



Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Bulat di Dusun Buniasih Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis (Studi Kasus pada Agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri di Dusun Buniasih Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis)

Agus Hendar^{1*}, Yaya Sunarya², D Yadi Heryadi²

¹⁻³ Universitas Siliwangi, Indonesia

Jalan Siliwangi No. 24 Kahuripan Kota Tasikmalaya 46115.

yayasunarya1985@gmail.com

Abstract. *The aim of this research is to analyze internal and external factors and determine strategy choices in developing the round tofu agroindustry. This research uses a qualitative approach with case study methods and SWOT matrix analysis. Internal Strength Factors (Strength): Putra Mandiri's tofu agroindustry has well-organized management, adequate processing machine capabilities, and maintained product quality. Weakness: Increasing employee capacity is still situational, and processing machines are not yet equipped with an automatic system. External Factors: Opportunities: There is demand for round tofu products from outside the island, soybeans are available as raw materials, and the majority of competitors are in Cipaku District, providing room for expansion. Threat: Round tofu products have limited durability, raw material prices tend to fluctuate, and price competition is tight. Based on the SWOT analysis, the strategy that can be implemented is the S-O (Strength-Opportunity) Strategy, namely by maximizing the quality of round tofu, meeting market demand, collaborating with other factories, and establishing partnerships with modern markets to expand product distribution.*

Keywords: Round Tofu, Agroindustry, Development Strategy.

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta menentukan pilihan strategi dalam pengembangan agroindustri tahu bulat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan analisis matrik SWOT. Faktor Internal Kekuatan (*Strength*): Agroindustri tahu bulat Putra Mandiri memiliki manajemen yang terorganisir dengan baik, kemampuan mesin pengolah yang memadai, serta kualitas produk yang terjaga. Kelemahan (*Weakness*): Peningkatan kapasitas karyawan masih bersifat situasional, dan mesin pengolah belum dilengkapi dengan sistem otomatis. Faktor Eksternal: Peluang (*Opportunity*): Terdapat permintaan produk tahu bulat dari luar pulau, tersedia kacang kedelai sebagai bahan baku, dan mayoritas pesaing berada di Kecamatan Cipaku, memberikan ruang untuk ekspansi. Ancaman (*Threat*): Produk tahu bulat memiliki keterbatasan daya tahan, harga bahan baku cenderung fluktuatif, dan persaingan harga yang ketat. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat diterapkan adalah Strategi S-O (*Kekuatan-Peluang*), yaitu dengan memaksimalkan kualitas tahu bulat, memenuhi permintaan pasar, menjalin kerjasama dengan pabrik lain, serta menjalin kemitraan dengan pasar modern untuk memperluas distribusi produk

Kata kunci: Tahu Bulat, Agroindustri, Strategi Pengembangan

1. LATAR BELAKANG

Dengan meningkatnya jumlah penduduk, produksi kedelai di Indonesia pada 2020 diperkirakan masih terbatas jika dibandingkan dengan kebutuhan domestik. Sebagai langkah untuk mengatasi kekurangan tersebut, pemerintah mengandalkan impor kedelai dari negara-negara penghasil utama.

Selama lima tahun terakhir, Indonesia bergantung pada impor kedelai sebesar 78% setiap tahunnya, dan hal ini telah menjadi pola yang terus meningkat dari tahun ke tahun (Kementerian Pertanian, 2020).

Pada Januari 2021, harga rata-rata kedelai impor di Indonesia tercatat sebesar Rp11.281 per kilogram, mengalami kenaikan sebesar 6,87% dibandingkan dengan harga pada Desember 2020 yang mencapai Rp10.566 per kilogram. Jika dibandingkan dengan Januari 2020, yang saat itu harga kedelai sebesar Rp10.146 per kilogram, terjadi peningkatan harga sebesar 11,19% (Hanneman, 2021).

Di Kecamatan Cipaku, terdapat sejumlah agroindustri tahu bulat yang memanfaatkan kacang kedelai sebagai bahan baku. Informasi lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Agroindustri Tahu Bulat di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Tahun 2024

No	Nama Perusahaan	Alamat	Bahan Baku	
			Tahun 2023	Tahun 2024
1	Asian	Cijoho	1.350	1.500
2	Putra Galuh	Buniasih	525	300
3	Patrol	Buniasih	375	300
4	Songkha	Buniasih	450	250
5	Macakal	Warung Jarak	803	1.500
6	Putra Mandiri	Buniasih	637,5	300

Sumber : Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis, 2024

Salah satu agroindustri tahu bulat di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku yang menggunakan bahan baku secara stabil adalah agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri. Berbeda dengan agroindustri lainnya di desa tersebut, Tahu Bulat Putra Mandiri belum sepenuhnya memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pertumbuhan perusahaannya, sehingga mereka belum dapat menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat tertentu dan digunakan untuk meneliti dalam kondisi alamiah, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis kualitatif dengan fokus yang lebih mendalam. Sementara itu, studi kasus adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara mendalam dan terperinci mengenai sebuah program, peristiwa, atau kegiatan, baik di tingkat individu, kelompok, instansi, maupun organisasi, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena tersebut (Rahardjo, 2017

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan produsen tahu bulat, menggunakan daftar pertanyaan yang berupa kuesioner. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2008) dalam Mukhsin, dkk. (2017), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menetapkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Rancangan Analisis Data

Untuk menganalisis faktor internal, faktor eksternal, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan Tahu Bulat Putra Mandiri di Dusun Buniasih, Desa Muktisari, Kecamatan Cipaku, Kabupaten Ciamis, digunakanlah analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)*. Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, yang kemudian dikelompokkan dalam dua tabel, yaitu *IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)* untuk faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*), serta *EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary)* untuk faktor peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*).

Setiap elemen *SWOT* kemudian dihubungkan dengan simbol-simbol yang menunjukkan keterkaitannya, yaitu: *SO (Strength-Opportunity)*, *ST (Strength-Threat)*, *WO (Weakness-Opportunity)*, dan *WT (Weakness-Threat)*. Untuk menentukan alternatif strategi utama, dilakukan pembobotan dengan memperhatikan faktor-faktor SWOT yang relevan. Hasil pembobotan ini akan menghasilkan skor tertimbang yang akan digunakan untuk meranking alternatif atau kebijakan yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri tahu bulat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Matrik IFAS (Internal strategic Factor Analysis Summary)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada responden agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri, diperoleh faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan yang memengaruhi pertumbuhan usaha. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah faktor internal kekuatan adalah 2,2, sementara jumlah faktor internal kelemahan adalah 1. Untuk menentukan posisi perusahaan pada sumbu X (horizontal) dalam diagram SWOT, dilakukan

perhitungan dengan mengurangi jumlah faktor kekuatan dengan jumlah faktor kelemahan, yaitu $2,2 - 1 = 1,2$. Hasil perhitungan ini menunjukkan posisi.

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Jumlah faktor eksternal yang merupakan peluang diperoleh sebesar 1,8, sedangkan jumlah faktor eksternal yang merupakan ancaman adalah 0,6. Untuk menentukan posisi perusahaan pada sumbu Y (vertikal) dalam diagram SWOT, dilakukan perhitungan dengan mengurangi jumlah faktor eksternal peluang dengan jumlah faktor eksternal ancaman, yaitu: $1,8 - 0,6 = 1,2$. Hasil perhitungan ini menunjukkan posisi perusahaan pada sumbu Y yang menggambarkan sejauh mana peluang perusahaan lebih besar daripada ancaman yang dihadapi.

Tabel 3 EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
A. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1.	Permintaan pasar	0,2	4	0,8
2.	Tersedia kacang kedelai sebagai bahan dasar.	0,2	4	0,8
3.	Ruang lingkup pesaing mayoritas di Kecamatan Cipaku.	0,2	1	0,2
Sub Total		0,6		1,8
B. Ancaman (<i>Threat</i>)				
1.	Produk tidak tahan lama	0,1	2	0,2
2.	Harga bahan fluktuasi	0,1	2	0,2
3.	Persaingan harga	0,2	1	0,2
Sub Total		0,4		0,6
Total (A+B)		1		2,4

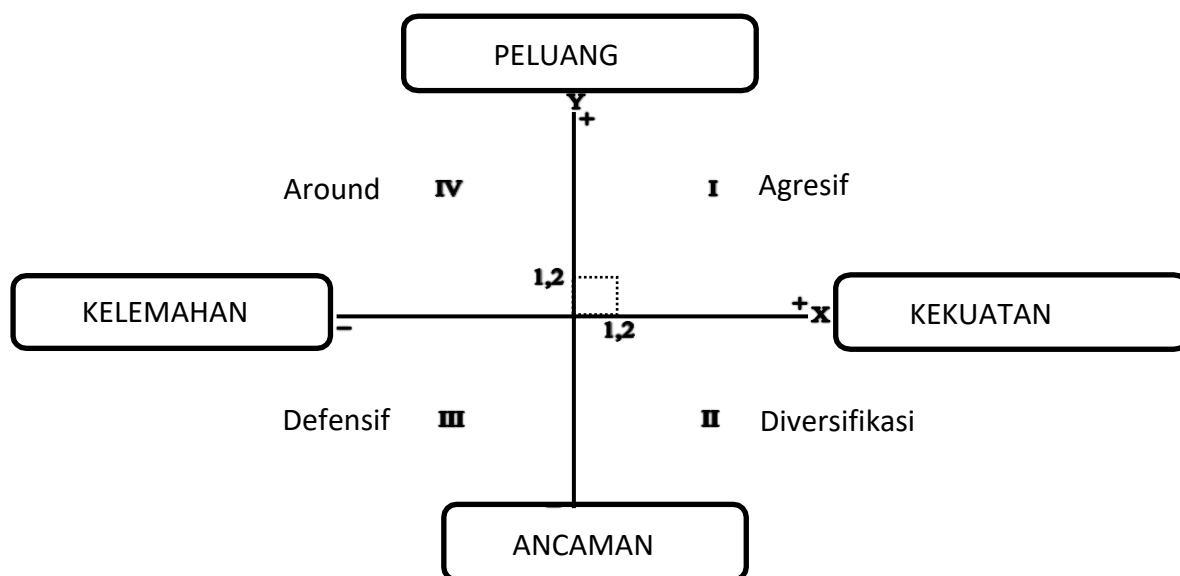


Diagram 1 Penentuan Posisi Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan diagram analisis *SWOT*, agroindustri Tahu Bulat di Dusun Buniasih, Desa Muktisari, Kecamatan Cipaku, Kabupaten Ciamis terletak pada Kuadran 1, yang merupakan posisi **Kekuatan – Peluang (SO)**. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan berada pada lokasi strategis dengan banyak peluang untuk pertumbuhan bisnis, sekaligus memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengoptimalkan potensi tersebut. Dengan posisi ini, agroindustri Tahu Bulat memiliki peluang yang besar untuk berkembang dan berada dalam kondisi yang baik untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada diagram analisis *SWOT* berikut.

Berdasarkan diagram *SWOT* yang telah dianalisis, diketahui bahwa posisi perusahaan berada pada Kuadran 1, yang mengindikasikan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk mengambil peluang eksternal. Dengan demikian, strategi yang harus diterapkan untuk perusahaan adalah menjaga dan meningkatkan kualitas produk, memenuhi permintaan pasar, menjalin kerja sama dengan pabrik lain, serta bekerja sama dengan pasar modern.

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, terdapat 11 faktor yang menjadi dasar dalam penyusunan matriks analisis *SWOT* untuk strategi pengembangan agroindustri Tahu Putra Mandiri di Dusun Buniasih, Desa Muktisari, Kecamatan Cipaku, Kabupaten Ciamis. Berikut adalah beberapa strategi yang diusulkan berdasarkan analisis *SWOT*:

a. Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Strategi S-O merupakan penggabungan antara faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (peluang). Strategi ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan yang ada untuk memaksimalkan peluang yang tersedia. Beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Memaksimalkan Kualitas Produk Tahu Bulat: Untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memenuhi harapan pasar, agroindustri tahu bulat harus terus meningkatkan kualitas produk. Hal ini penting agar produk tetap diminati oleh konsumen dan memberikan kepuasan yang konsisten.
2. Memenuhi Permintaan Pasar: Untuk memperluas pasar, agroindustri harus berupaya untuk melakukan pengiriman produk ke luar pulau. Dengan cara ini, pasar yang lebih luas dapat dijangkau dan permintaan dapat dipenuhi dengan baik.
3. Menjalinkan Kerja Sama dengan Pabrik Lain: Kerja sama dengan pabrik lain bisa menjadi peluang besar bagi perusahaan, terutama ketika menghadapi pesanan yang melebihi kapasitas produksi. Dengan menjalin kemitraan dengan pabrik lain, pasokan bahan baku dapat terjamin dan pesanan tetap dapat dipenuhi.
4. Menjalinkan Kerja Sama dengan Pasar Modern: Kerja sama dengan pasar modern, seperti supermarket atau toko retail besar, dapat meningkatkan pendapatan agroindustri tahu bulat. Selain itu, kerja sama jangka panjang dengan pasar modern dapat menjamin harga jual yang stabil dan meningkatkan volume penjualan.

b. Strategi S-T (Strength-Threat)

Strategi S-T menggabungkan faktor internal (kekuatan) dengan faktor eksternal (ancaman). Strategi ini berfokus pada penggunaan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal. Beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Inovasi dalam Pembuatan Bumbu untuk Tahan Lama: Untuk menghadapi ancaman terkait daya saing dan ketahanan produk, perusahaan perlu melakukan inovasi dalam proses pembuatan bumbu tahu bulat agar produk lebih tahan lama tanpa mengurangi kualitas rasa. Hal ini juga akan membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif dan meningkatkan daya saing produk.

Strategi ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh Tahu Bulat Putra Mandiri, sambil mengatasi tantangan dan ancaman yang ada, baik dari sisi

persaingan maupun faktor eksternal lainnya yang memengaruhi industri ini. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

c. Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam strategi Strength-Opportunity (S-O) yang telah disebutkan sebelumnya adalah:

1. Pemakaian Kacang Kedelai Lokal

Untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku kedelai impor yang tidak stabil, agroindustri tahu bulat dapat mencoba beralih menggunakan kacang kedelai lokal. Hal ini tidak hanya mengurangi ketergantungan pada bahan baku impor, tetapi juga membuat harga bahan baku lebih terjangkau dan lebih stabil.

2. Harga Jual yang Bersaing

Penentuan harga yang kompetitif di pasar sangat penting agar produk tetap laku di pasaran. Namun, harga yang bersaing harus tetap menjaga kualitas produk, sehingga konsumen tetap puas dengan nilai yang diterima.

d. Strategi W-O (Weakness-Opportunity)

Strategi Weakness-Opportunity (W-O) adalah gabungan antara faktor internal yang merupakan kelemahan dan faktor eksternal yang merupakan peluang. Strategi ini berfokus pada cara mengurangi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang tersedia. Beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Peningkatan Kapasitas Karyawan secara Terjadwal

Kualitas karyawan sangat mempengaruhi kelancaran operasional perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pelatihan dan peningkatan kapasitas karyawan secara berkala. Dengan evaluasi yang teratur, kualitas produk dapat ditingkatkan, sehingga memberikan kontribusi terhadap keberhasilan perusahaan.

2. Penyortiran Produk

Meskipun mesin produksi dapat menghasilkan tahu bulat dalam jumlah banyak, hasilnya belum tentu sempurna. Oleh karena itu, proses penyortiran produk perlu dilakukan secara teliti oleh karyawan untuk memastikan hanya produk yang memenuhi standar yang sampai ke konsumen. Hal ini juga dapat meningkatkan kualitas produk yang diterima pelanggan.

e. Strategi W-T (Weakness-Threat)

Strategi Weakness-Threat (W-T) menggabungkan faktor internal berupa kelemahan dan faktor eksternal berupa ancaman. Strategi ini lebih bersifat defensif, dengan tujuan mengurangi dampak ancaman yang datang dari luar dan memperbaiki kelemahan internal. Beberapa strategi yang bisa diterapkan adalah:

1. Cepat Tanggap terhadap Konsumen

Konsumen merupakan faktor utama yang menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus responsif terhadap keluhan dan masukan dari konsumen. Dengan cepat menanggapi masalah atau saran yang diberikan oleh konsumen, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Memilih Distributor yang Selektif

Untuk menghindari potensi kerugian yang disebabkan oleh distributor yang tidak jujur, perusahaan harus selektif dalam memilih distributor atau mitra kerja sama. Mengingat dalam proses distribusi agroindustri tahu bulat, pengiriman barang dilakukan terlebih dahulu sebelum pembayaran diterima, maka pemilihan distributor yang dapat dipercaya sangat penting untuk mengurangi risiko pembatalan pembayaran atau penipuan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri dapat mengoptimalkan peluang yang ada dan memitigasi ancaman atau kelemahan yang dihadapi, serta mampu berkembang lebih baik dalam menghadapi persaingan di pasar.

Tabel 4 Matrik Hasil Analisis SWOT Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dipimpin manager. 2. Kapasitas mesin pengolahan produk. 3. Kualitas Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kapasitas karyawan masih situasional 2. Mesin olah belum <i>aoutpilot</i>.
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)	Strategi W-O (Kelemahan-Peluang)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang lingkup pesaing mayoritas di Kecamatan Cipaku. 2. Tersedia kacang kedelaisebagai bahan dasar. 3. Permintaan pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan kualitas tahu bulat 2. Memenuhi permintaan pasar 3. Jalin kerjasama dengan pabrik lain 4. Jalin kerjasama dengan pasar modern 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kapasitas karyawan secara terjadwal 2. Sortir hasil produk yang tidak sesuai ukuran

Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi S-T (Kekuatan- Ancaman)	Strategi W-T (Kelemahan- Ancaman)
1. Produk tidak tahan lama 2. Harga bahan fluktuasi 3. Persaingan harga jual	1. Inovasi dalam racikan bumbu agar produk tahan lama 2. Pemakaian kacang kedelai lokal 3. Harga jual bersaing	1. Cepat tanggap terhadap konsumen 2. Memilih distributor dengan selektif

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor internal terbagi menjadi dua aspek, yaitu kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

- Kekuatan (*Strength*) agroindustri tahu bulat Putra Mandiri antara lain adalah adanya pengelolaan yang baik oleh seorang manajer, kemampuan mesin produksi yang memadai, pengalaman perusahaan yang cukup, serta rasa tahu yang khas dan enak.
- Kelemahan (*Weakness*) yang ada mencakup peningkatan kapasitas karyawan yang masih dilakukan secara situasional, dan mesin olah yang belum sepenuhnya menggunakan sistem otomatis (*auto-pilot*).

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*).

- Peluang (*Opportunity*) yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan adalah tingginya permintaan pasar, ketersediaan kacang kedelai lokal sebagai bahan baku, serta adanya ruang lingkup pasar yang relatif lebih sedikit pesaingnya di Kecamatan Cipaku.
- Ancaman (*Threat*) yang dihadapi antara lain adalah ketahanan produk yang terbatas, fluktuasi harga bahan baku, serta persaingan harga jual yang ketat.

3. Alternatif Strategi

Strategi yang baik untuk diterapkan oleh perusahaan dalam rangka pengembangan usaha adalah:

- Menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan.
- Memenuhi permintaan pasar dengan kapasitas yang lebih besar.

- Menjalin kerja sama dengan pabrik lain untuk memenuhi kebutuhan bahan baku atau pesanan yang lebih besar.
- Membangun kemitraan dengan pasar modern untuk meningkatkan distribusi dan stabilitas harga jual.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemilik Perusahaan

Pemilik perusahaan Tahu Bulat Putra Mandiri perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas serta mutu produk untuk memastikan kepuasan konsumen dan mempertahankan daya saing di pasar.

2. Inovasi dalam Penggunaan Bahan Baku

Pemilik perusahaan sebaiknya terus berinovasi dalam penggunaan bahan baku, terutama dalam meningkatkan daya tahan produk tanpa menggunakan bahan pengawet kimia, agar produk tetap aman dan berkualitas tinggi.

3. Menjalin Kerja Sama dengan Distributor

Menjalin hubungan yang baik dan saling percaya dengan distributor baru sangat penting untuk meningkatkan distribusi produk. Hubungan yang saling menguntungkan ini akan mendukung kelancaran pemasaran dan memperluas jaringan pasar.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan agroindustri Tahu Bulat Putra Mandiri dapat berkembang lebih baik, mengatasi tantangan yang ada, dan memanfaatkan peluang yang tersedia untuk meraih kesuksesan jangka panjang.

5. DAFTAR REFERENSI

Hanneman, R. A. (2021). *Analisis Perkembangan Harga Bahan Pangan Pokok di Pasar Domestik dan Internasional*.

Kementerian Pertanian. (2020). *Outlook Komoditas Pertanian Tanaman Pangan Kedelai. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian*.

Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru,

A. N. (2017). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar*.

Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S. (2017). *STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif. Manajemen*, 13–20.