

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Strategi Pengembangan

##### 1. Pengertian Strategi Pengembangan

Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos* yang artinya “*a general set of maneuvers cried out over come a enemy during combat*” yaitu semacam ilmunya para jenderal untuk memenangkan pertempuran.<sup>9</sup> Sedangkan dalam kamus Belanda-Indonesia, *strategis* berasal dari kata majemuk, yang artinya siasat perang, istilah strategi tersebut digunakan dalam kemiliteran sebagai usaha untuk mencapai kemenangan, sehingga dalam hal ini diperlukan taktik serta siasat yang baik dan benar (Koesoemah, 1993: 1388). Sedangkan menurut Umar (2011: 31) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competition*).

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau

---

<sup>9</sup> Dina Destari, “Peningkatan Kualitas Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Jurusan Tarbiyah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Samarinda Berbasis Akreditasi”, *Fenomena*, Vol.7 No.1, 2015, hal. 47

multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.<sup>10</sup>

Strategi memiliki hirarki tertentu. Pertama adalah strategi tingkat korporat. Strategi korporat, menggambarkan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai bidang usaha dalam sebuah organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa yang dihasilkan. Kedua adalah strategi tingkat unit usaha (bisnis). Strategi unit usaha biasanya menekankan pada usaha peningkatan daya saing organisasi dalam satu industri atau satu segmen industri yang dimasuki organisasi yang bersangkutan. Ketiga strategi tingkat fungsional. Strategi pada tingkat ini menciptakan kerangka kerja bagi untuk manajemen fungsional seperti produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan penelitian dan inovasi (*research and innovation*).<sup>11</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

Menurut Iskandar Wiryokusumo pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya atas prakarsa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat,

---

<sup>10</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hal. 14

<sup>11</sup> Diah Tuhfat Yoshida, *Arsitektur Strategik: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan dalam Dunia yang Senantiasa Berubah*, (Jakarta: PT Elex Komputindo Kelompok Gramedia, 2004), hal.

mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.<sup>12</sup>

Strategi pengembangan adalah usaha yang terencana dan berkelanjutan untuk menerapkan ilmu perilaku guna pengembangan system dengan menggunakan metode–metode refleksi dan analisis diri.<sup>13</sup> Strategi pengembangan adalah cara atau strategi yang digunakan oleh wadah atau tempat guna proses suatu perubahan berencana yang memerlukan dukungan semua pihak, antara lain pengelola dan karyawandengan perubahan–perubahan itu diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan suatu perusahaan, yang memerlukan usaha jangka pendek, menengah, dan panjang guna menghadapi perubahan yang akan terjadi pada masa mendatang.

## 2. Perumusan Strategi Pengembangan

Perumusan strategi sangat diperlukan setelah mengetahui sesuatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.

### a. Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar dan yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.

### b. Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya

---

<sup>12</sup> Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandilika, *Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan* (Jakarta: CV.Rajawali, 1982), hal. 93

<sup>13</sup> Umar Nimran, *Perilaku Organisasi*, (Surabaya: Citra Media, 1997), hal.109

diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

c. Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan bersaing.

d. Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya, yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsional yang diikutinya.<sup>14</sup>

Pengembangan suatu perusahaan dibutuhkan strategi yang efektif. Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan antara organisasi dengan pencapaiannya dari tujuan strategisnya.<sup>15</sup> Dengan mengimplementasikan strategi yang efektif maka alternatif strategi dapat dicapai sebuah lembaga tersebut dalam mencapai tujuannya.

Sebagian besar bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkat yang berbeda. Kedua tingkat tersebut memberikan kombinasi yang kaya dari berbagai pilihan strategi bagi organisasi.

---

<sup>14</sup> Ratna Dewi dan Meri Sandora, "Manajemen Analisis Strategi UIN Suska Riau Dalam Mempersiapkan Sarjana yang Siap Bersaing Menghadapi MEA", *Jurnal El-Riyasah*, Vol.10 No.1, 2019, hal.78-79

<sup>15</sup> Ricky W. Griffin, *Manajemen Jilid I*, alih bahasa Gina Gania, Ed. Wisnu ChandraKristiaji, (Jakarta: Erlangga, 2004), hal.226

a. Strategi Tingkat Bisnis (*Business Level Strategy*)

Strategi tingkat bisnis adalah serangkaian strategi alternatif yang dipilih organisasi pada saat organisasi tersebut berbisnis dalam suatu industri atau pasar tertentu. Alternatif semacam itu membantu organisasi untuk memfokuskan usaha persaingannya dalam setiap industri atau pasar tertentu.

b. Strategi Tingkat Korporasi (*Corporate Level Strategy*)

Strategi tingkat korporasi adalah serangkaian alternatif strategi yang dipilih organisasi pada saat organisasi mengelola operasinya secara simultan di beberapa industri atau di beberapa pasar (mengembangkan suatu strategi yang sifatnya menyeluruh).

3. Pengelompokan Strategi

Strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:

a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.<sup>16</sup>

## B. Produktivitas

### 1. Pengertian Produktivitas

Setiap organisasi baik berbentuk perusahaan maupun lainnya akan selalu berupaya agar para anggota atau pekerja yang terlihat dalam kegiatan organisasi dapat memberikan prestasi dalam bentuk produktivitas kerja yang tinggi untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Produktivitas kerja merupakan suatu istilah yang sering digunakan dalam perencanaan pengembangan industri pada khususnya dan perencanaan pengembangan ekonomi pada umumnya. Pengertian produktivitas pada umumnya lebih dikaitkan dengan pandangan produksi dan ekonomi sering pula dikaitkan dengan pandangan sosiologi. Tidak dapat diingkari bahwa pada akhirnya apapun yang dihasilkan melalui kegiatan organisasi dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat termasuk didalamnya tenaga kerja itu sendiri.

Paul dalam Saksono (2007:133), mengatakan “produktivitas adalah perbandingan antara hasil yang diproduksi dan jumlah kerja yang dikeluarkan untuk memproduksinya, atau dalam pengertian yang lebih umum, rasio antara kepuasan yang dikehendaki dan pengorbanan yang dilakukan”.

Sedangkan menurut Doktrin pada Konferensi Oslo 1984 dalam Sinungan (2008:17), dijelaskan bahwa : “Produktivitas adalah suatu konsep yang bersifat universal yang bertujuan untuk menyediakan lebih banyak barang dan jasa untuk lebih banyak manusia, dengan menggunakan sumber-sumber riil yang semakin sedikit”.

---

<sup>16</sup> Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto, “*Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.2 No.1, 2013, hal. 7

Produktivitas adalah suatu pendekatan interdisipliner untuk menentukan tujuan yang efektif, pembuatan rencana, aplikasi penggunaan cara yang produktivitas untuk menggunakan sumber-sumber secara efisien, dan tetap menjaga adanya kualitas yang tinggi (Sinungan 2008:18). Produktivitas mengikutsertakan pendayagunaan secara terpadu sumber daya manusia dan keterampilan, barang modal teknologi, manajemen, informasi, energi, dan sumber-sumber lain menuju kepada pengembangan dan peningkatan standar hidup untuk seluruh masyarakat, melalui konsep produktivitas semesta atau total.

Sehingga dapat disimpulkan pengertian produktivitas secara umum dapat diartikan sebagai tingkat perbandingan antara hasil keluaran (output) dengan masukan (input). Perbandingan antara hasil-hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang dipergunakan atau perbandingan jumlah produksi (output) dengan sumber daya yang digunakan (input). Sikap mental yang selalu berpandangan bahwa mutu kehidupan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini. Memahami konsep dan teori produktivitas secara baik dapat dilakukan dengan cara membedakannya dari efektivitas dan efisiensi.<sup>17</sup>

## 2. Sumber-Sumber Produktivitas

Manusia sebagai tenaga kerja untuk tetap produktif harus mampu mendayagunakan sumber tenaga kerja baik yang terdapat pada dirinya maupun lingkungan sekitarnya. Adapun sumber produktivitas yaitu :

### a. Penggunaan pikiran

Produktivitas kerja dikatakan tinggi jika untuk memperoleh yang maksimal dipergunakan cara yang paling mudah dan tidak memerlukan banyak pikiran yang rumit dan sulit.

---

<sup>17</sup> Umi Nur Cholis, "Pengaruh Pelatihan Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Pacific Indo Packing Surabaya", *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, Vol.1, No.3, 2013, hlm. 6

b. Penggunaan tenaga jasmani dan fisik

Produktivitas dikatakan tinggi apabila didalam mengerjakan sesuatu diperoleh hasil yang jumlahnya terbanyak dan mutu terbaik tidak banyak digunakan tenaga jasmani dan mutu terbaik, tidak banyak dipergunakan tenaga jasmani dan fisik yang melelahkan, sebaliknya produktivitas dikatakan rendah apabila dikaitkan dengan banyak mempergunakan tenaga kerja jasmani/fisik sedangkan hasilnya sedikit. Selain itu perlu dilakukannya manajemen atau pengaturan sumber daya manusia yang tepat akan mempermudah pola kerja. Menurut Flipo yang dikutip oleh Hani Handoko manajemen personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai tujuan individu, organisasi dan masyarakat. Sementara itu French mendefinisikan manajemen personalia sebagai penarikan seleksi, pengembangan, penggunaan dan pemeliharaan sumber daya manusia oleh organisasi.<sup>18</sup>

c. Penggunaan waktu

Produktivitas dari segi waktu berkenan dengan cepat atau lambat pencapaian suatu hasil dalam kerja. Untuk mencapai hasil tertentu diperlukan waktu yang singkat ini berarti produktivitas kerja mengalami kenaikan yang tinggi.

d. Penggunaan ruang suatu pekerjaan.

Dikatakan produktif apabila ruang yang luas, sehingga tidak memerlukan mobilitas yang jauh pemakaian ruang yang luas akan memperpanjang jarak yang harus ditempuh tenaga dalam

---

<sup>18</sup> T. Hani Handoko, "*Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*", (Yogyakarta: BPFE, 1998), hlm. 3-4.



mewujudkan kerjasama dengan orang lain dalam melaksanakan suatu pekerjaan.

e. Pengunaan material/bahan dan uang.

Bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha.<sup>19</sup> Dikatakan produktif apabila pengunaan material/bahan baku dan peralatan tidak terlalu banyak yang terbuang dan harganya tidak terlalu mahal tanpa mengurangi hasil yang hendak dicapai.

3. Metode-Metode Pokok Pengukuran Produktivitas

Secara umum pengukuran produktivitas berarti perbandingan yang dapat dibedakan dalam tiga jenis yang sangat berbeda. Menurut Sinungan (2008:23) perbandingan tersebut adalah :

- a. Perbandingan-perbandingan antara pelaksanaan sekarang dengan pelaksanaan secara historis yang tidak menunjukkan apakah pelaksanaan sekarang ini memuaskan, namun hanya mengetengahkan apakah meningkat atau berkurang secara tingkatannya.
- b. Perbandingan pelaksanaan antara satu unit (perorangan tugas, seleksi, proses) dengan lainnya. Pengukuran seperti itu menunjukkan pencapaian relatif.
- c. Perbandingan pelaksanaan sekarang dengan targetnya, dan inilah yang terbaik sebagai memusatkan perhatian pada saran/tujuan.

Untuk menyusun perbandingan-perbandingan ini perlulah mempertimbangkan tingkatan daftar susunan dan perbandingan pengukuran produktivitas.

---

<sup>19</sup> Singgih Wibowo, *Petunjuk Mendirikan Perusahaan Kecil Edisi Revisi*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2014), hlm. 12.

#### 4. Pengukuran Produktifitas

Pada tingkat perusahaan, pengukuran produktivitas terutama digunakan sebagai saranamanajemen untuk menganalisa dan mendorong efisiensi produksi. Pertama, dengan pemberitahuan awal, instalasi dan pelaksanaansuatu system pengukuran akan meninggikakesadaran pegawai dan minatnya pada tingkat danrangkaian produktivitas. Kedua, diskusi tentanggambaran-gambaran yang berasal dari metode-metodeyang relatif kasar ataupun dari data yang kurang memenuhi syarat sekalipun.

Balai Pengembangan Produktivitas Daerahdalam Sedarmayanti (2001:71) menjelaskan bahwa untuk mengukur produktivitas dapat dilaksanakan dengan memperhatikan kriteria-kriteria berikut ini :

a. Pengetahuan

Informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang. Pengetahuan yang diperoleh menjamin bisa tidaknya seseorang itu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh pada dunia kerja.

b. Keterampilan

Suatu bentuk kemampuan menggunakan pikiran, nalar, dan perbuatan dalam mengerjakan sesuatu secara efektif. Dalam dunia kerja keterampilan dirancang sebagai proses komunikasi belajar untuk mengubah perilaku pekerja menjadi cekatan, dan tepat dalam melakukan atau menghadapi tugas.

c. Disiplin kerja

Sikap atau tingkah laku yang menunjukkan kesetiaan dan ketaatan seseorang atau sekelompok orang terhadap peraturan yang telah ditetapkan oleh instansi atau organisasinya baik yang tertulis maupun tidak tertulis sehingga diharapkan pekerjaan yang dilakukan efektif dan efisien.

d. Sikap kerja

Suatu bentuk reaksi terhadap suatu obyek, memihak/tidak memihak yang merupakan keteraturan tertentu dalam hal perasaan, pemikiran, dan tindakan seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Dengan sikap yang baik akan merespon karyawan untuk lebih meningkatkan produktivitas kerjanya.

e. Etika kerja

Sebuah nilai-nilai yang dipegang, baik individu sebagai pekerja maupun manajemen sebagai pengatur dalam bekerja. Sikap, pandangan, kebiasaan, ciri-ciri atau sifat mengenai cara bekerja yang dimiliki seseorang, sekelompok pekerja dan instansi terkait.

f. Kejelasan pekerjaan

Pemahaman individu pekerja terhadap aturan, cara-cara, ketentuan pekerjaan. Dengan komunikasi yang baik serta perhatian penuh pada aturan yang berlaku akan membantu memahami kejelasan pekerjaan yang menjadi tugas dari pimpinan.

g. Kreativitas

Selalu melihat segala sesuatu dengan cara berbeda dan baru, dan biasanya tidak dilihat oleh orang lain. Mengetahui permasalahan dengan sangat baik dan disiplin, melibatkan adanya ide-ide baru, berguna dan tidak terduga tetapi dapat diimplementasikan.

Jadi mengukur produktivitas adalah penting dan perlu juga diperhatikan adalah menggunakan data tersebut guna membangun produktivitas, sebab manfaat baru akan diperoleh kalau perilaku sudah diartikan sekaligus diwujudkan. Proses yang terjadi pada individu yang mendorong produktivitas di dalam lapangan pekerjaan berkaitan dengan pelaksanaan kerja. Pelaksanaan kerja ini adalah fungsi tingkah laku individu yang terarah dan ditujukan kepada satu obyek atau sasaran. Dalam menghitung produktivitas kerja setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh kondisi dan kemampuan

perusahaan. Perusahaan pada umumnya lebih memilih cara yang sederhana dan mudah dilakukan.

#### 5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas

Pentingnya usaha meningkatkan produktivitas bagi perusahaan sudah menjadi hal yang mendasar. Untuk itu perlu sekali mengetahui dan memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Karena tanpa mengetahui dan memahami faktor-faktor tersebut akan mempersulit perusahaan dalam membuat suatu perencanaan strategis yang nantinya akan digunakan untuk perbaikan dalam upaya meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.

Menurut Balai Pengembangan Produktivitas Kerja Daerah ada enam faktor yang menentukan produktivitas tenaga kerja

- a. Sikap kerja, seperti: kesediaan untuk bekerja secara bergiliran (*Shif work*), dapat menerima tambahan tugas dan bekerja sama dalam satu tim
- b. Tingkat ketrampilan yang ditentukan oleh pendidikan, latihan dalam manajemen supervisor serta ketrampilan dalam teknik industrial.
- c. Hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan organisasi yang tercerminkan dalam usaha bersama antara pimpinan organisasi dan tenaga kerja untuk meningkatkan produktivitas melalui lingkaran pengawasan mutu (*Quality Control Circles*) dan panitia mengenai kerja unggul.
- d. Manajemen produktivitas yaitu : manajemen yang efisien mengenai sumber dan system kerja untuk mencapai peningkatan produktivitas.
- e. Efisiensi tenaga kerja, seperti : perencanaan tenaga kerja dan tambah tugas.
- f. Kewiraswastan yang tercermin dalam pengambilan resiko, kreatifitas dalam berusaha dan berada dalam jalur yang benar dalam berusaha (Sedarmayanti, 201:71)

Menurut J. Ravianto (1986:12) faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan yaitu sebagai berikut :

- a. Pendidikan dan pelatihan
- b. Gizi dan kesehatan
- c. Motivasi
- d. Kesempatan kerja
- e. Kesempatan berprestasi
- f. Kebijakan pemerintah
- g. Ketrampilan karyawan itu sendiri
- h. Teknologi
- i. Lingkungan dan iklim kerja
- j. Sikap dan etika kerja
- k. Disiplin
- l. Tingkat kompensasi<sup>20</sup>

Turun naiknya tingkat volume produktivitas karyawan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor (Nitisemito, 200:72)

- a. Lingkungan kerja
- b. Proses seleksi
- c. Pengawasan kerja
- d. Kepemimpinan
- e. Kompensasi
- f. Disiplin kerja

#### 6. Cara-cara Meningkatkan Produktivitas

Terdapat lima cara untuk meningkatkan produktivitas yaitu sebagai berikut :

- a. Menerapkan program reduksi biaya

Reduksi biaya berarti dalam menghasilkan output dengan kuantitas yang sama kita menggunakan input dalam jumlah yang lebih sedikit. Jadi peningkatan produktivitas melalui program

---

<sup>20</sup> Maria Asti Adhanari, Skripsi: “Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada Maharani Handi Craft di Kabupaten Bantul” (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2005) hlm. 43

reduksi biaya berarti output yang tetap dibagi dengan input yang lebih sedikit.

b. Mengelola pertumbuhan

Peningkatan produktivitas dengan cara mengelola pertumbuhan berarti kita meningkatkan output dalam kualitas yang lebih besar melalui peningkatan penggunaan input dalam kuantitas yang lebih kecil. Artinya output meningkat lebih banyak, sedangkan input meningkat lebih sedikit.

c. Bekerja lebih tangkas

Bekerja lebih tangkas akan dapat meningkatkan produktivitas. Jadi produktivitas meningkat tetapi jumlah input tetap sehingga akan diperoleh biaya produksi per unit output yang rendah.

d. Mengurangi aktivitas

Melalui pengurangan sedikit output dan mengurangi banyak input yang tidak perlu akan dapat meningkatkan produktivitas.

e. Bekerja lebih efektif

Peningkatan produktivitas melalui jurus ini adalah dengan cara meningkatkan output, tapi tidak mengurangi penggunaan input (Nasution, 201:209). Produktivitas kerja yang tinggi atau cenderung meningkat sangat penting bagi perusahaan, karena dengan meningkatnya produktivitas kerja karyawan, maka efisiensi dan efektivitas perusahaan akan meningkat.<sup>21</sup>

### C. Pandemi Covid-19

#### 1. Pengertian Virus Corona

Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome corona virus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut covid-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.

---

<sup>21</sup> Eko Hadi Wahyudi dan Purwidi Sumaryanto, "Analisis Produktivitas Kerja Karayawan Pada PT. Hiba Utama Kantor Pusat Jakarta Selatan, Jurnal Pendidikan Vol.3, No.2, 2020, hlm. 7

*Severe acute respiratory syndrome corona virus 2* (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama virus corona adalah jenis baru dari corona virus yang menular kemandusia. Walaupun lebih bayak menyerang lansia, virus ini sebenarnya bisa menyerang siapa saja, mulai dari bayi, anak-anak, hingga orang dewasa, termasuk ibu hamil dan ibu menyusui. Infeksi virus corona disebut covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*) dan pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan.

Selain virus SARS-CoV-2 atau virus Corona, virus yang juga termasuk dalam kelompok ini adalah virus penyebab *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) dan virus penyebab *Middle-East Respiratory Syndrome* (MERS). Meski disebabkan oleh virus dari kelompok yang sama, yaitu corona virus, covid-19 memiliki beberapa perbedaan dengan SARS dan MERS, antara lain dalam hal kecepatan penyebaran dan keparahan gejala.<sup>22</sup>

## 2. Awal Mula Penyebaran Virus Corona

Berawal dari kasus lokal, covid-19 menyebar ke seluruh dunia silih bergantidengan cara penularan yang disebut kasus impor dari luar wilayah asal atau transmisi lokal antar penduduk. Sejauh ini, berbagai peristiwa yang pertama kali terjadi berkaitan dengan covid-19 agaknya belum memberikan gambaran utuh tentang virus ini.

Kesimpulan sejauh ini, analisis para ahli menduga bahwa covid-19 lebih kuat bertahan hidup di daerah bersuhu rendah dan kering walaupun virus ini juga mewabah di negara-negara dengan kondisi suhu dan kelembaban udara yang sebaliknya. Virus ini juga lebih rentan menyebabkan kematian pada penduduk usia lanjut. Namun, ada

---

<sup>22</sup> Nazwa Dwi Archika, “*Corona Virus Disease 2019*”, Pendidikan Jasmani Olahraga Kesehatan, Medan, 2020, hlm 6.

juga penduduk di kelompok usia ini yang berhasil sembuh dan seorang bayi juga meninggal karena covid-19.

Rangkaian peristiwa pertama juga menunjukkan upaya para ahli untuk menemukan antivirus ini secepat mungkin. Sejauh ini, upaya tersebut belum memberikan hasil sesuai harapan. Menilik ke belakang, rentetan awal munculnya covid-19 sudah tidak asing di telinga masyarakat dunia. China tercatat sebagai negara yang pertama kali melaporkan kasus covid-19 di dunia.

Untuk pertama kalinya, China melaporkan adanya penyakit baru ini pada 31 Desember 2019. Pada pengujung tahun 2019 itu, kantor Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) di China mendapatkan pemberitahuan tentang adanya sejenis pneumonia yang penyebabnya tidak diketahui. Infeksi pernapasan akut yang menyerang paru-paru itu terdeteksi di kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Menurut pihak berwenang, beberapa pasien adalah pedagang yang beroperasi di Pasar Ikan Huanan.

Seiring waktu, penelusuran menyebutkan, kasus Covid-19 sudah muncul sebelumnya. Merujuk pada laporan WHO ke-37 tentang situasi Covid-19, 26 Februari 2020, kasus Covid-19 pertama yang dikonfirmasi di China adalah pada 8 Desember. Hanya saja, informasi tersebut juga bergantung pada inisiatif negara-negara yang memberikan informasi penyakit kepada badan kesehatan global tersebut.

Adapun sebuah laporan yang diterbitkan dalam laman jurnal medis The Lancet oleh dokter China dari Rumah Sakit Jin Yin-tan di Wuhan, yang merawat beberapa pasien yang paling awal, menyebutkan tanggal infeksi pertama yang diketahui pada 1 Desember 2019.

Informasi awal mula munculnya covid-19 masih terus berjalan ke belakang. Pada 16 Desember, dokter di Rumah Sakit Pusat Wuhan mengirim sampel dari pasien lain dengan demam persisten untuk



pengujian laboratorium. Hasil-hasil itu menunjukkan virus menyerupai sindrom penapasan akut parah (*Severe Acute Respiratory Syndrome/ SARS*).<sup>23</sup>

### 3. Gejala Covid-19

Gejala awal infeksi virus corona atau covid-19 bisa menyerupai gejala flu, yaitu demam, pilek, batuk kering, sakit tenggorokan, dan sakit kepala. Setelah itu, gejala dapat hilang dan sembuh atau malah memberat. Penderita dengan gejala yang berat bisa mengalami demam tinggi, batuk berdahak bahkan berdarah, sesak napas, dan nyeri dada. Gejala-gejala tersebut muncul ketika tubuh bereaksi melawan virus corona. Secara umum, ada 3 gejala umum yang bisa menandakan seseorang terinfeksi virus Corona, yaitu:

- a. Demam (suhu tubuh di atas 38 derajat Celsius)
- b. Batuk
- c. Sesak napas

Gejala-gejala COVID-19 ini umumnya muncul dalam waktu 2 hari sampai 2 minggu setelah penderita terpapar virus Corona. Demam adalah gejala yang paling umum, meskipun beberapa orang yang lebih tua dan mereka yang memiliki masalah kesehatan lainnya mengalami demam dikemudian hari. Dalam satu penelitian, 44% orang mengalami demam ketika mereka datang ke rumah sakit, sementara 89% mengalami demam di beberapa titik selama dirawat di rumah sakit. Gejala umum lainnya termasuk batuk, kehilangan nafsu makan, kelelahan, sesak napas, produksi dahak, dan nyeri otot dan sendi. Gejala seperti mual, muntah, dan diare telah diamati dalam berbagai persentase. Gejala yang kurang umum termasuk bersin, pilek, atau sakit tenggorokan.

Beberapa kasus di China awalnya hanya disertai sesak dada dan jantung berdebar. Penurunan indra penciuman atau gangguan dalam

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 10-11

rasa dapat terjadi. Kehilangan bau adalah gejala yang muncul pada 30% kasus yang dikonfirmasi di Korea Selatan.

Seperti yang umum dengan infeksi, ada penundaan antara saat seseorang pertama kali terinfeksi dan saat ia mengalami gejala. Ini disebut masa inkubasi. Masa inkubasi COVID-19 biasanya lima sampai enam hari tetapi dapat berkisar dari dua hingga 14 hari, meskipun 97,5% orang yang mengalami gejala akan melakukannya dalam 11,5 hari infeksi.<sup>24</sup>

#### 4. Pencegahan Pandemi Covid-19

Sampai saat ini, belum ada vaksin untuk mencegah infeksi virus corona atau covid-19. Oleh sebab itu, cara pencegahan yang terbaik adalah dengan menghindari faktor-faktor yang bisa menyebabkan Anda terinfeksi virus ini, yaitu:

- a. Terapkan physical distancing, yaitu menjaga jarak minimal 1 meter dari orang lain, dan jangan dulu ke luar rumah kecuali ada keperluan mendesak.
- b. Gunakan masker saat beraktivitas di tempat umum atau keramaian, termasuk saat pergi berbelanja bahan makanan.
- c. Rutin mencuci tangan dengan air dan sabun atau hand sanitizer yang mengandung alkohol minimal 60%, terutama setelah beraktivitas di luar rumah atau di tempat umum.
- d. Jangan menyentuh mata, mulut, dan hidung sebelum mencuci tangan.
- e. Tingkatkan daya tahan tubuh dengan pola hidup sehat.
- f. Hindari kontak dengan penderita COVID-19, orang yang dicurigai positif terinfeksi virus Corona, atau orang yang sedang sakit demam, batuk, atau pilek.
- g. Tutup mulut dan hidung dengan tisu saat batuk atau bersin, kemudian buang tisu ke tempat sampah.

---

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 8-9

- h. Jaga kebersihan benda yang sering disentuh dan kebersihan lingkungan, termasuk kebersihan rumah.

Untuk orang yang diduga terkena covid-19 atau termasuk kategori ODP (Orang Dalam Pemantauan) maupun PDP (pasien dalam pengawasan), ada beberapa langkah yang bisa dilakukan agar virus Corona tidak menular ke orang lain, yaitu:

- a. Lakukan isolasi mandiri dengan cara tinggal terpisah dari orang lain untuk sementara waktu. Bila tidak memungkinkan, gunakan kamar tidur dan kamar mandi yang berbeda dengan yang digunakan orang lain.
- b. Jangan keluar rumah, kecuali untuk mendapatkan pengobatan.
- c. Bila ingin ke rumah sakit saat gejala bertambah berat, sebaiknya hubungi dulu pihak rumah sakit untuk menjemput.
- d. Larang dan cegah orang lain untuk mengunjungi atau menjenguk sampai benar-benar sembuh. Sebisa mungkin jangan melakukan pertemuan dengan orang yang sedang sedang sakit.
- e. Hindari berbagi penggunaan alat makan dan minum, alat mandi, serta perlengkapan tidur dengan orang lain.
- f. Pakai masker dan sarung tangan bila sedang berada di tempat umum atau sedang bersama orang lain.
- g. Gunakan tisu untuk menutup mulut dan hidung bila batuk atau bersin, lalu segera buang tisu ke tempat sampah.<sup>25</sup>

Pengaruh pandemic covid-19 berdampak terhadap seluruh sektor kehidupan, terutama pada sektor perekonomian yaitu penurunan omset. Menurut Chaniago (2002:45) omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hal.13-14

<sup>26</sup> Rusma Rizal, dkk, “*Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan Pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*”, Jurnal Adminika Volume 3 No.2, Desember 2017, hlm. 85

Selain penurunan omset, pandemi covid-19 ini juga berpengaruh terhadap harga bahan baku. Meningkatnya harga bahan baku ini menurut teori ekonomi mikro bahwa hukum penawaran pada dasarnya mengatakan : “Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.”<sup>27</sup>

#### **D. Wisata Kuliner**

##### **1. Pengertian Wisata Kuliner**

Menurut Minta Harsana (2008:27), wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman khas. Hal ini dapat diartikan juga bahwa kegiatan manusia yang melakukan perjalanan dengan destinasi suatu tempat guna memperoleh atau menikmati makanan atau minuman khas yang hanya dapat dijumpai di daerah tersebut.

Wisata kuliner yang berasal dari istilah *food tourism* didefinisikan sebagai “*visitation to primary and secondary food producers, food festivals, restaurants, and specific location for which food testing and or experiencing the attributes of specialist food production region are the primary motivating factor for travel*” (Hall dan Mitchel, 2003: 9-10) atau jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yaitu kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen pertama maupun produsen kedua dari suatu bahan makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa dari makanan dan atau juga untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

---

<sup>27</sup> Raysitho Pontoh, dkk, “Permintaan dan Penawaran Beras Di Indonesia (Pada Tahun 2003-Tahun 2013)” Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 04 Tahun 2016, hlm. 837.

Senada dengan definisi tersebut, *The Ministry of Tourism, Culture and Recreation* dan *The Wine Council of Ontario* dalam Hall dan Mitchel (2003:10) menyatakan bahwa wisata kuliner adalah suatu perjalanan yang di dalamnya meliputi kegiatan mengonsumsi makanan lokal dari suatu daerah; perjalanan dengan tujuan utamanya adalah menikmati makanan dan minuman dan atau mengunjungi suatu kegiatan kuliner, seperti sekolah memasak, mengunjungi pusat industri makanan dan minuman; serta untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika mengonsumsi makanan dan minuman.<sup>28</sup>

## 2. Fungsi dan Tujuan Wisata Kuliner

Seiring dunia kuliner kini mulai berkembang, kompetisi di antara tempat tujuan wisata, kebudayaan lokal menjadi hal yang berharga sebagai produk dan aktivitas untuk menarik turis, khususnya dalam bidang kuliner. Berikut peran penting dalam industri wisata kuliner :

- a. Menjadi pusat pengalaman berwisata bagi wisatawan. Dari sudut pandang wisatawan, makanan dengan identitas lokal setara dengan perjalanan mengelilingi museum dan monumen seperti pada kebiasaan wisatawan.
- b. Menjadi pembentuk identitas baru kepada masyarakat era pasca modern sebagai elemen dari identitas dan representasi budaya lokal.
- c. Sebagai produk wisata budaya kreatif yang bisa lebih memperkenalkan berbagai makanan/kuliner dari berbagai daerah di nusantara.
- d. Pelestarian dalam bidang kuliner di Indonesia ini harus dilakukan untuk memelihara, memanfaatkan serta mengembangkan kuliner Indonesia. Kita harus memelihara yaitu menjaga kuliner Nusantara sebagaimana aslinya dalam berbagai

---

<sup>28</sup> Wiwin Al-Akbar, *Studi Potensi Wisata Kuliner di Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat*, (Yogyakarta : Skripsi Diterbitkan, 2014)

literatur dari penyajian dengan beragam komponen rasa, bentuk dan tekstur.

Selain itu, perlu ada upaya dalam memanfaatkannya terkait dengan kebutuhan tertentu, disertai dengan mengembangkan kuliner Nusantara dengan menambahkan dan memperkaya ide atau gagasan baru sehingga dapat dipromosikan ke mancanegara yang diharapkan dapat menarik minat wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara sebagai salah satu daya tarik pariwisata dan salah satu subsektor ekonomi kreatif, serta dalam meningkatkan citra Indonesia.

Dalam meningkatkan penjualan perlu menjaga kualitas suatu produk yang akan dijual. Kualitas produk menurut Al-Qur'an, produk merupakan hal yang abstrak yang harus diteruskan pada hal-hal yang konkret. Upaya dalam membedakan produk yang abstrak dan konkret dituntut dalam Islam. Seseorang memiliki keinginan untuk mendapatkan kualitas produk yang baik terhadap kepuasan. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bagaimana memilih makanan (produk) yang halal dikonsumsi oleh manusia (konsumen). Sebagaimana surat Al - Baqarah ayat 172.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”.*(QS. Al - Baqarah: 172).<sup>29</sup>

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global.<sup>30</sup> Menurut Potter dan Hotchkiss (2012, p.1) *food quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh

<sup>29</sup> Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, (Jakarta: PT. Khazanah Mimbar Plus, 2011), hlm.26.

<sup>30</sup> Darmadi Duriyanto, *“Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar”*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm.38.

konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran. Sedangkan menurut West, Wood dan Harger (2006); Gaman dan Sherrington (1996); serta Jones (2000) menyatakan bahwa secara garis besar dimensi *food quality* terdiri dari:

a. Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

b. Penampilan

Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.

c. Porsi

Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.

d. Bentuk

Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi

e. Temperatur

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya, karena temperatur juga bisa mempengaruhi rasa.

f. Tekstur

Ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak.

g. Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

h. Tingkat kematangan

Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya, wortel yang direbus di dalam air mendidih yang lama akan membuat wortel menjadi lunak. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera masing-masing untuk tingkat kematangan.

i. Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan di dalam makanan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

Menurut Rinawati (2003), kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran. Sedangkan Menurut Ryu dan Han (2010), kualitas makanan adalah atribut yang paling penting dari keseluruhan kualitas layanan dan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Qin, et al. (2009) menyatakan kualitas produk pada bidang *food and beverage* memiliki 4 dimensi yang bersumber dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Johns dan Howard (1998) dalam Kivela, et al. (1999) yaitu:



- a. Kesegaran (*freshness*)  
Kesegaran makanan biasanya diartikan sebagai pernyataan segardari makanan yang dihubungkan dengan aroma, warna, rasa, dan tekstur dari makanan yang masing-masing dapat dijabarkan dan termasuk dalam dimensi kualitas makanan
- b. Penyajian (*presentation*)  
Penyajian makanan merupakan suatu cara untuk menyuguhkan makanan kepada konsumen untuk disantap secara keseluruhan yang berisikan komposisi yang telah diatur dan disesuaikan dengan permainan warna yang disusun secara menarik agar dapat menambah nafsu makan. Penyajian makanan dapat berupa porsi makanan, kebersihan makanan, kebersihan alat saji, dan bentuk makanan.
- c. Dimasak dengan tepat (*well cooked*)  
Makanan yang akan dihidangkan atau disajikan kepada konsumen hendaknya dimasak atau diolah terlebih dahulu dengan baik dan higienis sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen atau pelanggan.
- d. Keanekaragaman makanan (*variety of food*)  
Keanekaragaman makanan pada restoran menggambarkan jumlah menu item yang berbeda yang ditawarkan oleh restoran kepada pelanggan atau konsumen. Selain itu, faktor harga terdiri atas kesesuaian antara kepuasan yang diperoleh dengan sejumlah uang yang dikeluarkan pelanggan serta pengembangan suatu produk makanan yang unik dan inovatif yang ditawarkan dalam menu dapat menjadi salah satu daya tarik untuk konsumen.

Selain kualitas produk yang harus dijaga, penetapan lokasi juga merupakan faktor yang penting dalam peningkatan usaha. Sesuai dengan pernyataan Teguh Astriyanto yakni cara pemilihan lokasi yang lebih pragmatis menggunakan tiga langkah sebagai berikut: Pertama,

memilih wilayah (daerah) secara umum. Untuk ini ada lima faktor sebagai dasar yaitu :

- a. Dekat dengan pasar
- b. Dekat dengan bahan baku
- c. Tersedianya fasilitas pengangkutan
- d. Terjaminnya pelayanan umum seperti penerangan listrik, air, bahan bakar
- e. Kondisi iklim dan lingkungan yang menyenangkan.

Kedua, memilih masyarakat tertentu di wilayah yang dipilih pada pemilihan tingkat pertama. Pilihan didasarkan atas enam faktor:

- a. Tersedianya tenaga kerja secara cukup dalam jumlah dan tipe skill yang diperlukan
- b. Tingkat upah yang lebih murah
- c. Adanya perusahaan yang bersifat suplemen atau komplementer dalam hal bahan baku, hasil produksi, buruh dan tenaga terampil yang dibutuhkan
- d. Adanya kerjasama yang baik antar sesama perusahaan yang ada
- e. Peraturan daerah yang menunjang
- f. Kondisi kehidupan masyarakat yang menyenangkan.

Ketiga, memilih lokasi tertentu. Pertimbangan utama pada langkah ini adalah soal tanah. Adakah tanah yang cukup longgar untuk bangunan, halaman, tempat parkir dan tidak boleh dilupakan adanya kemungkinan untuk perluasan.<sup>31</sup>

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan. Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi

---

<sup>31</sup> Teguh Astriyanto, “*Analisis Lokasi Usaha Sektor Informal Bidang Perdagangan dan Jasa di Lingkungan Kampus Universitas Negeri Semarang Desa Sekaran Kecamatan Gunungpati Kota Semarang*”, (Semarang: Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2010), hlm.24.

pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.<sup>32</sup>

Promosi juga hal yang penting dalam meningkatkan penjualan. Menurut Fandy Tjiptono promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>33</sup>

#### **E. Penelitian Terdahulu**

1. Dampak Covid-19 dampak terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online (Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, 2020)

Penelitian di atas ini memiliki tujuan menemukan dan menganalisa dampak wabah korona terhadap bisnis berbasis online di Jakarta. Metodologi penelitian pada riset ini adalah kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data sekunder dari hasil wawancara, penggalian data dan berita online yang terkait riset.

Pengamatan ini memperoleh hasil bahwa efek pandemi Covid-19 terbagi pada tiga keadaan rutinitas bisnis meliputi usaha stabil, usaha menurun serta malah berkembang. Usaha yang mampu bertahan adalah yang mampu menyesuaikan dengan situasi kondisi dengan interaksi yang baik yakni sektor pendidikan berbasis online. Untuk sektor yang mengalami penurunan adalah usaha berbasis makanan, angkutan umum serta pariwisata sedangkan yang berkembang pesat adalah produsen bisnis dengan basis kesehatan baik peralatan maupun obat vitamin<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, "Pemasaran Jasa", (Malang : Bayumedia Publishing, 2007), hlm. 123.

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Ed II*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 219

<sup>34</sup> Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, "Dampak Pandemi virus Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Volume 22 No. 1 April 2020, hal. 21-30

2. Dampak Virus Covid-19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia (Andi Amri, 2020)

Penelitian dengan judul “Dampak virus Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia” memperoleh hasil bahwa kondisi UMKM di tengah pandemi terus mengalami penurunan kapasitas, mulai dari kapasitas produksi hingga penurunan penghasilan.

Tujuan penelitian ini adalah memperoleh informasi serta melihat efek virus corona terhadap sektor usaha kecil dan menengah atau UMKM. Metode pengolahan data dalam riset ini adalah deskripsi berdasar pada hasil pengamatan. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua fenomena-fenomena yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia.<sup>35</sup>

3. Manajemen dan Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja dalam Usaha Krupuk Rambak Sembung Tulungagung (Arifudin Al Mujahit Surya Candra)

Penelitian di atas bertujuan untuk mengetahui strategi wirausaha, permasalahannya dan bagaimana cara memecahkannya sebagai upaya kendala dan solusi dalam meningkatkan produktivitas.

Metodologi yang dipergunakan pada riset tersebut yaitu pengamatan melalui pendekatan pengamatan kualitatif. Teknik akomodir nilai data dalam riset ini menggunakan teknik interview, pengamatan, dan memvisualisasikan. Tahap akhir dari penelitian menunjukkan bahwa UD Intan Jaya melakukan strategi memperlebar cakupan pasar untuk selanjutnya ditindak lanjuti dengan peningkatan produksi yang massif. Dampak dari cara tersebut adalah

---

<sup>35</sup> Andi Amri, “Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Brand*, Volume 2 No. 1, Juni 2020, hal. 123-129

meningkatnya jumlah penjualan, memperluas lapangan kerja serta menjadi salah satu produk unggulan.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Arifudin Al Mujahit Surya Candra, Skripsi : *“Manajemen Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja pada Usaha Krupuk Rambak Sembung Tulungagung”*(Tulungagung: IAIN Tulungagung 2020) hal.12.