

## Pengaruh Penerapan Manajemen Strategi terhadap Peningkatan Daya Saing pada Usaha Makanan Catering Kitaa Medan Perjuangan

Alif Lailasari Saragih<sup>1)</sup>, Ananda Putri Azni Matondang<sup>2)</sup>, Siti Salma Sitio<sup>3)</sup>, Shinta Yusrina Sari Lumban Tobing<sup>4)</sup>

Akuntansi Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [aliflailasari20@gmail.com](mailto:aliflailasari20@gmail.com) <sup>1)</sup>, [anandaazni54@gmail.com](mailto:anandaazni54@gmail.com) <sup>2)</sup>,  
[sitisalmasitio16@gmail.com](mailto:sitisalmasitio16@gmail.com) <sup>3)</sup>, [shintayusnitalt@gmail.com](mailto:shintayusnitalt@gmail.com) <sup>4)</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh Penerapan Manajemen Peningkatan Daya Saing pada Usaha Makanan Carering.kitaaa Medan perjuangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan sampel sebanyak 30 responden dengan melalui Uji data menggunakan sebuah Aplikasi canggih *SPSS Statistik 25* dengan teknik pengambilan sampel non probability sampling dari perhitungan regresi linier sederhana, didapat  $\hat{Y} = 6.353 + 0,821x$  . Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik hasil uji t untuk variabel Penerapan Manajemen Strategi diperoleh t hitung (7.120) > t table (2.4671) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya adanya pengaruh signifikan Penerapan Manajemen Strategi terhadap Peningkatan Daya Saing pada Usaha Makanan Catering.Kitaa Medan Perjuangan.

**Kata Kunci :** MANAJEMEN, STRATEGI, DAYA SAING

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of the Implementation of Competitiveness Improvement Management in the Catering Food Business. Kitaa Medan Perjuangan. The research method used is a quantitative approach. This research was conducted with a sample of 30 respondents through data testing using the SPSS Statistics 25 application. This sampling technique is non-probability sampling from simple linear regression calculations, obtained  $\hat{Y} = 6.353 + 0.821x$ . Based on the results of the analysis, it can be drawn that the t test results for the variable Implementation of Strategic Management obtained t count (7.120) > t table (2.4671) with a significant value of  $0.000 < 0.05$  meaning that there is a significant effect of Strategic Management Implementation on Increasing Competitiveness in the Catering Food Business. We are the Field of Struggle.*

**Keywords:** MANAGEMENT, STRATEGY, COMPETITIVENESS

## PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia usaha atau bisnis dalam bidang makanan kini semakin hari semakin banyak dari masyarakat yang berminat pada berbagai menu makanan. Dalam keadaan seperti ini membuat persaingan di antara pengusaha satu dan yang lain. Maka dari itu Era Globalisasi semakin mendorong pelaku bisnis untuk menjadi semakin kompetitif dan memperjelas pada persaingan tersebut dan menyebabkan konsekuensi agar usaha bisnis mempunyai kemampuan dalam bertahan dan bersaing sehat. (Tjiptono & George, 2012)

Meskipun sebuah perusahaan sudah melakukan berbagai upaya dalam persaingan bisnis dan memberikan layanan terbaik belum menjamin tujuan dari perusahaan tersebut. Karena pada dasarnya setiap pelanggan ataupun konsumen memiliki keinginan dan sebuah kebutuhan yang berbeda pula dari produk atau jasa apa yang mereka inginkan. Kondisi ini menyebabkan para pelaku usaha atau bisnis mulai mencari solusi terhadap masalah yang sedang terjadi. Pelaku usaha harus mencari berbagai macam program bisnis yang dapat meningkatkan daya saing usahanya tersebut. Ada beberapa macam faktor yang akan mempengaruhi sebuah daya saing perusahaan antara lain adalah iklan, promosi, dan hubungan pelaku usaha kepada masyarakat.

Oleh karena itu cara ataupun strategi adalah hal utama bagi pelaku bisnis karena dalam pelaksanaan strategi tersebut akan mempunyai setiap usaha dalam mencapai sebuah target usaha yang diperlukan pada perusahaan dengan lingkungannya. Aspek keunggulan yang menguatkan dipilihnya pendekatan Manajemen strategis bagi pengelolaan dalam suatu organisasi (Tarigan et al. 2021).

Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Prihartanti & Pradhanawati, 2020) bahwa hasil penelitian menyimpulkan bahwa manajemen strategi usaha akan berpengaruh cukup kuat dalam sebuah pengembangan perencanaan perusahaan dengan cara meningkatkan keunggulan sebuah daya saing dalam usaha tersebut. Hal tersebut menjelaskan bahwa strategi pada usaha adalah sebuah kunci dalam keberhasilan pada usaha tersebut agar mencapai tujuan pada bisnis atau usaha serta dapat meningkatkan dalam persaingan.

Untuk bisa terus bersaing di dalam dunia bisnis maka dari itu usaha tersebut harus memiliki sebuah manajemen strategi usaha dan bisa mengelolah usaha tersebut dengan baik. Dalam penulisan ini, penulis ingin melihat, mengetahui bagaimanakah pengaruh penerapan manajemen strategi terhadap peningkatan daya saing pada bisnis makanan di Cateing.Kitaa Medan Perjuangan. Berdasarkan dari uraian yang telah dijelaskan, dimana sebuah manajemen strategi usaha sangat berpengaruh pada persaingan semua jenis termasuk bisnis makanan sehingga menuntut pada usaha Catering.Kitaaa agar lebih menjadi inovatif di dalam menghadapi sebuah persaingan yang sehat dan kompetitif, maka sebagai penulis kami tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Penerapan Manajemen Strategi Terhadap Peningkatan Daya Saing pada Usaha Makanan Catering.Kitaaa Medan Perjuangan”**

## KAJIAN TEORI

### Manajemen Strategi

Menurut Henry Fayol, (Arrias et al., 2019) manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengawasan/kontrol terhadap sumber daya yang ada agar mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Manajemen (Richard L. Daft, 2008) adalah pencapaian tujuan-tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengelolaan, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya organisasi

Menurut Fred (David, 2016) manajemen strategik adalah seni dan ilmu untuk formulasi – implementasi dan evaluasi 'keputusan - keputusan yang bersifat antar fungsional, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi SDM, pemasaran keuangan, produksi, dan lain - lain agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Keputusan – keputusan yang bersifat lintas fungsional inilah yang dapat ditafsirkan sebagai strategi. Manajemen strategik juga dapat sebagai proses untuk mengelola strategi agar rumusan dapat dijamin dengan baik sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

Daryanto & Abdullah (Hardi Sancoko, 2015) menyimpulkan manajemen adalah sebuah cara yang dilakukan oleh seorang manajer untuk mengatur, membimbing, dan memimpin dengan menggunakan sebuah perantara pada orang lain agar mencapai dari pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya disebut dengan manajemen strategik.

### **Daya Saing**

Menurut (Abdillah et al., n.d.) Daya Saing adalah sebuah konsep untuk membandingkan kemampuan dan kinerja pada perusahaan, sub-sektor atau negara dengan cara menjual dan memasok barang dan atau jasa yang akan diberikan dalam sebuah tempat penjualan atau biasanya pada pasar. Daya saingnya akan ditentukan pada keunggulan dalam persaingan diperusahaan tersebut dan akan menjadi ketergantungan pada tingkat sumber daya yang begitu relatif atau keunggulan kompetitif. Dimensi daya saing suatu perusahaan sebagai mana kemukakan oleh adalah terdiri dari biaya, kualitas, waktu penyampaian, fleksibilitas. Menurut Kotler dan Armstrong (Rukmanasari, 2016) keunggulan dalam sebuah persaingan terhadap perusahaan diperoleh apabila menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan atau konsumen dengan harga yang lebih rendah ataupun memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan harganya. Keunggulan bersaing adalah keunggulan perusahaan terhadap perusahaan pesaing.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian biasanya dapat diartikan sebagai langkah atau cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan untuk kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif analisis. Variabel penelitian meliputi dua variabel bebas yaitu Penerapan Manajemen Strategi (X), dan variabel terikat yaitu Peningkatan Daya Saing (Y). Penelitian dilakukan pada Bisnis Makanan @catering.kitaa Medan Perjuangan, Dalam penelitian yang dilakukan penulis penelitian kuantitatif ini mengikuti pola berfikir deduktif, yang dimana terjadi nya proses pengamatan kemudian hipotesis, selanjutnya pengumpulan data lalu pengujian hipotesis dan terakhir kesimpulan.

Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan sampel non probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner (Angket). Hasil ini didapatkan melalui Uji data dengan menggunakan Aplikasi SPSS Statistik 25. Tentunya berkaitan penelitian ini objek yang penulis gunakan adalah para konsumen usaha @Catering.Kitaa berjumlah 30 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian atau hipotesis yang dibuat dalam penelitian haruslah diuji kebenarannya serta dibuktikan secara empiris. Hasil verifikasi hipotesis penelitian tentang Pengaruh Penerapan Manajemen Strategi terhadap Peningkatan Daya Saing Bisnis pada Usaha Makanan Catering. Kita Medan Perjuangan dilakukan dengan menggunakan teknik regresi berganda sebagai berikut:

Dilakukan pengujian hipotesis Analisis regresi linier sederhana yang biasanya digunakan untuk mengetahui adakah hubungan fungsional dan pengaruh antara Penerapan manajemen strategis (X) disebut variabel bebas dalam Peningkatan Daya Saing pernyataan (Y) disebut variabel terikat yang kemudian dihitung dengan SPSS 25.0.. Model Regresi sederhana yang dibentuk dipaparkan sebagai berikut :

### Daftar 1 Uji Resesi Linier Sederhana

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.353	4.234		1.501	.145		
	X	.821	.115	.803	7.120	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing

Ketentuan :

$$Y = a + bX$$

$$\hat{Y} = 6.353 + 0,821x$$

Ketentuan yang di Peroleh sebagaimana berikut :

a merupakan nilai tetap variable 6.353 artinya jika variabel Penerapan Manajemen Strategi (X) bernilai nol (0), maka variabel Peningkatan Daya Saing Bisnis (Y) akan bernilai 6.353 satuan.

b = Koefisien Regresi Variabel 0,821 artinya variabel Penerapan Manajemen Strategi (X) meningkat sebesar satu satuan, Peningkatan Daya Saing Bisnis (Y) akan meningkat sebesar 7.351 satuan.

### Uji Koefisien Korelasi ( R )

#### Daftar 2. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Ubah	Disesuaikan R Square	Std. Perkiraan Kesalahan	Mengubah Statistik				
					R Ubah Data	F Hasil	df	df2	Sig. F Hasil
1	.803 <sup>a</sup>	.644	.631	2.654	.644	50.688	1	28	.000

- a. Prediktor: (Konstan), Pengaruh Penerapan Manajemen Strategi  
 b. Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Bisnis

Berdasarkan Tabel diatas Nilai R adalah 0.803/80,3% maka Penerapan Manajemen Skema yang di peroleh mengartikan Peningkatan Daya Saing Bisnis Sebanyak 80,3% sisanya 19,7% pengaruh variabel lain.

Nilai Koefisien korelasi/ R yaitu ( $0.803 \times 0.803 = 0.644$ ). menunjukkan persentase pengaruh variable Manajemen Strategi Terhadap Variable Peningkatan Daya Saing sebesar 64,4 %sedangkan 35,5 %di pengaruhi oleh variable lain

### Percobaan Koefisien Partial (Uji t)

#### Daftar 3. Percobaan Partial (Uji T)

Bentuk	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Faulty	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.353	4.234			1.501	.145	1.000	1.000
X	.821	.115	.803		7.120	.000	1.000	1.000

- a. Variabel Dependen : Peningkatan Daya Saing Bisnis

Perolehan uji T mampu ditemukan melalui prediksi ouput akan diselesaikan dengan alat bantu SPSS 25 Sehingga perolehan koefisien dalam uji t yang berdasarkan melalui perbandingan t hitung melalui t daftar sebanyak 1,692360 adapun perolehan karna t table sama  $df = n - k$  yang jika disertakan bilangan ketika menyatakan tercantum adalah  $30 - 2 = 28$

Selanjutnya analisis percobaan parsial di tengah Pengaruh Penerapan Manajemen Strategi Terhadap Peningkatan Daya Saing pada Usaha Makanan Catering.Kitaaa Medan Perjuangan. Bersumber dari hasil uji t akan faktor Penerapan Manajemen Strategi yang terdapat t jumlah ( $7.120 > t$  table ( $2.4671$ ) melalui taksiran angka yang relevan sebanyak  $0,000 < 0,05$  jika  $H_0$  di kurangi dan  $H_a$  berhasil.

### KESIMPULAN

Manajemen Strategi secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan daya saing bisnis pada Catering. Kita Medan Perjuangan. Persoalan ini mampu memperhitungkan berdasarkan perhitungan uji t, dimana dampak Penerapan Manajemen Strategi tentang Peningkatan Daya Saing Bisnis sebesar  $t_{hitung} (7.120) > t_{table} (2.4671)$  Perhitungan relevan sebanyak  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di bantah dan  $H_a$  di setujui.

Menurut hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: menjadi keutuhan Penerapan Manajemen Strategi pada Catering. Kita Medan Perjuangan dikategorikan baik, akan Kemudian Secara keseluruhan Peningkatan daya saing pada Catering. Kita Medan Perjuangan juga dikategorikan baik, dan Penerapan Manajemen Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Daya Saing Bisnis Pada Catering. Kita Medan Perjuangan

## SARAN

Kepada pengkaji seterusnya, Sepatutnya kepada penyebar analisis tentu dilaksanakan akibat yang di temukan penjelasan peningkatan akurat serta berkenan dengan aspek - aspek yang terus menerus menguasai dalam daya saing bisnis. Selain itu sebaiknya peneliti menetapkan tehnik yang berbeda hendaknya fakta yang terdapat itu luar biasa, dengan menetapkan media kajian yang berlainan baik dampaknya maupun penjelasan beserta pengaruh yang di peroleh untuk bertambah lengkap dan tepat.

Abdillah, A., Oli Lumas, A., Krisdayana, C., & Yulia, D. (n.d.). *PENGARUH STRATEGI PRODUK TERHADAP DAYA SAING PRODUK AQUA DI KABUPATEN KARAWANG*. 3(2).

Arrias, J. C., Alvarado, D., & Calderón, M. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif*. 3(2), 5–10.

David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik – Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, (15th ed.). Salemba Empat.

Hardi Sancoko, A. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya. *Jurnal Agora*, 3(1), 185–193.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (8th ed.). Penerbit Erlangga.

Prihartanti, D. D., & Pradhanawati, A. (2020). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA SIOMAY DAN BATAGOR SI BOSS SEMARANG (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif FISIP Undip). In *Jurnal Administrasi Bisnis : Vol. IX*. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28100>

Richard L Daft. (2008). *Management*. Salemba Empat.

Rukmanasari, S. U. (2016). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan. *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 21–40. <https://doi.org/10.18860/jpai.v3i1.3990>

Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Grasindo.

- Sumarti<sup>1</sup>, T., & Dewi<sup>2</sup>, V. G. S. (2021). Pengaruh Strategi Integrasi Terhadap Kinerja Perusahaan Di Pt. Kewalram. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 20(1), 5–24.
- Tarigan, W. J., & Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun, D. (2021). *Jurnal Ilmiah AccUsi – Vol 3, No 1, Mei 2021 e - ISSN: 2620 – 5815 DOI: 10.36985/accusi.v3i1.491*. 3(1), 28–39.
- Tjiptono, F., & George, C. (2012). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). ANDI.
- Triyana, U., & Setiawardani, M. (n.d.). *Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Industri Kreatif Sektor Usaha Minuman Thai Tea Di Kota Bandung*.