

PENGARUH STRATEGI BISNIS, KEMAMPUAN MANAJERIAL PELAKU UMKM TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG KULINER TAHU JELETOT DI PASAR BERSIH CIKARANG PUSAT KAB BEKASI

Etty Zuliawati Zed¹, Elprida Marbun¹, Salimdo³, Martin Azi⁴, Muh Asyim Zuhdi⁵
ettyzuliawatized@gmail.com¹, elfridaaa154@gmail.com², yondaimosalimdo@gmail.com³,
martinazi74149@gmail.com⁴, yudihasyim26@gmail.com⁵
Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Abstrak ini mengkaji pengaruh strategi bisnis dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahaminya bagaimana strategi bisnis dan kemampuan manajerial dapat mempengaruhi kinerja UMKM kuliner. Metode penelitian yang digunakan adalah survei terhadap sejumlah UMKM kuliner di berbagai lokasi yang representatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi bisnis yang terfokus, seperti diferensiasi produk, strategi harga, dan pemasaran, memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM kuliner. Selain itu, kemampuan manajerial pelaku UMKM dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan koordinasi juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam konteks praktis dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja UMKM kuliner, sehingga dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku bisnis, pemerintah, dan pihak-pihak terkait untuk mengembangkan UMKM kuliner lebih lanjut di masa depan.

Kata Kunci: strategi bisnis, kemampuan manajerial, kinerja, mikro, kecil.

ABSTRACT

This abstract examines the influence of business strategies and managerial capabilities on the performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the culinary sector. The research aims to understand how business strategies and managerial capabilities can impact the performance of culinary MSMEs. The research method employed was a survey of a number of culinary MSMEs in various representative locations. The analysis results indicate that focused business strategies such as product differentiation, pricing strategies, and marketing have a significant impact on improving the performance of culinary MSMEs. Additionally, the managerial capabilities of MSME operators in terms of planning, organizing, controlling, and coordinating also play a crucial role in enhancing their business performance. This study contributes practically by providing a better understanding of the factors that can enhance the performance of culinary MSMEs, thereby offering recommendations for business operators, government bodies, and stakeholders to further develop culinary MSMEs in the future.

Keywords: business strategies, managerial capabilities, performance, micro, small.

PENDAHULUAN

Sudah menjadi hal penting bagi masyarakat dengan adanya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang dapat berbalur langsung dengan kehidupan masyarakat. Kontribusi yang dapat dilihat dengan keberadaan UMKM di tengah-tengah masyarakat adalah pada penyerapan tenaga kerjanya sehingga dapat mengaltasi pengangguran di Indonesia. Seperti halnya ketika pandemi berlangsung dimana perekonomian dunia mengalami terkecuali Indonesia sendiri, UMKM

menjadi pendorong pulihnya perekonomian negara dengan memanfaatkan berbagai platform e-commerce dan marketplace.

Perkembangan UMKM ini tentunya akan memberikan manfaat yang sangat dirangsang suatu negara untuk menuju negara yang lebih maju dan berkembang dengan memanfaatkan sumber daya yang ada diseluruh daerah. Diketahui, UMKM menyerap 97,22% angkatan kerja dengan total 57,89 juta unit usaha. UMKM juga telah menyumbang sebesar 60,34% atau setara dengan Rp5.440 triliun terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia yang sebelumnya berada di angka 57,84%. (CNN Indonesia, 2016)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi jumlah UMKM yang tercatat tahun 2020 sekitar 96.780 UMKM. Dengan 3 produk unggulannya yakni UMKM Knalpot, UMKM Salpu, dan UMKM Gulal Kristal.

Kabupaten Bekasi memiliki potensi yang bagus dalam hal kuliner ini menjadikannya adanya peluang dalam mengembangkan bisnis di bidang kuliner tahu jeletot, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha tahu jeletot, akses pasar produk yang sudah mencakup seluruh wilayah nasional.

Masing-masing UMKM pada bidang kuliner tahu jeletot ini memproduksi dengan dua jenis yang berbeda yakni tahu krispi jeletot dan tahu jeletot original. Dorongan dan dukungan untuk pelaku UMKM diperlukan guna membantu pelaku UMKM terus melakukan inovasi pada produk yang dihasilkan, sehingga hal ini akan menjaga eksistensi produk yang sudah menjadi ciri khas suatu daerah. Terdapat beberapa yang ditemukan di beberapa penelitian terdahulu, diantaranya yang mengungkapkan bahwa “kemampuan manajemen berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja usaha”. Namun, pada penelitian menghasilkan bahwa “kemampuan dalam manajemen memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Rahman & Hiralwati, 2022) penelitian deskriptif kualitatif adalah penyelidikan yang dilakukan melalui penggunaan metodologi survei untuk memvalidasi hipotesis yang telah dibentuk di masa lalu.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Salah satu penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui pendekatan kuesioner. Kuesioner ini akan disebarluaskan dengan bantuan platform media sosial yang relevan dengan topik penelitian. Setelah itu barulah tahap pengumpulan data sekunder yang berasal dari penelitian sebelumnya.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM) Tahu jeletot di pasar bersih cikarang pusat Kab. Bekasi, dengan jumlah sampel 38 orang.

Teknik Analisis Data Pengukuran Variabel

Variabel Independen (X)

- 1) Strategi Bisnis (X1) Strategi bisnis didefinisikan sebagai teknik mengelola perusahaan untuk mencapai tujuannya, dan sering dibandingkan dengan strategi perusahaan lain, karena keduanya memerlukan pemikiran dan perencanaan yang cermat, serta kemauan untuk mengambil risiko dan keinginan untuk berhasil.

Pada penelitian terdapat tiga strategi generic yang akan dipilih untuk digunakan sebagai indikator pengukuran pada strategi bisnis. Strategi bisnis tersebut yakni:

- a) Strategi kepemimpinan bialya
- b) Strategi differensial
- c) Strategi fokus

Indikator variabel strategi bisnis ini diukur dengan menggunakan skala Likert dengan skor mulai dari 1 sampai 5, dengan (1) mewakili ketidaksetujuan yang kuat dan (5) mewakili persetujuan yang kuat.

- 2) Kemampuan Manajerial (X2) Pentingnya pelaku UMKM memiliki pemahamannya yang baik mengenai kemampuan manajerial usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM, tentang bagaimana menjalankan bisnis dalam mengkoordinasikan setiap kegiatan bisnis secara efisien dan efektif mulai dari produksi, pemasaran, SDM yang dimiliki, keuangan bisnisnya serta segala bentuk sumber daya lainnya.

Indikator dalam kemampuan manajerial mengacu pada penelitian yang dilakukan yakni:

- a) Pelaku UMKM membuat bisnis perencanaannya
- b) Menjalankan bisnis dengan pihak lain
- c) Pengawasannya pada setiap bidang UMKM

Indikator variabel kemampuan manajerial ini diukur menggunakan skala Likert mulai dari skor 1-5, dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5)

B. Variabel dependent (Y)

Dalam penelitian ini variabel dependent yang digunakan adalah kinerja UMKM. Kinerja adalah keseluruhan dari proses kerja individu yang dijalankan sebagai landasan dalam menilai seberapa baik kinerja dari individu tersebut. Indikator dalam kinerja bisnis dapat berupa kepuasan pelanggan, als pembelian produk, tingkat penjualan, dan aset yang dimiliki pelaku UMKM.

Indikator variabel kinerja ini diukur menggunakan skala Likert mulai dari skor 1-5, dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5).

Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk memastikan apakah populasi data saat ini mengikuti distribusi normal atau tidak.
- b. Uji Multikolinearitas Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel independen atau tidak. Ketika variabel bersifat non multikolinearitas maka variabel tersebut layak diuji pada uji regresi.
- c. Uji Heteroskedastisitas Di dalam pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan ini untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan telah memiliki variabel yang homogen atau heterogen.

Analisis Linear Berganda

Model analisis linear berganda dapat digunakan sebagai cara untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh strategi bisnis dan kemampuan manajerial terhadap kinerja pelaku UMKM sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y	= Kinerja UMKM
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
X1	= Strategi bisnis
X2	= Kemampuan manajerial
E	= Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk pengujian signifikansi pada setiap variabel yakni strategi bisnis dan kemampuan manajerial terhadap kinerja UMKM dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dimana sebelumnya telah dilakukan uji asumsi klasik.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Residual		Unstandardized
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.33605165
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.082
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance. Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Dari hasil temuan uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel ini mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinearitas Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Strategi Bisnis	.931	1.074
	Kemampuan Manajerial	.931	1.074

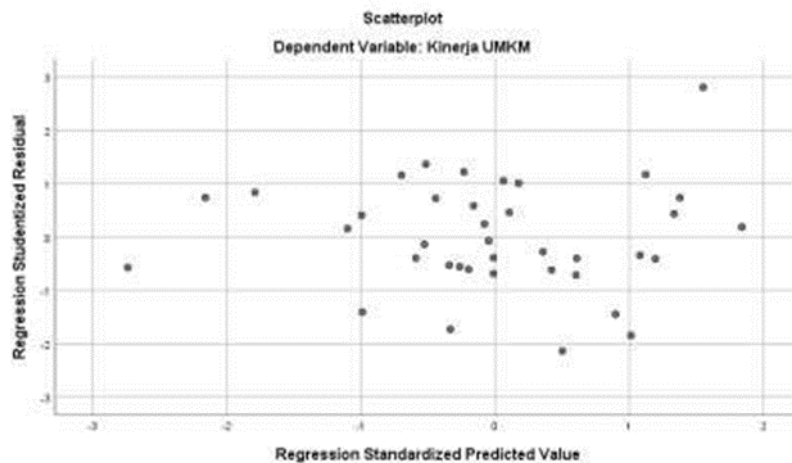
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel strategi bisnis (X1) dan variabel kemampuan manajerial (X2) sebesar $1,074 < 10$, dan Nilai Toleransi sebesar $0,931 > 0,1$. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak memiliki multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Dari hasil pada gambar uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda terjadinya heteroskedastisitas karena dilihat dari titik-titik data yang menyebar di atas dan di bawah nol titik membentuk suatu pola tertentu.

Uji Regresi Linear Berganda Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	t tabel
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.440	6.550		2.357	
Strategi Bisnis	.121	.084	.226	1.447	2,030
Kemampuan Manajerial	.306	.106	.453	2.893	2,030

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja UMKM

Dari temuan uji t regresi berganda yang telah dibahas sebelumnya, nilai hitung variabel strategi bisnis adalah 1,447 lebih kecil dari tabel yaitu sebesar 2,030 pada kinerja UMKM. Hal ini terjadi karena uji t regresi berganda menghasilkan hasil sebagai berikut: Dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis UMKM tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan temuan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja UMKM dapat ditolak. Hal ini menjadi bukti bahwa pelaku UMKM tidak menerapkan strategi bisnis di perusahaannya karena tidak adanya pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja pelaku UMKM sektor kuliner telah jelek. Akibatnya, mereka memiliki kemampuan yang berkurang untuk memanfaatkan peluang yang sudah ada di pasar untuk mencapai kinerja UMKM yang baik. Hal yang lain yang membuat strategi bisnis yang ditujukan untuk meningkatkan kinerja UMKM sulit diterapkan adalah kurangnya pengalaman kerja yang biasanya dimiliki oleh pelaku UMKM.

Kinerja yang baik membutuhkan rencana bisnis yang sesuai dengan jalur dan tujuan UMKM. Hal ini diperlukan agar strategi bisnis dapat menjadi alat yang dapat digunakan pelaku UMKM untuk menarik konsumen yang menjadi target pasarnya. Temuan empiris penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Nikmatus Sholichah & Renny Oktavia, 2021) yang menemukan bahwa “strategi bisnis perusahaan yang berlokasi di Desa Loral Wetan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut”.

Pengaruh Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil uji t regresi berganda, nilai hitung untuk variabel kemampuan manajerial lebih tinggi 2,893 poin dari nilai tabel yaitu 2,030. Hal ini terjadi karena nilai t hitung lebih tinggi dari nilai tabel. Berdasarkan temuan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan manajerial usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di sektor kuliner di kabupaten bekasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional UMKM di bidang kuliner. Dengan demikian, hipotesis H2 yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Keahlian manajerial sangat penting dalam menjalankan bisnis yang dikelola karena berkaitan dengan penggunaan sumber daya pelaku UMKM untuk memfasilitasi pembentukan kinerja yang baik. Usaha kecil dan menengah (UKM) akan dapat memaksimalkan pemanfaatan sumber daya mereka dan meningkatkan kinerja bisnis mereka jika mereka memiliki kemampuan manajemen yang efektif. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kinerja UMKM berbanding

lurus dengan kualitas manajemen pelaku.

Komponen control beliefs dari theory of planned behavior didukung oleh temuan studi khusus ini, yang menunjukkan bahwa hasil dalam penelitian ini sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan manajemen yang unggul akan memberikan dorongan untuk meningkatkan kinerja UMKM ke tingkat yang lebih tinggi lagi.

Temuan ini secara empiris serupa dengan temuan (Sallam & Kho, 2023) yang menemukan bahwa “kompetensi manajemen memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap kinerja bisnis”.

Pengaruh secara simultan variabel strategi bisnis, kemampuan manajemen terhadap kinerja UMKM

Tabel 4. Hasil Output Regresi Berganda

ANOVA ^a				
Model		df	F	Sig.
1	Regression	2	4.438	.019 ^b
	Residual	35		
	Total	37		

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Kemampuan Manajerial, Strategi Bisnis

Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Nilai F hitung sebesar 4,438 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,26 seperti yang terlihat pada hasil analisis regresi berganda di atas. Hasil temuan menunjukkan bahwa efektivitas usaha kecil dan menengah (UKM) UMKM telah jelek dan dipengaruhi oleh strategi bisnis dan kemampuan manajemen. Karenanya kedua faktor tersebut memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap kinerja UMKM, penting bagi pelaku UMKM untuk memahaminya bagi kemajuan mereka semua berperan dalam mendorong pertumbuhan dan profitabilitas dalam penerapannya Ballanced Scorecard terhadap kinerja UMKM.

KESIMPULAN

Dari hasil tes dan pembahasan yang dilakukan, berikut ini kesimpulan yang dapat diambil:

- 1) Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara strategi bisnis dengan keberhasilan UMKM kuliner telah jelek di kabupaten Bekasi.
- 2) Kinerja UMKM kuliner telah jelek di kabupaten Bekasi dipengaruhi oleh kemampuan manajemen.
- 3) Kinerja UMKM kuliner telah jelek di kabupaten Bekasi dipengaruhi oleh strategi bisnis dan kualitas manajemen.

Dari hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada bidang telah jelek belum menerapkan strategi bisnis dalam mengelola usahanya. Kurangnya pengalangan kerja menjadi faktor tidak adanya strategi yang ditetapkan guna membantu proses jalannya bisnis.

Kedua, pelaku UMKM sudah memiliki kemampuan manajemen yang solid. Pentingnya kemampuan manajemen dalam suatu bisnis bermula dari kenyataan bahwa menjalankan bisnis memerlukan kepemimpinan pemilik UMKM untuk

mencapai kinerja yang baik. Hal ini berkaitan dengan sikap keyakinan pemilik UMKM terhadap faktor faktor yang dapat mendukung atau menghambat perilaku pengambilan keputusan mereka dengan melakukan pemeriksaan dan pemantauan di setiap sektor UMKM.

Seperti yang dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat disimpulkan kepada para pemilik UMKM yang bergerak di salah satu produk unggulan di kabupaten bekasi. Saran tersebut adalah sebaliknya pemilik UMKM menerapkan strategi bisnis agar dapat melihat peluang dan ancaman yang dapat muncul di lingkungan bisnis. Strategi bisnis dapat diterapkan mulai dari kebutuhan pasar saat ini, menentukan karakteristik pasar, keunggulan, dan keunggulan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhalifi, M. A., & Alslami, N. (2021). Pengaruh Strategi Pemasarkan Melalui Mikro terhadap Kesejahteraan UMKM di Indonesia. *VISAL: Journal of Vision and Ideals*, 2(1), 26–38. <https://doi.org/10.47467/visal.v2i1.795>
- Challirafi, C., Matrialdi, F., & Munindar, M. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Pemasarkan dalam Pandemi COVID-19 Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Provinsi Aceh Dimoderasi Oleh Teknologi. *E-Malbis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 24(1), 23–30. <https://doi.org/10.29103/e-malbis.v23i2.871>
- Nikmatus Sholochal, & Renny Oktavia. (2021). Strategi Pemasarkan Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Umkm Desa Sumber Kembali, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1157. <http://jurnal.stie-alas.ac.id/index.php/jie>
- Rahman, A. A., & Hiralwati, H. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajemen Pelaku Umkm Terhadap Kinerja Umkm Pada Bidang Knapot Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 312–326. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.339>
- Sallam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasarkan Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal MENTALRI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 1(2), 198–207. <https://doi.org/10.34306/mentalri.v1i2.272>
- Soewarno, N. (2013). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Manajemen Melalui Informasi Capital Realitas dan Sistem Pengukuran Kinerja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 96–111.
- Suhaleni, T. (2018). Suhaleni, Tintin. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57–74.
- Walhyusari, F., Ekonomi, N., Manajemen, /, Nuhdaltul, U., & Yogyakarta, U. (2022). Pengaruh Strategi Pemasarkan Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Toko IMALMGIFT. *ALRT. Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 302–315