Manajemen Bisnis Dalam penelitian manajemen bisnis diukur dengan menggunakan sepuluh indikator, yaitu:

1) Komunikasi verbal (*verbal communication*).
2) Mengatur waktu dan tekanan (*managing time and stress*).
3) Mengatur keputusan individu (*managing individual decisions).*
4) Mengenali, menetapkan dan memecahkan permasalahan (*recognizing, defining, and solving problems*).
5) Memotivasi dan mempengaruhi orang lain (*motivating and influencing others*).
6) Pendelegasian (*delegating).*
7) Menentukan tujuan dan mengartikulasikan visi (*setting goals and articulating a vision*).
8) Kesadaran diri (se*lf-awareness*).
9) Membangun tim (*team building*).
10) Mengatur konflik (*managing conflict*)

5. Usaha Kecil dan Menengah

   a. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

      Usaha Kecil dan Menengahdijelaskan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UURI 2008) yaitu: 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 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 maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan memenuhi kriteria.

   b. Klarisifikasi dan ciri-ciri Usaha Kecil Menengah (UKM) Klarifikasi dalam perspektif perkembangannya, Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat diklarifikasikan menjadi empat kelompok yaitu: (Partomo, Ekonomi Skala Keci hal. 25)

1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah(UKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal. Di Indonesia jumlah Usaha Kecil Menengah(UKM) kategori ini sangat besar.
2) *Micro enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) ini di Indonesia juga cukup besar.
3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. Banyak pengusaha skala menengah dan besar yang tadinya berasal dari kategori ini. Jika dididik dan dilatih dengan baik maka sebagian dari Usaha Kecil Menengah (UKM)kategori ini akan masuk ke kategori empat. Jumlah kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) ini jauh lebih kecil dari jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang masuk kategori satu dan dua.

4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB). Kelompok ini jumlahnya juga lebih sedikit dari Usaha Kecil Menengah (UKM) kategori satu dan dua.

c. Ciri – Ciri Usaha Kecil Menengah (UKM)

1) Bahan baku mudah diperoleh.
2) Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi.
3) Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun.
4) Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
5) Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor.
6) Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

d. Keunggulan Usaha Kecil Menengah (UKM)

Beberapa keunggulan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut:

1) Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
3) Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
4) Fleksibelitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
5) Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul dalam penelitian ini yaitu " strategi manajemen sumber daya manusia pada bisnis kuliner (studi pada beberapa usaha kuliner skala kecil dan menegah) di kota parepare", sebagai berikut:

1. Rita Januwarti dan Eddy Poernomo (2014) dalam judulnya Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga "Cindy" Di Jl. Kayoon Utara No.12 Gentengkali – Surabaya Dalam mengembangkan usahanya strategi yang

digunakan difokuskan kepada pemasaran, produksi, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan keuangan.

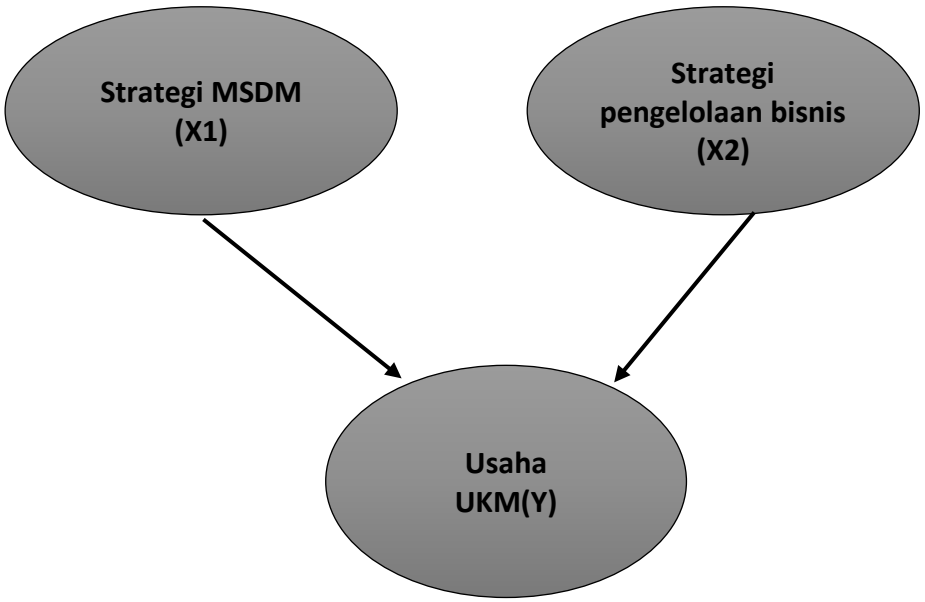
2. Ayie Eva Yuliana (2013) dalam judulnya Strategi Pengemban gan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen" Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industry kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang utamanya adalah perkembangan teknologi yang semakin modern dan ancaman utamanya adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit.
3. Nurul Hidayati (2011) dalam judulnya Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Mengembangkan Usahanya (Study Pada Industri Ikat Tenun Di Parengan Kecamatan MaduranLamongan). Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa dalam strategi produksi dalam bidang kerajinan tenun ikat tidak jauh berbeda yaitu dengan di ferensiasi produk dalam hal bentuk maupun jenisnya.
4. Soni Supriatna Dan Mimin Aminah (2014) dalam judulnya Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee RancabaliCiwidey Bandung). Faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Careuh Coffee adalah Kondisi Finansial

Perusahaan, Sumber Daya Manusia, Sikap Konsumen, Teknologi Informasi dan Lokasi.

5. Elisabeth Ratih Pratiwi (2016) dalam judulnya “Analisis Strategi Bisnis Dalam Menghadapi Persaingan (Studi pada Siantar Hotel, Pematang Siantar)”. Penelitian menggunakan teknik analisis SWOT dengan hasil analisis yang diperoleh bahwa Siantar Hotel berada pada kuadran, posisi ini menandakan Siantar Hotel adalah perusahaan yang kuat dan berpeluang.

C. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan pada bisnis kuliner (studi pada beberapa usaha kuliner skala kecil dan menengah) di Kota Parepare, dengan pertimbangan bahwa peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai strategi manajemen sumber daya manusia pada usaha bisnis yang dilakukan pada pelaku bisnis sehingga mampu bertahan dalam waktu jangka panjang dalam strategi MSDM dan di Kota Parepare juga terkenal dengan usaha kulinernya.

2. Waktu

Waktu yang di butuhkan dalam penelitian ini berlangsung tiga bulan mulai pada tanggal 14 Juni 2021 sampai dengan pada tanggal 14 September 2021 melalui surat izin yang akan nantinya dikeluarkan.

B. Informasi

Informasi adalahobjek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk memberikan informasi terkait penelitiian yang ingin dilakukan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Informasi dalam Subjek penelitian ini adalah yang dituju untuk diteliti atau diharapkan untuk informasinya mengenai hal-hal yang berkaitan

dengan masalah yang diteliti. Subjek dalam penelitian ini atau seseorang yang memberikan informasi terkait judul penelitian adalah strategi manajemen sumber daya manusia pada bisnis kuliner (studi pada beberapa usaha kuliner skala kecil dan menengah), adapun seseorang yang memberikan informasi atau disebut juga informasi terdiri dari enam pemilik bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Parepare selaku pemilik usaha beserta seluruh karyawannya. Sedangkan, objek dalam penelitian ini adalah variabel yang diteliti oleh penulis. Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) pada bisnis kuliner diKota Parepare.

Yang diambil dari enam pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) ini sesuai dengan metode yang berlaku sehingga betul-betul representatif. Informasi sebagai responden dalam penelitian ini adalah enam dari pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Parepare yang memiliki jangka usaha yang bertahan lebih dari tiga tahun dengan strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang digunakan dalam usahanya dari yang telah melalui tahap seleksi untuk dijadikan responden yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

C. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih peneliti yaitu strategi manajemen sumber daya manusia pada bisnis kuliner (studi pada beberapa usaha kuliner skala kecil dan menengah) di Kota Parepare maka peneliti mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Variable Bebas (independent variable)

   Variable bebas (X) variable ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, abtecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). (Sugiyono, 2016 :39).

2. Variable Terikat (Dependent variable)

   Variable terikat adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2016 : 39). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti

adalah strategi MSDM yang digunakan pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kuliner dalam jangka waktu yang panjang.

Ada dua variabel dalam penelitian ini yaitu Strategi MSDM sebagai variabel bebas atau variabel X dan Usaha Bisnis sebagai variabel terikat atau variabel Y.

Variabel (X) atau variabel bebas akan diteliti pengaruhnya terhadap variabel (Y) atau variabel terikat. Sedangkan variabel (Y) akan diteliti apakah mendapat pengaruh dari variabel bebas.

Pendapat diatas memberikan gambaran bahwa definisi operasional variabel penelitian tidak dapat diabaikan karena mempengaruhi hasil penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dalam penelitian ini akan dikemukakan definisi operasional variabel sebagai berikut.

a. Menurut Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
b. Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).

D. Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Terdapat banyak teknik pengumpulan data, tetapi teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik penelitian yang paling sosiologis darisemua teknik-teknik penelitian sosial. Dikatakan paling sosiologis karenapeneliti langsung berinteraksi dengan informan. Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara terhadap sejumlah informan yangdianggap mampu memberikan informasi yang terkait dengan penelitian. Namun sebelum mengumpulkan data dengan wawancara, peneliti terlebihdahulu menyusun format atau pedoman wawancara sebagai alat atauinstrumen agar kegiatan wawancara lebih terarah dan tidak kaku.

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan pada bisnis kuliner di Kota Pare-Pare. Wawancara secara mendalam (indepthinterview) dilakukan untuk mengeksplorasi strategi

bisnis, strategi SDM yang dilakukan pada saat ini dan keterkaitan di antara keduanya. Selain itu, wawancara dilakukan kepada masing-masing bisnis untuk mengkonfirmasi informasi yang diperoleh, hasil menunjukkan bahwa secara mayoritas, para pelaku bisnis kuliner UKM dalam penelitian ini melakukan strategi bisnis bertahan (defender) dan strategi SDM penganalisa. Untuk keterkaitan strategi, secara mayoritas praktik strategi bisnis dan strategi SDM mereka memiliki keterkaitan.

2. Observasi

   Observasi adalah cara pengumpulan data melalui proses pencatatan atau pengamatan pada beberapa bisnis usaha kuliner di Kota Parepare, secara langsung untuk mengetahui secara pasti keadaannya. Dalam melakukan observasi peneliti sangat bergantung pada kekuatan indra seperti mata dan telinga untuk mengamati dan mendengar kenyataan di lapangan atau kejadian yang sistematik tampa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang di teliti.

3. Dokumentasi

   Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang suda berlalu baik tulisan, gambar atau kegiatan dari seseorang. Dokumentasi sebagai pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualiatatif. Metode dokumentasi adalah pengumpulan

bukti-bukti dan keterangan-keteranagan seperti kutipan-kutipan dari surat kabar, gambar-gambar dan sebagianya.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan menggunakan metode tersebut tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, akan tetapi menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (naturalistis setting).

Penelitian Deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang bersadarkan data-data, maka peneliti juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi data. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Peneliti hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mecatat dalam buku observasi. Dengan suasana alamiah dimaksudkan bahwa peneliti terjun ke lapangan. Peneliti tidak berusaha memanipulasikan variabel. Karena kehadirannya mungkin mempengaruhi perilaku gejala, peneliti berusaha memperkecil pengaruh ini.

Penelitian Deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintesis). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organusasi. Penelitian seperti ini memerlukan

kualifikasi yang memadai. Pertama, peneliti harus memiliki sifat reseptif. Peneliti harus selalu mencari bukan menguji. Kedua, peneliti harus memiliki kekuatan integratif, kekuatan untuk memadukan berbagai macam informasi yang diterimanya menjadi satu kesatuan penafsiran.

a. Sumber Data

Sumber Data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data Primer adalah data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli. Atau tersebut diperoleh dari pihak pelaku bisnis kuliner melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan informan di beberapa kecamatan yang ada di Kota Parepare. Adapun informan pada penelitian ini yaitu pemilik bisnis beserta karyawannya dan melalui catatan tertulis dari proses wawancara tersebut.
2) Data Sekunder adalah data yang sudah diterbitkan atau digunakan pihak lain. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur, dan website yang menunjang penelitian.Selain

data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data Metode analisis yang dianggap relevan dengan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mengadakan analisis data secara induktif dan bersifat deskriptif dengan mengungkapkan fakta yang ada di lapangan, untuk memberikan gambaran tentang permasalah yang dibahas dalam penelitian serta dikembangkan berdasarkan teori yang ada.

Dalam penelitian ini data menjadi amat sangat penting, sedangkan teori akan dibangun berdasarkan temuan data di lapangan. Data merupakan segalanya yang dapat memecahkan semua masalah penelitian. Proses analisis data penelitian ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan dan dokumnetasi. Penggunanaan metode penelitian ini dimaksudkan bahwa data yang diperlukan dalam penelitian ini bersifat kualitatif karena untuk menemukan apa yang diinginkan oleh penulis pengelolaan data dan selanjutnya diinterpretasikan dalam bentuk konsep yang dapat

mendukung objek pembahasan dengan menarik seluruh kesimpulan.

Adapun metode yang dipakai dalam megolah data dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul, akan tetapi pengolahan data dapat dilakukan ketika sedang mengumpulkan data. Dalam mengolah data tersebut digunakan analisis induktif, dimana silogisme dibangun berdasarkan pada hal-hal khusus atau data di lapangan dan berakhir pada hal-hal yang bersifat umum. Dengan demikian, pendekatan ini menggunakan logika berpikir piramida duduk. Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya, menyususn kedalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat di pahami dan dapat di inpormasikan kepada orang lain.

Dalam proses analisis data, penelitian mengunakan analisis deskripsi denga memaparkan data-data yang berhubungan dengan strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)pada usaha bisnis kuliner di Kota Parepare. Data-data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Yang dimaksud dengan kualitatif adalah metode analisa data yang di kelompokan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut

kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga di peroleh jawaban atas perasalahan yang di ajukan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Usaha Kecil dan Menengah (UMK)

Derdasarkan uud 1945 yang telah diamandemenkan, khususnya pasar 33 tentang perekonomian nasional dan kesejahteraan social. Pemberdayaan terhadap umk di Indonesia merupakan implementasi tentang demokrasi ekonomi. Pada ayat 4 dipertegas bahwa perekonomian nasional di selenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, kemandirian, efesiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Sejarah menunjukkan bahwa gagasan dan pemikiran membangun ekonomi nasional berlandaskan demokrasi ekonomi dan berpihak kepada kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) telah lama menjadi agenda pembangunan ekonomi nasional. Hal tersebut diperkuat oleh undang-undang nomor 20 tahun 2008. Pada pasal 5 dijelaskan bahwa salah satu tujuan pemberdayaanusaha kecil dan menengah(UKM) adalah mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang sangat besar dalam menggerakan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus memjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Kementerian koperasi danusaha kecil dan menengah (UKM), 2010: 1 pada pasal 5, undang-undang nomor 20 tahun 2008 menjelaskan juga bahwa salah satu tujuan pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM) adalah meningkatkan peran usaha kecil dan menengah (UKM) dalam pembangunan daerah , penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

2. Perkembangan Usaha kecil dan menengah (UKM)

Kajian depertemen Koperasi dan usaha kecil dan menengah (UKM) tahun 2006 mengatakan bahwa, dalam pembangunan ekonomi di Indonesia usaha kecil dan menengah (UKM) selalu di gambarkan sebagai sector yang mempunyai peran penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan disektor tradisional dan moderen, baik dalam usaha kecil maupun usaha menengah.

Peranan usaha tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelolah oleh dua depertemen yaitu Departemen Perindustrian

dan perdagangan, serta serta Depertemen Koperasi danusaha kecil dan menengah(UKM).Perkambangan UKM Tahun 2010-2011 2010 2011 Pdb 1282.6 T 1369.3 T Investasi 247.1 T 260.9 T Unit usaha 53.823.732 55.206.444 Penyerapan tenaga kerja 99.401.775 101.722.458 Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM 2012, diolah 64 Perkembangan jumlah UKM periode 2010-2011 mengalami peningkatan sebesar 2,57 persen yaitu dari 53.823.732 unit pada tahun 2010, menjadi 55.206.44 unit pada tahun 2011 dengan presentase sebesar 99,99 persen dari total pelaku usaha nasional tahun 2011.

Disisi lain, pada tahun 2010 nilai PDB atas harga konstan 2000, peran UKM tercatat sebesar Rp. 1.282,6 triliun atau 57,83 persen dari total PDB nasional. Pada tahun 2011 kontribusi UKM pada nilai PDB atas harga konstan 2000 sebesar Rp. 1.369,3 triliun atau 57,60 persen, meningkat sebesar Rp. 86,8 triliun atau 6,76 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, pada tahun 2010 peran UKM dalam pembentukan investasi nasional menurut harga konstan 2000 tercatat Rp. 247,1 triliun atau sebesar 48,34 persen dari total investasi nasional yang sebesar Rp. 511,2 triliun.

Sedangkan pada tahun 2011 peran UKM mengalami peningkatan sebesar Rp. 13,8 triliun atau 5,58 persen menjadi Rp. 260,9 triliun atau 49,11 persen dari total investasi nasional

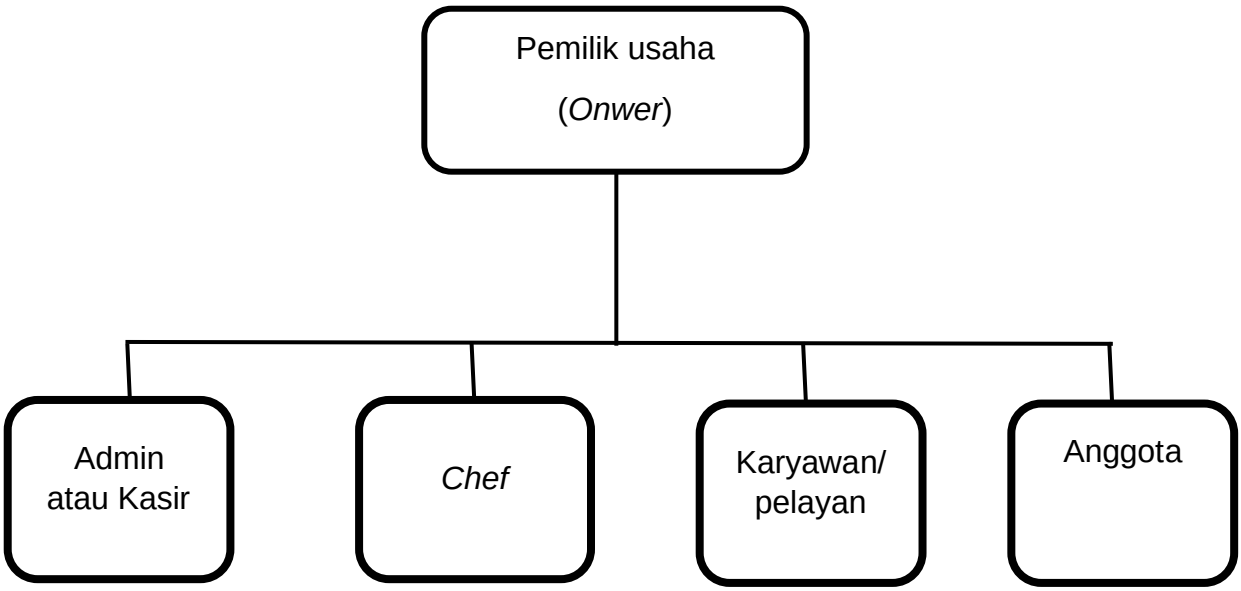
sebesar Rp. 531,3 triliun, sedangkan penyerapan tenaga kerja pada UKM setiap tahunya mengalami peningkatan, terlihat pada tahun 2010 jumlah tenaga kerja yang diserap UKM sebanyak 99.401.775 jiwa atau 97,22 persen dari total penyerapan tenaga kerja yang ada, kemudian meningkat pada tahun 2011 menjadi sebanyak 101.722.458 jiwa. UKM menyerap 97,24 persen dari total penyerapan tenaga kerja di Indonesia Kementerian Koperasi dan UKM, 2011: 7-20.

Usaha Kecil Menengah di Kota Parepare memakai struktur organisasi pendekatan tradisional, dimana dalam struktur organisasi ini pihak pemilik (owner) mempekerjakan orang lain (pegawai) dalam melakukan usahanya.

3. Struktur Organisasi Usaha Kecil Menengah

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Usaha Kecil Menengah



Keterangan:

Pemilik usaha (*Onwer*) :Pemilik Rumah Makan UKM owner/pemilik juga memegang seluruh keuangan sehingga divisi keuangan tidak ada.

Admin atau kasir : Menjalankan proses pembayaran dan pembayaran, melakukan pencatatan atas semua transaksi.

***Chef** :* Mengatur segala kegiatan di dapur, mengontrol kualitas bahan produksi, dan mengontrol kegiatan prduksi.

Karyawan/pelayan : Melayani para konsumen dan pelanggan tanpa membedakan.

Anggota : Membantu segala proses kegiatan proses di dapur.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis

Proses manajemen sumber daya manusia adalah segala proses yang berkaitan dengan upaya yang dilakukan dari mulai perencanaan sumber daya manusia, perekrutan, penempatan tenaga kerja, hingga pembinaan dan pengembangan tenaga kerja guna menempatkan dan tetap memelihara tenaga kerja pada posisi dan kualifikasi tertentu serta bertanggung jawab sesuai dengan persyaratan yang diberikan kepada tenaga kerja tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti telah melakukan kegiatan analisis pada beberapa bisnis usaha kuliner yang bertahan (survive) lebih dari tiga tahun, dengan melihat strategi bisnis dan strategi (SDM) Sumber Daya Manusia yang mereka lakukan dan keterkaitan antara strategi bisnis dan strategi (SDM) Sumber Daya Manusia di Kota Parepare. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan Manajemen SDM untuk UKM yang baik dan terarah.

1. Menyusun struktur organisasi UKM yang fleksibel**.** Saat UMKM mulai berkembang maka struktur organisasi mulai di sesuaikan melalui *key person* yang yang sesuai kompetensinya. Berikan *authority* agar mereka merasa bertanggung jawab dan memiliki loyalitas kepada perusahaan.

2. Mulailah proses seleksi dan rekrutmen anggota baru. Ketika sudah banyak bidang pekerjaan yang harus ditangani dan membutuhkan sejumlah karyawan baru, maka harus dilakukan proses seleksi dan rekrutmen. Lakukan seleksi dengan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan, *the right man on the right place*. Pilihlah calon karyawan yang berkualitas, mau belajar, bekerjasama dan berintegritas tinggi.
3. Membuat *Training* dan *Development* untuk peningkatan kapasitas karyawan. Program pelatihan dan pengembangan karyawan di jadwalkan secara berkala dengan kurikulum yang tepat guna. program ini dapat meningkatkan *skill, knowlegde* dan *attitude* para karyawan dan ukur kinerjanya dengan *Key Performance Indicator* (KPI). Dengan adanya pengetahuan yang bertambah maka diharapkan karyawan akan mampu menyelesaikan tugas dengan lebih baik dan dapat meningkatkan kinerja mereka.
4. Membuat Standars Operational Procedure (SOP), Work instruction (WI) yang dapat mensupport pengembangan bisnis. Skema *reward* dan *punishment* di buat secara proporsioanl untuk memperbesar kapasitas. Buatlah aturan-aturan yang jelas seperti jam operasional dan tata tertib yang mendorong perilaku profesioanal dan bertanggung jawab. Berikan apresiasi

terhadap karyawan yang berprestas dan berikan bimbingan kepada karyawan yang kurang berprestasi.

5. Membuat skema *salary & wages* sebagai upaya untuk mendukung kepuasan kinerja karyawan dimana menurut teori motivasi maslow bahwa pemenuhan kebutuhan dasar sebagai salah satu sarana untuk memotivasi karyawan. Dengan terpenuhinya kebutuhan pokok secara wajar maka membuat karyawan memiliki loyalitas dan performa kinerja yang *excellent* sehingga meningkatkan daya saing UMKM.
6. Lakukan evaluasi Manajemen SDM secara berkala *Plan, Do, Check* dan *Action* (PDCA) secara terus menerus. Evaluasi kinerja dilakukan untuk mengetahui performa setiap karyawan secara berkala, pelajari hasil kerja masing-masing karyawan dan dampaknya bagi pengembangan bisnis.

Dengan manajemen dan kualitas SDM yang baik dan penguasaan teknolgi informasi maka kinerja, loyalitas dan komitmen karyawan akan meningkat dan dapat membantu bisnis UKM agar terus berkembang. Hal tersebut merupakan salah satu hal penting untuk meningkatkan daya saing UKM memenangkan persaingan di era *digital* saat ini menjadi *market leader.*

Dimana peneliti telah memperoleh enam nama (UKM) usaha kecil dan menengah sebagai berikut :

Table 5.1
Hasil wawancara/observasi pada enam usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Parepare

No	Nama UKM	Hasil Wawancara
1.	**UKM Kuliner Istana Kanse (Jln. Sawi)**	**Sejarah UKM** ✓ Memulai usaha sejak tahun 2014, dan mempunyai dua cabang di jalan industry kecil dan satu di makassar. ✓ Menjual masakan aneka rumahan seperti nasi kanse **Pembagian Kerja** ✓ Jumlah karyawan ada 6 ✓ Masing-masing dibagi 3 untuk shif siang dan 3 untuk shif malam **Jadwal Beroperasi** ✓ Untuk membuka warung dan menutup warung biasanya dilakukan secara bergantian karena jam buka pada pukul 9 pagi dan tutup 3 subuh. **System Usaha yang diterapkan** ✓ Menyediakan nomor telepon bagi pelanggan yang ingin memesan online **Peluang** ✓ harga terjangkau ✓ Memiliki cita rasa yang khas ✓ Menu yang tersedia cukup banyak daripada menu sejenis yang berada didekat usahanya ✓ Banyak konsumen yang datang ke warungnya **Kendala** ✓ berdekatan dengan usaha yang sama persis dengan menunya ✓ Manajemen keuangan yang belum tertata
2.	**UKM Kuliner Warung bunda (Jln. Sawi)**	**Sejarah UKM** ✓ Memulai usaha sejak 2017 dan memiliki 2 cabang , merupakan usaha keluarga. **Pembagian Kerja** Memiliki karyawan dengan jumlah 4 orang, beserta pemilik UKM ibu dan

		anak juga ikut membatu **Jadwal Beroperasi** ✓ Waktu penjualan dari hari Senin hingga Minggu dimulai pukul 8 pagi hingga 4 Pagi. **System Usaha yang diterapkan** ✓ Menyediakan nomor telepon bagi pelanggan yang ingin memesan online **Peluang** ✓ Harga terjangkau ✓ Memiliki cita rasa yang khas **Kendala** ✓ Manajemen keuanga yang belum tertata ✓ Daftar menu masi kurang banyak ✓ Memiliki pesaing yang dekat dengan jenis usahanya
3.	**UKM Kuliner Warung sop saudara (Soreang)**	**Sejarah UKM** ✓ Membuka cabang sejak tahun 2019, dikelolah oleh pemilik UKM ✓ Membuka cabang karena memiliki usaha yang sama dengan orang tuanya **Pembagian Kerja** ✓ Dikelolah oleh pemilik UMK istri beserta suami dan 1 saudarahnya **Jadwal Beroperasi** ✓ Membuka warung pada pukul 8 pagi dan tutup sebelum magrib **System Usaha yang diterapkan** ✓ Mencantumkan nomor jika ingi memesan **Peluang** ✓ harga relatif murah ✓ Daftar menu sangat banyak ✓ Menyediakan varian lauk ✓ Kondisi lingkungannya mendukung ketika pemilik membuka usahanya ✓ Pesaing yang berada di dekat usahanya masi sangat kurang **Kendala** ✓ Tempat tidak rapi ✓ Tidak memiliki karyawan tambahan ✓ Jangka terbuka terbatas

		✓ Manajemen keuangan tidak tertata ✓ Tempat usahanya sangat biasa saja
4.	**UKM Kuliner Warung podomoro (Jln. Ahmad Yani Km3)**	**Sejarah UKM** ✓ Mulai membuka usaha sejak tahun 2015 **Pembagian Kerja** ✓ Dikelolah oleh pemilik usaha istri beserta suami dan memiliki 1 karyawan **Jadwal Beroperasi** ✓ Membuka usaha pada pukul 9 pagi dan tutup jam 9 malam **System Usaha yang diterapkan** ✓ Menyediakan nomor telepon bagi pelanggan yang ingin memesan online **Peluang** ✓ Memiliki ciri khas ✓ Daftar menu yang tersedia kebanyakan langan yang suka **Kendala** ✓ Manajemen keuangan yang belum tertata ✓ Jumlah pesaing yang cukup banyak
5.	**UKM Kuliner Warung putri (Jln. Ahmad Yani)**	**Sejarah UKM** ✓ Membangun usaha sejak tahun 1993, belum memiliki cabang **Pembagian Kerja** ✓ Terkait dengan pembagian kerja, pemilik Usaha melakukan pembagian kerja pada dua karyawannya juga sekaligus berperan ikut menjadi kasir. **Jadwal Beroperasi** ✓ Untuk membuka warung pada pukul 8 pagi dan tutup sampai dengan pukul 11 malam **System Usaha yang diterapkan** ✓ Menyediakan nomor telepon bagi pelanggan yang ingin memesan online **Peluang** ✓ Memiliki pelanggan tetap yang cukup banyak ✓ Menerima cetring **Kendala** ✓ Manajemen keuangan belum tertata
6.	**UKM Kuliner**	**Sejarah UKM**

	Mba nur (Soreang)	✓ Memulai usaha sejak tahun 2017, merupakan usaha keluarga. **Pembagian Kerja** ✓ Terkait dengan pembagian kerja, pemilik UKM melakukan pembagian kerja pada dua karyawannya dan melakukan shif siang dan malam **Jadwal Beroperasi** ✓ Untuk membuka warung pukul 10 pagi dan tutup jam 3 pagi **System Usaha yang diterapkan** ✓ Menyediakan nomor telepon bagi pelanggan yang ingin memesan online **Peluang** ✓ Memiliki cita rasa yang khas ✓ Jangka membuka warung cukup panjang **Kendala** ✓ Manajemen keuangan belum tertata ✓ Memiliki banyak pesaing yang sama dengan usahanya

Dari daftar table diatas maka peneliti akan mengambil beberapa pelaku Usaha Kecil Menengah(UKM) pada bisnis kuliner diKota Parepare sebagai responden dengan proses penyaringan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana penelitian yang dilakukan dengan memaparkan beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode diantaranya melakukan observasi, wawancara,dan dokumentasi di beberapa usaha bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah di Kota Parepare dimana peneliti akan

menggunakan metode wawancara dalam proses pengumpulan data.

Wawancara merupakan suatu metode penelitian yang paling efektif darisemua teknik-teknik penelitian. Dikatakan paling efektif karenapeneliti ini langsung berinteraksi dengan beberapa pemilik usaha bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah di Kota Parepare untuk mendapatkann informasi yang akurat. Dan dengan wawancaradapat mengumpulkandata secara terperinci dari sejumlah pemilik usaha bisnis kuliner Usaha Kecil Menengah di Kota Parepare yangmampu memberikan informasi yang terkait dengan penelitianini.

Dari proses wawancara yang dilakukan peneliti memberikan informasi terkait strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) pada bisnis kulinerdalam usaha jangka yang panjang.

Dari hasil penelitian atau wawancara yang dilakukan di beberapa Usaha Kecil Menengah kuliner di Kota Parepare, peneliti menemukan hasil mengenai strategi yang digunakan oleh enam pemilik Usaha Kecil Menengah. Hal ini dapat dilihat pada pemilik Usaha Kecil Menengah kuliner yang menggunakan 7P produk (*produc*), bauran harga (*price*), bauran lokasi usaha (*place*), baur promosi (*promotion*) bauran sumber daya manusia (*people*), bauran proses (*process*), dan bauran bentuk fisik (*physical evidence*).

Namun strategi yang lebih di tonjolkan pada enam pemilik UKM kuliner ini yaitu:

Pengambilan responden dilakukan dengan dua kali penyaringan untuk mengambil data informasi pada 6 pelaku usaha kecil dan menegah(UMK) pada bisnis kuliner di Kota Parepare yang memenuhi kriteria yang diinginkan penelitia untuk membantu mendapatkan data yang tepat. Bagaimana mereka bisa bertahan (survive) sampai sekarang, dengan melihat strategi bisnis dan stategi sumber daya manusia apa yang mereka lakukan dan melihat keterkaitan antara strategi bisnis dan strategi sumber daya manusia tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti akan melakukan beberapa metode penelitian untuk mendapatkan data yang akurat dari pemilik Usaha Kecil Menengah. Dan salah satu metode yang digunakan oleh peneliti yaitu melakukan proses wawancara untuk mendapatkan informasi yang akurat.

Dan beberapa pernyataan dari responden dalam proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Berdasarkan kutipan jawaban dari pemilik (UKM) usaha kecil dan menengah kuliner Istana Kansemengatakan bahwa "*strategi yang dilakukan dalam upaya pengembangan usahanya adalah pertama,memiliki karyawan dalam keahlian mengelolah cita rasa masakan itu sendiri, yang mana faktor cita rasa masakan dapat*

mempengaruhi minat konsumen untuk membeli, kedua, karyawan mampu menjaga kerapihan sehingga tempat kuliner usaha bersih, ketiga,karyawan mampu bersikap dan berperilaku sopan dan santun terhadap pelayanan konsumen, membuka warung 24 jam dan keempat,karyawan mampu melihat peluang dan kondisi masyarakat sehingga mampu mematok harga yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat".

Strategi manajemen sumber daya manusia adalah cara atau upaya yang dilakukan oleh seorang pimpinan untuk meningkatkan kemampuan tenaga kerja karyawan supaya bisa memberikan dampak positif bagi perusahaan. Cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kemampuan tenaga kerja karyawan adalah dengan cara memberikan pelatihan atau memberikan pendidikan kepada karyawan.

Berdasarkan kutipan jawaban dari pemilik (UKM) usaha kecil dan menengah kuliner Kanse Bunda mengatakan bahwa "*Saya akui bahwa pendapatan hasil penjualan dari usaha terakhir ini terjadi penurunan, terjadinya penurunan ini disebabkan karena banyaknya pesaing yang menjual jenis makanan yang sejenis. Meskipun demikian ada beberapa strategi yang dilakukan untuk pengembangan usaha dalam upaya peningkatan pendapatan. Strategi yang dilakukan untuk pengembangan usaha saya dengan memiliki karya yang kreatif dan inovatif sehingga dapat menambah*

modal, karena dengan menambah modal dapat menyediakan berbagai macam jenis menu tambahan seperti lauk, sehingga konsumen tidak jenuh dengan rasa yang sama".

Berdasarkan kutipan jawaban dari pemilik usaha kecil dan menengah kuliner warung Sop sodara mengatakan bahwa *"Strategi yang dilakukan dalam pengembangan usaha kecil menengah Kuliner Warung Sop Sodara ini yaitu dengan memiliki keahlian karyawan yang mampu mengelola bahan produk dengan inovatif sehingga dapat membuat variasi menu makanan juga varian lauk yang dapat di pesan secara terpisah, variasi menu ini menjadi daya tarik. Kemudian inovasi menu, inovasi dalam sajian yang terbuat dari daun pisang dibuat elegan dan tradisonal. Yang mampu menarik konsumen".*

Berdasarkan kutipan jawaban dari pemilik usaha kecil dan menengah kuliner Warung Podomoromengatakan bahwa "*Strategi yang dilakukan dalam pengembangan usaha kecil dan menengah Kuliner Warung Podomoro ini yaitu memiliki karywawan dalam mengelolah aneka produk dan keahlian dalam pemasaran produk dengan meningkatkan kualitas rasa masakan, pelayanan terhadap pelanggan yang lebih diutamakan, dan promosi lewat via online.*

Berdasarkan kutipan jawaban dari pemilik usaha kecil dan menengah kuliner Warung Putri mengatakan bahwa" *Strategi yang dilakukan dalam pengembangan usahanya yaitu memiliki karyawan*

ramah terhadap konsumen dengan kualitas makanan warung putri yang dijual, pelayanan terhadap pelanggan yang lebih diutamakan seperti ramah terhadap pelanggan/konsumen".

Berdasarkan kutipan jawaban dari pemilik usaha kecil dan menengah kuliner Warung Mbak Nur mengatakan bahwa *"Strategi yang saya gunakan dalam usaha saya adalah karyawan mampu melihat peluang seperti pemilihan lokasi usaha yang cukup ramai, seperti berada di samping pertamina. Yang mana setiap orang yang singgah dalam perjalanannya banyak yang singgah untuk membeli dan makan diwarung milik saya. Tetapi saya berkeinginan untuk membuka cabang".*

Data yang diperoleh dari pernyataan responden melalui proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui apakah penelitian ini diterima atau tidak. Dan dari pernyataan tersebut, dapat kita ketahui bahwa menggunakan strategi Sumber Daya Manusia (SDM) pada bisnis kuliner sangat dibutuhkan dalam menjalankan usaha agar dapat bertahan dengan jangka yang panjang dan keterkaitan antara strategi bisnis dan strategi Sumber Daya Manusia memiliki keterikatan yang sangat kuat.

C. Temuan Peneliti

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat diketahui bahwa tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau kejadian saat ini dengan menitikberatkan pada

gambaran yang lengkap tentang strategiManajemen Sumber Daya Manusia, strategi bisnis pada usaha bisnis kulinerUsaha Kecil dan Menengahyang dikaji secara merinci menjadi variabel-variabel yang saling terkait.

Pembahasan tersebut, peneliti telah melakukan proses wawancara kepada responden terpilih sebagai informan dalam pengambilan data yang akurat. Beberapa pertanyaan yang peneliti ajukan kepada responden sangat erat kaitannya dengan strategi MSDM pada bisnis (UKM)usaha kecil dan menegah kulinerdan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mereka bisa bertahan (survive) sampai sekarang, dengan melihat strategi bisnis dan stategi SDM apa yang mereka lakukan, dengan apakah ada keterkaitan antara strategi bisnis dan strategi SDM tersebut.

Pemilik UKM juga menekankan beberapa hal yang harus dimiliki oleh calon karyawan baru tersebut, yaitu :

1. Karyawan harus biasa mengolah produk,
2. Karyawan memiliki daya kreatif dan inovarif
3. Pekerjaan harus dilakukan dengan rapi
4. Berperilaku baik, sopa, jujur.
5. Mengutamakan kenyamanan konsumen

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti menemukan beberapa hal penting yang sangat di butuhkan dalam penelitian ini. Dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya tersebut

yaitu dilihat dari strategi di bidang produksi, strategi di bidang pemasaran, dan strategi di bidang keuangan.Adapun temuan-temuan itu adalah sebagai berikut:

1. Kriteria karyawan yang di gunakan adalah Jujur, Pekerja Keras, dam Disiplin dan mengutamakan yg memiliki pendidikan rendah dan niat bekerja tinggi.
2. Karyawan dan masing-masingnya mempunyai tugas yang berbeda. Sistem penggajian karyawannya adalah di sesuakan dengan cara kerja dan lama bekerja.
3. Dalam mempertahankan dan mengembangkan jumlah produksi setiap harinya, usaha ini sangat memperhatikan produknya, karena apabila produknya bagus, otomatis akan meningkatkan penjualan. Dalam bidang produksi menciptakan suatu produk dengan biaya yang efisien sesuai cita rasa masakan itu sendiri, yang mana faktor cita rasa masakan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli, kedua, tempat yang bersih, ketiga, pelayanan terhadap konsumen dan keempat, harga yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.
4. Terjadinya penurunan ini disebabkan karena banyaknya pesaing yang menjual jenis makanan yang sejenis.Dengan demikian ada beberapa strategi yang dilakukan untuk pengembangan usaha dalam upaya peningkatan pendapatan.menyediakan berbagai macam jenis menu

tambahan seperti lauk, sehingga konsumen tidak jenuh dengan rasa yang sama.

5. Strategi penjualan dengan membuat variasi menu dan inovasi menu sangat efektif karena menarik minat para pelanggan dengan inovasi menu yang disediakan.
6. Strategi dengan meningkatkan kualitas rasa makanan, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan membuat promosi dengan sistem online mampu membuat usaha dapat bertahan dengan jangka waktu yang panjang.
7. Strategi yang dilakukan dengan menjaga kualitas rasa makanan dan mengutamakan pelayanan pelanggan/konsumen mampu membuat usaha dapat bertahan dengan jangka waktu yang panjang.
8. Strategi dalam UKM mampu menentukan lokasi yang sangat strategis yang mampu membuat usaha bertahan dalam jangka yang panjang.

Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pelaku UKM kuliner dengan menggunakan strategi MSDM di Kota Parepare (informan), rata-rata pelaku UKM kuliner memiliki strategi untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik daan bertahan dalam waktu jangka panjang .Dengan demikian dapat diambil suatu intisari bahwa pelakasanaan pengembangan melalui strategi yang dilakukan adalah strategi yang berbeda antara satu dengan yang

lainnya. Namun dengan strategi yang dilakukan pada umumnya berhasil dan mendapatkan peningkatan penjualan bagi para pelaku UKM Di Kota parepare.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang strategi Manajemen Sumber Daya Manusia pada usaha bisnis kuliner (studi usaha kuliner skala kecil) di Kota Parepare, maka dapat beberapa diambil kesimpulan. Pemilik UKM juga menekankan beberapa hal yang harus dimiliki oleh calon karyawan baru tersebut yaitu Karyawan harus biasa mengolah produk, Karyawan memiliki daya kreatif dan inovarif, Pekerjaan harus dilakukan dengan rapi, Berperilaku baik, sopa, jujur dan Mengutamakan kenyamanan konsumen.

Strategi bisnis yang dilakukan oleh pemilik bisnis usaha kecil menengah dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya dilihat dari strategi di strategi di bidang manajemen sumber daya manusia bidang produksi, strategi di bidang pemasaran, yaitu Strategi di bidang manajemen sumber daya manusia pada pemilik Usha Kecil Menengahyang telah menjadi responden pada penelitian mempunyai beberapa karyawan yang direkrut dengan mengedepankan kerabat terlebih dahulu karena lebih mengerti dalam hal sikap dan kepribadiannya sehari-hari sehingga mudah untuk di pantau. Strategi di bidang produksi Strategi di bidang produksi yang dilakukan oleh usaha ini yaitu dengan memperhatikan kualitas.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut

1. Kepada para pemilik UKM agar memaksimalkan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen, sehingga menarik hati konsumen untuk membeli. Dan mampu membuat konsumen bertahan dan menjadi langganan.
2. Hendaknya makanan yang dijual lebih mengutamakan kualitas khas rasa makanan.
3. Untuk mengungguli promosi yang lebih baik dari para pelaku bisnis UKM lain disarankan bagi para Pemilik bisnis UKM untuk mengikuti trend promosi dengan menggunakan sarana media sosial (Sosmed).
4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya yakni penelitian mengenai Strategi MSDM pada bisnis yang dijalankaan dan menggunakan pendekatan lainnya agar bisnis dapat bertahan dengan jangka yang panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Resalawati, Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hal. 31.

Andi Sulfani, Efektivitas Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia, (Jurnal: Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Vol.2 No.2/April, 2018), 64.

Widianingrum, Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 18.

Amirullah & Imam Hardjanto, Pengantar Bisnis, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 161-166.

Bambang Murdaka Eka Jati & Tri Kuntoro Priyambodo, KEWIRAUSAHAAN Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Esakta, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), hlm. 316-317.

David, Fred R. 2004. Manajemen Strategis : Konsep-konsep. Jakarta: PT Indeks.

Dewi Diniaty, Agusrinal, Perancangan Strategi Pemasaran Padda Produk Ayaman Pandan, (Jurnal Sains, Teknologi dan Industri: Vol.11 No.2/Juni 2014).

Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM, (Jurnal Administrasi Bisnis: Vol.29 No.1/Desember 2015), 60.

Djoko Mudjono, Buku Pintar Koperasi Simpan Pinjam, Yogyakarta :2012, hlm. 17.

Edy Suandi Hamid dan Sri Susilo, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 2, No.1. 2011, hlm. 47.

Fahmi, Irham. 2014. Manajemen Strategis. Bandung: ALFABETA.

Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi, 2002), hlm. 5.

Febriansyah, Egi, dkk. 2015. Alternatif Usulan Perencanaan Proses Produksi Produk Pin Printer Epson (Studi Kasus di Laboratorium SSML), Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, No. 1 Vol. 03.

Gitosudarmo, Indriyo. 2003. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: BPFE.

Gibson yang dikutip dalam Sarinah dan Mardalena,

Pengantar Manajemen, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hal. 186.

Hamid, Edy Suandi & Sri, Susilo. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 2 No.1.

Hardjanto, Amirullah Imam. 2005. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hunger, J. David & Thomas Wheelen. 2003. Manajemen Strategis. Yogyakarta:

Andi.Ina Primiana, Menggerakan Sektor Riil UKM dan Industri, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 168.

Hadari Nawawi, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), hal. 42

Ida Farida, Achmad Tarmizi, & Yogi November, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online, (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis: Vol.1, No.1/Juni 2016),34

Ismai Solhin, Manajemen Strategik, Bandung : PT Gelora Aksara Pratama, hlm. 210.

J. Moleong, Lexy. 1998. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta.

Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty, Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 18.

Januarwati, Rita & Eddy Poernomo. 2014. Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga “Cindy” Di Jl. Kayoon Utara No.12 Gentengkali – Surabaya. Jurnal Bisnis Indonesia. Vol.5 No. 2.

J. David Hunger & Thomas Wheelen, Manajemen Strategis, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 24.

Longenecker, Justin, Carlos W. Moore, J. William Petty. 2001. Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat.

Manap, Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana media.

Muhammad, Bank Syari’ah (Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia), (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 118.

Mulyono dan Yumari, Strategi Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan Anggaran, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hal. 5

Pandji Anoraga, Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana 2010), hal. 32

Popovic Lazenka, “Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga “Cindy” Di Jl. Kayoon Utara No.12 Gentengkali – Surabaya”, Jurnal Bisnis Indonesia, Vol.5 No. 2 Oktober 2013, hlm. 72-73.

Rachmat, Manajemen Strategik, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014, hlm. 54.

Siska Maya, Strategik Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Guna Menghadapi Tantangan di Era Mea , (Jurnal: Ekonomika dan Manajemen Vol.6 No.2/Oktober 2017), 160.

Sri Nathasya Br Sitepu, “Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis Di Kota Surabaya”, Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan, Tahun 10. No. 1, April 2017, hlm. 40.

Eman Suherman, Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 56.

Sondang P. Siagian, Manajemen Stratejik, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 212.

Sunarto, MSDM Strategik, (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2005), hlm. 35.

Sondang P. Siagian, Manajemen Stratejik, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 221.

Sondang P. Siagian, Manajemen Stratejik, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 222.