

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

Iman Riadotul Hayat Sukarya, Nurleli
 Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Islam Bandung
 Jl. Tamansari No.1 Bandung, Indonesia
 riadotulimanhs103@gmail.com, cigadug@gmail.com

Abstract—This research was conducted with the aim of knowing the business strategy of the Cibaduyut Shoe Center UMKM, knowing the performance of the Cibaduyut Shoe Center UMKM, knowing the effect of business strategy on the company's performance. The method used is descriptive verification with a quantitative approach. The research population is business actors in the Cibaduyut shoe SMEs center. To determine the sample that will be used in this research, the researcher uses a saturated sampling technique with a large number of research samples, namely 39 companies. The data analysis technique in this researcher uses simple linear regression analysis. The results of the research show that the business strategy of the Cibaduyut Shoes MSME actors is categorized as adequate, the business performance of the Cibaduyut Shoes Center MSME actors is categorized as good. The business strategy has a significant effect on the business performance of the SMEs in Cibaduyut Shoes Center.

Keywords—*Business Strategy, Company Performance, UMKM.*

Abstrak—Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui strategi bisnis pada UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut, mengetahui kinerja UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut, mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah pelaku usaha di sentra UMKM Sepatu Cibaduyut. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan teknik sampling jenuh dengan banyaknya sampel penelitian yaitu 39 perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis para pelaku UMKM Sepatu Cibaduyut dikategorikan cukup, kinerja usaha para pelaku UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut dikategorikan baik. Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha para pelaku UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.

Kata Kunci—*Strategi Bisnis, Kinerja Perusahaan, UMKM.*

I. PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan di Indonesia di berbagai sektor mengalami ancaman keberlanjutannya yang di akibatkan oleh pandemi Covid-19. Deputy Gubernur Bank Indonesia (BI) Doni Primanto Joewono dalam seminar daring yang berlangsung pada hari Kamis (8/10/20) mengatakan dari survei yang dilakukan BI ada 72,6% pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami penurunan kinerja karena terdampak pandemi Covid-19.

Strategi bisnis merupakan hal yang penting untuk

mengarahkan tujuan perusahaan agar tercapai kinerja yang baik. strategi bisnis adalah yang berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan. melalui posisi bersaing produk perusahaan akan bisa meningkatkan capaiannya, guna mencapai hasil yang baik. (Whelen Hunger, 2014:245).

Dengan strategi bisnis yang semakin kuat maka akan membantu perusahaan dalam menciptakan ide baru, membuka peluang untuk melakukan penetrasi pasar dan melakukan percobaan meskipun beresiko, sehingga pada akhirnya dapat menjadi pemimpin pasar dengan melaksanakan strategi dan tujuan jangka panjang

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi bisnis pada perusahaan UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut?
2. Bagaimana perkembangan kinerja perusahaan UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut?
3. Seberapa besar pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh penerapan strategi bisnis pada perusahaan UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.
2. perkembangan kinerja perusahaan UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.
3. Pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan.

II. LANDASAN TEORI

A. Strategi Bisnis

Menurut (Joewono, 2012:3) strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis.

Strategi bisnis berbeda dengan strategi pada level korporat. Strategi di level bisnis ini lebih menfokuskan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam segmen pasar tertentu (Ismail, 2012:196).

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis merupakan salah satu cara untuk mencapai suatu tujuan yang telah di tentukan pada awal merancang

suatu kegiatan perusahaan dan alat untuk mengarahkan tujuan-tujuan kegiatan perusahaan agar sesuai dengan apa yang telah di harapkan untuk bisa memaksimalkan hasil suatu kinerja yang baik. Hal hal yang membuat strategi di perlukan dalam suatu kegiatan perusahaan itu adalah untuk bisa meningkat kan suatu kualitas bisnis yang baik.

Indikator Strategi Bisnis yang digunakan (Pearce II dan Robinson Ariati, 2011) adalah :

1. Differentiation (Diferensiasi)
2. Low Cost (Biaya rendah),
3. Focus Strategy (Strategi Fokus)

B. Kinerja Perusahaan

Menurut (Mulyadi, 2007:328) menyatakan kinerja perusahaan sebagai keberhasilan manajemen secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan.

Menurut (Mangkunegara, 2016:67) mengemukakan kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya

Dari pengertian diatas maka bisa kita ambil kesimpulannya bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu tujuan, capaian dari manajemen untuk dapat menilai kualitas perusahaan dan kegiatan berjalannya suatu bisnis perusahaan

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif menggambarkan data berdasarkan mean, standar defiasi, varians, nilai maksimum dan mlnlmum. Variabel dependen penelitian ini menggunakan kinerja perusahaan dan variabel Independen menggunakan strategi bisnis.

1. Variabel Strategi Bisnis (X)

TABEL 1. ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL STRATEGI BISNIS (X)

Item Pertanyaan	N	Jawaban					Total
		SR	P	JR	KD	TP	
Memperkenalkan produk UMKM dengan model baru ke pasar	39	1	14	18	4	2	109
Menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat membedakan produk dengan pesaing	39	0	16	13	3	7	118
Melakukan riset pasar dengan tujuan mempelajari dan mengetahui tingkat persaingan dari kompetitor lainnya	39	1	11	17	8	2	116
Berusaha menekan biaya produksi serendah mungkin agar mampu bersaing dengan barga pasar	39	1	2	16	18	2	135
Menciptakan produk UMKM dengan biaya produksi secara efisien	39	1	1	12	19	6	145
Memperbaiki proses produksi untuk menghasilkan produk yang bernilai tambah untuk pelanggan	39	2	1	11	17	8	145
Mengoptimalkan alat dan fasilitas produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas	39	0	8	9	15	7	138
Melakukan analisis biaya produksi dengan harapan proses produksi bisa berjalan efisien dibandingkan periode sebelumnya	39	4	7	19	8	1	112
Menambahkan alat dan fasilitas produksi yang canggih dan modern untuk meningkatkan jumlah dan kualitas hasil produksi	39	2	4	12	18	3	133
Fokus pada pelanggan dengan mengetahui dan memahami kebutuhan yang paling diperlukan pelanggan	39	1	5	19	11	3	127
Fokus dengan produk yang dihasilkan	39	0	13	17	5	4	118
Fokus dengan segmen pasar agar proses pemasaran produk akan lebih lancar dan mudah	39	1	13	15	4	6	118

Berdasarkan analisis deskriptif variabel strategi bisnis pada pelaku UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut Kota Bandung secara keseluruhan dikategorikan cukup, artinya pelaku UMKM tersebut cukup mampu menentukan arah perusahaan dengan mengidentifikasi dari segi pasar, pesaing, pelanggan dsb, dalam membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.

Pernyataan dengan skor tertinggi adalah “Menciptakan produk UMKM dengan biaya produksi secara efisien” dan “Memperbaiki proses produksi untuk menghasilkan produk yang bernilai tambah untuk pelanggan” sebesar 145. Sedangkan pertanyaan yang menghasilkan skor terendah adalah “Memperkenalkan produk UMKM dengan model baru ke pasar” sebesar 109, artinya strategi pengembangan produk melalui penciptaan produk-produk baru ke pasar agar menjadi pembeda dengan pesaing lainnya merupakan strategi diferensiasi yang harus dilakukan pelaku UMKM tersebut.

2. Variable Kinerja Perusahaan (Y)

TABEL 2. ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL KINERJA (Y)

Item Pertanyaan	N	Jawaban					Total
		SR	P	JR	KD	TP	
Perusahaan mengalami peningkatan pendapatan tiap tahunnya	39	0	12	19	6	2	115
Perusahaan melakukan investasi dan reinvestasi untuk memperoleh tingkat pengembalian (return) yang menguntungkan	39	2	16	12	4	5	111
Perusahaan memperoleh hasil investasi secara memuaskan	39	2	9	18	7	3	117
Perusahaan berupaya mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki dan berusaha mengembangkannya	39	2	1	11	18	7	144
Perusahaan mengukur persentase pertumbuhan bisnis dengan jumlah pelanggan yang dimiliki	39	2	1	7	23	6	147
Perusahaan mengukur persentase pertumbuhan bisnis melalui jumlah pelanggan baru yang potensial dimiliki	39	2	5	22	9	1	119
Perusahaan mengukur tingkat kepuasan pada pelanggan melalui survei atau interview	39	1	2	10	15	11	150
Perusahaan mengukur keuntungan yang diperoleh pelanggan dari membeli produk yang ditawarkan	39	2	4	14	15	4	132
Perusahaan melakukan inovasi-inovasi dalam menciptakan produk baru yang dapat menarik konsumen	39	1	2	4	25	7	152
Perusahaan berusaha menciptakan nilai pada pelanggan dari awal pemesanan produk hingga produk diterima pelanggan	39	1	3	6	18	11	152
Perusahaan melakukan layanan purna jual dengan memberikan garansi, perbaikan dan penggantian produk yang rusak	39	1	13	19	4	2	110
Perusahaan melakukan evaluasi terhadap produktivitas karyawan dalam mencapai target kerja	39	2	1	5	22	9	152
Perusahaan meningkatkan kapabilitas sistem informasi yang dimiliki melalui penyediaan layanan internet yang dapat mendukung dalam pekerjaan	39	1	3	23	6	6	130
Perusahaan memberikan motivasi yang membangun bagi karyawan serta memberdayakan karyawan melalui pelatihan-pelatihan kerja	39	1	2	5	25	6	150

Berdasarkan analisis deskriptif variabel strategi bisnis pada pelaku UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut Kota Bandung secara keseluruhan dikategorikan baik, artinya kinerja usaha dari para pelaku UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut sudah menunjukkan kinerja yang baik.

Pernyataan dengan skor tertinggi adalah “Perusahaan melakukan inovasi-inovasi dalam menciptakan produk baru yang dapat menarik konsumen”, “Perusahaan berusaha menciptakan nilai pada pelanggan dari awal pemesanan produk hingga produk diterima pelanggan” dan “Perusahaan melakukan evaluasi terhadap produktivitas karyawan dalam mencapai target kerja” sebesar 152. Sedangkan pertanyaan yang menghasilkan skor terendah adalah “Perusahaan melakukan layanan purna jual dengan memberikan garansi, perbaikan dan penggantian produk yang rusak” sebesar 110, artinya para pelaku UMKM tersebut masih ada yang belum memberikan jaminan purna pembelian dengan memberikan garansi, perbaikan dan penggantian produk yang rusak bagi konsumen-nya.

B. Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

TABEL 3. HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.290	4.076	.807	.425
	Strategi Bisnis	1.115	.109	10.187	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Persamaan model regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 3,290 + 1,115X$$

Jika diinterpretasikan persamaan diatas sebagai berikut:

- Nilai konstanta variabel kinerja perusahaan adalah 3,290. Jika strategi bisnis bernilai 0 maka kinerja perusahaan ada sebesar 3,290.
- Koefisien regresi variabel strategi bisnis (X) adalah 1,115 yang merupakan nilai positif. Artinya, untuk setiap kenaikan satu satuan variabel strategi bisnis maka kinerja perusahaan naik 1,115.

C. Uji Parsial (Uji t)

Bentuk hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho: Strategi bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.

Ha: Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.

TABEL 4. HASIL UJI HIPOTESIS (UJI T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.290	4.076	.807	.425
	Strategi Bisnis	1.115	.109	10.187	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Nilai probabilitas variabel strategi bisnis (X) adalah $0,000 < (0,05)$ maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.

D. Pengujian Koefisien Determinasi (R-Squares)

Analisis koefisien determinasi untuk melihat besarnya pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan, yang dinyatakan dalam persentase. Dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

TABEL 5. ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R-SQUARE)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.737	.730	5.36823

a. Predictors: (Constant), Strategi Bisnis

Nilai R-Square adalah 0,737 atau 73,7% bahwa strategi bisnis dapat menjelaskan perubahan kinerja perusahaan sebesar 73,7% sisanya 26,3% pengaruh variabel lain.

Penerapan strategi yang tepat dapat mendorong perusahaan menjadi semakin lebih berkembang apabila perusahaan memiliki kapabilitas yang memadai. penentuan strategi perusahaan yang tepat dapat meningkatkan kinerja perusahaan apabila perusahaan tersebut memiliki kapabilitas organisasi yang mumpuni. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustikowati & Tysari (2015) menyatakan strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Secara keseluruhan strategi bisnis pada UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut dikategorikan cukup, akan tetapi masih terdapat kekurangan pada kurangnya usaha dari pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk terbarunya di pasaran.

Secara keseluruhan kinerja pada UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut dikategorikan baik, akan tetapi masih terdapat kekurangan pada tidak adanya jaminan yang diberikan perusahaan pada konsumen dalam bentuk garansi, penggantian unit baru.

Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Sentra Sepatu Cibaduyut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hunger, J.D. dan Wheelen, T.L. (2014). *Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability (13th Edition)*. New York: Pearson.
- [2] Joewono, Handito. (2012). *Strategy Management*. Jakarta: Arrbey
- [3] Mahmud, Ariati Anomsari. 2011. *Jurnal Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kawasan Usaha Barito Semarang)* ISBN 979-26-0255-0.
- [4] Mangkunegara, A. A. A. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [5] Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Salemba. Empat. Jakarta
- [6] Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)*. Jurnal Ekonomi MODERNISASI. Vol.10, No.1
- [7] Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [8] Tsani Aulia Rabiuis, Nurleli. (2021). *Analisis Penerapan Total Quality Management dan Komitmen Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Prosiding Jurnal Riset Akuntansi. 1(1). Hal 30-37.