

Analisa Dampak Strategi Bisnis dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Aisyah Solehati
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik LP3I
Email: aisyahsolehati@gmail.com

Abstrak: Perkembangan usaha yang cukup pesat menuntut para pelaku usaha untuk memiliki strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan yang memumpuni. Kurangnya keberanian pelaku usaha dalam mengambil resiko membuat perkembangan usaha itu sendiri menjadi terhambat. Analisa ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Metode dalam penelitian ini adalah dengan pengambilan sample secara acak menggunakan rumus slovin sebanyak 90 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif yang mana terdiri atas uji asumsi klasik analisis regresi berganda. Hasil penelitian berdasarkan analisa deskriptif menyatakan bahwa tanggapan responden cukup baik terhadap strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan yang mana menunjukkan tanggapan baik responden terhadap kinerja usaha mereka dan dari analisa verifikatif menunjukan bahwa strategi bisnis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dan orientasi kewirausahaan serta secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha, dan untuk orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha. Saran penulis kepada para pelaku usaha bidang industri fashion untuk lebih mempertimbangkan dalam pencarian peluang dan tantangan baru dengan membuat resiko menjadi tantangan dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Usaha.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan perdagangan yang bebas membuat banyak orang berkreasi untuk membangun usaha dari segala bidang. Bidang usaha yang dibuat dari mulai usaha jenis jasa dan usaha yang menawarkan produk. Usaha yang dikembangkan pun terdiri atas berbagai ukuran atau skala, dimulai dari skala kecil hingga skala besar. Perkembangan ini pun terjadi salah satunya dilihat dari sisi konsumen yaitu perubahan atas keinginan yang berbanding lurus dengan peningkatan kebutuhan konsumen. Terkhususkan bagi usaha berskala kecil yang sedikit banyak berkembang dikarenakan faktor konsumen ini. Usaha berskala kecil ini biasa disebut dengan UKM ini sudah banyak berdiri di Indonesia dengan beragam produk dan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Banyaknya UKM yang berkembang ini memiliki dampak pada semakin ketatnya tingkat persaingan pada wilayah perniagaan itu sendiri, sehingga dinilai kondisi ini menyebabkan adanya kesulitan dalam membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Dengan adanya persaingan yang cukup ketat ini jelas bahwa perlu adanya upaya yang dilakukan para wirausaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar tidak gulung tikar, disini wirausaha dituntut untuk dapat memiliki kreativitas yang tinggi yang didorong oleh strategi berwirausaha yang baik dan benar. Fashion merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan dan cukup memberikan banyak peluang bagi wirausaha. Usaha pada bidang ini dapat digolongkan kedalam usaha yang cukup banyak permintaannya namun penuh dengan strategi dalam pemenuhannya, karena usaha pada bidang fashion ini sangat cepat dalam mengikuti alur perkembangan zaman.

Tabel 1. Daftar Industri Fashion di Kota Bandung

Jenis Usaha	Tahun	
	2015-2016	2016-2017
Distro	512	574
Clothing	75	90
FO	115	150

Sumber: *data bandung.go.id*

Tabel diatas menunjukkan indutri fashion di Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di kota Bandung usaha Distro (*Distribution strore*) yang umumnya dikembangkan oleh anak muda yang terbilang sebagai industri kecil atau usaha menengah. Dengan peningkatan yang terlihat ini maka dinilai bahwa perusahaan perlu untuk melakukan sebuah aktivitas yang akan mempengaruhi daripada kinerja yang dalam proses penciptaan alat pemuasaan para konsumen dengan penilaian yang dilakukan secara terus menerus atas kebutuhan para konsumen. Jika dilihat dari angkat peningkatan yang terjadi pada Distro di Bandung angka peningkatan hingga 62 distro pertahun nya merupakan angka yang terbilang bukan dalam hitungan kecil. Angka itu menunjukkan bahwa semakin ketatnya persaingan antara para pengusaha pada bidang fashion terutama industri Distro. Banyaknya usaha Distro ini menyebar diberbagai wilayah di Bandung. Sebagai salah satu contoh nya adalah di Plaza Parahyangan. Plaza Parahyangan mampu bertahan hingga saat ini dengan produk yang dimiliki adalah pakaian yang disukai remaja. Saat ini Plaza Parahyangan memiliki kurang lebih 550 gerai Distro.

Strategi bisnis merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dalam sebuah usaha. Tujuan dari strategi bisnis adalah dimana perusahaan mampu menciptakan nilai tambah melalui ide dan strategi baru dalam aktivitas bisnis yang dijalankan sehingga mendorong para pengusaha pada bidang ini untuk mampu bersaing dengan persaingan yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Bisnis adalah kemampuan pengusaha atau perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai

sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang (Rahayu Puji Suci; 2009). Berbeda dengan Strategi Bisnis yang dikemukakan oleh (Joewono; 2012), Strategi Bisnis merupakan strategi untuk mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematisa berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis.

Kinerja Usaha merupakan suatu istilah secara umum digunakan sebagai atau seluruh tindakan atau aktifitas dari sebuah organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standart seperti biaya, masa, dan lain-lain yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan lainnya (Veitzha Rivai; 2013). Sedangkan menurut Moeheriono dalam Lastri Novianti dan Rizki Zulfikar dan Lastri Novianti; 2018) Kinerja Usaha merupakan suatu gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi.

Menurut (Utami; 2012) Orientasi kewirausahaan merupakan sebuah proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada *new entry*. Orientasi Kewirausahaan timbul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang *new entry* untuk berhasil sangat bergantung pada kinerja usaha yang menjadi tujuan. Sedangkan Orientasi Kewirausahaan yang diungkapkan (Reswanda; 2012) dapat disintesis sebagai suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan.

Hipotesis Penelitian

H1 : Terdapat pengaruh Strategi bisnis terhadap kinerja usaha.

H2 : Terdapat pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

H3 : Terdapat pengaruh Strategi Bisnis dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha.

METODE PENELITIAN

Objek yang akan dianalisa terdiri atas variabel independen dan variabel dependen, dimana variabel independen disini adalah strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan.

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono; 2017). Metode yang digunakan pada analisa ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah populasi yang digunakan *random sampling* sebanyak 90 responden dan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner, wawancara, dan observasi, serta menggunakan analisis regresi linier berganda.

Pengujian Hipotesis

H0. $\alpha_1 = 0$, Kinerja Usaha tidak berpengaruh terhadap Orientasi Kewirausahaan Pada Industri Fashion Bandung

$H1.\square\square_1 \neq 0$, Kinerja Usaha berpengaruh terhadap Orientasi Kewirausahaan Pada Industri Fashion Bandung.

$Ho.\square\square_2 = 0$, Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Pada Industri Fashion Bandung

$H1.\square\square_2 \neq 0$, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Pada Industri Fashion Bandung.

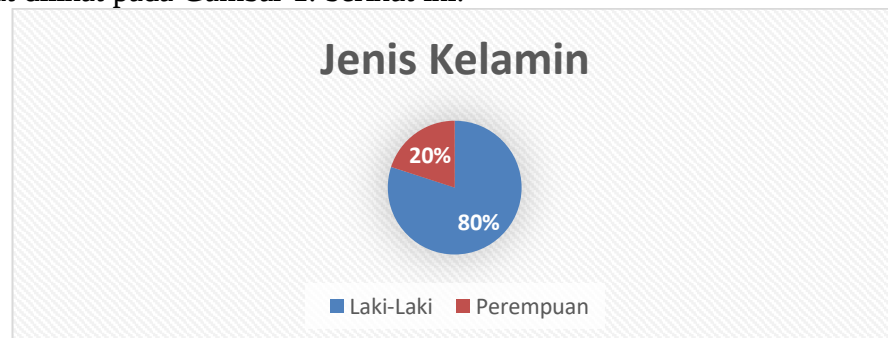
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Strategi Bisnis dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 90 buah, merupakan jumlah sampel pemilik usaha yang diperoleh dari keseluruhan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah 550 pengusaha Distro Karakteristik responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi, responden berdasarkan jenis kelamin, usia, lama usaha dan penghasilan perbulan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 1. berikut ini:

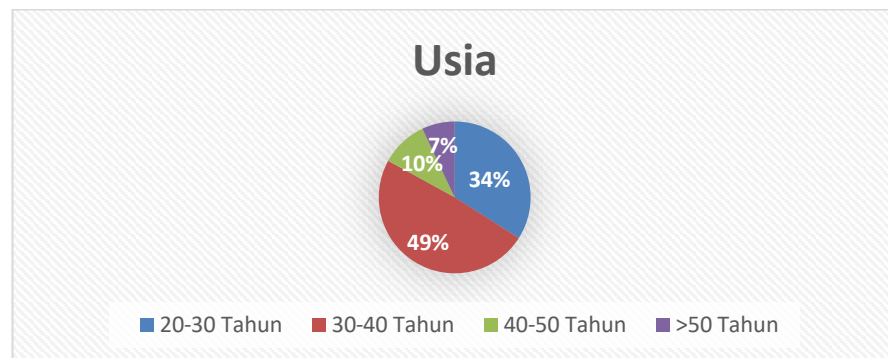


Gambar 1. Pie Chart Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 1. dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 72 orang (80%) dan perempuan sebanyak 18% (20%). Dapat dilihat bahwa sebagian besar pengusaha Distro di Bandung yang diteliti adalah pria. Banyaknya responden yang berjenis kelamin pria salah satunya dikarenakan barang yang dijual di Distro Bandung lebih banyak produk untuk laki-laki, sehingga mereka menjual produk yang mereka pakai atau sukai. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Tantri Hendriana (2011 : 29) bahwa Fokus pada pengalaman pemimpin pria menaikkan nilai pria sebagai norma perilaku manajerial.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 2. berikut ini:

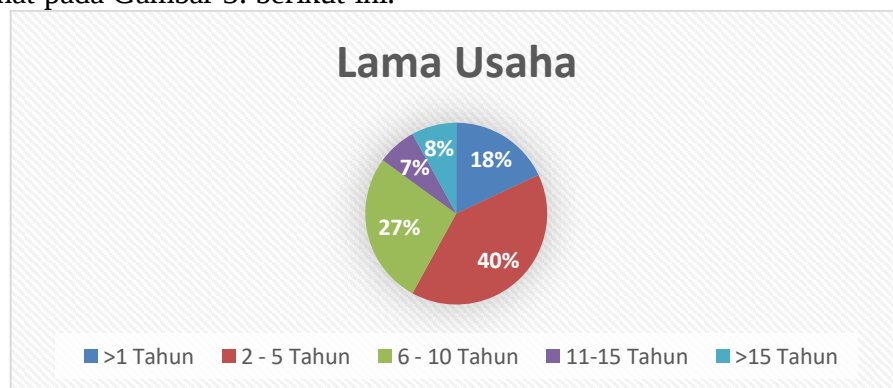


Gambar 2. Pie Chart Usia

Berdasarkan Gambar 2. diatas dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden berusia antara 30-40 tahun sebanyak 44 orang (49%) dan paling sedikit responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 6 orang (7%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar pengusaha Distro di Bandung berusia sekitar 30 tahun sampai 40 tahun dikarenakan tingkat efektif untuk memulai usaha Distro.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada Gambar 3. berikut ini:

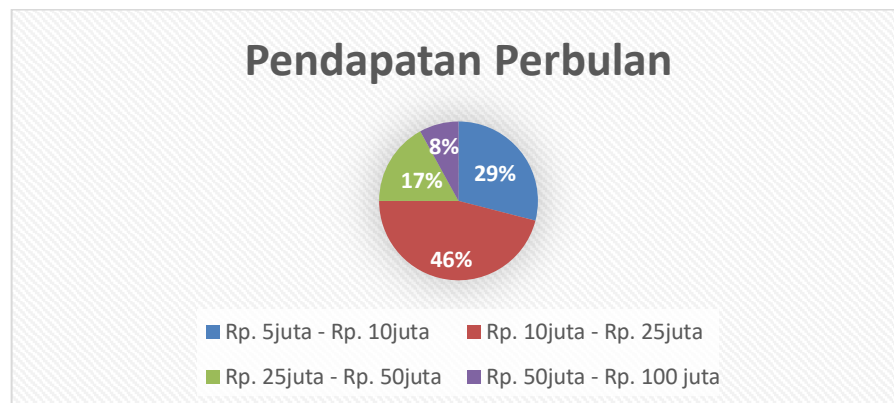


Gambar 3. Pie Chart Lama Usaha

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden memiliki usaha selama 2-5 tahun sebanyak 36 orang (40%) dan paling sedikit memiliki usaha selama 11-15 tahun sebanyak 6 orang (7%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata pengusaha Distro di Bandung dikatakan sudah matang dalam mengelola usaha dilihat dari lamanya usaha tersebut berdiri

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan Pendapatan Perbulan dapat dilihat pada Gambar 4. berikut ini:



Gambar 4. Pie Chart Pendapatan Perbulan

Berdasarkan gambar 4 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden memiliki Pendapatan Perbulan diatas Rp. 10.000.000 – Rp. 25.000.000 sebanyak 42 orang (46%) dan paling sedikit memiliki Pendapatan Perbulan diatas Rp. 50.000.000 – Rp. 100.000.000 sebanyak 7 orang (8%). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pendapatan yang semakin besar dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam kegiatan mengelola usaha

Pembahasan

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diprediksikan bahwa dimana membaiknya strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan akan selalu diiringi dengan membaiknya kinerja usaha pada industry fashion di kota Bandung.

Pada analisis korelasi dapat diketahui bahwa adanya hubungan yang terbilang cukup tinggi antara strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha pada industry fashion di kota Bandung, maka dari itu dapat dikatakan bahwa strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan yang memiliki nilai yang tepat sehingga membuat perubahan yang lebih baik maka akan berbanding lurus dengan kinerja usaha. Jika dilihat dari hasil analisis koefisien determinasi kinerja usaha pada industri fashion di kota Bandung mampu dipengaruhi oleh strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan dengan prosentase yang lebih besar (57,0%) jika dibandingkan dengan variabel lain yang tidak dianalisis seperti inovasi dan kreatifitas dengan prosentase 43,0%.

Dengan menggunakan perhitungan uji determinasi parsial didapatkan hasil dengan total kontribusi sebesar 24,6%. Kontribusi strategi bisnis sebesar 32,4% dan orientasi kewirausahaan sebesar 24,6%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi bisnis memberikan kontribusi yang paling dominan terhadap kinerja usaha pada industry fashion di kota Bandung,

KESIMPULAN

Strategi bisnis pada industri fashion di Bandung termasuk kedalam kategori cukup baik yang di nilai dari 3 indikator yaitu differensiasi, biaya rendah, dan strategi fokus, begitupun pada orientasi kewirausahaan maish tergolong pada kategori cukup baik yang dinilai dari 3 indikator pula yaitu pertimbangan mengambil resiko, proaktif, dan inovatif. Sedangkan jika dilihat pada kinerja usaha pada industri fashion tergolong kedalam kategori baik dimana penilai baik itu dilihat

berdasarkan 4 indikator yaitu pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, dan pertumbuhan laba. Secara simultan ataupun secara parsial strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada bidang industri fashion di kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Imma dan Ratna. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Kecil

Joewono. 2012. Pengertian perencanaan edisi 12 halaman 3.

Mahmud, Ariati Anomasari, 2011, Jurnal Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. Jurnal Ekonomi, ISBN 979-26-0255-0

Musran Munizu, 2010. Pengaruh Faktor-Faktor dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 12, No.1, Maret 2010:33-41.

Rizki ZuFikar dan Lastri Novianti, Jurnal Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha. Volume VIII, Nomor 2, 2018.

Suci, Rahayu Puji, 2009, Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11 No. 1 pp. 46-58.

Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Veithzal Rivai, 2013, Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek, Rajagrafindo persada, Bandung.

_____. Data Jumlah Distro di Plaza Parahyangan Bandung. (internet) diakses pada 20 April 2019. <https://www.plazaparahyangan.com/page/profile>