
Strategi MSDM dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Wisata Esy yang Ada di Kecamatan Wundulako, Kabupaten Kolaka)

Lusia Erlin Rampo

Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email : lusiaerlinrampo@gmail.com

Almansyah Rundu Wonua

Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email : almansyah.jka@gmail.com

Ismanto

Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email : ismanto.isran@gmail.com

Desa Popalia, Kecamatan Tanggetada, Kabupaten Kolaka

Korespondensi penulis: lusiaerlinrampo@gmail.com

Abstract. *This research aims to find out how HRM strategies can improve Competitive Advantage in the case study of Esy Tourism in Wundulako District, Kolaka Regency. This study uses a qualitative method. The informants in this research consisted of the owner and all employees. Esy Tourism. Data collection techniques are through observation, interviews and documentation. Meanwhile, the data analysis technique uses an interactive model, which includes data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. Based on the results of research conducted by researchers, the conclusion that can be drawn is that the HRM strategy in increasing the competitive advantage of Esy tourism MSMEs still does not fully use the HRM strategy, where employee recruitment still uses a family basis and is not competent according to the HRM strategy, but other strategies already use the strategy. HRM.*

Keywords: *Competitive Advantage, HRM Strategy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi MSDM dalam meningkatkan Keunggulan Kompetitif studi kasus pada Wisata Esy yang berada di Kec.Wundulako, Kab.Kolaka. penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik dan semua karyawan.Wisata Esy. Teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan model interaktif, yaitu meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka kesimpulan yang dapat diambil adalah strategi MSDM dalam meningkatkan keunggulan kompetitif terhadap UMKM Wisata Esy masih belum sepenuhnya menggunakan strategi MSDM dimana dalam perekrutan karyawan masih menggunakan basis kekeluargaan dan tidak secara kompetensi sesuai strategi MSDM namun strategi lainnya sudah menggunakan strategi MSDM.

Kata Kunci: Keunggulan Kompetitif, Strategi MSDM.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria. Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan sendiri, yang dilakukan orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif

yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur (Tambunan, 2012).

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan menengah. berdasarkan ketentuan pasal 86, pasal 87, pasal 88, pasal 89 pasal 90, pasal 91, pasal 94, pasal 104, dan pasal 165 huruf b undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang hak cipta kerja, perlu menetapkan peraturan pemerintah tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dasar hukumnya PP ini adalah pada pasal 5 ayat 2 undang-undang dasar negara republik Indonesia tahun 1945 UU Nomor 11 Tahun 2020, PP ini mengatur mengenai kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi, kemudahan perlindungan dan pemberdayaan UMKM, selain itu diatur pula ketentuan mengenai pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi koperasi dan UMKM melalui pembinaan dan pemberian fasilitas. Selanjutnya kementerian dan pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan badan usaha swasta wajib melakukan penyediaan tempat promosi dan pengembangan UMKM paling sedikit 30% total luas lahan area komersial, luas tempat pembelanjaan dan tempat promosi yang strategis pada infrastruktur publik.

Berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 lebih jelas memaparkan mengenai UMKM. UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omset total 0 sampai Rp 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah aset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omset total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perorangan atau badan usaha dan bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omset total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar. menurut Rudjito, (2020) UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya untuk mencapai keunggulan dalam sebuah usaha atau bisnis perlu membutuhkan strategi MSDM.

Strategi MSDM adalah melakukan dan merumuskan kebijakan-kebijakan dari sumber daya manusia dan praktek berdasarkan kemampuan karyawan dan perilaku yang diperlukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. menurut Siswanto (2022)

strategi MSDM merupakan perencanaan kualitas sumber daya manusia agar dapat berkembang kearah yang lebih baik, yang artinya dengan adanya strategi manajemen sumber daya manusia akan membantu seseorang agar berkualitas dan berdaya saing untuk perusahaan. begitupula dengan Hasibuan (2020) strategi MSDM adalah sebuah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. sedangkan menurut Henry (2021) strategi MSDM adalah sebagai pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa dan pengelolaan terhadap individu anggota organisasi atau kelompok kerja. Strategi MSDM juga menyangkut desain dan implementasi sistem perencanaan, penyusunan personalia, pengembangan karyawan, pengelolaan karir, evaluasi kerja, kompensasi kerja, dan hubungan atasan dan bawahan yang terjalin dengan baik.

Salah satu kunci usaha dapat mencapai suatu tujuan yaitu harus menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan adalah sekumpulan fitur unik dari perusahaan dan produksinya yang dianggap oleh audiens sebagai suatu hal yang signifikan. Keunggulan kompetitif menurut Darmawan dan Gatheru, (2021) adalah sesuatu yang terbentuk dari upaya memberikan nilai tertentu kepada pengguna usaha berupa penekanan pada pengorbanan atau peningkatan manfaat. Menurut Wonua *et al.*, (2023) individu dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan pekerjaan yang kompleks dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan, sedangkan menurut Sinambela (2022) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan atau usaha perseorangan dinyatakan memiliki keunggulan kompetitif bila mana memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor dan mampu eksis di pasar. sedangkan menurut Grenier (2021) keunggulan kompetitif sebuah perusahaan itu tercapai bila ada perencanaan dan telah memahami kondisi dipasar dan pesaing dengan baik.

Salah satu hal yang menjadi kunci utama agar sebuah usaha biasa mencapai keunggulan kompetitif maka perusahaan tersebut membutuhkan sebuah strategi yang mampu merumuskan strategi apa atau langkah-langkah apa yang harus ditempu dalam mencapai suatu keunggulan. dan hal tersebut tertuang dalam strategi MSDM. Menurut Marwansyah (2016) manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan sumber daya manusia di dalam organisasi yang dilakukan melalui fungsi-fungsi perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, dan seleksi, pengembangan sumber daya manusia, perencanaan dan pengembangan karir, pemberian kompensasi dan kesejahteraan, keselamatan dan kesehatan kerja, dan tujuan umum dari manajemen sumber daya manusia adalah mengoptimalkan (produktivitas) semua pekerjaan dalam sebuah organisasi agar perusahaan memiliki output (barang dan jasa). Sedangkan menurut Bintoro dan Daryanto, (2019) manajemen sumber

daya manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan, oleh sebab itu dalam sebuah usaha sangat membutuhkan strategi MSDM agar usaha atau bisnis tersebut dalam mencapai tujuan atau dalam membuat perencanaan dapat lebih mudah dan saat terjadi sebuah masalah dalam usaha tersebut dapat lebih mudah untuk diatasi.

Hal inilah yang perlu diterapkan dalam sebuah usaha yang ada di Kabupaten Kolaka, dikarenakan saat ini industri wisata permandian berkembang pesat dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap rekreasi dan liburan. Salah satu UMKM yang bergerak dibagian Wisata yaitu Wisata Esy yang ada di Silea, Kecamatan Wundulako, Kabupaten Kolaka, dimana Wisata Esy ini dikelola sendiri tanpa adanya bantuan dari Pemerintah. namun, persaingan di sektor ini semakin ketat dengan hadirnya banyak pesaing baru, sehingga wisata permandian Esy harus mampu menarik perhatian dan mempertahankan pengunjung ditengah banyaknya pilihan yang tersedia. kemudian terjadinya perubahan tren dan preferensi konsumen. dan yang lebih pentingnya kurang SDM yang memahami pengelolaan wisata, berdasarkan hasil obesrvasi karyawan yang dipekerjakan yang berjumlah 10 orang adalah keluarga dari pemilik Wisata Esy tersebut yang tidak memiliki kompetensi dibidang pengelolaah wisata dan akan berakibat fatal dikemudian hari jika hal tersebut tetap dipertahankan. hal ini disebabkan dalam proses perekrutan dan seleksi tidak berdasarkan kompetensi akan tetapi berdasarkan pendekatan keluarga. akibatnya karyawan yang bekerja memiliki pemahaman yang kurang tentang kebutuhan pasar, manajemen operasional, pemasaran dan keuangan, dalam pengelolaan Wisata Esy. disisi lain pemilik dari Wisata Esy tidak memberikan pelatihan kepada karyawannya dalam rangka meningkatkan kompetensi karyawan.

Tabel 1.1. Data jumlah pengunjung dari tahun 2020-2022 di Wisata Esy

No	Tahun	Jumlah pengunjung
1	2020	12.407 orang
2	2021	24.815 orang
3	2022	38.086 orang
	Total	75.308 orang

Sumber : Wisata Esy

Dari data diatas yang menyajikan mengenai jumlah pengunjung dari tahun ke tahun pada Wisata Esy dapat dilihat bahwa jumlah pengunjungnya dari tahun ketahun meningkat pesat dengan jumlah 12.408 orang. dari data diatas mengenai perbedaan jumlah pengunjung dapat dilihat bahwa Wisata Esy mampu bersaing dengan wisata lain yang sejenis yang bergerak dibagian permandian, meskipun SDM yang dimiliki oleh Wisata Esy masih terbatas kompetensinya dibidang pengelolaan wisata, oleh sebab itu hal ini yang menjadi pusat perhatian dan menjadi fenomena atau masalah serius yang akan cepat atau lambat dihadapi oleh Wisata Esy tersebut dikarenakan viral sesaat tidak akan membuat usaha akan bertahan lama namun jika viral disertai pegawai yang dipekerjakan sangat paham dan profesional dibidang yang ditempatkan maka usaha tersebut tetap akan ramai dan banyak pengunjungnya meskipun banyak pesaing baru dibidang yang sama.

Berdasarkan latar belakang penulis mengangkat judul mengenai “**Strategi MSDM dalam meningkatkan Keunggulan Kompetitif**” studi kasusnya di Wisata Esy yang ada di Silea, Kecamatan Wundulako, Kabupaten Kolaka.

KAJIAN TEORITIS

Strategi UMKM

Resource Based View (RBV) atau pandangan yang berbasis sumber daya. menurut Mahoney & Pandian (1992) *Resource Based View* (RBV) adalah sebuah pandangan yang menerapkan dasar keunggulan kompetitif dimana hal utamanya terletak pada sekumpulan aset berwujud dan tidak berwujud pada perusahaan. dan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ketika sumber daya dikelola sedemikian rupa sehingga apa yang dihasilkan sulit untuk ditiru atau dibuat oleh pesaing, yang pada akhirnya menciptakan hambatan kompetisi.

Resource Based View di dalamnya terdapat *Knowledge management* merupakan hal yang mendorong individu untuk mengkomunikasikan pengetahuan mereka dengan menciptakan lingkungan dan system untuk mengorganisasikan dan berbagi pengetahuan diseluruh perusahaan, dan tujuan dari *Knowledge management* ada dua yaitu :

1. Untuk membuat organisasi bertindak secerdas mungkin untuk mengamankan kelangsungan hidup dan keberhasilan keseluruhan
2. Untuk menyadari nilai terbaik dari aset pengetahuan, tujuan pengetahuan manajemen.

Keunggulan Kompetitif

Pesaing adalah merupakan suatu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif, tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik di awalnya. Menurut Body (2015) menyatakan bahwa pesaing adalah struktur industry, sepaik terjang berbagai kekuatan pesaing yang mempengaruhi kemampuan laba suatu industry. sedangkan menurut David (2016) menyatakan pesaing adalah pemahaman pada kemampuan laba, posisi pasar, kepemimpinan harga dalam industri, teknologi industri, produk pasar, pangsa pasar yang bisa diandalkan bahkan pada tingkat segmen agar usaha lebih berhasil jika hanya ditunjukkan pada konsumen tertentu saja. Dapat disimpulkan bahwa pesaing adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha sejenis yang sama dalam sistem pelayanan, kepemimpinan harga dipasar, produk dan pangsa pasar.

Keunggulan bersaing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan untuk pembelinya. Keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing, keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan dari salah satu dari ketiga strategi generic tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing.

Menurut Michael (2019) keunggulan bersaing adalah superioritas keterampilan (*skill*) dan sumber daya yang didasarkan pada persepsi pelanggan dan pangsa pasar. sedangkan menurut Ebert (2017) keunggulan bersaing adalah merupakan keunggulan yang dimiliki perusahaan atau seorang pengusaha ketika mampu memproduksi suatu barang dan jasa secara lebih efisien atau lebih baik dibandingkan barang lainnya. sedangkan menurut Sudarmanto (2021) keunggulan kompetitif adalah keunggulan akan tercapai apa bila suatu perusahaan atau pebisnis mampu memproduksi jumlah barang atau jasa lebih banyak dengan biaya rendah dibandingkan perusahaan lain. Jadi keunggulan kompetitif adalah kemampuan atau kapabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam mendapatkan laba yang lebih tinggi dibanding pesaingnya yang didapatkan melalui karakteristik dan sumber daya dengan kinerja yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif (Nurhalizah et al., 2023). dengan pertimbangan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif secara tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati sugiyono, (2016). Metode ini digunakan untuk memperoleh data empiris secara ilmiah mengenai strategi MSDM dalam meningkatkan keunggulan kompetitif studi kasus Wisata Esy yang ada di Silea, Kecamatan Wundulako, Kabupaten Kolaka. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat tiga teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik-teknik tersebut diharapkan dapat memperoleh data dan informasi yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah secara deskriptif kualitatif, deskriptif artinya bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu karakter/ karakteristik atau fungsi dari sesuatu hal. sedangkan kualitatif bermaksud menggali makna perilaku yang berada dibalik tindakan manusia, atau proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini akan diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran seluruh tentang masalah dalam penelitian. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Iiyas (2016) bahwa aktivitas dalam analisa dan kualitatif dilakukan secara internatif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

HASIL PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini diawali dengan mencari informan untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini. hal ini penelitian dilakukan melalui observasi dan wawancara informal dengan beberapa karyawan dan pemilik dari Wisata Permandian Esy dengan bertemu secara langsung. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan dari Wisata Permandian Esy yang ada di Wundulako Kabupaten Kolaka. adapun jumlah informan dalam penelitian ini ialah 6 orang, peneliti hanya mewawancarai 6 orang karyawan Wisata Permandian Esy, dikarenakan adanya kendala dari karyawan lainnya sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan wawancara. masing-masing informan diwawancarai dengan menggunakan pedoman wawancara yang sama, namun dikembangkan berdasarkan situasi dan interaksi antara penelitian dengan informan yang diwawancarai.

Pembahasan

Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan Tenaga Kerja yang memiliki Kompetensi dibidang Industri Wisata Permandian

Strategi sumber daya manusia merupakan perencanaan kualitas sumber daya manusia agar dapat berkembang kearah yang lebih baik artinya, dengan adanya strategi sumber daya manusia aga membantu seseorang agar lebih berkualitas dan berdaya saing untuk suatu perusahaan. Sumber daya manusia sangat penting bagi perusahaan karena sumber daya manusia menentukan maju atau tidaknya suatu perusahaan. Menurut Hasibuan (2015) strategi sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar lebih efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Simamora (2014) peranan pendidikan dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam pengembangan kawasan Wisata Esy adalah unsur terpenting dalam keberhasilan suatu organisasi. dikatakan Marwansyah (2016) bahwa asset organisasi terpenting dan harus diperhatikan oleh menejeman adalah manusia (sumber daya manusia “*human resources*”). hal ini bermuara pada kenyataan diman manusia merupakan elemen yang selalu ada dalam setiap organisasi. manusia membuat tujuan-tujuan inovasi dan pencapaian tujuan organisasi. manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang dapat membuat sumber daya organinasi lainnya bekerja dan berdampak langsung terhadap kesejahteraan perusahaan. dalam kaitan ini menurut Tjokrowinoto (2019) bahwa figur atau sosok sumberdaya manusia pada abad 21 adalah manusia-manusi yang memiliki kualifikasi sebagai berikut :

1. Memiliki wawasan pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*), dan sikap atau perilaku (*attitude*) yang relevan dan mampu menunjang pencapaian sasaran dan bidang tugas dalam suatu organisasi.
2. Memiliki disiplin kerja, dedikasi dan loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan dan terhadap organisasi.
3. Memilki rasa tanggungjawab dan pengertian atau pemahaman yang dalam terhadap tugas dan kewajibanya sebagai karyawan atau unsure manajemen organisasi.
4. Memiliki jiwa kemauan yang kuat untuk berprestasi produktif dan bersikap professional.
5. Memilki kemauan dan kemampuan untuk selalu mengembangkan potensi dan kemampuan diri pribadi demi kelancaran pelaksanaan tugas organisasi.
6. Memiliki kemampuan yang tinggi dalam bidang tehnik maupun manajemen dan kepemimpinan.

7. Memiliki keahlian dan ketrampilan yang tertinggi dalam bidang tugas dan memiliki kemampuan alih teknologi.
8. Memiliki jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang tinggi dan konsisten
9. Memiliki pola pikir dan pola tindak yang sesuai dengan visi, misi, dan budaya kerja organisasi.

Menurut James (2019) ”salah satu masalah dalam mengembangkan pariwisata adalah tidak tersedianya fasilitas yang cukup untuk menunjang pendidikan pariwisata. tenaga kerja yang cakap, terampil, memiliki skill tinggi dan pengabdian pada bidangnya (profesional) menjadi kebutuhan mutlak dalam bersaing di pasaran global. Produk industri pariwisata adalah “jasa”, oleh karena itu penekanannya harus pada segi pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan merupakan indikator utama yang menunjukkan tingkat profesionalnya.

Pengembangan pengetahuan tenaga kerja ditekankan pada 3 hal pokok (Ningsih, 2020):

1. Pengembangan pengetahuan tentang tata cara pelayanan yang berkaitan dengan bervariasinya kegiatan pariwisata, misalnya pelayanan di hotel, berbeda dengan pelayanan di tempat rekreasi atau dalam perjalanan wisata.
2. Pengembangan pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapan yang diperlukan dalam bidang pelayanan.
3. Pengembangan SDM yang berkaitan dengan pengembangan sikap, perilaku, sopan santun, dan sebagainya.

Ketiga hal tersebut setiap saat selalu berubah dan mengarah pada kemajuan, sehingga ketiganya harus selalu ditingkatkan khususnya melalui pendidikan, yang juga akan mempengaruhi daya serap industri. Daya serap industri pariwisata adalah kemampuan industri pariwisata dalam menyerap dan menerima karyawan yang berasal dari lembaga pendidikan umum dan pendidikan kejuruan untuk bekerja dalam lingkup pekerjaan kepariwisataan. Kemampuan menyerap karyawan di industri pariwisata dipengaruhi oleh faktor sebagai berikut :

1. Besar kecilnya industri, besar kecilnya industri pariwisata akan menentukan jumlah dan jenis pekerjaan yang membutuhkan karyawan, sehingga akan menentukan pula besarnya daya serap industri pariwisata tersebut.
2. Ketersediaan calon tenaga kerja, lembaga pendidikan umum maupun pendidikan kejuruan merupakan tempat penghasil tenaga kerja, misalnya melalui lembaga-lembaga formal (sekolah-sekolah pariwisata baik di tingkat menengah maupun di tingkat perguruan tinggi) dan non formal (pelatihan-pelatihan kepariwisataan, kursus-kursus, dan lain-lain).

3. Kesesuaian kemampuan calon tenaga kerja dengan bidang pekerjaan, seleksi yang ketat merupakan salah satu cara untuk menyerap karyawan profesional artinya memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaan yang diperlukan serta dapat menentukan besarnya daya serap industri pariwisata tersebut.
4. Kondisi ekonomi, merupakan faktor utama yang menentukan besarnya daya serap suatu industri terhadap lulusan lembaga pendidikan. Situasi krisis ekonomi saat ini merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya daya serap industri pariwisata. Dengan demikian dari keseluruhan dimensi yang ada, maka terlihat bahwa sumberdaya manusia bertumpu pada dua indikator penting yaitu tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para karyawan dan tingkat keterampilan yang berkaitan dengan bidang kerja yang ditangani karyawan tersebut.

Dalam hal makna pemerintahan (*governance*) yang baik atau bersih harus dipahami sebagai suatu mekanisme pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial yang melibatkan pemerintah (negara) dan pihak non pemerintah (termasuk masyarakat warga yang sadar akan hak-hak demokratisnya) dalam suatu kerja yang keras secara bersama tanpa ada satu pihak yang mendominasi pihak lain (Stoker 2019; Ganie rohman 2020). Dengan demikian para pelaku pengelola sumber daya ekonomi dan sosial yang non pemerintah mempunyai wewenang untuk berpartisipasi secara penuh (pengambilan keputusan) baik dalam proses perencanaan, pelaksanaan pembangunan, memanfaatkan, maupun dalam melakukan pengawasan, evaluasi, atau kontrol (Cohen 2019). Yang perlu diperhatikan ialah bahwa dalam kerja sama tersebut masing-masing pihak harus secara konsisten mematuhi aturan-aturan yang dibentuk dan disepakati bersama.

Makna di atas membawa kita kepada tujuh persyaratan utama agar terjadi suatu "pemerintahan" yang bersih, menurut Mardiasmo (2014) :

1. *Accountability* (Pertanggung jawaban);
2. Partisipasi;
3. *Fairness* (keadilan dan "kebersihan");
4. *Transparency* (keterbukaan);
5. *Responsibility* (bertanggungjawab);
6. *Otonomy* (kemandirian),
7. *Freedom* (kebebasan); dan
8. Efisiensi dalam alokasi sumber daya.

Menurut World (2019) dalam Mudrajad (2014) dampak dari lemahnya *governance* adalah:

1. Kaum miskin tidak mendapatkan akses pelayanan publik yang dibutuhkan karena birokrasi yang korup.
2. Para investor takut dan enggan menanam modal di Indonesia karena ketidak mampuan sistem peradilan untuk melaksanakan kontrak, meningkatnya kerusakan, dan tingkat pelanggaran hukum dan keamanan yang tinggi.
3. Sumberdaya pemerintah yang langka banyak yang hilang karena sistem manajemen keuangan dan pengadaan barang yang tidak transparan, manipulatif, dan banyak kebocoran. Salah satu kualitas sumber daya birokrasi yang dituntut oleh *good governance* adalah kualitas kewirausahaan yang dapat menjembatani antara Negara dan pasar. Kualitas kewirausahaan birokrasi diperlukan untuk mengintervensi pasar secara selektif untuk menjamin berfungsinya pasar secara sehat.

Menurut Tjokrowinoto (2021) Kompetensi yang perlu dimiliki oleh seorang birokrasi berkaitan dengan hal tersebut :

1. Sensitif dan responsif terhadap peluang dan tantangan baru yang timbul didalam pasar.
2. Tidak terpaku dalam kegiatan-kegiatan rutin yang terkait dengan fungsi instrumental birokrasi, akan tetapi harus mampu melakukan terobosan melalui pemikiran yang kreatif dan inovatif.
3. Mempunyai wawasan futuristik dan sistematis.
4. Mempunyai kemampuan untuk mengantisipasi, memperhitungkan dan meminimalkan resiko.
5. Jeli terhadap potensi dan sumber-sumber dan peluang baru.
6. Mempunyai kemampuan untuk mengkombinasikan sumber menjadi *resource mix* yang mempunyai produktivitas tinggi.
7. Mempunyai kemampuan untuk mengoptimalkan sumber yang tersedia, dengan menggeser sumber kegiatan yang berproduktivitas rendah menuju kegiatan yang berproduktivitas tinggi. Kompetensi birokrasi lain yang dituntut oleh *good governance* adalah kemampuan atau skill untuk mengerjakan tugas-tugas pengelolaan di instansi masing-masing.

Mengenai hal ini Adil Khan dan Meier (dalam Hessel Nogi S. 2020) mengemukakan bahwa *good governance* merupakan cara mengatur pemerintahan yang memungkinkan layanan publiknya efisien, sistem pengadilannya bias diadalkan dan administrasinya bertanggungjawab pada publik. Dari definisi yang telah disebutkan tadi setidaknya-tidaknya ada 2 kompetensi yang harus dimiliki oleh birokrasi. pertama, birokrasi haruslah mampu

memberikan pelayanan publik dengan adil dan inklusif sebaik-baiknya. Hal ini menuntut kemampuan untuk memahami dan mengartikulasikan aspirasi dan kebutuhan masyarakat, dan merumuskannya dalam kebijakan dan perencanaan serta mengimplimentasikannya. Kedua, birokrasi harus mempunyai kompetensi untuk memberdayakan masyarakat sipil dengan menciptakan kemampuan sosial.

Keseluruhan upaya tersebut diharapkan dapat mewujudkan kualitas manusia Indonesia (khususnya aparatur pemerintah) dalam manajemen pembangunan yakni mereka yang memiliki tiga kualifikasi sebagai berikut : pertama, melekatnya sifat-sifat loyalitas dedikasi dan motivasi kerja dalam mengemban tugas-tugasnya. kedua, dimilikinya keahlian dan kemampuan professional dan ketiga, dilaksanakannya sikap-sikap mental yang berorientasi pada etos kerja yang tertip, jujur, bisiplin, produktif dan bekerja tanpa pamrih.

Strategi Wisata Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Ditengah Persaingan Usaha Yang Semakin Ketat Dibidang Industri Wisata Permandian

Menurut Michael & Poter, (2019) keunggulan kompetitif ialah jantung dari kinerja perusahaan ditengah persaingan yang semakin kompetitif serta bagaimana perusahaan mempraktekkan berbagai strategi supaya lebih maju. Sedangkan menurut David (2015) keunggulan kompetitif yaitu jika tindakan perusahaan memberi nilai tambah dan jika hanya sedikit perusahaan yang mampu melakukan tindakan yang sejenis. sedangkan menurut Kotler & Amstrng (2012) keunggulan kompetitif adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. dan untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam sebuah perusahaan harus memiliki strategi yang baik agar lebih mudah menghadapi resiko yang akan timbul dari tujuan yang ingin dicapai. menurut teori *Resource Based View* (RBV) atau pandangan yang berbasis sumber daya. menurut Mahoney dan Pandian, (1992) *Resource Based View* (RBV) adalah sebuah pandangan yang menerapkan dasar keunggulan kompetitif dimana hal utamanya terletak pada sekumpulan aset berwujud dan tidak berwujud pada perusahaan. dan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ketika sumber daya dikelola sedemikian rupa sehingga apa yang dihasilkan sulit untuk ditiru atau dibuat oleh pesaing, yang pada akhirnya menciptakan hambatan kompetisi. sedangkan Keunggulan Kompetitif menggunakan teori Ebert (2017) keunggulan bersaing adalah merupakan keunggulan yang dimiliki perusahaan atau seorang pengusaha ketika mampu memproduksi suatu barang dan jasa secara lebih efisien atau lebih baik dibandingkan barang lainnya

Diawali dengan asumsi bahwa sumberdaya perusahaan adalah heterogen dan sulit berpindah, kemudian perusahaan yang memberdayakan keunggulan sumberdayanya bertujuan untuk merealisasikan efisiensi dan efektifitas (Demsetz, 2019). Kegagalan memberdayakan keunggulan sumberdaya adalah pemborosan (*inefficiency*) dan tidak memaksimalkan kesejahteraan social. Keberhasilan mendayagunakan keunggulan sumberdaya disebut sebagai hasil efisiensi "*efficiency rents*" (Demsetz, 2019) dan bukan hasil monopoli "*monopoly rents*". Model berdasar sumberdaya mengatakan bahwa sumber keunggulan bersaing berkelanjutan adalah sumberdaya perusahaan yang bernilai, jarang, taktertirikan, dan taktergantikan. Sumberdaya ini meliputi sejumlah fenomena organisasi, social dan individu di dalam perusahaan yang merupakan objek penelitian dalam teori organisasi dan perilaku (Daft, 2019). Teori organisasi dan perilaku merupakan sumber penemuan yang banyak tentang kejarangan, taktertirikan, dan taktergantikan dari sumberdaya perusahaan.

Model yang dibahas dalam tulisan Barney menekankan pentingnya sumberdaya dalam bentuk prestasi (*endowments*) perusahaan dalam menghasilkan keunggulan bersaing berkelanjutan. Implisit dalam model ini adalah asumsi bahwa para manajer berkemampuan terbatas dalam memanipulasi sumberdaya yang dikendalikannya (Barney & Tyler, 2019). Keterbatasan inilah yang membuat sumberdaya perusahaan taktertirikan dan berpotensi sebagai keunggulan bersaing berkelanjutan perusahaan. Pengenalan sumber keunggulan bersaing berkelanjutan (*sustained competitive advantage*) telah menjadi bidang penelitian utama pada manajemen strategi. berkembang atas asumsi bahwa sumber-sumber strategis terdistribusi secara heterogen diantara sejumlah perusahaan dan bahwa perbedaan ini stabil sepanjang waktu. dalam artikel berjudul "Sumberdaya Perusahaan dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan" Jay Barney menyelidiki hubungan antara berbagai sumberdaya perusahaan dengan keunggulan bersaing berkelanjutan. Barney membahas empat indikator empiris dari pada sumberdaya perusahaan yang berpotensi menghasilkan keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu nilai (*value*), kejarangan (*rareness*), ketertiruan (*imitability*), dan ketergantungan (*substitutability*). model diaplikasikan dengan menganalisis potensi dari berbagai sumberdaya perusahaan untuk membangun keunggulan bersaing berkelanjutan. dengan menggunakan model yang dibahas dalam artikel ini dipaparkan implikasi model sumberdaya perusahaan dari keunggulan bersaing berkelanjutan pada bidang bisnis lainnya.

Studi yang berfokus kepada nilai, kejarangan, taktertirikan, dan taktergantikan dari pada sumberdaya perusahaan tidak bermaksud menyampingkan manajer. dalam kenyataan manajer sangat penting dalam model ini, karena manajerialah yang mampu melihat potensi

kinerja ekonomi dari sumberdaya yang dimilikinya. yang jelas bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan tidak dapat dibeli oleh perusahaan di pasar terbuka (Barney, 2018; Wernerfelt, 2019). Akan tetapi keunggulan haruslah ditemukan dalam sumberdaya yang jarang, taktertirukan, dan taktergantikan yang dikuasai oleh perusahaan (Dierickx & Cool, 2018).

Menurut pandangan sumber daya perusahaan (*resource based view*) bahwa keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu perusahaan bersumber dari berbagai sumber daya yang dimiliki dan dikuasai oleh perusahaan itu sendiri. dengan ketentuan bahwa sumber daya tersebut harus memiliki empat ciri khas yaitu bernilai, jarang, tak tertirukan, dan tak tergantikan. Pembahasan berikut ini dimaksudkan untuk melihat keempat ciri khas sumberdaya ini pada industri Wisata Esy yang ada di Kecamatan Wundulako, Kabupaten Kolaka dengan maksud untuk melihat potensi keunggulan bersaing yang dimiliki oleh industri Wisata Esy.

1. Bernilai: Suatu sumber daya disebut bernilai apabila pemanfaatan sumber daya tersebut dapat meningkatkan keefektifan dan keefesienan perusahaan dalam merealisasikan tujuan usahanya. berbagai tujuan wisata di kawasan Wisata Esy dapat dikatakan sebagai sumber daya yang bernilai karena tujuan wisata tersebut dapat meningkatkan efektifitas perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dalam menarik minat para wisatawan domestic. dengan sentuhan manajemen yang baik tujuan wisata di sekitar Wisata Esy dapat juga dikelola yang meningkatkan efisiensi usaha pariwisata itu sendiri, misalnya dengan “mensinergikan” sejumlah destinasi tujuan wisata yang berdekatan. dengan penjelasan ini boleh dikatakan pandangan bahwa sumber daya yang dimiliki oleh industri pariwisata di kawasan Wisata Esy dapat dikelola menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan.
2. Kejarangan: memperhatikan berbagai tujuan wisata yang ada disekitar Wisata Esy memenuhi syarat kejarangan oleh karena berbagai keistimewaan atau ciri spesifik yang dimiliki oleh tujuan wisata kawasan Wisata Esy itu sendiri. sebagai contoh karakteristik yang dimiliki oleh Wisata Esy dari segi luas, kedalaman, dan keindahan adalah sesuatu yang jarang ditemukan, bahkan hanya satu-satunya tujuan wisata dengan ciri sebagaimana disebutkan di atas yang berada di wilayah Kecamatan Wundulako. oleh karena itu unsur kejarangan ini bila dikelola dengan baik dapat juga menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi industri pariwisata Kabupaten Kolaka.

3. Tak tertirukan : syarat tak tertirukan adalah karakter sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan di mana perusahaan lain tidak dapat menghadirkan sumber daya yang sama. mengamati berbagai karakteristik spesifik yang dimiliki oleh berbagai tujuan wisata di sekitar Wisata Esy memanglah tak tertirukan oleh karena atmosfer, panorama, dan berbagai pernik-pernik pariwisata lainnya sangat asli dan hanya ada di sekitar kawasan Wisata Esy itu sendiri. yang artinya tujuan wisata di daerah lain tidak mungkin dapat menghadirkan sumber daya yang seperti ditawarkan oleh kawasan Wisata Esy tersebut.
4. Tak tergantikan: suatu sumber daya disebut tak tergantikan apabila konsumen hanya memperoleh nilai yang dicari terkait dengan sumber daya itu sendiri. Pengalaman berwisata di sekitar kawasan Wisata Esy dengan panorama indah dan berbagai peninggalan sejarah serta dukungan kuliner khas kawasan Wisata Esy tersebut tak dapat digantikan oleh kawasan manapun di daerah wisata lain. dengan demikian boleh dikatakan bahwa berbagai sumber daya terkait dengan tujuan wisata kawasan Wisata Esy dari karakteristik tak tergantikannya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan bagi industri pariwisata kawasan Wisata Esy khususnya dan Kabupaten Kolaka pada umumnya. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Wisata Esy, kualitas prasarana wisata sangat mendesak untuk dibenahi terutama pada aspek fasilitas jalan raya (petunjuk, marka, lebar, mulus, pandu), fasilitas terminal (luas, teratur, bersih, toilet, petunjuk), fasilitas komunikasi dan informasi (loket keramahamahan) kenyamanan terminal (rapi, bersih, lega, terkendali), kelengkapan prasarana wisata, keramahan pelayanan (kompeten, empati, komunikatif, menarik), kecepatan layanan (peduli, lancar), keamanan angkutan jalan raya (kondisi pengangkutan, muatan pengangkutan, kompetensi operator angkutan), dan kecepatan angkutan jalan raya (manajemen jalan raya). otoritas pemerintah daerah dan semua pemangku kepentingan industri pariwisata yang ada di Kabupaten Kolaka hendaknya bersinergi aktif memberi kontribusi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada aspek keramahamahan, komunikasi, dan kepedulian terhadap kebersihan lokasi objek wisata.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Wisata Esy maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi manajemen sumber daya manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang memiliki kompetensi dibidang industri wisata permandian kususny wisata yaitu masih terkendala dalam mencari karyawan karena tidak melalui rekrutmen dan seleksi berbasis kompetensi, kemudian dalam mengelola kebutuhan pemilik

Wisata Esy menggunakan kekeluargaan, dan karyawan yang dipekerjakan di Wisata Esy tidak memiliki kompetensi dibidang pengelolaan permandian. sedangkan strategi wisata dalam meningkatkan keunggulan kompetitif ditengah persaingan usaha yang semakin ketat dibidang idustri wisata permandian kususnya Wisata Esy memiliki beberapa poin dalam menigkatkan keunggulan kompetitif yaitu. Menggunakan konsep Ekowisata yaitu perpaduan wisata alam dengan wisata permandian modern.

Wisata Esy masuk dalam kategori Ekowisata karena telah memenuhi konsep Ekowisata, dengan sistem pengelolaan yang terstruktur sehingga menjadikan Wisata Esy mampu memenuhi kategori yang ada dalam program Ekowisata, dalam pengelolaan Wisata Esy mampu memberikan kostribusi yang cukup baik dalam sektor lingkungan, tenaga kerja, serta pemanfaatan tenaga lokal disekitar lokasi wisata untuk sama-sama bersinergis membangun karakter wisata untuk kehidupan lebih baik kedepannya. sehingga mampu berkontribusi baik secara fisik dan financial untuk kemajuan sektor pariwisata lokal maupun nasional. Bernilai suatu sumber daya disebut bernilai apabila pemanfaatan sumber daya tersebut dapat meningkatkan keefektifan dan keefesienan perusahaan dalam merealisasikan tujuan usahanya. berbagai tujuan wisata di kawasan Wisata Esy dapat dikatakan sebagai sumber daya yang bernilai karena tujuan wisata tersebut dapat meningkatkan efektifitas perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dalam menarik minat para wisatawan domestic. dengan sentuhan manajemen yang baik tujuan wisata di sekitar Wisata Esy dapat juga dikelola yang meningkatkan efisiensi usaha pariwisata itu sendiri, misalnya dengan “mensinergikan” sejumlah destinasi tujuan wisata yang berdekatan. dengan penjelasan ini boleh dikatakan pandangan bahwa sumber daya yang dimiliki oleh industri parawisata di kawasan Wisata Esy dapat dikelola menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Kejarangan: memperhatikan berbagai tujuan wisata yang ada disekitar Wisata Esy memenuhi syarat kejarangan oleh karena berbagai keistimewaan atau ciri spesifik yang dimiliki oleh tujuan wisata kawasan Wisata Esy itu sendiri. Sebagai contoh karakteristik yang dimiliki oleh Wisata Esy dari segi luas, kedalaman, dan keindahan adalah sesuatu yang jarang ditemukan, bahkan hanya satu-satunya tujuan wisata dengan ciri sebagaimana disebutkan di atas yang berada di wilayah Kecamatan Wundulako. oleh karena itu unsur kejarangan ini bila dikelola dengan baik dapat juga menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi industri pariwisata Kabupaten Kolaka.

Tak tertirikan syarat tak tertirikan adalah karakter sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan dimana perusahaan lain tidak dapat menghadirkan sumber daya yang sama. Mengamati berbagai karakteristik spesifik yang dimiliki oleh berbagai tujuan wisata di

sekitar Wisata Esy memanglah tak tertirukan oleh karena atmosfer, panorama, dan berbagai pernik-pernik pariwisata lainnya sangat asli dan hanya ada di sekitar kawasan Wisata Esy itu sendiri. yang artinya tujuan wisata di daerah lain tidak mungkin dapat menghadirkan sumber daya yang seperti ditawarkan oleh kawasan Wisata Esy tersebut. Tak tergantikan: suatu sumber daya disebut tak tergantikan apabila konsumen hanya memperoleh nilai yang dicari terkait dengan sumber daya itu sendiri. Pengalaman berwisata di sekitar kawasan Wisata Esy dengan panorama indah dan berbagai peninggalan sejarah serta dukungan kuliner khas kawasan Wisata Esy tersebut tidak dapat digantikan oleh kawasan manapun di daerah wisata lain. dengan demikian boleh dikatakan bahwa berbagai sumber daya terkait dengan tujuan wisata kawasan Wisata Esy dari karakteristik tak tergantikannya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan bagi industri pariwisata kawasan Wisata Esy khususnya dan Kabupaten Kolaka pada umumnya.

Saran bagi Pemilik dari Wisata Esy agar tetap melakukan pembaharuan-pembaharuan dan pelatihan untuk para karyawan agar mereka dapat memahami bidang pekerjaan yang sedang digeluti agar jiwa-jiwa kreatif dan inovasi mereka lebih mendalam terhadap pekerjaan yang sedang digeluti dan agar mereka bertanggung jawab dengan apa yang mereka kerjakan. Menciptakan komunikasi yang lebih baik, baik sesama karyawan, atasan dengan karyawan dan terlebih lagi untuk para pengunjung yang datang karena itu juga yang menjadi nilai jual tersendiri

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, 2018. Reporsitory. Widyantama.ac.id, <https://repository.widyantama.ac.id>
- Arista Adam Sainal Abidin Umar, 2022. Jurnal manajemen bisnis, PISSN.26209551, EISSN.26221616, Vol.15, No.2, September 2022. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Azhar Susanto,1997. Sistem Informasi Manajemen. Bandung : Lembaga Informatika Akuntansi
- Azrul Aminullah, 2022. Proceeding seminar nasional bisnis seri VI 2022
- Body, 2015. Strategi keunggulan bersaing. <https://stehes.iainkediri.ac.id>
- Chandler, 2020. Konsep strategi pengembangan usaha. <https://sc.syekhnurjati.ac.id>
- David, 2016. Manajemen strategi. <https://repo.ian-tulungagung.ac.id>
- Ebert, 2017. Bagaimana menggapai keunggulan bersaing. <https://jp.feb.unsoed.ac.id>
- Ellen Yuliani Saul, 2015. Jurnal strategi bersaing dan strategi bertahan pada industry UMKM Bakpia Pathok di kecamatan Nganpilan Yogyakarta tahun 2015
- Esty Pudyastuti, 2021. Jurnal inovasi bisnis dan manajemen Indonesia. Vol.04, No.03, juni 2021

- Gather, 2021. Pengembangan keunggulan kompetitif UMKM. <https://jurnal.usaha.ac.id.doc>
- Gary Armstrong, 2016. Budaya organisasi dan strategi MSDM. <https://repository.uksw.edu>
- Grenier, 2021. Keunggulan kompetitif dan bauran pemasaran layanan. <https://www.reseachgate.net>
- Husein, 2016. Strategi peningkatan usaha UMKM. <https://jurnal.dpr.go.id.pdf>
- Jaluanto Sunu Punjul Tyoso dan Caecilia Sry Haryanti, 2020. Jurnal manajemen koprasi dan entrepreneurship. Vol.9, No.2, juni 2020. Hal 123-136
- Kartika Dwi Chandra Sari, 2022. Jurnal strategi menciptakan keunggulan bersaing pelaku UMKM. Among makarti. Vol.15, No.2, (Edisi khusus Dies Natalis ke-38) agustus 2022 ISSN:1979-7400, E-ISSN:2774-5163
- Mahoney dan Pandian, 1992. Teori resource based view. <https://binus.ac.id>
- Marwansyah, 2016. Manajemen sumber daya manusia edisi kedua. Penerbit ALFABETA, cv. Jl. Gegerkalong Hilir, No.48, Bandung. Telp.(022)2008822. Fax. (022)2020373. Website:www.cvalfabeta.com. email:alfabetabd@yahoo.co.id. cetakan keempat februari 2016.ISBN:976-602-8800-36-5
- Mardiasmo, 2004. Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah. Yogyakarta : Andi. Mulyadi
- Meuthia Ganie Rahman, 2000. Good Governance, Prinsip, Komponen, Dan Penerapannya Dalam Hak Asasi Manusia (Penyelenggara Negara Yang Baik). Jakarta : Penerbit Komnas HAM
- Michael, 2019. Contitive avantage global bisnis marketing. <https://bbs.bunis.ac.id.2019/02/26>
- Moeljarto Tjokrowinoto, 2001. Birokrasi Dalam Polemik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Munarika, 2018. Pengertian strategi. <https://repository.bsi.ac.id>
- Mudrajad Kuncoro, 2004. Otonomi Daerah dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang. Jakarta: Erlangga
- Nurhalizah, N., Astaginy, N., & Titing, A. S. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Dosen Universitas Sembilanbelas November Kolaka. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 1 (4), 310-324.
- Prahara, 2017. Pengertian strategi. <https://repository.uin.suska.ac.id>
- Priharto, 2020. Strategi mencari investor bagi pelaku UMKM. <https://binus.ac.id>
- Sinambela, 2022. Pengetian kenggulan kompetitif. <https://perpustakaan.pancabudi.ac.id>
- Siregar, 2018.pengertian strategi. <https://repository.bsi.ac.id>
- Spillane James. 1994. Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Yogyakarta : Kanisius
- Sri Warsitaningsih, 2002. Handout Manajemen Industry Catering. Bandung: PKK FPTK UP
- Stephanie, 2015. Pengertian strategi. <https://repo.iain.tulungagung.ac.id>
- Stoner, 2019. Pengertian strategi UMKM. <https://eprints.walisongo.ac.id>
- Sugiyono, 2017. Model penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D (CV.alfabeta)
- Tambunan, 2012. Manajemen Publik. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia ambunan, 2012. Pengertian usaha mikro kecil dan menengah. <https://repository.uir.ac.id>

- Robinson, 2021. Manajemen strategi. <https://eprints.uny.ac.id>
- Wheelen, 2021. Strategi UMKM. <https://elblary.unikom.ac.id>
- Wonua, A. R., Astaginy, N., & Ismanto (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Karya Ilmiah Mahasiswa*. Literacy Institute.
- Wonua, A. R., Widiana, I. N. W., Mangkay, S. D., Baali, Y., Hadiyati, R., Simarmata, N., ... & Saerang, A. A. (2023). *Manajemen Kinerja: Pendekatan SDM*. Get Press Indonesia.