

PENGARUH STRATEGI BISNIS DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN DI KECAMATAN JATITUJUH

R. Neny Kusumadewi¹ , dan Melia Wida Rahmayani²

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Majalengka

E-mail : kusumadewi.neny@gmail.com¹ , meliawidar@unma.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada industri makanan di kecamatan Jatitujuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi bisnis dan media sosial terhadap keunggulan bersaing pada industri makanan di Kecamatan Jatitujuh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 400 pelaku usaha makanan di Kecamatan Jati Tujuh. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel sebanyak 60 pelaku usaha makanan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber pengumpulan datanya menggunakan data primer. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji kelayakan model dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi usaha pelaku usaha industri makanan di Kecamatan Jatitujuh berada pada kategori baik, media sosial bagi pelaku usaha industri makanan di Kecamatan Jatitujuh berada pada kategori sangat baik, dan keunggulan bersaing pelaku usaha industri makanan di kecamatan Jatitujuh berada pada kategori tinggi. Sedangkan secara parsial strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan media sosial berpengaruh signifikan media berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Media Sosial, Dan Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

This research was carried out in the food industry in the Jatitujuh sub-district. This study aims to determine the effect of business strategy and social media on competitive advantage in the food industry in Jatitujuh sub-district. The method used in this study is a survey method with a descriptive analysis approach and verification. The population used in this study were 400 food businesses in Jati Tujuh sub-district. Determination of the sample of this study using purposive sampling with certain criteria in order to obtain a sample of 60 food businesses. The type of data used in this research is quantitative data and sources of data collection using primary data. The analytical tools used are multiple linear regression analysis, classical assumption test, coefficient of determination test, model feasibility test and hypothesis testing. The results of this study indicate that the business strategy of the food industry business actors in the Jatitujuh sub-district is in the good category, social media for the food industry business actors in the Jatitujuh sub-district is in the very good category, and the competitive advantage of the food industry business actors in the Jatitujuh sub-district is in the high category. While partially business strategy has a significant effect on competitive advantage and social media has a significant effect on media has a significant effect on competitive advantage.

Keywords: Business Strategy, Social Media, And Competitive Advantage.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, suatu badan usaha khususnya UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya, selain itu pemanfaatan teknologi informasi dalam suatu bidang usaha juga semakin berkembang dengan pesat, sehingga menyebabkan suatu badan usaha berusaha untuk menerapkan teknologi dan sistem informasi yang digunakan untuk memproses dan mengirimkan informasi secara efektif dan efisien agar dapat menunjang proses bisnis serta meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini ingin menjelaskan pengaruh Strategi Bisnis dan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Hipotesis sebagai merupakan dugaan sementara yang mungkin benar dan mungkin salah, sehingga dapat dianggap atau dipandang konklusi atau simpulan yang sipatnya sementara, sedangkan penolakan atau penerimaan suatu hipotesis tersebut tergabung dari hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan, kemudian diambil suatu kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2015:85), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dalam penelitian ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai jawaban sementara, yaitu sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing.

H₂ : Terdapat pengaruh media sosial terhadap keunggulan bersaing.

METODE

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:61). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri makanan yang ada di wilayah Kecamatan Jatitujuh.

2. Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019:62). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:65), *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu dimana peneliti menemukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017:85).

Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus ini digunakan ketika jumlah populasi diketahui.

HASIL

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha industri makanan di Kecamatan Jatitujuh Kabupaten Majalengka. Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai tanggapan responden terhadap strategi bisnis terdapat beberapa faktor yang menentukan baiknya

strategi bisnis pada industri makanan diantaranya, selalu berinovasi dengan produk yang dijual serta tetap menjaga kualitas produk agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor.

Begitu juga dengan media sosial, terdapat beberapa faktor yang menentukan sangat baiknya media sosial pada industri makanan diantaranya selalu aktif di media sosial karena dengan hal ini membuat produk lebih cepat dikenal oleh banyak orang sehingga produk lebih cepat terjual.

Sedangkan, pada keunggulan bersaing terdapat beberapa faktor yang menentukan baiknya keunggulan bersaing pada industri makanan diantaranya, harga produk yang dijual serta kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan meningkatkan keunggulan bersaing.

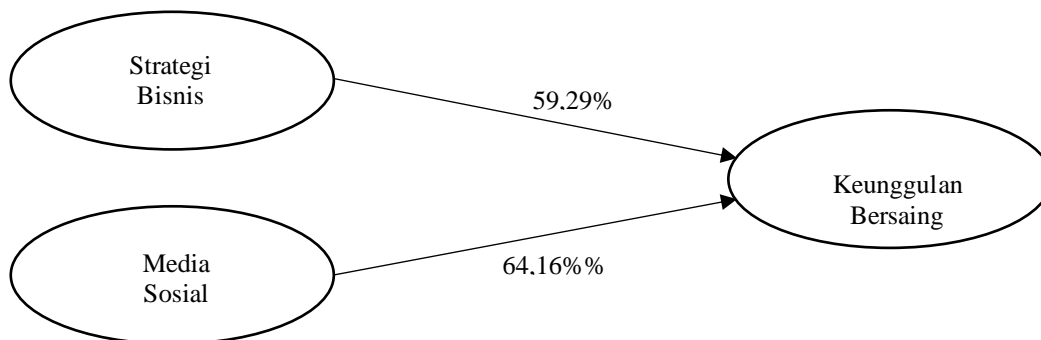
Tabel 1. Uji Validitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
1	Keunggulan Bersaing (Y)	0,811	0,60	Reliabel
2	Strategi Bisnis (X ₁)	0,779	0,60	Reliabel
3	Media Sosial (X ₂)	0,854	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2020

Nilai batas (*cut of point*) yang diterima untuk tingkat *Alpha Cronbach* adalah $\geq 0,60$. Hasil pengujian diketahui nilai *Alpha Cronbach* variabel strategi bisnis sebesar 0,779, variabel media sosial sebesar 0,854 dan variabel penjualan sebesar 0,811. Nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel tersebut berada pada nilai $0,779 - 0,854 \geq 0,60$. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen pada masing-masing variabel adalah reliabel atau handal digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

Dari hasil perhitungan antar variabel penelitian, dapat dibuatkan dalam gambar paradigme penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Paradigma Hubungan Antar Variabel Penelitian

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan pada pelaku industri makanan di Kecamatan Jatitujuh maka strategi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Artinya semakin baik Strategi Bisnis yang dipilih oleh pelaku industry makanan maka akan semakin baik tingkat keunggulan bersaing. Begitu pula dengan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan

bersaing. Artinya semakin baik pelaku bisnis dalam memanfaatkan media social sebagai media promosi dan pemasaran maka akan semakin baik tingkat keunggulan bersaing

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asyhari, S. H. Pudjihastuti, D. M., Kurdaningsih. 2018. Peran mediasi keunggulan bersaing pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal siasat bisnis*. Vol 22(2), 111-131.
- [2] Caleb, T., Carr, R. A. Hayyes. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- [3] Citra, S. P. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Cherrie. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. Vol 1(5), 585-610.
- [4] Daud, D., N. S. Askandar, Junaedi. 2020. Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *E-Jra*, Vol 9(1), 1-16.
- [5] David, F. R. 2015. *Strategic management: concepts and cases*. Edition 13th. Pearson education.
- [6] Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/organisasi/dinas-perindustrian-dan-perdagangan?data=dataset>.
- [7] Muhammad, F. T. 2019. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing*. mohfithrayudi_1981@yahoo.com.
- [8] Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- [9] Nobel, F., Sukaya, Thamrin. 2016. *Hubungan Cara Belajar Dan Kreativitas Hasil Belajar Diklat Elektronika Lanjutan*. *Jurnal Voteknika*, Vol 4 (1), 115-124.
- [10] Nur, Z. M.S. 2018. *Pengaruh Strategi Bsinis, Metoda Pengembangan Sistem (System Development Cycle), Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi*. *Sosiohumanitas*, Vol 20(2), 176-190.
- [11] Siaran Pers. 2017. Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan. 20 Nov 2021, 08:53, <https://kemenperin.go.id/Artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>.
- [12] Singgih, S. 2015. *Statistic Untuk Psikologi Dari Blog Menjadi Buku*. Universitas Sonata Darma. Yogyakarta.
- [13] Solikha, E. A., Sunarti. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol 70(1), 11-18.
- [14] Sudirno, D., L. L. M. Suparto. 2020. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. *Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia*. Jakarta.
- [15] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.