

# **PENDEKATAN BLUE OCEAN STRATEGY DALAM PEMASARAN COFFEE SHOP DI JEMBER (Studi Kasus Coffee shop Dulur Dewe Tidar )**

**Galuh Syah Putra**

**Anwar<sup>1</sup>**

**Ahkmad Fahrur Rozi<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Jember, Jawa Timur, Indonesia.

## **ABSTRAK**

Judul penelitian ini adalah “ Pendekatan Strategi *Blue Ocean* (Studi Kasus *Coffe Shop*)”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui peluang pasar agar pengusaha bisa meningkatkan daya jual. Metode yang digunakan untuk mengetahui peluang pasar ini dengan kerangka kerja empat langkah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode untuk menganalisis data menggunakan analisis kualitatif, *Blue Ocean*, kanvas strategi, dan dengan mewawancari setiap informannya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar informan merupakan penikmat kopi di jember yang merasa puas dengan pelayanan yang ramah dan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 10 informan. Diantaranya, 1 pemilik, 3 pegawai, 6 konsumen. Namun untuk menjelaskan semuanya menggunakan metode kerja empat langkah yaitu, apa yang harus dihapuskan, apa yang harus dikurangi, apa yang harus ditambahkan, apa yang harus diciptakan.

**Kata kunci :** Pendekatan, *Blue Ocean*, Kanvas Strategi.

## **ABSTACT**

*The title of this research is "Blue Ocean Strategy Approach (Case Study of Coffe Shop)". The research objective is to find out market opportunities so that entrepreneurs can increase their selling power. The method used to find out this market opportunity with a four-step framework. The sample used in this study is primary data and secondary data. The method for analyzing data uses qualitative analysis, Blue Ocean, strategy canvas, and by interviewing each informant. The results of this study indicate that most of the informants were Jember coffee connoisseurs who were satisfied with the friendly service and the results of interviews conducted to 10 informants. Among them, 1 owner, 3 employees, 6 consumers. But to explain everything using the four-step work method, that is, what must be abolished, what must be reduced, what must be added, what must be created.*

**Keywords:** Approach, *Blue Ocean*, Strategy Canvas

## 1. PENDAHULUAN

### a. Latar Belakang

Saat ini, persaingan usaha yang semakin ketat menuntut kita untuk selalu berpikir kreatif dalam membangun sebuah usaha. Keadaan ini mengakibatkan tingkat persaingan dalam merebutkan dan mempertahankan konsumen begitu tinggi. Memilih dan memilah usaha yang sekiranya mempunyai prospek cerah wajib dilakukan sebelum memutuskan usaha apa yang akan dijalankan. Setiap usaha akan mengalami banyak rintangan yang ketat oleh para pesaing lainnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan adalah merubah atau memperbaiki strategi sebuah usaha tersebut. Persaingan usaha di Indonesia sangatlah ketat dan berat. Tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja, dunia usaha juga tumbuh dan berkembang di kota-kota kecil yang memaksa pelaku usaha untuk semakin bekerja keras dalam menjalankan usahanya ditengah persaingan yang kompetitif.

Jember termasuk kota di Indonesia, yang aktivitas kotanya sangat sibuk karena jumlah penduduknya yang padat dan banyak bisnis dijalankan di kota ini. Mulai dari industri yang berkala besar, menengah hingga kecil atau industri rumah tangga (*home industry*). Baik perusahaan Negara, swasta, maupun asing semua ada di kota ini. Selain itu, berbagai lokasi wisata dan Universitas Negeri maupun swasta yang ada di kota ini tentu saja mendatangkan banyak wisatawan dan mahasiswa dari luar kota maupun luar negeri untuk datang ke kota ini. Di tengah rutinitas sehari-hari yang sangat melelahkan, sebagian dari masyarakat meluangkan waktu bersantai sejenak untuk menyegarkan kembali pikiran. Tempat-tempat yang mampu memberikan rasa nyaman adalah tempat yang menjadi pilihan mereka. Salah satunya adalah *coffee shop* atau kafe memiliki pengertian bahwa *coffee shop* atau kafe adalah suatu tempat yang mempunyai karakteristik gabungan dari bar dengan rumah makan atau restoran, tetapi dalam hal ini *coffee shop* atau kafe banyak menyediakan minuman ringan seperti teh atau kopi dan juga makanan ringan.

Bahkan selain untuk melepas lelah, *coffee shop* juga menjadi tempat sosialisasi bagi pelajar, mahasiswa, karyawan, dan masyarakat dari berbagai kalangan yang berbeda. Bagaimana jamur di musim hujan yang ada dimana-mana, *coffee shop* begitu mudah dijumpai di kota Jember. Dengan mengusung konsep yang berbeda-beda, mereka berusaha memberikan pencitraan kedainya dibenak konsumen. Menurut Sopiah & Syihabudhin (2008:104) citra *coffee shop* merupakan gambaran jiwa, atau kepribadian *coffee shop* yang oleh pemiliknya berusaha disampaikan kepada pelanggan. Sementara bagi pelanggan, citra *coffee shop* merupakan sikap individu dari *coffee shop* tersebut. Citra atau image *coffee shop* akan mempengaruhi produk yang ditawarkan, pelayanan dari pelayan *coffee shop*, dan suasana *coffee shop* yang dilakukan oleh *coffee shop* tersebut.

Strategi muncul tak hanya semata-mata untuk menenangkan persaingan namun menjadi pemenang dan pelopor dalam persaingan sebagai daya yang handal. Untuk dapat bertahan dan berkembang, *coffee shop* yang ada di kota Jember harus membuat strategi yang handal dalam menjalankan usahanya agar tidak kalah dengan kompetitor sejenis. Dalam hal ini muncullah persaingan persaingan bisnis yang terjadi antara *coffee shop* ber gaya mancanegara dan kedai kopi bergaya domestic atau bahkan persaingan bisnis antara kedai kopi yang diciptakan oleh masyarakat local. Salah satu potensi ekonomi di Kota Jember adalah usaha kedai kopi. Maka dari itu persaingan pasar *coffee shop* di Jember ini sangatlah ketat dan bersaing. Kedai kopi Dulur Dewe salah satunya yang termasuk dalam *coffee shop* di Jember yang membukukan laba menurun dari hasil penjualan kopi dari tahun 2017 senilai Rp. 25.358.000, tahun 2018 Rp. 21.145.000. kedai kopi Dukur Dewe itu sendiri terletak di Jl. Tidar No 45 Sumpersari Kabupaten Jember, dimana saat ini kedai tersebut dituntut untuk tetap bertahan dan menentukan strategi bisnis yang tepat, karena untuk bertahan dalam dunia bisnis maka perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk dapat bertahan dipersaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini bermaksud untuk memberikan saran kepada pengusaha dari bisnis Kedai Kopi Dulur Dewe untuk dapat menggunakan strategi Samudera Biru (Blue Ocean Strategy) sebagai alternative cara untuk dapat bersaing dan juga menganalisa kesulitan-kesulitan yang mungkin timbul selama proses pelaksanaan strategi tersebut. Kedai kopi Dulur Dewe dapat menjadi Poineer dalam bisnis coffee shop yang semakin ketat di Jember dngan menggunakan Blue Ocean Strategy, namun harus diketahui bahwa setiap penerapan strategi bisnis pasti melibatkan peluang dan juga resiko di dalamnya. Sama halnya dengan Blue Ocean Strategy, terdapat resiko resiko di dalamnya yang akan didapat dari beberapa prinsip strategi ini, namun dapat memandu sebuah bisnis agar lebih efektif dan efisien dalam pengeksesusiannya.

## **b. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah : Strategi seperti apa yang diterapkan sebagai persaingan bisnis kedai kopi Dulur Dewe berdasarkan Blue Ocean Strategy ?

## **c. Tujuan**

Dengan upaya menenangkan Kedai Kopi Dulur Dewe dalam persaingan bisnis yang menghasilkan suatu strategi penjualan yang baru dengan menggunakan pendekatan Blue Ocean Strategy.

## **d. Kegunaan**

Mampu menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah dengan kondisi dilapangan dan mendapatkan suatu tempat praktek untuk menerapkan di bisnis pribadi dalam kaitanya strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy*.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Strategi**

Menurut Kotler (2008:25), Strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan.

### **b. Manajemen Strategi**

Menurut, Wheelen & Hunger (2006:3) "*management strategic is that set of managerial decisions and actions that determines the long run performance of a corporation*" (manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang). Menurut, Wheelen & Hunger (2006:3) "*management strategic is that set of managerial decisions and actions that determines the long run performance of a corporation*" (manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang).

### **c. Pemasaran**

Menurut Kotler, (1997) dalam dunia industri istilah pemasaran sering kita dengar, di mana pemasaran merupakan proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan

informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

#### **d. Konsep Pemasaran**

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi, yaitu konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial dan konsep pemasaran global, Majid (2008).

1. Konsep produksi
2. Konsep produk
3. Konsep penjualan
4. Konsep pemasaran
5. Konsep pemasaran sosial
6. Konsep Pemasaran Global

#### **e. Strategi Bersaing**

Menurut Handito Hadi Joewono (2005) (konsultan strategi kompetisi dan marketing) mengemukakan ada 6 (enam) strategi yang bisa ditempuh perusahaan untuk memenangkan persaingan:

- a. Membangun persepsi yang baik sesuai dengan Brand Positioning Hal ini biasanya dilakukan dengan cara melakukan pemasaran secara intensif.
- b. Meningkatkan kualitas produk Di sini sebuah perusahaan harus senantiasa meningkatkan kualitas produknya baik dalam bentuk barang, jasa ataupun gagasan. Dari sudut pandang pemasaran, hal inilah yang sering dipengaruhi oleh persepsi. Karena semakin tinggi persepsi suatu produk maka semakin tinggi pula dibutuhkan kualitas riil dari produk tersebut.
- c. Selalu menyajikan produk baru Hal ini bukan bermaksud menghasilkan produk yang benar-benar baru, namun bisa juga diartikan sebagai menghasilkan produk dari hasil inovasi atau modifikasi produk yang sudah ada.
- d. Melakukan pendekatan dengan customer Strategi ini diistilahkan dengan Customer Relationship Management yaitu serangkaian proses dan teknik untuk mengontrol hubungan dengan customer.
- e. Melakukan distribusi secara terintegrasi Pendekatan distribusi ini memadukan sistem distribusi direct, dependent dan independent.
- f. Harga kompetitif Kompetitif tidak berarti murah. Dan tidak selamanya harga kompetitif itu selalu dikaitkan dengan harga murah. Sebab perusahaan dapat memadukan kesiapan bersaing dengan keragaman produk yang dimiliki dengan portofolio produk yang lengkap.

#### **f. Blue Ocean Strategy**

Kim & Mauborgne (2005) memperkenalkan strategi samudra biru (Blue Ocean Strategy) sebagai suatu strategi yang menekankan pada penciptaan permintaan baru dan ruang pasar yang belum ada pesaingnya. Pengertian strategi samudra biru (Blue Ocean Strategy) Bagaimana membuat ruang pasar yang belum terjelajahi, yang bisa menciptakan permintaan dan memberikan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Intinya, bagaimana bersaing dengan tangkas dalam kompetisi; bagaimana secara cerdas membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan samudra biru.

### g. Kerangka Kerja Empat Langkah

Aksi keempat atribut di atas adalah sebagai berikut :

#### 1. Hapuskan

Faktor apa saja yang harus dihapuskan dari faktor-faktor yang telah diterima begitu saja oleh industri? Dalam industri Anda, fitur apa yang sebenarnya tidak begitu penting namun karena kebiasaan, selalu ditawarkan kepada pelanggan.

#### 2. Kurangi

Faktor apa saja yang harus dikurangi hingga di bawah standar industri? Dalam industri Anda, fitur apa yang sebaiknya dikurangi karena tidak memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

#### 3. Tingkatkan

Faktor apa saja yang harus ditingkatkan hingga di atas standar industri Anda, fitur apa yang sebaiknya diberikan karena mampu memberikan value yang sangat tinggi kepada pelanggan; meski mungkin fitur ini sudah ditawarkan oleh para pesaing.

#### 4. Ciptakan

Faktor apa saja yang belum pernah ditawarkan industri sehingga harus diciptakan? Dalam industri Anda, fitur baru apa yang sebaiknya diciptakan; fitur baru yang mampu memberikan nilai tinggi kepada pelanggan, dan selama ini belum pernah ditawarkan oleh pelanggan.

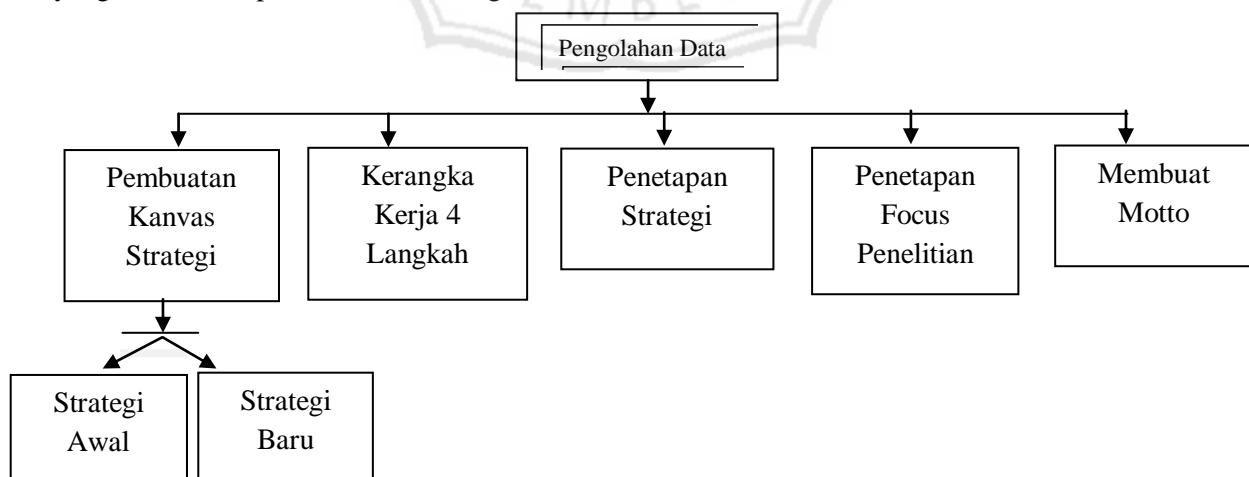
### h. Kanvas Strategi

Tiga ciri strategi yang baik sebagaimana ditunjukkan oleh kanvas strategi, kurva nilai memiliki tiga kualitas yang saling melengkapi.

- Fokus setiap strategi yang hebat memiliki fokus, dan suatu profil strategis atau kurva nilai perusahaan harus jelas menunjukkan focus tersebut.
- Divergensi/gerak menjauh dengan menciptakan empat langkah, yaitu kurangi, hilangkan, tambahkan dan ciptakan. Strategi ini membedakan profil mereka dari profil umum sector
- Moto yang memikat, sebuah strategi yang baik memiliki moto yang jelas dan memikat.

### i. Kerangka Konseptual

Untuk memperjelas variabel yang digunakan dari penelitian ini, berikut kerangka konseptual yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut :



#### **4. METODE PENELITIAN**

##### **a. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan membuat gambaran secara sistematis factual dan sistematis mengenai fakta-fakta antara fenomena yang diselidiki. Dalam fenomena yang digambarkan adalah hal yang terkait dengan Perancangan Strategi Dalam Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Upaya Persaingan Bisnis Coffee Shop Di Jember

##### **b. Sumber Data dan Subyek Penelitian**

Penentuan informan penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling. Subyek penelitian ini adalah pemilik, seluruh staf dan customer kedai kopi dulur dewe yang sluruhnya berjumlah kurang lebih 25 orang. Dari jumlah ini kemudian di tetapkan sumber data sebanyak 10 informan.

Pada penelitian ini data yang diperlukan adalah berupa data primer dan data skunder :

###### **1. Data Primer**

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya, yakni dari Kedai Kopi Dulur Dewe

- a. Data umum perusahaan meliputi sejarah berdirinya perusahaan, serta informasi yang berhubungan dengan penelitian.
- b. Data aktual, meliputi data-data umum perusahaan yang didapatkan dengan wawancara.

###### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang berasal dari sumber lain seperti hasil penelitian terdahulu, jurnal, dan lain-lain, yang digunakan untuk mendapatkan dan menggali teori-teori yang dapat mendukung pemecahan masalah dalam penelitian.

##### **c. Teknik Pengolahan Data**

Pada bagian teknik pengolahan dan analisis data, akan menjelaskan secara singkat, padat, dan jelas mengenai tahapan dalam penerapan *Blue Ocean Strategy*. Berikut adalah tahapan-tahapan pengolahan data :

1. Melakukan pengamatan di perusahaan.
2. Melakukan wawancara dengan pihak perusahaan dan *customer*.
3. Membuat kanvas strategi awal (guna melihat posisi antara objek yang diteliti dengan pesaing pada keadaan yang sesungguhnya)
4. Melakukan empat langkah kerja dari *Blue Ocean Strategy* (BOS) yaitu menghapuskan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan.
5. Membuat Skema Hapuskan – Kurangi – Tingkatkan – Ciptakan dan menentukan fokus, gerakan menjauh serta strategi berdasarkan *Blue Ocean Strategy* (BOS).

##### **d. Metode Analisis**

Analisis data dilakukan sepanjang berlangsungnya penelitian dan dilakukan terus menerus dari awal sampai akhir penelitian. Analisis dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi data, yaitu proses pemilahan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
2. Penyajian data, yaitu menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan atau penyederhanaan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif yang mudah dipahami.
3. Menarik kesimpulan yaitu, kegiatan konfigurasi yang utuh atau tinjauan ulang terhadap catatan lapangan, yakni menguji kebenaran dan validitas, makna-makna yang muncul dalam lokasi penelitian. Setelah memiliki landasan kuat, simpulannya kuat dan menjadi lebih rinci sehingga menjadi simpulan terakhir (Milles,1992: 16-19).

#### **b. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Uji reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan yang merupakan dimensi dalam variabel yang tersusun dalam bentuk koesioner alat ukur yang digunakan adalah *cronbachalpa* melalui program computer *Excel Statistic Analysis & SPSS*. Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpa* 0,60 (Bhuono, 2005:72). Hasil pengujian realibilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel berikut ini:

**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

<b>VARIABEL</b>	<b>CRONBACH'S ALPHA</b>	<b>N of Items</b>
Kualitas Kerja	0,646	7
Kualitas Kerja	0,669	6
Ketepatan Waktu	0,665	5
Kehadiran ditempat kerja	0,804	3
Sikap Kooperatif	0,705	5

*Sumber : Data Primer yang Diolah, 2019*

Dari tabel 4.9 hasil uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa varibel-variabel yang diuji berdasarkan data koesioner dinyatakan reliable karena mulai dari kuantitas kerja, kualitas kerja, ketepatan waktu, kehadiran ditempat kerja serta sikap koopertaif memiliki nilai *cronbachalpa* diatas 0,6.

#### **Hasil Uji Independen Sampel T-Test**

Menurut Uyanto ( 2009:159) jika *p-values (2-tailed)* memberikan nilai lebih kecil dari 0,05 maka, kedua sampel memiliki perbedaan yang signifikan. Sehingga jika nilai signifikan (*2-tailed*) lebih dari 0,05 (>0,05) dapat disimpulkan bahwa pada kedua sampel tidak terdapat perbedaan yang signifikan, namun jika nilai signifikansi (*2-tailed*) kurang dari 0,05 (<0,05) maka, dapat disimpulkan bahwa kedua sampel memiliki perbedaan yang signifikan. Berikut ini merupakan hasil analisis *Independent Samplpes T-Test* dari penelitian pada karyawan tetap dan karyawan tidak tetap Universitas Muhammadiyah Jember:

**Tabel 4.15 Uji Independen Sampel T-Test**

	<b>Sig (2-tailed)</b>
Sebagian besar waktu saya di kantor untuk bekerja	0,510
Saya melaksanakan pekerjaan yang diberikan oleh atasan	0,826
Pekerjaan yang saya lakukan sesuai dengan target yang diberikan	0,384
Pekerjaan yang saya lakukan sesuai dengan harapan atasan	0,001
Saya mengerjakan tugas sesuai waktu yang dikerjakan	0,913
Saya menjunjung tinggi kejujuran dalam melakukan pekerjaan	0,929
Hasil pekerjaan saya lebih baik dibandingkan karyawan lain	0,215
Saya mampu melaksanakan pekerjaan dengan teliti	0,620
Saya mampu mengerjakan pekerjaan sesuai standar yang diberikan universitas	0,137
Saya memahami pekerjaan yang saya terima dari atasan	0,554
Saya jarang bahkan hampir tidak pernah melakukan kesalahan dalam pekerjaan saya	0,587
Saya selalu pulang tepat waktu sesuai jadwal yang diberikan atasan	0,857
Saya selalu menyelesaikan tugas yang diberikan atasan tanpa menunda-nunda waktu	0,443
Saya berusaha menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dari waktu yang diberikan	0,807
Selalu datang tepat waktu saat rapat	0,837
Saya tidak pernah bolos atau absen untuk urusan pribadi	0,113
Saya selalu datang tepat waktu	0,185
Saya memiliki kesadaran yang tinggi dalam pekerjaan saya	0,020
Saya memiliki tanggung jawab atas pekerjaan yang saya terima	0,518
Saya selalu membantu teman dalam menyelesaikan pekerjaannya.	0,168
Saya selalu menyelesaikan masalah secara berdiskusi dengan teman satu tim	0,775

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2019

Hasil uji beda yang telah dilakukan dalam penelitian ini rata-rata menunjukkan bahwa kinerja karyawan tetap dan karyawan tidak tetap tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Namun, ada 2 (dua) pernyataan yang memiliki perbedaan yang signifikan yaitu pada pernyataan “Pekerjaan yang saya lakukan sesuai dengan harapan atasan” dan “Saya memiliki kesadaran yang tinggi dalam pekerjaan saya” antar karyawan tetap dan karyawan tidak tetap. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari hasil analisa dimana Sig (*2-tailed*) kurang dari 0,05 (<0,05).

### c. KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang kinerja karyawan tetap dan karyawan tidak tetap maka dapat disimpulkan bahwa: Terdapat 2 (dua) pernyataan yang menunjukkan perbedaan yang signifikan antara karyawan tetap dan karyawan tidak tetap. Yaitu dapat dilihat



dari nilai Sig (*2-tailed*) yang kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ). Namun didominasi oleh variabel-variabel yang menunjukkan hasil signifikan yaitu nilai Sig (*2-tailed*) lebih dari 0,05 ( $>0,05$ ).

Kinerja karyawan tetap dan karyawan tidak tetap memiliki tingkat kualitas pribadi yang tinggi. Kinerja karyawan tetap memiliki penilaian yang tinggi, hal ini disebabkan oleh pengalaman mereka dalam bekerja dalam waktu yang lama serta kualitas individu dan profesionalitas dalam bekerja sesuai dengan apa yang mereka dapatkan dalam dunia pendidikan. Agar terus bisa bekerja mereka harus memiliki tingkat kinerja yang baik serta melaksanakan pekerjaannya secara maksimal.

#### **Saran**

Berikut saran-saran yang diberikan sehubungan dengan penelitian karyawan tetap dan karyawan tidak tetap Universitas Muhammadiyah Jember: Kinerja karyawan perlu ditingkatkan untuk kelancaran sebuah organisasi dengan melaksanakan pelatihan kerja agar pengetahuan tentang dunia kerja lebih meningkat baik karyawan tetap maupun karyawan tidak tetap. Pihak Universitas perlu melakukan evaluasi ulang dengan sistem karyawan tidak tetap yang diterapkan, mengenai batas kontrak yang ditetapkan agar karyawan tidak tetap dapat memanfaatkan waktu yang telah ditetapkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, 2007, Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Ke Tujuh PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Bhuono, Agung Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : ANDI.

Faisal, Gatot S.M. 2009, How to be A Smarter Taxpayer: Bagaimana menjadi Wajib Pajak. Jakarta : Grasindo

<http://scdc.binus.ac.id/himsisfo/2017/03/probability-sampling-vs-non-probability-sampling/>

<http://eprints.polsri.ac.id/4177/3/BAB%20II.pdf> Di Akses Pada 31 Oktober 2018 Jam 6.46

<http://www.unmuhjember.ac.id/index.php/id/profil/struktur-organisasi.html>

<http://www.unmuhjember.ac.id/index.php/id/profil/visi-misi-tujuan.html>

<http://www.sumberpengertian.co/pengertian-hipotesis-secara-umum-dan-menurut-para-ahli> di akses pada 13 november 2018 jam 00.00

<http://www.sumberpengertian.co/pengertian-variabel-penelitian> Diakses Pada 13 November 2018 Jam 00.00

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE.

Moehariono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada

Ndraha, Made, Joni, 199, Pelaksanaan Dekonsentrasi dan Peningkatan Mutu Pelayanan Publik, Bali

Panggabean, Mutiara S. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. Ghalia Indonesia: Jakarta

- Putri, Nurhikmah. 2017. *“Analisis Perbandingan Kinerja Karyawan Tetap Dengan Karyawan Outsourcing (Kontrak)*. Skripsi. Makassar. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin.
- Rivai, Veithzal & Ahmad Fawzi Mohd Basri. 2005. Performance appraisal sistem yang tepat untuk menilai kinerja karyawan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Jakarta : raja grafindo persada.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*,(edisi pertama), Jakarta : Kencana pers, 2013.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Werther, William B. dan Keith Davis. 1996. Human Resources and Personnel Management. New York: McGraw-Hill.

