

**STRATEGI WIRAUSAHAWAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
PADA USAHA ES MATARAM DI KELURAHAN SALUBULO KOTA  
PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Diajukan oleh:

**HAQQIL AHSANIL FAJRI**

**NIM 15.0401.0077**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO  
2019**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul "Strategi Wirausahawan dalam Menghadapi Persaingan pada Usaha Es Mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo" yang ditulis oleh **Haqqil Ahsanil Fajri** dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 15 0401 0077 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo yang *dimunaqasyahkan* pada hari Rabu, **18 september 2019** bertepatan dengan **18 Muharram 1441 H** telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**.

Palopo, **2 Oktober 2020 M**  
**14 Shafar 1442 H**

**TIM PENGUJI**

- |                                   |                   |         |
|-----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M         | Ketua Sidang      | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Muhammad Ilyas, S.Ag., MA      | Penguji I         | (.....) |
| 4. Hendra Safri, S.E., M.M.       | Penguji II        | (.....) |
| 5. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. | Pembimbing I      | (.....) |
| 6. Zainuddin S., SE., M.Ak        | Pembimbing II     | (.....) |

**IAIN PALOPO**

Mengetahui

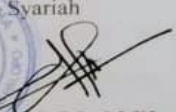
Rektor IAIN Palopo  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




**Dr. Hj. Ramlah M., M.M.**  
NIP 19610208 199403 2 001



Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



**Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI**  
NIP 19810213 200604 2 002



### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri  
NIM : 15.0401.0077  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 10 September 2019

ng Membuat Pernyataan



Haqqil Ahsanil Fajri  
Nim. 15.0401.0077

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Judul : Strategi wirausahawan dalam menghadapi persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri

NIM : 15.0401.0077


Program Studi : Ekonomi Syariah

Disetujui Untuk Dijadikan Pada Ujian Munaqasyah

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, September 2019

Pembimbing I

  
Dr. Muhammad Tahmid Nur, Mag  
NIP: 19740630 200501 1 004

Pembimbing II

  
Zamuddin S., SE., M.Ak  
NIP: 19771018 200604 1 001

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Perihal : Skripsi Palopo, September 2019

Lamp. :-

Kepada Yth

Di

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri

Nim : 15.0401.0077

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul skripsi : Strategi wirausahawan dalam menghadapi persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan

Demikianlah untuk diproses selanjutnya

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing I



**Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag**  
NIP: 19740630 200501 1 004

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Perihal : Skripsi

Palopo, September 2019

Lamp. :-

Kepada Yth

Di\_

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri

Nim : 15.0401.0077

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam


Judul skripsi : Strategi wirausahawan dalam menghadapi persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan

Demikianlah untuk diproses selanjutnya

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing II

  
Zamrudah S. SE., M.Ak  
NIP: 19771018 200604 1 001

**PERSETUJUAN PENGUJI**

Skripsi dengan judul : *Strategi wirausahawan dalam menghadapi persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo* Yang ditulis oleh:

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri  
Nim : 15.0401.0077  
Program studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada ujian munaqasyah.


Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, September 2019

Penguji I

  
**Muhammad Ilyas, S.Ag., MA**  
NIP.19730904 200312 1 008

Penguji II

  
**Hendra Safri, SE., M.M**  
NIP.19861020 201503 1 001

**NOTA DINAS PENGUJI**

Palopo, September 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

*Assalamu' Alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri

NIM : 15.0401.0077

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Strategi Wirausahawan Dalam Menghadapi Persaingan Pada Usaha Es Mataram Di Kelurahan Salubulo Kota Palopo**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu' Alaikum Wr. Wb.*

Penguji I

**Muhammad Ilyas, S.Ag., MA**  
NIP.19730904 200312 1 008



**NOTA DINAS PENGUJI**

Palopo, September 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

*Assalamu' Alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Haqqil Ahsanil Fajri

NIM : 15.0401.0077

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Strategi Wirausahawan Dalam Menghadapi Persaingan Pada Usaha Es Mataram Di Kelurahan Salubulo Kota Palopo**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu' AlaikumWr.Wb*

Penguji/II

**Hendra Safri, SE., M.M**  
NIP.19861020 201503 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى

آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “*Strategi Wirausahawan Dalam Menghadapi Persaingan Pada Usaha Es Mataram Di Kelurahan Salubulo Kota Palopo*” dapat diselesaikan tepat pada waktu dan sesuai dengan harapan.

Sholawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tercinta, ayahanda Mas’ud dan ibunda Suriani yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah SWT. memohon keselamatan dan kesuksesan bagi putranya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah

mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, sebagai Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III, Dr. Takdir, S.H., M.H. dan ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.El. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Muhammad Tahmid Nur., M.Ag dan Zainuddin S, SE., M.Ak yang masing-masing sebagai pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.

5. Kepala perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat penulis (Muansar Rusman, Imran Efendi, Andriansyah Ramadhan, Dewi Puspita, Masdar, Yana Yulian, Bucek Sudirman, Muchtar, Ramatiyah, Nurjannah, Tiara Cahyani, Hikmah Nur Handayani, Kasmi, Isra, Rika, dan Dian Pratiwi) yang selalu ada dalam suka dan duka untuk penulis.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 Ekonomi Syariah C yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal sari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang

ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya.

Palopo, September 2019

Haqqil Ahsanil Fajri



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PRAKATA</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	vi
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	vii
<b>PERSETUJUAN PENGUJI</b> .....	ix
<b>NOTA DINAS PENGUJI</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional variabel.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	12
B. Landasan Teori.....	16
C. Kerangka Pikir.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	42

A. Jenis dan sifat Penelitian .....	42
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Subjek penelitian.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Sumber Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran umum lokasi penelitian.....	47
B. Sejarah awal berdirinya wirausaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo.....	53
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	54
D. Strategi wirausahawan es mataram dalam menghadapi Persaingan usaha.....	60
E. Efek penerapan strategi.....	61
F. Perbandingan strategi wirausahawan Es mataram di Kota Palopo.....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

### ABSTRAK

**HAQQIL AHSANIL FAJRI, 2019.** “Strategi Wirausahawan Dalam Mengatasi Persaingan Pada Usaha Es Mataram Di Kelurahan Salubulo Kota Palopo”. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pembimbing (I) Dr. Muhammad Tahmid Nur. M.Ag dan pembimbing (II) Zainuddin S, S.E., M.Ak

Kata kunci : Strategi, wirausahawan, dan persaingan usaha

Skripsi ini membahas tentang strategi yang di gunakan oleh wirausaha es mataram di Kelurahan Salubulo dalam menghadapi persaingan usaha. Dengan mengangkat dua rumusan permasalahan yaitu : (1) Bagaimana strategi Wirausahawan dalam menghadapi tingginya persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo? (2) Bagaimana efek keberhasilan penerapan strategi tersebut oleh wirausaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan dua metode analisis data yaitu metode induktif dan komparatif, fokus penelitian ini untuk meneliti dan menggali informasi mengenai strategi yang digunakan oleh wirausahawan penjual es mataram yang ada di Kelurahan Salubulo Kota Palopo, dengan tujuan untuk mengetahui apa saja strategi yang digunakan dan mengetahui efek yang di hasilkan dari penerapan strategi tersebut terhadap profit, minat pelanggan, dan kelangsungan usaha

Berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa wirausahawan menggunakan strategi diferensiasi produk, pemasaran, pelayanan, dan promosi dalam usahanya dengan demikian efek yang di hasilkan dari penerapan strategi tersebut yaitu bertambahnya jumlah pelanggan serta meningkatnya profit yang di dapatkan.





## **BAB I** **PENDAHULUAN**

### ***A. Latar Belakang***

Indonesia merupakan negara dengan penganut sistem ekonomi pancasila. Yaitu sistem ekonomi yang diatur berdasarkan asas-asas atau nilai-nilai yang terkandung di dalam pancasila. Dengan demikian, sistem perekonomian yang dijalankan di Indonesia harus berpedoman pada pancasila itu sendiri, sehingga secara normatif pancasila dan UUD 1945 adalah landasan idiil sistem perekonomian Indonesia.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia tentu harus melakukan proses-proses kegiatan ekonomi agar bisa bertahan hidup dan menunjang kehidupannya ke arah yang lebih baik lagi. Salah satu kegiatan ekonomi yang biasa dilakukan oleh masyarakat di Indonesia yaitu berwirausaha. Wirausaha merupakan bagian dari kewirausahaan, sedangkan kewirausahaan merupakan sebuah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya berguna bagi orang lain.<sup>1</sup>

Kewirausahaan atau *entrepreneur* sudah di kenal orang dalam sejarah ilmu ekonomi sebagai ilmu pengetahuan sejak tahun 1755. Seorang Prancis yang bernama Richard Cantillon, ahli ekonomi Prancis keturunan Irlandia dianggap sebagai orang pertama yang menggunakan istilah *entrepreneur* dalam ilmu ekonomi., sebagaimana yang di kutip oleh J. Winardi dalam bukunya yang berjudul *entrepreneur dan enterpreneurship*, Cantillon menyatakan seorang

---

<sup>1</sup> Gede Adi Yuniarta dan Ni Luh Gede Erni Sulindawati dan I Gusti Ayu Purnamawati, "kewirausahaan dan aspek-aspek studi kelayakan usaha", (Yogyakarta : GRAHA ILMU) hlm. 1

entrepreneur sebagai seorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, untuk kemudiannya dijualnya dengan harga yang tidak pasti (*an uncertain price*), sambil membuat keputusan-keputusan tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumberdaya, dan menerima segala resiko berusaha (*The Risk of Enterprise*).<sup>2</sup>

Setelah mengenal tentang kewirausahaan, ada bagian dari kewirausahaan yang wajib diketahui yaitu wirausaha. Wirausaha merupakan kemampuan (*ability*) dalam berfikir dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan sebuah proses dalam menghadapi tantangan hidup.<sup>3</sup> Dalam arti lain, wirausaha juga merupakan suatu bentuk usaha yang mandiri dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada, mengenali produk baru, mengembangkan cara produksi baru, mempunyai strategi pemasaran, dan pandai mengatur permodalan operasinya agar dapat menghasilkan profit/keuntungan yang tinggi. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan wirausaha disebut Wirausahawan.

Wirausaha dapat merubah kepribadian buruk pada seseorang seperti mudah berputus asa. Dalam berwirausaha, secara tidak langsung telah melakukan pelatihan diri menjadi seseorang yang berani mengambil keputusan, ulet, tekun, dan tidak mudah putus asa. Proses latihan diri secara tidak langsung akan didapatkan dari persoalan-persoalan / masalah-masalah sebagai dampak dari resiko yang akan terjadi dalam berwirausaha. Seorang wirausaha harus mampu melihat

---

<sup>2</sup> J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 1.<sup>2</sup>

<sup>3</sup> Muladi Wibowo, "Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Wirausaha Lulusan Smk", *jurnal tentang Kewirausahaan*", Eksplanasi Vol 6, no 2, 2011

ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya.<sup>4</sup>

Semua persoalan tersebut merupakan sebuah tahap untuk melatih kemampuan seseorang untuk mencari dan menemukan solusinya. Dari proses ini inilah orang yang berwirausaha akan mempunyai jiwa pengambil keputusan yang sangat tinggi dengan pertimbangan-pertimbangan resiko yang telah matang sehingga kedepannya dapat menyelesaikan masalahnya sendiri, dari semua itu pastinya akan tumbuh seseorang yang percaya diri, tekun, rajin, ulet, dan tiak mudah berputus asa.

Menurut David McClland sebagaimana yang dikutip oleh Gede Adi Yuniarta Dkk. seorang ilmuwan dari Amerika Serikat menyatakan bahwa suatu negara dapat di katakan makmur apabila minimal harus memiliki jumlah *entrepreneur* atau wirausaha sebanyak 2%.<sup>5</sup> Di Indonesia sendiri untuk saat ini belum mencapai angka ideal yakni 2% dari jumlah penduduk Indonesia. Data terkini dari *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* menunjukkan bahwa Indonesia baru mempunyai sekitar 1.65% pelaku wirausaha dari total jumlah penduduk 250 juta jiwa.<sup>6</sup> Dari fenomena tersebut dapat di simpulkan bahwa Indonesia belum dapat di katakan sebuah negara yang makmur. Itulah pentingnya wirausaha dalam kehidupan sebuah negara, selain meningkatkan perekonomian juga dapat mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia. Fenomena tersebut

---

<sup>4</sup> Gede Adi Yuniarta dan Ni Luh Gede Erni Sulindawati dan I Gusti Ayu Purnamawati, "kewirausahaan dan aspek-aspek studi kelayakan usaha", (Yogyakarta : GRAHA ILMU) hlm. 2

<sup>5</sup> Puji Fidya Astuti, Pengaruh Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa, Skripsi Sarjana (Universitas Pendidikan Indonesia, 2013), h.1.

<sup>6</sup> Reza Fahmi dan Tri Amanda, "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 2. No.1, Januari-Juni 2017

merupakan tamparan keras bagi yang masih malas berwirausaha agar lebih giat untuk berwirausaha dan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi di Indonesia.

Sarana berwirausaha di Indonesia tentunya sudah banyak di sediakan oleh pemerintah yang telah terbagi dan biasa disebut UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah), Sarana untuk berwirausaha ini sejak lama di siapkan oleh pemerintah, utamanya dari segi lokasi yang di siapkan oleh pemerintah. Sarana-sarana tersebut tentunya banyak di manfaatkan oleh mayoritas ibu rumah tangga (IRT) untuk mencari penghasilan sampingan dan tidak menutup kemungkinan menjadikannya sebagai penghasilan pokok keluarga. Contoh sarana UMKM yang ada di kota palopo seperti wirausaha es mataram yang ada di Kelurahan Salubulo kota Palopo yang menjadi objek dari penelitian ini.

Wirausaha merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Giatnya aktifitas di suatu negara merupakan sebuah tolak ukur tingkat perekonomian negara tersebut dan tolak ukur tingkat kesejahteraan masyarakat di negara tersebut.<sup>7</sup> Dalam berwirausaha tidak akan luput dari sebuah persaingan, walaupun sudah di atur sedemikian rupa, tinggal bagaimana persaingan tersebut dilakukan secara sehat dan bukan persaingan yang tidak sehat.

Tidak sedikit wirausaha kecil di Indonesia yang mengalami kegagalan di tengah karir mereka. Ketidakseimbangan antara persaingan usaha yang semakin kompetitif dengan tingkat kemampuan para pelaku usaha dalam menjalankan sebuah usaha dapat menjadi penyebab gagalnya sebuah usaha, seperti yang di

---

<sup>7</sup> Agus Irawan, Anita Hasna, Reza Pahlevi. "Sistem Informasi Perdagangan Pada PT.YOLTAN SARI Menggunakan PHP Berbasis Web", Jurnal Positif, Vol. 1, no.2, Mei 2016

ungkapkan oleh Siropolis sebagaimana di kutip oleh Dwi Lestanti yang menyatakan bahwa sebagian besar kegagalan di sebabkan oleh kurangnya kompetisi dalam dunia usaha, 17% kegagalan karena lemahnya kemampuan manajemen, dan ketidakseimbangan pengalaman yang dimiliki oleh pewirausaha.<sup>8</sup>

Untuk mengatasi persaingan usaha yang semakin tinggi maka perlu adanya karakteristik sumber daya manusia (SDM) yang memadai. Sumber daya manusia merupakan kunci dari berhasil atau tidaknya suatu usaha, karakteristik yang di butuhkan seperti inovatif, kreatif, dan kompetitif.<sup>9</sup> Sehingga dengan karakteristik tersebut pewirausaha dapat bertahan dan bahkan meningkatkan usahanya di tengah persaingan yang semakin tinggi. Dari persaingan tersebut di khawatirkan akan menimbulkan kompetisi secara tidak sehat maka sangat perlu di lakukan pengembangan sumber daya manusia untuk menciptakan suasana persaingan yang sehat. Selain itu untuk bersaing secara sehat, wirausahawan perlu mempunyai strategi atau cara yang ampuh untuk memikat pelanggan dan mempertahankan konsumennya. Bersaing secara sehat dalam kehidupan juga telah di atur didalam Al-qur'an surah An-nisa/5:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya :

“wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dalam perdagangan yang

<sup>8</sup> Dwi Lestanti, “Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha, dan Motivasi Kerja Terhadap Persepsi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM Di Boyolali”, Jurnal Pendidikan Akuntansi, 2015

<sup>9</sup> Ari Anggraini, Vita Intan Safitri. “Penguatan Sektor UMKM Sebagai Strategi Menghadapi MEA 2015”, Jurnal Ekonomi, Vol 5, no 1, Mei 2014

berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu”<sup>10</sup>

Dari ayat di atas Allah swt melarang kita untuk memakan harta sesama manusia, artinya dalam berkompetisi hendaknya kita saling membantu sesama pesaing untuk sama-sama meningkatkan mutu dan kualitas usaha, bukan dengan menjatuhkan satu sama lain untuk bisa memperoleh keuntungan sendiri.

Strategi merupakan sebuah pendekatan secara keseluruhan berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan gagasan, dan eksekusi sebuah aktivitas atau kegiatan yang telah di rencanakan dalam kurun waktu tertentu. Strategi dalam berdagang tentunya sangat di perlukan untuk mengatasi persaingan, terlebih di dunia yang serba modern seperti sekarang ini dengan akses yang begitu sangat mudahnya sangat di sayangkan jika tidak di manfaatkan oleh para pedagang untuk melariskan barang dagangannya.

Dalam dunia usaha, strategi merupakan suatu elemen yang sangat penting agar suatu usaha dapat mencapai tujuan yang di harapkan. Sebuah kesuksesan usaha terletak dari strategi yang di terapkan. Alasan yang menunjukkan akan pentingnya strategi adalah semakin kerasnya persaingan di era modernisasi seperti sekarang ini menuntut sebuah usaha untuk bersaing keras dalam mempertahankan eksistensinya di tengah suatu kompetisi yang begitu ketat.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi gagalnya sebuah usaha, salah satunya karena terlalu mengabaikan strategi dalam persaingan sehingga dapat menghambat pertumbuhan dan kemajuan usaha, yang pada akhirnya akan berakhir pada kebangkrutan karena tersingkir oleh kompetitor yang semakin kuat.

---

<sup>10</sup> Al-qur'an dan terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia, Surabaya

Itulah mengapa sebuah strategi sangat di butuhkan terlebih lagi bagi usaha yang baru lahir untuk lebih mudah mencapai tujuan dari usaha itu sendiri.

Strategi meliputi banyak aspek dalam penerapannya, seperti strategi untuk mengunggulkan usaha, strategi mengatur modal dan keuangan, strategi promosi, dan strategi pemasaran. Semua bagian dari strategi tersebut sangat penting untuk di pelajari dan di terapkan agar bisa lebih menunjang keberhasilan suatu usaha.

Selain itu, dalam berwirausaha, inovasi sangat di perlukan agar mampu bersaing dengan wirausahawan yang lain, inovasi diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Dari sudut pandang perusahaan, inovasi adalah suatu mekanisme perusahaan untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, oleh sebab itu perusahaan di tuntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran dan gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.<sup>11</sup>

Inovasi-inovasi dalam berwirausaha sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dan bisa mempertahankan konsumen tetap yang dimiliki, kepuasan konsumen terjadi ketika harapan konsumen tersebut bisa terpenuhi. Harapan konsumen tidak bersifat statis, karena konsumen adalah makhluk sosial yang berinteraksi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan internal maupun eksternal.

---

<sup>11</sup> Gede Adi Yuniarta dan Ni Luh Gede Erni Sulindawati dan I Gusti Ayu Purnamawati, "kewirausahaan dan aspek-aspek studi kelayakan usaha", (Yogyakarta : GRAHA ILMU) hlm. 4

Atribut produk adalah manifestasi harapan konsumen sehingga penilaian konsumen akan tertuju pada pentingnya atribut produk yang selalu berubah sesuai dengan inovasi-inovasi yang dimiliki oleh wirausahawan, dalam artian keberagaman produk merupakan salah satu yang dapat memuaskan konsumen, dikarenakan konsumen bebas memilih dan apa yang dia inginkan tidak terfokus hanya pada beberapa barang yang dapat membatasi keinginannya dalam memilih. Itulah fungsi inovasi bagi para wirausahawan, selain untuk menarik para konsumen yang baru namun juga bisa mempertahankan konsumen yang lama sehingga bisa mempertahankan tingkat pendapatan maupun tingkat perekonomian agar bisa tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang semakin tinggi.

Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan oleh wirausahawan dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif tersebut, dengan harapan hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat khususnya wirausaha dalam mengatasi tingginya persaingan usaha. Dengan itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Wirausahawan dalam menghadapi Persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo Kabupaten Luwu Provinsi Sulawesi Selatan”

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan diangkat oleh peneliti yaitu :



1. Bagaimana strategi Wirausahawan dalam menghadapi tingginya persaingan pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo?
2. Bagaimana efek keberhasilan penerapan strategi tersebut oleh wirausaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui strategi yang dilakukan oleh wirausahawan dalam menghadapi persaingan usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo Kabupaten Luwu Provinsi Sulawesi Selatan.
2. Mengetahui efek keberhasilan penerapan strategi persaingan usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo Kabupaten Luwu Provinsi Sulawesi Selatan.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti :  
Yaitu sebagai ajang pembelajaran langsung dari dunia usaha dalam menghadapi persaingan yang sangat kompetitif.
2. Manfaat bagi wirausahawan sebagai objek penelitian :  
Hasil penelitian dapat menjadi penambah wawasan maupun menjadi tolak ukur keberhasilannya dalam menerapkan strategi yang telah mereka jalankan untuk memenangkan persaingan secara sehat.
3. Manfaat bagi pembaca :

Sebagai bahan penambah wawasan serta dapat menerapkan hasil penelitian di suatu daerah jika mempunyai permasalahan yang sama mengenai tingginya tingkat persaingan, agar tetap tercipta persaingan yang sehat daerah tersebut.

### ***E. Definisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian***

#### **1. Definisi Operasional Variabel**

Adapun definisi operasional variabel dari penelitian ini terdiri dari:

##### **a. Strategi**

Strategi merupakan sebuah cara maupun langkah yang di gunakan oleh seseorang dan telah di rancang sebelumnya untuk memenangkan sebuah kompetisi/persaingan. Strategi sangat erat kaitannya jika di hubungkan dengan dunia bisnis. Strategi merupakan sebuah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan sebuah gagasan, perencanaan, dan pengeksekusian sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

##### **b. Wirausahawan**

Untuk mengetahui definisi dari wirausahawan, maka terlebih dahulu perlu di kaji mengenai wirausaha. Wirausaha merupakan sebuah kegiatan perencanaan dan pengelolaan sebuah sumber daya berdasarkan faktor-faktor produksi yang tersedia untuk di olah dan di manfaatkan dengan tujuan mendapatkan profit/keuntungan. Sedangkan wirausahawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wirausaha itu sendiri atau pelaku wirausaha.

### c. Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan suatu kejadian dimana orang yang melakukan wirausaha saling bersaing dan berkompetisi untuk mencapai tujuan mereka masing-masing yaitu profit dan keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki.

### 2. Ruang lingkup penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana strategi-strategi yang telah maupun akan di tempuh oleh para wirausahawan es mataram yang ada di Kelurahan Salubulo Kota Palopo untuk menghadapi persaingan usaha yang sangat tinggi berdasarkan teori-teori strategi yang akan menjadi landasan dan acuan peneliti untuk merumuskan strategi tersebut berdasarkan jawaban narasumber atau subjek penelitian. Setelah di ketahui bagaimana strateginya, kemudian peneliti akan mencari bagaimana efek keberhasilan strategi yang telah di terapkan tersebut jika di lihat berdasarkan profit dan kelangsungan usaha.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### ***A. Penelitian Terdahulu yang Relevan***

Penelitian yang dilakukan oleh Arasy Alimudin dengan judul “Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Sektor Perdagangan (*Consumer Goods*) Di Kota Surabaya” pada tahun 2013.

Dari jenisnya, penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode penelitian menggunakan data-data yang real, bersifat tetap, dan menggunakan teknik analisis dan perhitungan untuk mendapatkan hasilnya. Sedangkan dari sifatnya, penelitian ini bersifat analisis korelasional, yaitu mengkorelasikan masing-masing variabel untuk menentukan hubungan keterkaitan antar variabel.

berdasarkan analisis hasil studi dan pembahasan mengenai strategi pemasaran untuk lebih meningkatkan kualitas bersaing berkelanjutan dan kinerja pemasaran dengan menguji dan menganalisis pengaruh-pengaruh orientasi wirausaha terhadap orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan kinerja pemasaran usaha kecil di kota Surabaya. hasil penelitian dapat di simpulkan sebagai berikut :

- a. Orientasi wirausaha sangat berpengaruh signifikan terhadap masing-masing keunggulan bersaing berkelanjutan bagi usaha kecil.
- b. Orientasi wirausaha sangat berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kecil di kota Surabaya

- c. Keunggulan bersaing berkelanjutan sangat berpengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kecil di Kota Surabaya
- d. Orientasi wirausaha menempati posisi strategis dalam mengembangkan keunggulan bersaing berkelanjutan usaha kecil.
- e. Perlunya pemilik usaha kecil untuk berkomitmen terhadap inovasi, proaktif, serta berani mengelola resiko.<sup>12</sup>

Adapun hal yang relevan dengan penelitian ini yaitu, kedua penelitian ini bertujuan untuk memaparkan strategi untuk keunggulan bersaing, agar wirausahawan bisa memenangkan persaingan dengan cara yang sehat dan Inovasi serta kreatifitas menjadi jalan penting bagi setiap wirausahawan untuk bisa unggul dan memenangkan persaingan.

Selanjutnya penelitian yang di lakukan oleh Tejo Nurseto dengan Judul “Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah Yang Tangguh” pada tahun 2004 di Yogyakarta.

Dari jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Sedangkan dari sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu memaparkan semua informasi-informasi tentang strategi dalam menumbuhkan wirausaha yang di dapat dari para informan melalui wawancara interaktif yang kemudian di deskripsikan di hasil penelitian.

---

<sup>12</sup> Arasy Alimuddin, “Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Sektor Perdagangan (*Consumer Goods*) Di Kota Surabaya”, 2013

Berdasarkan hasil penelitian, dalam rangka penciptaan wirausaha baru atau untuk menumbuhkan wirausaha baru maka sebelumnya perlu di lakukan kajian dan pertimbangan yang matang, setelah itu wirausahawan perlu mempelajari faktor-faktor yang dapat meningkatkan sebuah usaha hingga menjadi usaha yang tangguh. Salah satu cara efektif untuk meningkatkan kekuatan sebuah usaha yaitu dengan melakukan inovasi-inovasi seiring perkembangan wirausaha.<sup>13</sup>

Adapun hal yang relevan dari kedua penelitian ini yaitu bagaimana seorang wirausahawan dapat mempertimbangkan dengan baik sebelum melakukan pengambilan keputusan usaha, mempelajari faktor-faktor yang dapat meningkatkan sebuah usaha, mempelajari serta menerapkan cara bersaing sehat agar dapat menjadi sebuah usaha yang tangguh dan lebih kompetitif.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti, dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM” Studi pada Batik Diajeng Solo pada tahun 2015.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif, serta teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan metode analisis riset dokumentasi dan analisis deskriptif. Berikut akan di uraikan hasil dari penelitian ini tentang strategi pemasaran pada batik Diajeng Solo :

---

<sup>13</sup> Tejo Nurseto, “Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah Yang Tangguh”, Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan, Vol. 1, No.1, Februari 2004

1. Strategi segmentasi pasar

Adapun segmentasi pasar terfokus pada suatu organisasi, institusi maupun komunitas.

2. Strategi penentuan pasar sasaran

Adapun strategi penentuan pasar sasaran (targeting) dilakukan oleh Batik Diajeng Solo untuk lebih mengetahui sasaran pasar yang dituju sehingga dapat memberikan peluang yang sangat besar bagi perusahaan untuk bisa memasarkan produknya secara tepat.

3. Strategi posisi pasar

Batik Diajeng Solo merupakan solusi yang tepat untuk sebuah produk batik untuk perorangan maupun sebuah institusi yang besar dengan kualitas yang baik sehingga mereka memposisikan pasarnya pada sebuah organisasi maupun institusi.

4. Bauran pemasaran Batik Diajeng Solo

Adapun bauran pemasaran yang digunakan oleh batik diajeng yaitu pada produk yang tepat sesuai dengan sasaran pasar, menyediahakan produk dengan harga yang layak, menentukan tempat secara strategis, melakukan promosi dengan memanfaatkan seluruh sumberdaya maupun teknologi untuk memperluas sasaran pasar.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM" Studi pada Batik Diajeng Solo, jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 29, No.1, Desember 2015

Adapun hal yang relevan dengan penelitian yaitu untuk menjadikan suatu usaha berkembang maka perlu dilakukan strategi-strategi yang tepat agar bisa mencapai tujuan suatu usaha. Dengan teknik promosi yang digunakan yaitu memanfaatkan seluruh sumber daya agar dapat menemukan sasaran pasar yang tepat, selanjutnya dengan teknik pemasaran yang baik sehingga mendapatkan sasaran pasar yang sesuai dengan kebutuhan pasar

## **B. Landasan Teori**

### 1. Kewirausahaan, wirausaha, dan wirausahawan

#### a. Kewirausahaan

Menurut Kasmir berdasarkan yang di kutip oleh Sri Marwanti dan Ismi Dwi Astuti kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam menciptakan kegiatan usaha.<sup>15</sup> Kemampuan menciptakan dan sangat memerlukan adanya inovasi dan kreatifitas untuk terus di kembangkan. Kemampuan wirausaha yang kreatif dan inovatif dapat dijadikan dasar dan kiat-kiat untuk menjadi sukses.

Menurut Zimmerer dan Suryana sebagaimana yang di tulis oleh Yunita Widyaning Astiti dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, menerangkan bahwa

“kewirausahaan merupakan penerapan kreatifitas dan inovasi untuk memecahkan suatu masalah dan pemanfaatan setiap peluang yang di hadapi. Kreatifitas dapat

---

<sup>15</sup> Sri Marwanti, Ismi Dwi Astuti, “model pemberdayaan perempuan miskin melalui pengembangan kewirausahaan keluarga menuju ekonomi kreatif di Kabupaten Karanganyar”, Jurnal Penelitian, vol.9, no.1, 1 September 2012



diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide dan menemukan cara baru dalam memecahkan suatu masalah, sedangkan inovasi diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menerapkan kreatifitas untuk dapat memecahkan suatu masalah dan peluang untuk dapat meningkatkan kekayaan hidup”<sup>16</sup>

#### Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan

Manfaat yang dapat diperoleh dengan berwirausaha yaitu, antara lain :

1. Membuka lapangan kerja baru
2. Sebagai generator atau pembangkit pembangunan lingkungan.
3. Sebagai contoh pribadi unggul, jujur, terpuji, berani, dan tidak merugikan orang lain.
4. Memelihara keseimbangan ekonomi lingkungan.<sup>17</sup>

Menurut Basrowi sebagaimana yang di kutip oleh Yunita Widyaning Astiti dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, ada beberapa tujuan kewirausahaan :

1. Meningkatkan jumlah wirausaha yang inovatif dan berkualitas
2. Mewujudkan kemampuan/skill para wirausaha untuk bisa membuka peluang ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

---

<sup>16</sup> Yunita Widyaning Astiti, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi”, Skripsi sarjana( universitas negeri Yogyakarta), Th 2014. Hlm 18

<sup>17</sup> Eko Agus Alfianto, “kewirausahaan : sebuah kajian pengabdian kepada masyarakat”, Jurnal Heritage. Vol.1, no.2, Januari 2012

3. Membudayakan semangat berwirausaha dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat.
4. Menumbuh kembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh.<sup>18</sup>

#### Sasaran dan Asas Kewirausahaan

kewirausahaan memiliki asas dan sasaran yang akan dicapai. Sasaran kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Para generasi muda pada umumnya anak-anak sekolah, anak jalanan yang putus sekolah dan calon wirausaha.
2. Para pelaku-pelaku ekonomi yang terdiri dari para pengusaha kecil dan koperasi
3. Instansi pemerintah yang melakukan kegiatan usaha BUMN, organisasi kampus maupun luar kampus dan kelompok-kelompok masyarakat.

Asas kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan untuk berkarya serta berinovasi dalam kebersamaan berlandaskan bisnis/wirausaha yang sehat
2. Kemampuan bekerja secara produktif, tekun, dan teliti
3. Kemampuan memecahkan suatu masalah, berani mengambil keputusan, serta keberanian dalam mengambil risiko bisnis.

---

<sup>18</sup> Yunita Widyaning Astiti. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi". Skripsi sarjana( Universitas Negeri Yogyakarta). Th 2014. Hlm 20

b. Wirausaha dan wirausahawan

Wirausaha adalah orang tekun, kreatif, dan inovatif serta mampu mewujudkannya untuk meningkatkan kesejahteraan diri, masyarakat dan lingkungannya. Seorang wirausaha merupakan elemen utama dari masyarakat sehingga tidak pernah lupa memikirkan kesejahteraan masyarakat, mereka selalu berfikir kritis untuk mencari inovasi dalam penciptaan produk yang di butuhkan oleh masyarakat.

Menurut Arman Hakim Nasution dkk sebagaimana yang di kutip oleh Yunita Widyaning Astiti, wirausaha adalah seseorang yang berani memanfaatkan peluang, menjalankan dan mengembangkan usaha dengan memanfaatkan segala potensi yang di miliki. Sedangkan wirausahawan merupakan pelaku wirausaha artinya seseorang yang berani berwirausaha dengan segala potensi yang di miliki untuk mencapai tujuan yang di harapkan serta bermanfaat bagi masyarakat.<sup>19</sup>

Seorang wirausahawan selalu berfikir ke depan, mengasah keterampilan yang dimiliki, untuk mencapai tujuan yang di harapkan. Wirausaha mencakup semua aspek-aspek pekerjaan, baik dari pengusaha, pedagang, karyawan swasta maupun pemerintahan. Siapa saja yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan mengembangkan ide serta potensi dan memanfaatkan sumber daya dengan sebaik-baiknya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup, itulah yang disebut sebagai wirausaha (Soeparman Soemahamidjaja dalam Rusdiana).

---

<sup>19</sup> Yunita Widyaning Astiti. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi". Skripsi sarjana( Universitas Negeri Yogyakarta). Th 2014. Hlm 27

Menurut penjelasan di atas, wirausaha adalah seseorang yang dapat mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif serta inovatif untuk menciptakan produk baru, bernilai tambah, dan berdaya guna demi kepentingan bersama.

Karakteristik Wirausaha Menurut By Grave dalam Basrowi sebagaimana yang di kutip oleh Yunita Widyaning Astiti, karakteristik wirausaha terdiri dari 10 D yaitu:

1. *Dream*, yaitu seorang wirausaha mempunyai mimpi yang tinggi, visi terhadap masa depan pribadi dan masyarakat serta kemampuan untuk mewujudkan mimpinya.
2. *Decisiveness*, yaitu seorang wirausaha adalah orang yang bekerja dengan cepat dan tepat membuat keputusan dengan penuh perhitungan.
3. *Doers*, yaitu seorang wirausaha yang selalu menindaklanjuti semua keputusan-keputusan yang telah ia tetapkan.
4. *Determination*, yaitu seorang wirausaha selalu melaksanakan kegiatannya dengan penuh tanggung jawab serta tidak mudah menyerah meskipun selalu dihadapkan pada halangan dan rintangan.
5. *Dedication*, yaitu seorang wirausaha mempunyai dedikasi tinggi terhadap usaha dan bisnisnya, mengutamakan kepentingan bisnis dibandingkan dengan kepentingan pribadi.
6. *Devotion*, yaitu mencintai bisnisnya, memasukkan bisnis dalam daftar hobinya dan selalu memaksimalkan produk yang dihasilkan.
7. *Details*, yaitu seorang wirausaha sangat memperhatikan faktor-faktor kritis dalam dunia bisnis secara rinci.

8. *Destiny*, yaitu seorang wirausaha selalu bertanggung jawab terhadap tujuan yang hendak dicapainya serta tidak menggantungkan sesuatu kepada orang lain.
9. *Dollars*, yaitu seorang wirausaha tidak pernah mengutamakan untuk mencapai kekayaan. Uang bukan sebagai motivasi utama tetapi sebagai manfaat untuk kesejahteraan bersama.
10. *Distribute*, yaitu bersedia mendistribusikan bisnisnya kepada orang kepercayaan dengan harapan pengembangan yang lebih baik.<sup>20</sup>

Hal-hal yang Harus Dimiliki Wirausaha yaitu:

1. Proses berkreasi, yaitu menghasilkan sesuatu dengan berkreasi serta dengan menambahkan nilai gunanya.
2. Komitmen yang tinggi terhadap penggunaan waktu, usaha, dan kesempatan yang diberikan.
3. Memperkirakan resiko yang akan di hadapi serta memikirkan penanggulangan resiko tersebut
4. Memperoleh *reward* atau penghargaan, *reward* yang terpenting adalah kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi.

Ciri-ciri orang yang memiliki jiwa wirausaha atau bisnis adalah:

- a. Berani mengambil resiko. Setiap wirausaha harus berani menghadapi tantangan dan segala resiko yang akan timbul.

---

<sup>20</sup> Yunita Widyaning Astiti. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi". Skripsi sarjana( Universitas Negeri Yogyakarta). Th 2014. Hlm 28

- b. Menyukai tantangan. Bagi seorang wirausaha setiap masalah adalah peluang, dan tantangan merupakan sebuah sarana pembelajaran sebagai batu loncatan untuk menjadi wirausaha yang terbaik.
- c. Punya daya tahan yang tinggi. Seorang wirausaha tidak boleh cepat berputus asa, selalu bangkit dari kegagalan, serta berusaha memperbaiki kedepannya
- d. Visi yang jauh ke depan. Seorang wirausaha mempunyai tujuan jangka panjang, bukan hanya untuk keuntungan sesaat.
- e. Selalu berusaha memberikan yang terbaik. Seorang wirausaha akan selalu memberikan yang terbaik bagi diri dan masyarakat.<sup>21</sup>

Adapun faktor-faktor pendukung keberhasilan sebuah wirausaha yaitu :

- a. Faktor SDM (sumber daya manusia)

SDM (sumber daya manusia) merupakan salah satu elemen terpenting dari sebuah usaha, tanpa SDM yang baik maka sebuah wirausaha tidak akan bisa berjalan dan berkembang sebagaimana mestinya. Jika SDM dari sebuah wirausaha memiliki potensi pengembangan yang baik dalam menjalankan usaha, maka usaha tersebut akan meningkat dan sukses sebagaimana yang di harapkan, jika sebaliknya SDM dari sebuah wirausaha tidak mempunyai potensi pengembangan yang baik maka akan mengancam kelangsungan sebuah usaha di tengah para pesaing yang telah unggul.

---

<sup>21</sup> Yunita Widyaning Astiti. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi". Skripsi sarjana( Universitas Negeri Yogyakarta). Th 2014. Hlm 30

b. Faktor modal dan keuangan

Modal merupakan syarat awal dalam membuka sebuah usaha, tanpa modal maka segala aktivitas pengembangan usaha akan stagnan dan tidak bisa dilaksanakan sebagaimana mestinya. Pentingnya perputaran modal yang baik bagi sebuah usaha akan menunjang kelangsungan usaha tersebut, dan jika perputaran modal buruk atau malah mengalami kerugian, pasti akan berpengaruh pada perkembangan usaha kedepannya.

c. Faktor promosi dan pemasaran

Setelah faktor SDM dan modal, maka untuk melengkapi kedua faktor di atas, faktor promosi dan pemasaran sebagai penentu berhasilnya faktor tersebut diatas, tanpa adanya promosi dan pemasaran maka produk yang kita punya tidak akan bisa dikenal dan diketahui oleh konsumen. Promosi merupakan sebuah kegiatan pengenalan produk kepada konsumen dan dilanjutkan dengan memasarkan produk tersebut sehingga dengan promosi dan pemasaran yang baik akan menarik hati konsumen untuk membeli produk yang kita miliki.

2. Definisi dan manajemen strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*, *strategos* artinya tentara sedangkan *ago* artinya memimpin. Awalnya strategi hanya digunakan di dunia kemiliteran karena hanya bidang militer yang lebih dominan menggunakan istilah strategi pada saat itu. Ada 66 definisi strategi yang diidentifikasi oleh Abraham sebagaimana yang dikutip oleh Husaini Usman dan Nuryadin Eko Raharjo dalam jurnalnya yang berjudul Strategi Kepemimpinan Pembelajaran Menyongsong

Implementasi Kurikulum 2013, ia menyimpulkan bahwa strategi merupakan semua yang berkaitan dengan pemikiran dan perencanaan strategi, penentu utama dalam berfikir strategi dan perencanaan strategi, metode untuk mendapatkan alternatif strategi itu sendiri.<sup>22</sup>

Strategi merupakan upaya yang sistematis melalui pengintegrasian dari tujuan, sasaran, kebijakan, program, dan kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan yang di harapkan. Dari pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa strategi merupakan pendekatan umum bersifat jangka panjang untuk mempertahankan hidup sebuah organisasi maupun usaha agar memiliki daya saing yang berkelanjutan.

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan bagian-bagian dari strategi sebagaimana di kutip oleh Suryana dalam bukunya yang berjudul Kewirausahaan, terbagi menjadi 5 P, yaitu :

a. Strategi adalah perencanaan (*Plan*)

Strategi tidak bisa terlepas dari *plan* atau perencanaan, arahan dan acuan gerak langkah sebuah usaha untuk mencapai sebuah rujukan di masa depan. Tidak selamanya strategi merupakan suatu perencanaan yang belum di laksanakan, strategi juga termasuk sesuatu yang telah di laksanakan di masa lalu dengan tujuan yang sama, seperti pola-pola bisnis di masa lampau juga merupakan strategi hanya saja perlu di kembangkan lebih baik di untuk masa depan.

---

<sup>22</sup> Husaini Usman dan Nuryadin Eko Raharjo, "Strategi Kepemimpinan Pembelajaran Menyongsong Implementasi Kurikulum 2013", Jurnal Pendidikan, th 2013



b. Strategi adalah pola (*Patern*)

Strategi merupakan pola dari sebuah perencanaan yang belum terlaksana dan berorientasi untuk masa depan.

c. Strategi adalah posisi (*Position*)

Definisi strategi selanjutnya yaitu *position* atau posisi. Yaitu memposisikan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju, artinya produk di kelompokkan sesuai dengan pasarnya masing-masing.

d. Strategi adalah perspektif (*Perspective*)

Strategi merupakan sebuah perspektif atau pandangan seorang wirausaha terhadap tujuan usaha jangka panjang misalnya.

e. Strategi adalah permainan (*Play*)

Menurutnya, strategi merupakan sebuah permainan antara dia dan para pesaing lainnya dengan taktik dan cara masing-masing untuk mengunggulkan permainan.<sup>23</sup>

- Pengertian dan pentingnya manajemen strategi dalam sebuah usaha

Manajemen strategi merupakan suatu rangkaian keputusan dan tindakan yang dapat menghasilkan implementasi dan formulasi rencana untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan. Manajemen strategi merupakan sebuah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan strategi untuk sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya.

---

<sup>23</sup> Suryana, Kewirausahaan, Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001, h.129-130

Manajemen strategi berfokus pada usaha-usaha yang dilakukan untuk mengintegrasikan manajemen, keuangan, produksi, dan pemasaran untuk mencapai sebuah keberhasilan usaha.

Tujuan manajemen strategi dalam sebuah usaha yaitu menciptakan berbagai peluang yang baru dan berbeda untuk sebuah perencanaan jangka panjang dan berusaha untuk mengoptimalkan penerapan strategi demi kemajuan usaha.

Wheelen dan Hunger mendefinisikan tentang manajemen strategi seperti yang dikutip oleh Muhammad Irvan Taufik dan Sandi Eka Suprajang dalam riset mahasiswa ekonomi, bahwa manajemen strategi merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Keputusan itu meliputi: perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan kontrol. Kinerja sebuah perusahaan yang unggul tidak dicapai lewat keberuntungan, melainkan ditentukan oleh keputusan-keputusan yang diambil oleh para manajer, berdasarkan definisi di atas mengambil sebuah contoh dalam hal yang sangat besar yaitu di dalam rana perusahaan. Begitu pula dengan usaha kecil, manajemen strategi sangat dibutuhkan untuk mencapai goal atau tujuan dari usaha tersebut, karena tanpa manajemen strategi maka wirausahawan tidak akan tahu kemana arah yang harus dicapai oleh sebuah usaha.

Suyanto mendefinisikan tentang perencanaan strategis seperti yang dikutip oleh Muhammad Irvan Taufik dan Sandi Eka Suprajang dalam riset mahasiswa ekonomi, perencanaan strategis merupakan keputusan-keputusan dan tindakan yang

telah dirancang untuk mencapai sasaran sebuah perusahaan/usaha.<sup>24</sup> Perencanaan strategi di dalam perusahaan mencakup empat kegiatan perencanaan, yaitu mendefinisikan visi dan misi korporasi, membangun unit bisnis yang strategis, mengalokasikan sumber daya dengan tepat dan benar untuk masing-masing unit bisnis strategis dan menilai setiap peluang bisnis yang muncul.

### 3. Teori Strategi dan Keunggulan Bersaing

Menurut Porter sebagaimana yang di kutip oleh Mudrajat Kuncoro dalam bukunya yang berjudul strategi, bagaimana meraih keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan bersaing dapat berkembang dari nilai-nilai yang diciptakan oleh sebuah perusahaan/wirausaha untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Keunggulan bersaing dapat diciptakan dengan menjalankan beberapa strategi generik yang berdasarkan pada biaya dan diferensiasi.

#### a. Strategi Kepemimpinan Biaya (Pengaturan dengan biaya penuh)

Strategi Kepemimpinan Biaya adalah strategi yang digunakan oleh sebuah organisasi, perusahaan, atau sebuah wirausaha apabila ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Biaya disini merupakan total biaya produksi, dan bukan pada harga. Pada strategi di perusahaan berfokus pada bagaimana perusahaan mampu memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang rendah. Perusahaan/wirausaha yang mampu menciptakan biaya produksi yang

---

<sup>24</sup> Muhammad Irvan Taufik dan Sandi Eka Suprajang, "ANALISIS *THREATS*, *OPPORTUNITY*, *WEAKNESS*, *STRENGTHS* (TOWS) SEBAGAI LANDASAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PR. SEMANGGIMAS AGUNG BOYOLANGU KABUPATEN TULUNGAGUNG", Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Vol. 2, No. 2, thn 2015

lebih rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing, tetapi masih bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaan/wirausahanya. Perusahaan semacam ini tidak akan takut terhadap ancaman pesaing yang menurunkan harga.<sup>25</sup> Beberapa cara dapat di tempuh untuk bisa menerapkan strategi ini yaitu dengan berusaha mencari sumber daya maupun pemasok bahan baku yang relatif lebih murah jika di bandingkan dengan harga bahan baku pesaing, kemudian dengan membuat desain-desain produk yang sederhana tetapi mempunyai nilai jual yang tinggi, melakukan sebuah inovasi-inovasi baru di dalam proses produksi, mengembangkan jaringan yang lebih luas dari jaringan yang di miliki oleh pesaing, serta mengembangkan jaringan pemasaran yang biayanya dapat di minimalisir sehingga berdampak pada profit yang lebih besar.

Tabel 2.1

Keunggulan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efisiensi biaya yang dimiliki akan melindungi wirausaha dari pesaing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dampak dari kemajuan teknologi akan mengakibatkan wirausaha pesaing mensndingi wirausaha sebelumnya</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dapat memasuki segmen pasar yang lebih luas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akan kehilangan daya tarik dari konsumen yang cenderung dari golongan mampu</li> </ul>

<sup>25</sup> Mudrajat Kuncoro, “strategi, bagaimana meraih keunggulan kompetitif” (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 90

## b. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi digunakan apabila sebuah perusahaan/wirausaha ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini perusahaan/wirausaha perlu melakukan inovasi-inovasi yang unik pada produknya. Keunikan-keunikan tersebut dapat dilihat dari ciri produk yang berbeda dengan produk pesaing di mata konsumen, sehingga dapat menggugah selera konsumen untuk membeli produk tersebut.<sup>26</sup>

Banyak para ahli maupun pakar yang mendefinisikan strategi diferensiasi sebagai upaya sebuah organisasi atau sebuah usaha untuk menciptakan perbedaan diantara competitor dengan tujuan untuk memberikan value (nilai) terbaik kepada pelanggannya, perusahaan atau wirausaha yang menggunakan strategi diferensiasi dapat dipastikan akan memiliki sebuah kinerja di atas rata-rata dalam segala bidangnya.

Untuk menciptakan suatu bentuk diferensiasi strategi, maka pengembang usaha harus berkonsentrasi pada tiga dimensi diferensiasi yaitu konten, konteks dan infrastruktur. Konten adalah suatu dimensi strategi diferensiasi yang menunjuk pada nilai yang di tawarkan kepada pelanggan, konteks merupakan petunjuk bagaimana cara menawarkan nilai tersebut kepada pelanggan, sedangkan infrastruktur merupakan faktor-faktor yang menentukan terealisasi atau tidaknya konteks dengan konten yang telah di rumuskan

---

<sup>26</sup> Mudrajat Kuncoro, "strategi, bagaimana meraih keunggulan kompetitif" (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 91

Berikut adalah keunggulan dan kelemahan dari strategi diferensiasi :

Tabel 2.2

Keunggulan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dengan keunikan yang dimiliki akan tercipta loyalitas konsumen terhadap usaha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya yang cukup banyak untuk mempertahankan keunikan usaha</li> </ul>

c. Strategi Fokus

Perusahaan/wirausaha dengan strategi fokus ini melayani kebutuhan spesifik pasar, dan bisa memilih strategi fokus berbasis biaya atau diferensiasi. Perbedaannya terletak pada segmentasinya yang lebih kecil. pada strategi ini perusahaan/wirausaha lebih fokus dalam melihat permintaan pasar sehingga fokus menyediakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.<sup>27</sup> Berikut keunggulan dan kelemahan strategi fokus :

Tabel 2.3

Keunggulan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dapat menguasai segmen pasar dan mendapatkan profit yang lebih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karena menguasai segmen pasar sehingga dapat dengan mudah ditiru oleh kompetitor</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak memerlukan investasi yang sangat besar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Susah untuk berkembang karena pangsa pasar yang terbatas</li> </ul>

<sup>27</sup> Mudrajat Kuncoro, "strategi, bagaimana meraih keunggulan kompetitif" (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 93

Manajemen strategi dalam pandangan David. R Freed terbagi menjadi 3 tahap yaitu tahap perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi<sup>28</sup>

a. Perumusan strategi

Perumusan strategi merupakan tahap awal dari pelaksanaan strategi. Pada tahap ini mencakup kegiatan dalam mengembangkan visi dan misi sebuah organisasi, mengidentifikasi peluang, menentukan kekuatan dan kelemahan sebuah organisasi atau bisnis, dan membuat sejumlah alternatif untuk mencapai tujuan yang di harapkan.

b. Implementasi strategi

Dalam pelaksanaan atau implementasi strategi diperlukan suatu bentuk pengawasan agar strategi yang dilaksanakan berdampak baik terhadap kemajuan suatu organisasi atau usaha bisnis. Dalam tahap ini sangat memerlukan suatu keputusan dari pengembang atau pelaku usaha untuk menetapkan tujuan jangka pendek suatu usaha, membuat kebijakan-kebijakan, mengalokasikan sumber daya dengan tepat, menentukan sarana promosi dan sasaran pemasaran demi tercapainya tujuan usaha.

c. Evaluasi strategi

Tahap ini merupakan tahap akhir dari strategi, pada tahap ini wirausahawan perlu mengkaji faktor-faktor internal maupun eksternal yang

---

<sup>28</sup> Murniati. Ar dan nasir usman. "implementasi manajemen strategik dalam pemberdayaan sekolah menengah kejuruan". (Bandung: Civapustaka media perintis). 2009. Hlm 45

menjadi landasan perumusan strategi, mengukur kinerja keberhasilan penerapan strategi, mengoreksi kesalahan-kesalahan yang dapat menghambat pelaksanaan strategi. Dalam mengevaluasi strategi perlu melakukan penilaian terhadap perkembangan-perkembangan usaha setelah menerapkan strategi, dengan melakukan evaluasi, wirausahawan dapat menentukan tingkat keberhasilan pada usahanya.

- Keunggulan bersaing

Pada dasarnya sebuah usaha, organisasi, maupun perusahaan yang bersaing di dalam satu lingkungan industri selalu mempunyai keinginan dan harapan untuk dapat mengungguli para pesaingnya. dan pada umumnya sebuah usaha tentu menerapkan bermacam strategi untuk bisa mencapai pada keunggulan tersebut. strategi tersebut tentu lahir dari sebuah pemikiran-pemikiran mengenai bagaimana perkembangan usaha kedepannya, bagaimana bisnis bisa di kembangkan, apa saja tujuan yang harus di capai, dan kebijakan apa yang harus di ambil untuk bisa menjadi usaha yang mandiri dan unggul tersebut. dalam pelaksanaan stretegi tersebut tentu harus selalu di evaluasi dalam setiap pencapaiannya, agar tejuan jangka pendek bisa terwujud dan dapat memprogres untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dengan menerapkan sebuah inovasi maka dengan demikian akan ada sebuah keunggulan tersendiri dari usaha tersebut, selain itu satu hal yang sangat penting seperti modal juga merupakan penentu keberhasilan suatu usaha, dan juga dengan memanfaatkan peluang yang ada,



maka dengan demikian tujuan usaha untuk menjadi sebuah usaha yang unggul akan bisa di rasakan.

Strategi bersaing merupakan hasil implementasi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang di miliki oleh sebuah usaha, sementara itu keahlian dan asset yang unik di pandang sebagai suatu keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing juga merupakan jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing yaitu keunikan, tidak mudah ditiru, tidak mudah di ganti dan harga bersaing. Keunikan produk merupakan sesuatu yang memadukan antara nilai seni dengan selera pelanggan, sedangkan harga bersaing merupakan kemampuan usaha untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga di pasaran.

a. Orientasi pasar

Sebuah orientasi pasar merupakan sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan untuk bisa mengetahui dan lebih dekat dengan sasaran pasarnya atau konsumennya. Orientasi pasar juga merupakan sebuah budaya bisnis untuk terus melahirkan inovasi dan terus berkreasi agar bisa menciptakan nilai unggul bagi pelanggannya. Orientasi pasar sangat efektif di dalam mempertahankan keunggulan kompetitif, dengan perencanaan dan koordinasi agar dapat memuaskan segala bentuk keinginan konsumen. Orientasi pasar harus menekankan pentingnya analisis kebutuhan pasar dan target pasar secara efektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaingnya untuk mencapai suatu keunggulan bersaing . setiap usaha di tuntut untuk bisa membaca selera konsumen

agar dapat menerapkan keunggulan bersaing baik melalui penciptaan produk baru yang unik atau mengembangkan produk yang sudah ada agar dapat menjadi nilai tersendiri bagi konsumen dan dapat dengan mudah memenangkan persaingan di antara para pesaingnya

#### b. Inovasi

Inovasi merupakan sebuah gagasan kreatif yang harus dimiliki oleh sebuah usaha. Tanpa inovasi, maka sebuah usaha akan mudah kalah dalam menghadapi persaingan, oleh karena itu diharapkan sebuah pemikiran-pemikiran baru yang dimiliki oleh sebuah usaha untuk mempertahankan keunggulan usaha yang dimiliki serta menarik lebih banyak konsumen demi kelangsungan sebuah usaha. Inovasi merupakan sebuah kemajuan fungsional bagi sebuah usaha yang dapat membawanya selangkah lebih maju dibandingkan para pesaingnya yang merupakan sebuah nilai tambah bagi konsumennya. Selain itu dalam menerapkan inovasi sangat memerlukan sebuah perencanaan strategis agar inovasi tersebut tidak salah langkah yang dapat menyebabkan kegagalan dari sebuah usaha.

### 4. Teori Persaingan usaha (Bisnis)

#### a. Pengertian persaingan usaha (bisnis)

Persaingan usaha bisnis adalah istilah yang biasa dan sering muncul dalam berbagai literatur-literatur yang membahas atau menjelaskan tentang persaingan bisnis. Kata persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang kurang lebih artinya persaingan itu sendiri atau sebuah kegiatan bersaing, kompetisi, maupun pertandingan.

Persaingan usaha juga telah diatur di dalam undang-undang Republik Indonesia yaitu terdapat pada UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan secara tidak sehat. Secara umum persaingan bisnis merupakan sebuah persetujuan antara pelaku-pelaku bisnis yang secara independen berusaha untuk mendapatkan konsumen seperti menawarkan produk dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik untuk menggugah hati konsumen.<sup>29</sup>

Di dalam dunia persaingan di kenal dengan yang namanya dinamika persaingan yang berarti sebuah perubahan-perubahan yang terjadi dalam memperebutkan pelanggan untuk kemajuan usahanya. Adapun persaingan dalam manajemen persaingan bisnis terdiri dari 2 macam yaitu :

1. Persaingan sehat

Persaingan sehat merupakan sebuah kompetisi yang di lakukan oleh sebuah bisnis terhadap pesaingnya yang di yakini bisa bersaing dengan cara yang baik yang cenderung menerapkan etika-etika bisnis dalam strategi persaingannya.

2. Persaingan tidak sehat

Persaingan tidak sehat merupakan kebalikan dari persaingan sehat, yaitu melakukan kompetisi dengan menghalalkan segala cara agar usaha atau bisnisnya bisa berkembang walaupun dengan cara yang negatif untuk menjatuhkan para pesaingnya. Persaingan tidak sehat terjadi jika sifat manusia

---

<sup>29</sup> Akhmad Mujahidin. "Ekonomi islam". Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007. hlm 27

yang serakah diterapkan dalam kehidupan sehingga tidak lagi menerapkan dan mengedepankan nilai-nilai etika bisnis sesuai hukum yang berlaku di negara maupun hukum-hukum Allah yang telah ditetapkan di dalam al-qur'an.

#### 5. Kesalahan-kesalahan wirausahawan dalam menerapkan strategi bersaing

Thomas Zimmerer, dkk sebagaimana yang dikutip oleh Arif Yusuf Hamali dalam bukunya yang berjudul *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Mengemukakan bahwa ada beberapa kesalahan fatal wirausahawan yang menyebabkan sebuah wirausaha yang dijalankan mengalami kegagalan. Penyebab-penyebab kegagalan tersebut yaitu:<sup>30</sup>

##### a. Ketidakmampuan manajemen

Penyebab utama kegagalan bisnis yaitu manajemen yang buruk dalam kebanyakan wirausaha kecil. kebanyakan dari wirausaha kecil tidak memiliki kemampuan untuk menjalankannya dengan baik. Pemilik usaha kurang mempunyai pertimbangan yang baik, dan pengetahuan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis. Hal yang dapat mematikan wirausaha kecil yaitu kurangnya pemahaman dan penilaian yang baik terhadap suatu resiko atau masalah.

##### b. Kurangnya pengalaman

---

<sup>30</sup>Arif Yusuf Hamali. "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan". (Jakarta: Prenamedia Group). 2016. Hlm 190

Seorang wirausahawan perlu memiliki pengalaman dalam bidang yang ingin dimasukinya. Pengalaman merupakan suatu bagian penting dalam menjalankan sebuah usaha, jika seorang wirausahawan kurang memiliki pengalaman maka akan sulit untuk bersaing dengan wirausahawan yang mempunyai pengalaman lebih.

c. Pengendalian keuangan yang buruk.

Kunci keberhasilan usaha kecil adalah manajemen yang sehat, dan seorang wirausahawan yang efektif menyadari bahwa semua keberhasilan bisnis memerlukan sebuah kendali keuangan yang layak. Modal juga sangat di perlukan dalam keberhasilan suatu bisnis. Pemilik usaha kecil sering kali membuat kesalahan pada awal bisnis dengan hanya bermodal kecil tetapi tidak pandai mengatur dan mengembalikan modal tersebut menjadi sebuah keuntungan.<sup>31</sup>

d. Lemahnya usaha pemasaran

Seorang wirausahawan harus bisa membangun kepercayaan pelanggan yang terus berkembang dengan melakukan upaya pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif. Jika pemasaran kurang maksimal maka akan mengurangi tingkat keunggulan bersaing dengan wirausaha lain.

e. Kegagalan mengembangkan perencanaan strategis

Seorang wirausahawan sering kali mengabaikan proses perencanaan strategis, karena menganggap sebagai hal yang sepele dan hanya bermanfaat bagi perusahaan besar. Kegagalan dalam mengembangkan perencanaan strategis biasa di

---

<sup>31</sup> Arif Yusuf Hamali. "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan". (Jakarta: Prenamedia Group). 2016. Hlm 191

sebabkan karena tidak adanya inovasi-inovasi dalam bersaing sehingga dapat menyebabkan menurunnya keunggulan bersaing.

#### 6. Cara mengatasi kegagalan dalam menerapkan strategi bersaing

Dalam proses berwirausaha, kegagalan merupakan sesuatu momok yang paling menakutkan bagi para wirausaha terutama bagi wirausaha yang baru lahir, maka untuk mengatasi kegagalan dalam berwirausaha tersebut, hal yang perlu dilakukan oleh wirausaha yaitu :

##### a. Mengidentifikasi masalah kegagalan usaha

Untuk mengatasi kegagalan dalam berwirausaha, yang pertama kali harus dilakukan yaitu mengidentifikasi masalah kegagalan usaha, di dalam menerapkan strategi bersaing perlu adanya evaluasi terhadap strategi yang telah di terapkan, dari sekian banyak strategi, wirausahawan harus pandai menilai mana strategi yang berhasil dan mana strategi yang gagal dalam penerapannya. Capaian-capaian tersebut perlu dilanjutkan jika berhasil, dan jika gagal maka wirausahawan perlu mengidentifikasi penyebab dari kegagalan tersebut, setelah diidentifikasi lalu kemudian mencari solusi agar strategi yang diterapkan tersebut bisa berhasil dalam penerapan selanjutnya.

##### b. Pengalokasian SDM serta bahan baku produksi

Setelah mengidentifikasi masalah, langkah selanjutnya yaitu memahami permasalahan dalam pengalokasian SDM serta bahan baku produksi. Dari segi SDM, sebagai wirausaha atau karyawan dalam sebuah usaha perlu memberikan sebuah kinerja yang maksimal untuk peningkatan

usaha, perlunya standar-standar keterampilan dalam berwirausaha, serta memahami pengelolaan bahan baku secara efektif dan efisien untuk keberhasilan suatu usaha yang dijalankan.

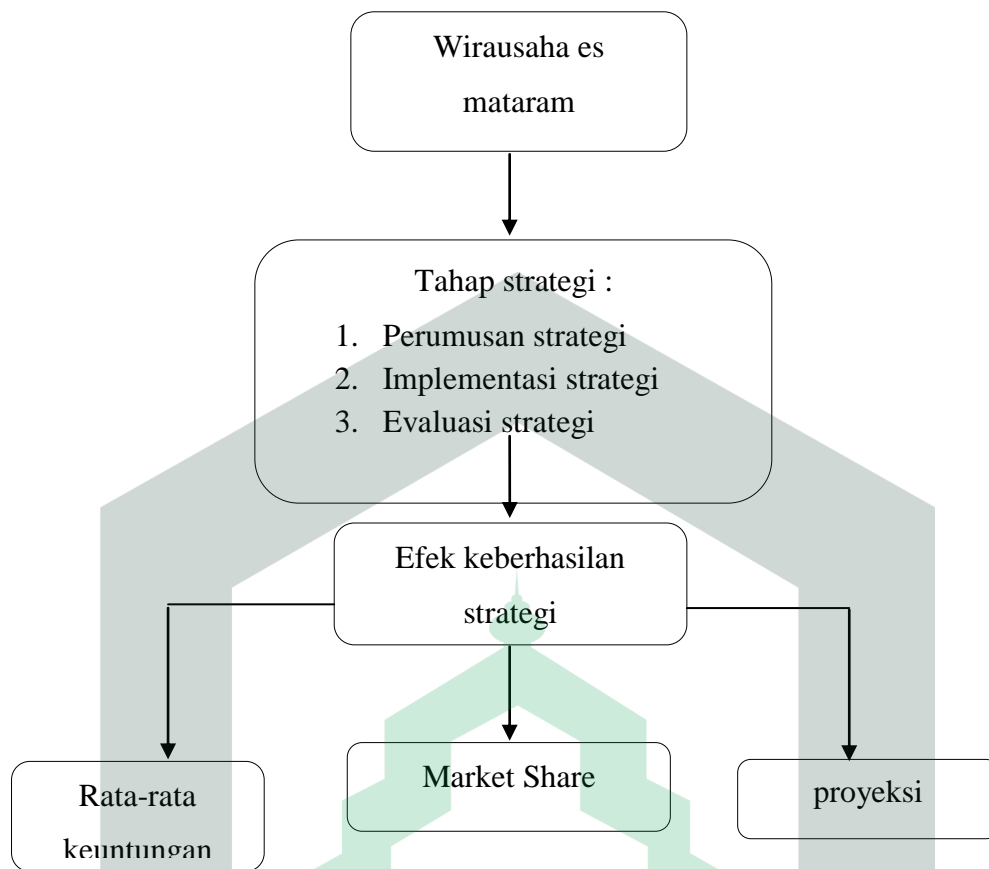
c. Sikap yang terbuka terhadap kemajuan teknologi

Untuk meningkatkan usaha, maka kita perlu memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang, dengan memanfaatkan teknologi tersebut maka proses promosi dan pemasaran akan lebih mudah dilakukan serta mempunyai jaringan yang banyak dalam memasarkan produk yang dimiliki. Jika seorang wirausaha tertutup akan kemajuan teknologi, maka pasti akan kalah dalam bersaing sehingga strategi-strategi yang telah dirancang tidak akan terlaksana dengan baik.

d. Memahami faktor finansial dalam proses produksi

Apabila kita sudah mempunyai strategi yang baik untuk kemajuan usaha maka kita perlu memahami faktor utama sebuah usaha yaitu faktor finansial dalam proses produksi, artinya dalam melakukan produksi maka wirausahawan perlu mempertimbangkan dengan baik keuangan yang dimiliki sehingga dapat mengefisiensikan dana yang dikeluarkan untuk proses produksi.

### ***C. Kerangka Pikir***



Adapun penjelasan dari kerangka pikir di atas yaitu wirausahawan sebagai pengelola usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo tentu memiliki cara dan strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan, oleh karena itu, dengan landasan teori yang menjelaskan tentang apa saja bagian-bagian yang ada pada strategi yang terbagi menjadi 3 yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Dengan demikian ketiga landasan tersebut di jadikan sebuah pedoman bagi peneliti untuk mensinkronkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan dengan teori yang ada, sehingga data yang akan di dapatkan di lapangan melalui penelitian bisa menjadi jawaban atas teori yang di kemukakan di atas bahwa



wirausahawan es mataram benar-benar mempunyai dan mengaplikasikan strategi persaingan dalam menghadapi tingginya persaingan usaha di Salubulo Kota Palopo serta mengungkapkan efek dari penerapan strategi tersebut dalam bentuk evaluasi penerapan strategi yang telah di lakukan sebelumnya.



### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis dan Sifat Penelitian***

Jenis dan sifat penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang dilakukan dengan memahami dan menyimpulkan informasi yang didapat kedalam bentuk kalimat yang disusun secara sistematis sehingga diperoleh suatu gambaran mengenai masalah atau keadaan yang diteliti.<sup>32</sup> Sedangkan untuk metode penelitian menggunakan metode induktif yaitu data fakta empiris atau hasil penelitian yang telah di dapat di lapangan kemudian di rangkum dari hasil penelitian yang bersifat khusus kemudian di jabarkan oleh peneliti untuk menghasilkan penelitian yang bersifat umum agar bisa menghasilkan suatu teori yang jelas dan akurat berdasar pada objek penelitian di lapangan.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini di laksanakan di Kelurahan Salubulo Kota Palopo dan lokasi lain yang masih berkaitan dengan penelitian.

#### **C. Subjek Penelitian**

Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu pada wirausahawan es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo. Dari keseluruhan, berdasarkan hasil penelitian, ada sekitar 19 wirausahawan yang aktif untuk saat ini dan peneliti hanya mengambil tiga orang untuk di jadikan sebagai subjek penelitian. Berdasarkan pengamatan peneliti, dengan jarak antar lapak/usaha yang sangat dekat sangat memicu terjadinya

---

<sup>32</sup> Soerjono Soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum* (UI Press), hal 25.

persaingan yang kuat antar wirausahawan, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui dan menggali informasi mengenai strategi yang di gunakan oleh wirausahawan dalam menghadapi persaingan usaha.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Wawancara**

Wawancara adalah instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi dengan cara bertemu langsung dengan subjek penelitian. Proses wawancara membutuhkan sebuah interaksi dan komunikasi yang baik antara peneliti dan informan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi hasil informasi yang didapat dari proses wawancara tersebut. Faktor-faktor itu adalah: pewawancara, yang diwawancarai, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara<sup>33</sup>.

##### **2. Observasi**

Observasi merupakan suatu langkah dalam penelitian yang di lakukan oleh peneliti dengan maksud melihat langsung sebuah fenomena yang terjadi pada objek penelitian untuk kemudian memunculkan sebuah pengetahuan berdasarkan pengamatan peneliti pada objek penelitian tersebut. Observasi dalam penelitian ini adalah melihat atau mengamati langsung bagaimana strategi bersaing wirausaha es mataram yang ada di Kelurahan Salubulo Kota Palopo.

---

<sup>33</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, S.H, 1988, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Semarang, hal 57.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan peneliti untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya.

#### **E. Sumber Data**

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek peneliti. Sumber data primer yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan di lokasi penelitian.

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, *website*, buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari lokasi penelitian.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Kegiatan menganalisa data dalam suatu penelitian merupakan kegiatan inti yang pada akhirnya akan melahirkan hasil dari penelitian yang berupa kesimpulan dan saran. Pada penelitian ini teknik analisa data menggunakan metode induktif dan komparatif, Metode induktif ini digunakan dalam menganalisa data yang diperoleh

yakni data kualitatif, data yang tidak berbentuk angka walaupun ada kemungkinan adanya data kualitatif yang berbentuk angka yang kemudian dideskripsikan secara verbal. Teknik analisa data dengan menggunakan metode induktif merupakan teknik analisa yang dilakukan dengan cara mengomparasikan sumber pustaka yang berkaitan dengan fokus penelitian atau dengan kata lain metode induktif adalah metode analisa data yang berangkat dari faktor-faktor yang bersifat khusus untuk ditarik kesimpulan yang bersifat umum.<sup>34</sup> Dengan metode induktif ini, peneliti menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena melalui pengamatan di lapangan kemudian menganalisisnya dan berupaya melakukan pengangkatan teori berdasarkan apa yang diamati. Sedangkan metode komparatif di gunakan untuk melakukan perbandingan dari hasil yang di dapatkan antara narasumber, dengan demikian pembaca dapat mengambil suatu kesimpulan tersendiri tentang strategi mana yang lebih cocok untuk di gunakan berdasarkan perbandingan yang di sajikan.

Adapun proses analisis yang akan di lakukan oleh peneliti yaitu dengan mengumpulkan semua data-data hasil penelitian dari beberapa responden baik itu melalui wawancara, observasi, maupun dokumentasi untuk di satukan dan di rangkum ke dalam bentuk yang lebih kongkrit. Data yang telah di rangkum tersebut masih bersifat khusus, artinya data tersebut masih terbagi berdasarkan argumen atau jawaban masing-masing responden. Data yang telah di rangkum tersebut kemudian akan melalui proses kedua yaitu proses seleksi. Pada tahap ini peneliti memilah dan memilih data yang di anggap menarik dan penting untuk di jadikan sebuah

---

<sup>34</sup>Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta : Andi Offset, 1989), hal. 66

kesimpulan yang bersifat umum berdasarkan jawaban semua responden. Setelah melalui tahap seleksi, data yang masih terbagi akan di satukan menjadi suatu kesimpulan umum dan menghasilkan suatu teori baru tentang strategi bersaing wirausahawan.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran umum lokasi penelitian***

Kota Palopo adalah sebuah kota di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo sebelumnya berstatus kota administratif sejak 1986 dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu yang kemudian berubah menjadi kota pada tahun 2002 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tanggal 10 April 2002.

Pada awal berdirinya sebagai kota otonom, Palopo terdiri atas 4 kecamatan dan 20 kelurahan. Kemudian, pada tanggal 28 April 2005, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 03 Tahun 2005, dilaksanakan pemekaran menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan.<sup>35</sup>

Kota ini memiliki luas wilayah 247,52 km<sup>2</sup> dan pada akhir 2015 berpenduduk sebanyak 168.894 jiwa. Kota Palopo yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tanggal 10 April 2002 tentang Pembentukan Kabupaten Mamasa dan Kota Palopo di Provinsi Sulawesi Selatan terletak pada 02°53'15" - 03°04'08" LS dan 120°03'10" - 120°14'34" BT dengan batas administratif sebagai berikut:

Tabel 3.1

---

<sup>35</sup> (id.wikipedia.org/wiki/Kota\_Palopo diakses pada 22 agustus 2019)

Batas Administratif Kota Palopo

Utara	Kecamatan Walenrang, Kabupaten Luwu
Selatan	Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu
Barat	Kecamatan Walenrang dan Kecamatan Bessesang Tempe Kabupaten Luwu
Timur	Teluk Bone

1. Sejarah Kota Palopo

a. Perkembangan awal

Kota Palopo ini dulunya bernama Ware yang dikenal dalam Epik La Galigo. Nama "Palopo" ini diperkirakan mulai digunakan sejak tahun 1604, bersamaan dengan pembangunan Masjid Jami' Tua. Kata "Palopo" ini diambil dari kata bahasa Bugis-Luwu. Artinya yang pertama adalah penganan yang terbuat dari ketan, gula merah, dan santan. Yang kedua berasal dari kata "Palopo'i", yang artinya tancapkan atau masukkan. "Palopo'i" adalah ungkapan yang diucapkan pada saat pemancangan tiang pertama pembangunan Masjid Tua. Dan arti yang ketiga adalah mengatasi.

Palopo dipilih untuk dikembangkan menjadi ibu kota Kesultanan Luwu menggantikan Amassangan di Malangke setelah Islam diterima di Luwu pada abad XVII. Perpindahan ibu kota tersebut diyakini berawal dari perang saudara yang melibatkan dua putera mahkota saat itu. Perang ini dikenal dengan Perang Utara-Selatan. Setelah terjadinya perdamaian, maka ibu kota dipindahkan ke daerahn di antara wilayah utara dan selatan Kesultanan Luwu.



Kota dilengkapi dengan alun-alun di depan istana, dan dibuka pula pasar sebagai pusat ekonomi masyarakat. Lalebbata menjadi pusat kota kala itu. Dalam kajian M. Irfan Mahmud, pusat kota ini melingkar seluas kurang lebih 10 ha, yang meliputi kampung Amassangan dan Malimongan.

Dalam perkembangannya, maka perlahan-lahan Palopo meluaskan wilayahnya dengan terbukanya kluster kampung tingkat kedua, yakni Surutanga. Luasan wilayah kluster kedua ini sekitar 18 ha, dan diyakini dulunya menjadi pemukiman rakyat dengan aktivitas sosial-ekonomi yang intensif. Menurut penelitian, diduga bahwa Kampung Surutanga ini dihuni hampir semua golongan rakyat. Dengan lokasi yang dekat dengan pantai dan areal persawahan, maka sebagian besar masyarakat Surutanga saat itu bekerja sebagai nelayan dan petani. Pada konteks awal perkembangan Palopo ini, batas kota diyakini berada melingkar antara makam Jera' Surutanga di selatan, makam Malimongan di sisi barat, dan makam raja Lokkoe di utara Sungai Boting.

Perkembangan Palopo kemudian dilanjutkan dengan tumbuhnya Kampung Benturu sebagai kluster tingkat ketiga seluas 5 ha. Pemukiman Benturu kala itu dilingkungi benteng pertahanan yang terbuat dari tanah menyerupai parit. Tinggi rata-rata dinding benteng 2 meter dan lebar rata-rata 7 meter. Panjang benteng tidak kurang 5 kilometer menghadap pantai. Benteng ini disebut Benteng Tompotikka, yang bermakna "tempat matahari terbit". Lokasi benteng ini diyakini berada di sekitar Kompleks Perumahan Beringin Jaya. Kala itu, dalam areal benteng ini terdapat jalan

setapak sepanjang 1500 meter yang membujur timur-barat. Namun demikian, Kampung Benturu ini diyakini tidak sezaman dengan Surutanga dan Lalebbata. Benteng diperkirakan dibangun pada abad XIX untuk persiapan menghadapi Belanda.

b. Pembagian Administratif

Kota Palopo awalnya terdiri atas 4 Kecamatan dan 20 Kelurahan. Berdasarkan Perda Kota Palopo Nomor 03 Tahun 2005, Kota ini dipecah menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan. Adapun daftar-daftar 9 Kecamatan tersebut adalah:

Tabel 3.2  
Daftar kecamatan Kota palopo

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Luas Wilayah (Km <sup>2</sup> )	Jumlah Desa/Kelurahan	Kepadatan penduduk (jiwa/Km <sup>2</sup> )
1	Kecamatan Wara	32026	11,49	6	2.787
2	Kecamatan Telluwanua	12.076	34,34	7	352
3	Kecamatan Wara Utara	19.628	10,58	6	1.855
4	Kecamatan Wara Barat	9.706	54,13	5	179
5	Kecamatan Wara Timur	31.998	12,08	7	2.649
6	Kecamatan Mungkajang	7.205	53,80	4	134
7	Kecamatan Sendana	5.915	37,09	4	159

8	Kecamatan Bara	23.701	23,35	5	1.015
9	Kecamatan Wara Selatan	10.448	10,66	4	980

### c. Suku dan Agama

Sebagian besar suku yang mendiami daerah ini meliputi Suku Bugis, Jawa, dan sebagian kecil meliputi Suku Toraja, Minangkabau, Batak, dan Melayu. Islam adalah salah satu mayoritas agama yang dianut sebagian besar masyarakat Kota Palopo. Sedangkan Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan Kong Hu Cu dianut oleh sebagian kecil masyarakat di Kota Palopo. Berikut jumlah penduduk menurut agama/kepercayaan:

Tabel 3.3  
Jumlah penduduk berdasarkan agama

Islam	125.047 jiwa
Protestan	19.623 jiwa
Katolik	2.149 jiwa
Budha	324 jiwa
Hindu	483 jiwa
Konghucu	3 jiwa
Lain-lain	303 jiwa

## 2. Letak geografis Kelurahan Salubulo

### a. Batas wilayah

- Adapun batas wilayah kelurahan Salubulo dari sebelah utara yaitu berbatasan dengan desa/kelurahan Balandai
- Dari sebelah selatan berbatasan dengan desa/kelurahan Luminda
- Sedangkan dari sebelah timur berbatasan dengan desa/kelurahan Sabbarampu
- Dari sebelah barat berbatasan dengan desa/kelurahan Pattene dan Lebang<sup>36</sup>

### b. Jumlah penduduk

Jika ditinjau dari jumlah penduduk berdasarkan data penghitungan terakhir pada bulan Agustus yaitu, untuk jenis kelamin laki-laki dengan total jumlah 2.062 jiwa sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah 2.266 jiwa.

### c. Agama

Jika ditinjau dari segi agama atau kepercayaan, dari data penghitungan terakhir pada bulan Agustus 2019 mayoritas masyarakat di Kelurahan Salubulo beragama islam dan minoritas beragama budha dengan presentasi sebagai berikut

:

Tabel 3.4

---

<sup>36</sup> *Observasi* pada tanggal 5 September 2019, di kantor kelurahan Salubulo

No	Luas Wilayah	Agama					Jumlah kk
		Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	
							1.202
	1.69 km	3.535	669	102	20	2	

### **B. Awal mula berdirinya usaha Es Mataram Di Kelurahan Salubulo Kota Palopo**

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa narasumber yaitu wirausahawan es mataram Di Kelurahan Salubulo Kota Palopo, berikut pernyataan ibu Hafsah :

“usaha es mataram disini sudah berdiri sekitar 8 tahun dek, kira-kira dari tahun 2011 dan pada tahun itu hanya satu dua orang ji yang membuka usaha di sini, kemudian karena tempatnya yang strategis mungkin karena ada di pinggir jalan ya jadi banyak orang yang berkunjung membeli, nah dari situ mi orang mulai banyak yang tertarik membuka usaha disini termasuk saya yang sudah kurang lebih tujuh tahun mi dek berjualan disini, kami juga disini kan banyak yang jualan, sama-sama punya usaha masing-masing jadi ya Alhamdulillah bisa ki saling bantu disini saling melengkapi satu sama yang lain”<sup>37</sup>

Berdasarkan pemaparan narasumber bahwa tempat yang mereka gunakan merupakan tanah milik kodim yang hanya dipinjamkan untuk tempat usaha dan mereka hanya diberi hak pakai bukan hak milik sehingga mereka tidak bisa mengembangkan usaha tersebut secara permanen. Di samping itu kewajiban akan taat pajak juga harus mereka laksanakan sebagai warga negara yang baik, sebagaimana pernyataan saudari Ike yang menyatakan bahwa :

<sup>37</sup> Hafsah, penjual es mataram, wawancara pada tanggal 21 agustus 2019, di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

“kami jualan di sini juga membayar pajak kepada pemerintah, di bayar per gerobak 80.000/bulan, Semakin tahun semakin bertambah yang membuka usaha es mataram disini, tetapi tidak semua bisa bertahan sampai bertahun-tahun, banyak ji juga yang berhenti jualan, digantikan sama orang yang baru, sampai saat ini kurang lebih sekitar 19 lapak usaha yang masih aktif berjualan”<sup>38</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari awal hanya satu dua orang yang membuka usaha es mataram di Salubulo, melihat penjualan yang semakin meningkat serta tempat yang cukup strategis akhirnya banyak orang yang membuka usaha es mataram, tetapi karena semakin tingginya persaingan, banyak dari mereka mengalami kegagalan dan akhirnya sampai penelitian ini dilakukan hanya sekitar 19 lapak/usaha yang aktif berjualan.

### ***C. Hasil penelitian dan pembahasan***

#### **1. Hasil wawancara dengan ibu Hafsah**

Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pengembangan usaha

Perencanaan pengembangan usaha yang di maksud di sini yaitu rencana pengembangan usaha yang sudah maupun belum di laksanakan oleh wirausahawan untuk mengembangkan usaha. Intinya bagaimana peneliti bisa menggali informasi-informasi tentang perencanaan pengembangan usaha yang tertulis maupun tidak tertulis dan terlaksana maupun belum terlaksana. Setelah itu peneliti harus menggali informasi-informasi mengenai pelaksanaan atau penerapan strategi, dengan demikian peneliti dapat mengetahui apakah narasumber benar-benar menerapkan strategi tersebut atau tidak, selanjutnya

---

<sup>38</sup> Ike, penjual es mataram, wawancara pada tanggal 21 agustus 2019, di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

peneliti harus mencari informasi kepada narasumber mengenai evaluasi strategi yang telah di gunakan agar peneliti bisa menyimpulkan bahwa narasumber benar-benar menggunakan strategi dalam menghadapi persaingan usaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, terkait dengan strategi yang di gunakan oleh wirausahawan beliau menjelaskan :

“yang pastinya itu kita selalu ingin meningkatkan, kan kita ini semua di bantu sama pegadaian, seperti gerobak, apa mai toh di bantu kita sama pegadaian. Sedangkan tanah juga milik kodim jadi kita tidak bisa sembarang membangun disini, ya begini saja yang penting ada ji tenda, gerobak, kursi itu saja kami sudah syukur sekali bisa jualan disini, kalo masalah promosi juga di situ kelemahan kami, mungkin karena kurang promosi sehingga mungkin ya kurang banyak peminat lah untuk membeli di sini, tetapi kalo untuk menjual, kami juga sebagian besar bekerjasama dengan grab biar istilahnya pembeli tidak perlu capek keluar rumah, tinggal pesan saja lewat grab. Sejak bekerja sama dengan grab yaa kurang lebih 1 tahun mi yang lalu pas puasa ramadhan, ya jadi lebih mudah, pembeli tinggal pesan di grab lalu di antar mi, kalo ongkosnya kan urusan mereka sama grabnya.yang kami pikir yang penting jualan laku itu saja dek Alhamdulillah mi itu.”

Jika di lihat dari keunggulan usaha berdasarkan pernyataan narasumber sebagai berikut :

“kalau keunggulan mungkin tidak juga di bilang unggul, karena sama-sama ji semua es mataram, tapi kalo yang membedakan itu dari es mataramnya dek, walaupun sirupnya sama tapi pasti ada campuran yang berbeda seperti kalo es mataram saya kan pakai es krim di atasnya biar adalah ciri khas es mataram yang bisa bikin pelanggan tertarik untuk datang lagi kan begitu”

Dari penerapan tersebut tentunya ada keuntungan dan kemudahan yang di peroleh berdasarkan pernyataan narasumber sebagai berikut :

“ya itu mi dek, jadi lebih mudah karena bukan ji orang singgah membeli baru ada pelanggan tapi pesanan-pesanan nya juga orang bisa mi di antarkan lewat grab, Alhamdulillah juga kalo ada inovasi-inovasi jadi

bertambah mi tawwa pelanggan ta karena na liat ada es krimnya ya untuk menarik pelanggan lah dek.”

Sedangkan solusi yang diharapkan oleh narasumber untuk bisa mengembangkan usahanya berdasarkan pernyataan narasumber yaitu :

“kalau solusi yang saya harapkan, bisa kapang di bantu untuk promosikan toh biar na tau orang ada es mataram di sini Cuma 5000, karena dulu itu 5000 memang ji na jualkan orang di sini, rame orang beli, setelah itu kurang lebih dua tahun lalu di naikkan pajak jadi naik juga harganya ini es jadi 7000, tidak lama itu hilang mi pelanggan ta, mengeluh semua penjual, setelah itu kompak ki minta kasi turun pajak biar turun juga harga ini es, eh malah tidak kembali mi pelanggan ta na kira kapang masih 7000. Itu mi saja bantu promosi kalau bisa biar kembali lagi pelanggan-pelanggan ta yang dulu.<sup>39</sup>”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa untuk mengembangkan usaha perlu adanya kerjasama dengan pihak lain seperti grab contohnya, agar lebih memudahkan proses penjualan tanpa pembeli harus capek keluar rumah. Selain itu inovasi perlu di terapkan agar ada sesuatu yang bisa di unggulkan dari produk yang kita jual.

## 2. Hasil wawancara dengan saudari Ike

Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pengembangan usaha

Strategi yang di programkan berdasarkan pernyataan saudari Ike sebagai narasumber yaitu sebagai berikut :

“kalau program pengembangan usaha ya pastinya kan setiap penjual di sini menginginkan usahanya berkembang, tapi kan tidak semua bisa mulus jalannya, mungkin ada kendala di modal, atau di mana. Tapi kalau saya sendiri ingin usaha saya tidak hanya menjual es mataram saja, kalau saya malah lebih tertarik untuk membuka warkop disini, jadi di samping jual es

---

<sup>39</sup> Hafsa, penjual es mataram, wawancara pada tanggal 21 agustus 2019, di Kelurahan Salubulo Kota Palopo



mataram, di samping juga ada usaha warkop, karena kan biasanya banyak sopir-sopir yang lewat biasa singgah sama penumpangnya disini, *mereka* biasa istirahat di sini minta di bikinkan kopi nah mungkin warkop lebih cocok kalau untuk di kembangkan”

Jika di lihat berdasarkan strategi promosi yang digunakan saudari Ike menjelaskan bahwa :

“kalau dari promosinya saya tidak cuma pasarkan di sini saja nunggu pembeli tidak begitu, saya juga promosikan lewat online, biasanya lewat facebook, atau saya posting di grup-grup whatsapp sama teman-teman juga ya begitu lewat online.

Strategi keunggulan produk berdasarkan pernyataan narasumber yaitu sebagai berikut :

“kalau keunggulan ya mungkin penjual yang lain menggunakan buah yang biasa seperti semangka, pepaya, tapi kalau di sini agak beda sedikit lah pake melon, sama buah naga biar ya bisa jadi ciri khas lah di mata pelanggan biar mi agak mahal sedikit yang penting bisa menarik pelanggan saja lah.”

Dengan menerapkan strategi tersebut tentunya ada kemajuan-kemajuan usaha yang didapatkan berdasarkan pernyataan narasumber sebagai berikut :

“mungkin kalau di bilang kemajuan usaha yah tidak juga tapi kalau dari pelanggan yah Alhamdulillah mungkin lebih banyak dari pada sebelum menjual lewat online karena begini ya kan pelanggan mungkin lebih banyak dari kalangan mahasiswa, sama anak sekolah, kan sudah modern rata-rata mereka punya handphone, apalagi biasa mahasiswa tidak ada kendaraan untuk keluar belanja, nah biasanya ma pesan mi langsung chat saya baru saya telfon grab yang biasa ngantar, begitu.”

Adapun solusi yang diharapkan berdasarkan pernyataan narasumber yaitu :

“kalau saya lebih berharap sama pemerintah lah agar kami di sini bisa lebih di perhatikan, kan walau bagaimana pun kami di sini juga mencari

nafkah, kami juga rajin bayar pajak jadi ya kalau bisa di perhatikan lah agar kami bisa tetap menjual, atau di sediakan kah tempat yang lain karena ini kan bukan tanah kami juga, ini tanahnya kodim, jadi sewaktu-waktu mereka mau menggunakan tanah disini ya, mau tidak mau kami harus di gusur kan begitu. Saya berharap lah kepada pemerintah agar kami di sediakan tempat lain khusus untuk menjual, biar mi tidak di sini yang penting ada lah tempat kami menjual, baru usaha kami juga di perhatikan, di berikan kah bantuan kasian karena tenda ji di pake di sini, di marahi ki kalau pakai atap seng karena di anggap mau bikin usaha permanen, ya minimal tempat yang lebih layak lah biar kami juga nyaman tidak istilahnya mannawa-nawa begini takut kalau ini tanah tiba-tiba di pakai sama pihak kodim, Kan begitu.”<sup>40</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat penulis simpulkan bahwa untuk bisa bersaing dengan usaha yang lain, perlu adanya sesuatu yang bisa di unggulkan dari sebuah usaha, agar pelanggan tertarik untuk membeli, seperti contoh buah yang di pakai untuk bahan es mataram bukan buah yang sudah sangat biasa di pakai orang tapi kita perlu mencari inovasi-inovasi mengganti dengan buah yang lain misalnya. Dengan demikian bisa menjadi kekuatan dan keunggulan tersendiri bagi sebuah usaha.

### 3. Hasil wawancara dengan ibu Kurniati

Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pengembangan usaha

Jika ditinjau dari strategi yang digunakan, berdasarkan penjelasan ibu Kurniati bahwa :

“kalau program untuk mengembangkan usaha ya mungkin belum bisa di bilang program hanya saja kan pasti punya keinginan biar berkembang ki usaha ta. Mungkin dari cara menjual kalau menurut saya kan cara orang disini menjual berbeda-beda, kalau saya orangnya bisa di bilang humoris lah, jadi orang yang datang biasa saya ajak ngobrol saya bikin tertawa saya gombal-gombal juga biasa, namanya juga cara memasarkan setiap penjual kan beda-

---

<sup>40</sup> Ike, penjual es mataram, wawancara pada tanggal 21 agustus 2019, di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

beda, dari situ banyak mi saya pelanggan tetap disini. Kalau dari produk es ya mungkin samaji seperti yang lainnya, belum ada gambaran lah bagaimana biar produk juga bisa lebih berkembang, kalau untuk pemasaran juga kami sebagian besar penjual disini sudah kerjasama dengan grab jadi bisa mi melayani pesan antar tidak seperti dulumi harus memangki keluar orang baru bisa membeli, apalagi yang banyak tawwa pelanggan setianya tidak perlu mi repot-repot keluar membeli.”

Setelah menerapkan strategi tersebut diatas adapun kemudahan yang di dapat berdasarkan penjelasan ibu Kurniati yaitu :

“ya alhamdulillah mulai mi meningkat sedikit-sedikit setelah kan dulu pernah pajak naik jadi kami kasih naik juga harga es jadi 7000 pelanggan malah kaget sampai sepi sekali mi kodong di sini, setelah di kasih turun mi lagi ke harga awal, di situ mi mulai ki cari pelanggan lagi, yang setidaknya bisa jadi pelanggan tetap lah, kalau saya yang penting pintar ki ambil hatinya orang atau pembeli, insyaallah akan dapat jaki pelanggan tetap lagi, dan Alhamdulillah mulai mi kembali meningkat pelanggan disini ya walaupun tidak seramai dulu.”

Solusi yang sangat di harapkan oleh narasumber dapat di paparkan sebagai berikut :

“solusi yang kami harapkan disini mungkin sama ji semua teman-teman penjual di sini, pasti ingin berjualan dengan tenang dan nyaman, mungkin pemerintah bisa lah carikan tempat yang bisa kami bikin usaha permanen, biar bisa ki kembangkan sendiri, tidak seperti ini kan ragu-ragu ki juga mau kembangkan usaha sedangkan semuanya di batasi, jadi ya seadanya mi saja begini, intinya kami berharap lah biar pemerintah kota Palopo ini bisa carikan tempat yang layak untuk kami sebelum tanah ini di gunakan sama pemiliknya, mau ki nanti kemana mi kasian menjual kalau di pake mi ini tanah.”<sup>41</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa, untuk memasarkan suatu produk perlu adanya pelayanan yang baik dari penjual atau wirausahawan, artinya kita harus bisa memberikan pelayanan

---

<sup>41</sup> Kurniati, penjjual es mataram, *wawancara* pada tanggal 21 agustus 2019, di Kelurahan Salubulo Kota Palopo

yang terbaik kepada pelanggan agar mereka bisa merasa nyaman berada di tempat kita sehingga dengan begitu mereka bisa menjadi pelanggan tetap usaha kita.

#### ***D. Strategi wirausahawan es mataram dalam menghadapi persaingan usaha***

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, sesuai dengan metode analisis induktif yaitu metode yang digunakan untuk memaparkan sesuatu yang masih bersifat khusus, menjadi sesuatu yang bersifat umum dan lebih luas. Dengan demikian, akan diuraikan strategi yang digunakan oleh wirausahawan es mataram dalam menghadapi persaingan usaha sebagai berikut :

1. Dalam bersaing, diperlukan sesuatu yang bisa diunggulkan dari sebuah usaha, dalam segi produk harus berbeda dengan yang lain, seperti contoh jika usaha es mataram yang lain menggunakan buah semangka dan pepaya, maka kita bisa menggunakan buah melon dan buah naga, dengan demikian pelanggan mempunyai ketertarikan dan penilaian khusus terhadap usaha yang kita.
2. Untuk mempermudah proses pemasaran, maka wirausahawan es mataram bekerjasama dan bergabung dengan Grab yang ada di Kota Palopo. Sehingga mempermudah bagi konsumen untuk membeli tanpa harus keluar rumah dengan demikian proses jual beli tidak hanya terfokus pada pelanggan yang datang melainkan pesanan konsumen yang harus dipenuhi demi menambah profit dan kelangsungan usaha.

3. Dalam proses promosi produk, wirausahawan es mataram menggunakan promosi via online dengan memanfaatkan aplikasi Facebook dan Whatsapp untuk mempromosikan produk es mataram mereka. Ini merupakan sebuah strategi dalam promosi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, sehingga proses promosi di lakukan dengan cara yang lebih efektif dan efisien.
4. Untuk memikat hati pelanggan, wirausahawan es mataram melakukan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya dengan senyuman dan humor-humor agar pelanggan merasa lebih senang dan nyaman. Dengan demikian akan tercipta statemen dan tanggapan yang baik dari pelanggan terhadap usaha yang dimiliki

#### ***E. Efek penerapan strategi***

Setelah mengetahui strategi-strategi yang di gunakan oleh wirausahawan dalam menghadapi persaingan, maka kita juga harus mengetahui efek-efek dari penerapan strategi tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. Setelah membuat sesuatu yang berbeda dari bahan produk usaha biasanya, usaha es mataram bisa mempunyai ketertarikan tersendiri bagi pelanggan sehingga menambah jumlah pelanggan tetap yang di miliki.
2. Setelah wirausahawan bekerjasama dengan grab yang ada di Kota Palopo, proses pemasaran menjadi lebih mudah dan menjadi kemudahan tersendiri bagi pelanggan untuk dapat membeli tanpa harus keluar rumah.

3. Promosi yang dilakukan oleh wirausahawan melalui via online yaitu Facebook dan Whatsapp terbukti mendatangkan lebih banyak pelanggan daripada hanya sekedar menunggu pelanggan datang.
4. Dengan menerapkan sistem pelayanan yang terbaik terbukti dapat membuat pelanggan merasa lebih senang dan nyaman berada di tempat kita sehingga menimbulkan kesan yang baik bagi mereka. Dengan demikian dapat membangun loyalitas usaha dan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan.

#### **F. Perbandingan strategi wirausahawan es mataram di Kota palopo**

Berdasarkan analisis komparatif yaitu melakukan perbandingan antara strategi yang dimiliki oleh masing-masing usaha, sehingga dari perbandingan tersebut, kita dapat menilai mana strategi yang paling baik dalam bersaing, adapun perbandingan tersebut akan dipaparkan sebagai berikut :

##### 1. Wirausaha es mataram ibu Hafsah

Strategi yang digunakan oleh ibu hafsah yaitu selain bekerjasama dengan grab, beliau juga mengunggulkan produknya dengan memberi suatu ciri khas pada produk tersebut dengan menambah es krim di pada es mataramnya agar bisa menjadi kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Sehingga memberikan efek yang baik kepada penilaian dan tingkat kepuasan pelanggan.

##### 2. Wirausaha es mataram saudari Ike

Strategi yang digunakan oleh Ike yaitu berfokus pada keunggulan produk dan promosi, pada keunggulan produk ia sedikit membedakan jenis

buah yang ia gunakan di bandingkan dengan buah yang sudah terlalu biasa di gunakan oleh wirausaha es mataram lainnya. Jika di tinjau dari segi promosi, selain bekerja sama dengan grab, ia juga memanfaatkan promosi melalui via online yaitu menggunakan aplikasi Facebook dan Whatsapp untuk mempromosikan produknya, sehingga jaringan promosi yang ia miliki lebih luas di banding dengan wirausahawan yang lain.

### 3. Wirausaha es mataram ibu Kurniati

Strategi yang di gunakan oleh ibu kurniati berfokus pada proses pelayanan yang sangat baik kepada para pelanggannya dengan bakat humor yang beliau miliki sehingga dapat membuat kesan dan kenyamanan tersendiri bagi pelanggaannya.

Berdasarkan perbandingan strategi usaha di atas dapat di lihat bahwa wirausahawan es mataram mempunyai cara sendiri untuk bersaing dengan mengunggulkan usahanya dan masing-masing mempunyai efek yang baik dalam segi pelayanan, menarik pelanggan, dan pemasaran yang lebih mudah serta efektif untuk kemajuan dan perkembangan usahanya.

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan secara langsung oleh peneliti melalui observasi, maupun yang di dapatkan dari pernyataan narasumber bahwa wirausahawan melakukan persaingan secara sehat dengan strategi dan ciri khas mereka masing-masing tanpa merusak maupun bertindak negatif kepada para pesaingnya. Sesuai dengan firman allah pada surah al-baqarah/2:148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٤٢﴾

Terjemahnya :

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”<sup>42</sup>

Ayat di atas sangat menekankan kita untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yaitu apabila kita melakukan kompetisi atau persaingan maka sepatutnya kita berbuat baik dengan siapapun tanpa sedikitpun berniat untuk melukai dan merugikan orang lain, berkompetisi termasuk dalam ibadah jika di dalamnya di lakukan dengan sehat dan berdampak positif atau bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain di sekitar kita.

<sup>42</sup> Al-qur'an dan terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia, Surabaya



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara maupun observasi yang mengangkat studi penelitian pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo tentang bagaimana strategi wirausahawan dalam mengatasi persaingan usaha, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk strategi yang digunakan oleh wirausahawan dalam mengatasi persaingan usaha es mataram dapat dirangkum menjadi 4 (empat) fokus strategi yaitu, strategi keunggulan produk digunakan oleh wirausahawan untuk membuat suatu ciri khas pada produk yang dimiliki sehingga bisa memenangkan persaingan dan menarik lebih banyak pelanggan. Strategi pelayanan digunakan oleh wirausahawan dengan humor dan pelayanan yang terbaik sebagai langkah untuk membuat kenyamanan tersendiri bagi pelanggan dan menarik pelanggan untuk datang kembali. Strategi pemasaran digunakan oleh wirausahawan yaitu bekerjasama dengan grab di kota Palopo dengan tujuan untuk mempermudah proses pemasaran produk kepada pelanggan. Strategi promosi digunakan oleh wirausahawan dengan memanfaatkan aplikasi Facebook dan Whatsapp untuk mempromosikan produknya dengan tujuan agar dapat memperluas jaringan pemasaran.
2. Dari semua strategi yang diterapkan oleh narasumber, masing-masing mempunyai efek tersendiri terhadap peningkatan usaha, dari strategi

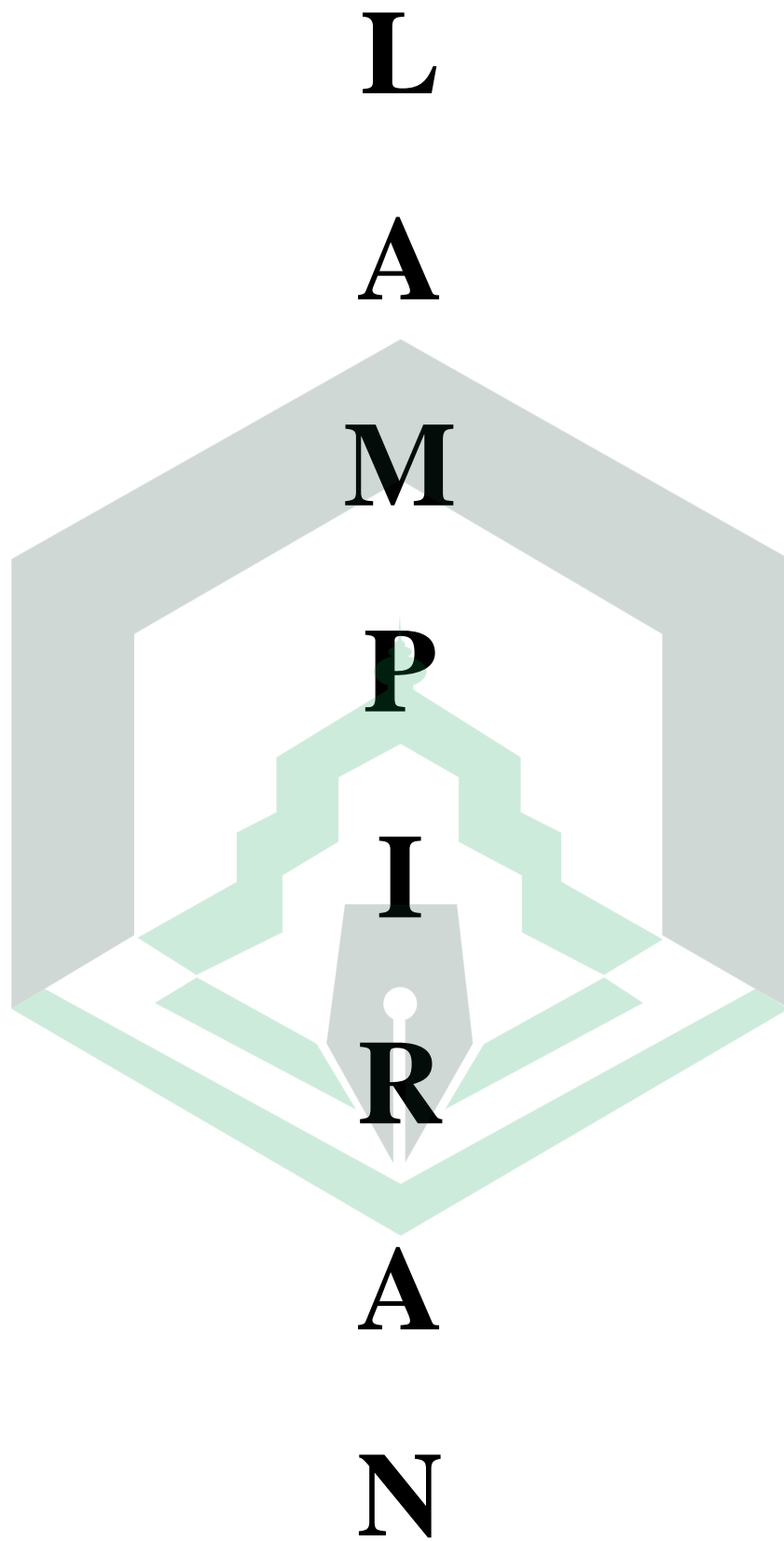
keunggulan produk yang diterapkan, dapat meningkatkan jumlah pelanggan tetap yang dimiliki, setelah wirausahawan bekerjasama dengan grab di Kota Palopo pemasaran produk es mataram menjadi lebih mudah dan efektif, efek selanjutnya yang didapatkan setelah melakukan strategi pelayanan yang baik yaitu kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan dan terbukti dapat meningkatkan pendapatan wirausahawan, selanjutnya setelah menerapkan strategi promosi dapat memperluas jaringan pemasaran dan lebih meningkatkan profit dibandingkan jika hanya menunggu pelanggan datang.

#### **B. Saran**

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah swt telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian pada usaha es mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo. Peneliti mengakui masih banyak sekali kekurangan dan keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian ini, oleh sebab itu peneliti memberikan saran khususnya kepada wirausahawan es mataram agar tidak selalu puas dengan pencapaian-pencapaian yang telah di miliki akan tetapi itu semua merupakan sebuah proses belajar agar bisa mencapai sesuatu yang lebih baik lagi kedepannya, kemudian tidak kalah pentingnya meningkatkan kebersihan terutama di stand-stand tersebut demi terciptanya kenyamanan bagi pelanggan. Peneliti juga menyarankan agar para wirausahawan terus mengembangkan strategi-strategi yang akan di gunakan dalam menghadapi persaingan agar bisa mencapai kemajuan usaha yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, Arasy. 2013. "Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Sektor Perdagangan (*Consumer Goods*) Di Kota Surabaya".
- Anggraini, Ari dan Intan Safitri, Vita. 2014. "*Penguatan Sektor UMKM Sebagai Strategi Menghadapi MEA 2015*". Jurnal Ekonomi, Vol 5, no 1.
- Ar, Murniati dan usman, nasir. 2009. "implementasi manajemen strategik dalam pemberdayaan sekolah menengah kejuruan". Bandung: Civapustaka media perintis
- Astiti, Yunita Widyaning. 2014. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi". Skripsi sarjana( universitas negeri Yogyakarta).
- Astuti, Puji Fidya. 2013. Pengaruh Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. Skripsi Sarjana (Universitas Pendidikan Indonesia)
- Fahmi, Reza, Amanda. Tri. 2017. "*Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 2. No.1.
- Hadi, Sutrisno.1989. *Metode Research*. (Yogyakarta: Andi Offset).
- Hamali, Arif Yusuf. "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan". (Jakarta: Prenamedia Group).
- Irawan, Agus, Hasna. Anita, Pahlevi. Reza. 2016. "Sistem Informasi Perdagangan Pada PT.YOLTAN SARI Menggunakan PHP Berbasis Web". Jurnal Positif, Vol. 1, no.2.
- Kuncoro, Mudrajat. 2006. "strategi, bagaimana meraih keunggulan kompetitif" (Jakarta: Erlangga)
- Lestanti, Dwi. 2015. "*Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha, dan Motivasi Kerja Terhadap Persepsi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM Di Boyolali*". Jurnal Pendidikan Akuntansi.
- Nurseto, Tejo. 2004. "Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah Yang Tangguh",Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan. Vol. 1, No.1
- Soekanto, Soerjono. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press).
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 1988. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Semarang: Ghalia Indonesia).
- Suryana. 2001. Kewirausahaan, (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria)
- Usman, Husaini dan Raharjo, Nuryadin Eko. 2013. "Strategi Kepemimpinan Pembelajaran Menyongsong Implementasi Kurikulum 2013". Jurnal Pendidikan.
- Wibowo, Muladi. 2011. *Pembelajaran kewirausahaan dan minat wirausaha lulusan SMK*". Jurnal tentang kewirausahaan. Eksplanasi volume 6 no. 2
- Wikipedia.org/wiki/Kota\_Palopo diakses pada 22 agustus 2019
- Winardi, J. 2003. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. (Jakarta: Kencana)
- Yuniarta, Adi Gede. Sulindawati, Erni Gede Luh Ni. Dan purnamawati,Ayu Gusti I. 2011. *kewirausahaan dan aspek-aspek studi kelayakan usaha*. Yogyakarta : GRAHA ILMU



1. Wawancara dengan ibu Hafshah salah satu narasumber/informan sebagai wirausahawan penjual es mataram



2. Lapak usaha yang dimiliki oleh ibu Hafshah yang merupakan pembagian dari Pegadaian Kota Palopo



3. Wawancara dengan saudari Ike yang merupakan salah satu wirausahawan penjual es mataran di Salubulo



4. Lapak usaha yang dimiliki saudari Ike



5. Lapak usaha yang dimiliki oleh ibu Kurniati, salah satu narasumber dan wirausahawan penjual es mataram di kelurahan Salubulo



6. Lapak usaha ibu Kurniati



7. Observasi di kantor Kelurahan Salubulo



8. Kantor kelurahan Salubulo



