

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Kajian Teori

##### 2.1.1 Strategi Biaya Rendah

###### 2.1.1.1 Pengertian Strategi

Istilah strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya, Effendy Dalam penelitian Salza Adzri Arismutia (2018;119).

Menurut Henry Mintzberg Dalam Penelitian Vina Merliana (2016;220), pengertian strategi terbagi atas 5 definisi yaitu :

1. Pengertian strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan, sama halnya dengan konsep strategi perencanaan
2. Pengertian strategi sebagai pola (*patten*) adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana

3. Pengertian strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen ataupun para penentu kebijakan. Strategi utama yaitu faktor eksternal.
4. Pengertian strategi sebagai takik, merupakan sebuah manuver untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
5. Pengertian strategi sebagai perseptif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan cara berpikir ataupun ideologis.

Dari berbagai penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah Suatu perencanaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Strategi merupakan program atau langkah yang telah disiapkan oleh perusahaan secara terencana dan tersusun sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan ditetapkan dalam tujuan perusahaan, hal ini dilakukan untuk mewujudkan apa yang diinginkan oleh perusahaan.

#### **2.1.1.2 Strategi Biaya Rendah**

Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya diperlukan produksi yang sangat baik untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing di pasaran sehingga produk yang kita hasilkan dapat menjadi kompetitif. Dalam mewujudkan strategi biaya rendah dibutuhkan beberapa hal salah satunya yang berperan dalam hal ini adalah pemasok, seperti yang dikemukakan oleh Wenli dalam Muhammad Iffan (2019;85) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dibangun dari upaya pengembangan pemasok.

Strategi biaya rendah merupakan skala ekonomi atau *economic of scale* yaitu tujuan untuk mencapai ukuran minimum efisiensi antara hubungan input-output, dan high quality products. Sumarwan dalam penelitian Vina merliana (2018;121)

Strategi biaya rendah (*the cost of leadership*) yaitu serangkaian tindakan integratif untuk memproduksi dan menawarkan barang atau jasa pada biaya paling rendah terhadap para pesaing dengan ciri-ciri yang dapat diterima oleh para pelanggan. Apabila perusahaan menawarkan sebuah produk atau jasa dengan kualitas standar, tetapi biaya jauh lebih rendah dibandingkan dengan biaya-biaya industri. Perusahaan yang memiliki keunggulan biaya menyeluruh dapat memanfaatkan keunggulan ini untuk menetapkan harga rendah atau mengambil margin laba yang lebih tinggi. Maka perusahaan berada dalam posisi yang lebih baik, yaitu :

1. Memungkinkan perusahaan bertahan dalam situasi persaingan perang harga dan menghalangi pesaing dengan biaya yang lebih tinggi melakukan perang harga (untuk bertahan dari perang harga, menyerang dari sudut harga, menikmati laba yang tinggi).
2. Laba yang lebih tinggi dapat di investasikan untuk memperbaiki kualitas dan efisiensi.
3. Kemungkinan menghasilkan skala ekonomi, tetapi banyak perusahaan tidak memanfaatkannya (karena keterbatasan modal, informasi dan lain-lain).
4. Kenaikan bahan baku dari supplier dapat diredam oleh keunggulan dalam biaya.

Dari penjelasan di atas maka strategi biaya rendah adalah suatu tindakan integratif untuk memproduksi dan menawarkan produk dengan pada biaya yang paling rendah yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Strategi biaya rendah ini dapat di gunakan oleh perusahaan dalam situasi persaingan yang ketat dalam persaingan harga sehingga perusahaan yang menerapkan strategi ini akan dapat menikmati laba yang tinggi.

#### **2.1.1.3 Manfaat Strategi Biaya Rendah**

Menurut Porter dalam Penelitian Vina Merliana (2018;120) Strategi biaya rendah berdasarkan kualitas tertentu melalui peningkatan efisiensi dan pemanfaatan situasi eksternal. Ada 3 nilai manfaat yang dihasilkan yaitu :

1. *Benefit parity*, dimana perusahaan menghasilkan produk yang menghasilkan manfaat atau kualitas yang sama, tetapi dengan biaya rendah, karena perusahaan mencapai skala ekonomis.
2. *Benefit proximity*, dimana perusahaan menghasilkan manfaat/kualitas yang sedikit lebih rendah, tetapi dengan biaya yang lebih murah, karena mempergunakan otomatisasi atau tenaga kerja yang lebih murah, dan bahan baku lebih murah.
3. Menghasilkan produk yang kualitasnya berbeda atau lebih rendah dibandingkan dengan produk pesaingnya tetapi dengan biaya yang lebih murah

#### **2.1.1.4 Indikator Strategi Biaya Rendah**

Menurut Proter Jatmiko Dalam penelitian vina merliana (2016;227) bahwa, ada 3 indikator dari strategi biaya rendah :

1. Pengehematan biaya

Berdasarkan kualitas tertentu untuk melaksanakan strategi biaya rendah, melalui peningkatan efisiensi dimana perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas tetapi dengan biaya rendah, karena perusahaan mencapai skala ekonomi dengan menggunakan tenaga kerja yang lebih murah dan bahan baku murah.

2. Persaingan Harga

Perusahaan yang memiliki keunggulan dalam menetapkan harga rendah atau mengambil margin laba yang lebih tinggi dibandingkan pesaing, maka perusahaan berada dalam posisi yang lebih baik.

3. Pemanfaatan Biaya

Kenaikan bahan baku dari supplier dapat di redam oleh keunggulan dalam biaya

## **2.1.2 Diferensiasi**

### **2.1.2.1 Pengertian Diferensiasi**

Menurut Kotler (2000;167) Dalam Penelitian Dwi Sulistiani (2014), pengertian Diferensiasi adalah Diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing.

Diferensiasi ini dapat dibagi kepada beberapa hal yaitu :

1. memproduksi produk yang lebih unik dan memberikan nilai lebih bagi konsumen
2. dinilai berhasil apabila keunikan produk tidak mudah ditiru oleh pesaing
3. diferensiasi yang sukses akan menyebabkan perusahaan dapat menjadi pengendali harga di pasar dan memperoleh loyalitas konsumen karena keinginannya terpenuhi

Strategi diferensiasi juga tidak hanya dapat diberlakukan pada produk, tetapi juga dapat diberlakukan di aktivitas-aktivitas rantai nilai perusahaan yang lain seperti:

1. pembelian dan usaha-usaha mendapatkan bahan baku
2. riset dan pengembangan produk
3. pengembangan teknologi
4. aktivitas-aktivitas manufaktur
5. logistik keluar dan distribusi
6. pemasaran, penjualan, dan pelayanan konsumen

Dapat di simpulkan bahwa diferensiasi adalah penciptaan produk yang berbeda dari para competitor sehingga produk yang di hasilkan akan tidak mudah di tiru oleh para pesaing sehingga perusahaan dapat memberikan perbedaan yang lebih unik dari pada pesaing, sehingga dengan perbedaan itu konsumen memiliki nilai yang lebih tinggi.

### **2.1.2.2 Sumber-Sumber Diferensiasi**

Menurut Arief dalam penelitian Dwi Sulistiani (2014;06) terdapat beberapa sumber-sumber diferensiasi, yaitu :

1. Diferensiasi Produk. Produk fisik merupakan hal yang potensial untuk dijadikan pembeda. Perusahaan dapat membedakan produknya berdasarkan keistimewaan, kualitas kinerja kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan.
2. Diferensiasi Pelayanan. Pembeda pelayanan yang utama adalah kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pemeliharaan dan perbaikan.
3. Diferensiasi Personel. Terdapat 6 karakteristik yang menunjukkan personil yang terlatih, yaitu kemampuan personel, kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap dan komunikasi.
4. Diferensiasi Saluran. Dalam melakukan diferensiasi saluran, perusahaan dapat melakukan strategi berdasarkan pada Distribusi Eksklusif, Distribusi Selektif dan Distribusi Intensif.
5. Diferensiasi Citra. Perusahaan dapat mengekspresikan citra dengan melalui lambang, media tertulis dan audio visual serta suasana.

### **2.1.2.3 Indikator Diferensiasi**

Menurut Kotler Dalam Vina Merliana (2016;228) Terdapat 3 Indiktor dalam Diferensiasi Yaitu :

1. Keunikan

Suatu tindakan yang integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang kepada pelanggan dengan berbeda dianggap unik bagi para konsumen. Keunikan produk merupakan hal yang dapat menjadi salah satu penentu peningkatan pendapatan. Seperti yang di jelaskan oleh Buchari Alma dalam Muhammad Iffan (2017;72) untuk mendorong perhatian dan minat konsumen pada produk kemudian mendorong keinginan untuk membeli melalui daya Tarik yang di miliki suatu produk.

2. Mutu Produksi

Menciptakan nilai atau manfaat bagi konsumen, sehingga bersedia membeli dengan harga premium (di atas biaya produksi) dilihat dari suatu mutu produksi (bentuk, warna, lokasi, dan kualitas bahan baku

3. Pelayanan

Diferensiasi juga lebih mengarah kepada pelayanan yang sesuai dengan karakteristik yaitu kemampuan (memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan), kesopanan (ramah, menghormati dan penuh perhatian), dapat diandalkan (memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat), cepat tanggap (cepat menanggapi permintaan dan permasalahan konsumen), dan komunikasi (berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas)

### 2.1.3 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menjadi suatu hal yang ingin di capai oleh banyak orang apalagi mereka yang memiliki keinginan untuk berhasil dalam usaha yang mereka jalankan, banyak faktor yang mempengaruhi untuk dapat mencapai keberhasilan usaha di antaranya modal usaha, Pengalaman usaha, Tingkat pendidikan, dan tenaga kerja. Adapun faktor lain yang mempengaruhinya yaitu seperti salah satunya adalah Motivasi usaha, motivasi wirausaha adalah salah satu penentu utama faktor kesuksesan dalam kesuksesan kewirausahaan. Selain itu, Motivasi wirausaha memainkan peran penting intensi berwirausaha. Motivasi memiliki nilai yang besar karena itu membuat orang untuk bertindak, Muhammad Iffan (2018;208).

Menurut Anaroga dalam Sazali (2011), keberhasilan usaha dapat tercapai jika memiliki persiapan yang matang, yaitu dengan menyiapkan rencana usaha (*business plan*). Rencana usaha menjadi acuan dalam semua aktivitas yang akan dilaksanakan usaha tersebut, apapun jenis usaha yang dijalankan. Dengan adanya rencana usaha maka hasil kinerja yang ada dapat diukur keberhasilannya.

Menurut Suyatno (2010;179) keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan.

Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Andari (2011:21b) , “ Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Sedangkan Menurut Albert Wijaya dalam Suryana

(2011:168) yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Menurut Porter yang dikutip oleh (Sumarwan, 2013) suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan apabila :

1. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan internal.
2. Perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan "penjualan dan probabilitas."

Kemudian dapat di simpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah adanya peningkatan laba yang di alami oleh perusahaan dimana hal ini dapat terjadi akibat meningkatnya dari kinerja usaha dan juga image perusahaan.

#### **2.1.3.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha**

Menurut Tulus Tambunan (2002:14) Dalam Penelitian Rizki Pamungkas (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya, kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu; sistem perekonomian, sosio-kultur budaya masyarakat,

sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

Menurut Suyatno (2010:179) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian Luch tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha. Keberhasilan suatu usaha diidentikkan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan pribadi atau kepuasan batin.

### **2.1.3.2 Indikator Keberhasilan Usaha**

Menurut suryani dalam penelitian Mozes Tomasila (2014;51), indikator keberhasilan usaha sebagai berikut:

1. Modal

Merupakan aset utama perusahaan untuk menjalankan bisnis dimana umumnya berbentuk dana atau uang. Dengan uang maka bisnis bisa berjalan dengan lancar untuk mendukung proses produksi hingga pemasarannya.

2. Pendapatan

Merupakan jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya bisnis nya, kebanyakan di peroleh dari hasil penjualan produk dan/atau jasa kepada para pelanggan

3. Volume Penjualan

Merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya jumlah Produk atau jasa yang terjual dalam sebuah usaha

4. Jumlah Pelanggan

Merupakan banyaknya orang yang meminta atau menginginkan suatu persediaan barang maupun jasa yang kemudian membeli produk atau jasa yang telah kita tawarkan.

#### 2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini, Penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Vina Merliana dan Salza	Pengaruh strategi biaya rendah,	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa a	Menggunakan Variabel Independent	Menggunakan variabel independen

	adzri arismutia (2018)  ISSN : 2579-8189	Diferensiasi dan Motivasi terhadap keberhasilan UKM	strategi keunggulan bersaing (biaya rendah, diferensiasi dan motivasi) berpengaruh terhadap keberhasilan ukm tahu di Kota Lembang baik secara simultan (bersama-sama)	Strategi biaya rendah dan Diferensiasi	tambahan yaitu motivasi
2	Made Bayu Krisnamurti dan gedesri darma (2015)  ISSN : 1829-8486	Strategi Diferensiasi Produk dan jasa di industri digital Print	Lingkungan bisnis berpengaruh terhadap kinerja operasional	Menggunakan variable Strategi diferensiasi sebagai variable independent	Tidak menggunakan variabel diferensiasi dan keberhasilan usaha dalam penelitian
3	Dwi Sulistiani (2014)	mencapai keunggulan bersaing dengan strategi diferensiasi	Strategi diferensiasi berpengaruh pada keunggulan bersaing suatu perusahaan, karena dengan adanya perbedaan suatu perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan yang lain dia akan bisa memenangkan persaingan.	Menggunakan variable Strategi diferensiasi sebagai variabel independen	Tidak menggunakan strategi biaya rendah dalam penelitian
4	Lies Indriyanti (2013)  ISSN : 2252-7826	Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil	Faktor modal, skill, dan lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha baik secara parsial maupun simultan	Menggunakan Variabel Keberhasilan usaha sebagai variabel dependent	Tidak menggunakan variabel strategi biaya rendah dan diferensiasi.
5	Diana Zuhroh dan Cindy Pratiwi (2014)  ISSN : 2528-7001	Penentuan Harga jual strategik produk dengan strategi biaya rendah dan diferensiasi	dengan strategi focused differentiation dan berada pada phase tumbuh (growth), harga dapat ditentukan dengan margin yang tinggi. Untuk menghindari berpindahnya konsumen ke produk lain, strategi menjalin relasi/hubungan yang baik dengan konsumen dapat dilakukan.	Menggunakan Variabel Strategi biaya rendah dan diferensiasi sebagai variabel independen	Menggunakan variabel Penentuan harga pada variabel dependen
6	Vina Merliana dan Albert	Pengaruh Strategi biaya rendah dan	diferensiasi dapat memengaruhi keberhasilan,	Menggunakan Variabel strategi biaya rendah,	Penelitian dilakukan terhadap

	Kurniawan (2016)	diferensiasi produk terhadap keberhasilan PT. Tahu Tauhid	dikarenakan diferensiasi merupakan salah satu strategi dalam persaingan atau memperlihatkan sesuatu perbedaan dari setiap produk yang ditawarkan.	diferensiasi dan keberhasilan sebagai variabel yang di teliti	suatu perusahaan
7	Pitman, Heni Iswati (2018)	Pengaruh strategi keunggulan biaya dan diferensiasi terhadap keberhasilan usaha (Studi kasus : Kta Dana Cina)	Hasil analisis telah membuktikan bahwa ada pengaruh simultan variabel keunggulan biaya / biaya rendah dan diferensiasi (strategi integrasi) terhadap variabel keberhasilan usaha Dana Cinta	Menggunakan Variabel Diferensiasi dan keberhasilan usaha sebagai variabel yang di teliti	Tidak menggunakan variabel strategi biaya rendah sebagai variabel independen
8	Daly rustamblin ,armanu thoyib dan djumlah zain (2013)	Pengaruh strategi generik terhadap kinerja perusahaan (studi pada bank umum)	menyatakan bahwa ada hubungan antara Diferensiasi terhadap Kinerja Perusahaan, dengan demikian dapat dikatakan tinggi rendahnya variabel Diferensiasi secara parsial merupakan faktor penentu tinggi rendahnya Kinerja Perusahaan	Menggunakan Variabel strategi generic yang di dalamnya terdapat diferensiasi	Variabel yang di teliti sangat luas yaitu strategi generik, dan menggunakan variabel kinerja usaha sebagai variabel dependen
9	I Gusti Ayu Ketut Giantari & I Made Jatra (2019)	The Role of Differentiation Strategy and Innovation in Mediating Market Orientation and the Business Performance	differentiation strategy has a positive and significant influence on business performance is supported. This means the better the differentiation strategy implemented in the company, the higher the business performance of that company	Menggunakan Variabel Diferensiasi sebagai variabel independen untuk di teliti	Menggunakan variabel tambahan dalam penelitian ( Inovasi dan Orientasi pasar ) dan menggunakan kinerja usaha sebagai variabel dependen
10	Yudi Prayoga, Fadzil Hanafi Asnora, Ayu rama dani (2019)	Strategi Diferensiasi dalam menentukan positioning pasar	Hasil pengujian secara persial antara variabel bebas yaitu diferensiasi terhadap variabel terikat yaitu Positioning Pasar, diperoleh bahwa diferensiasi secara persial berpengaruh terhadap Positioning Pasar.	Menggunakan variabel Diferensiasi sebagai variabel independen	Menggunakan variabel positioning pasar sebagai variabel dependen

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian yang dilakukan sebelumnya bahwa penerapan strategi biaya rendah dan diferensiasi memiliki peran yang penting dalam mencapai keberhasilan usaha. Namun perlu diperhatikan untuk mencapai keberhasilan usaha diperlukan upaya untuk mencapainya, dalam pencapaiannya para pengusaha perlu memperhatikan strategi biaya rendah dan diferensiasi yang digunakan dalam usaha mereka agar dapat mewujudkan keberhasilan usaha yang mereka inginkan.

Menerapkan strategi biaya rendah ini sangatlah perlu untuk dilakukan oleh para pelaku usaha agar dapat menekan pengeluaran biaya usaha mereka, Hal ini dilakukan agar para pelaku usaha dapat mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan melakukan penekanan pada biaya bisnis mereka, Seperti biaya bahan baku, dan biaya pada produk yang mereka hasilkan. Apabila para pelaku usaha ingin meningkatkan keberhasilan pada usaha mereka, Maka dengan menetapkan harga yang rendah dan melakukan penjualan dengan harga yang standar pun makan perusahaan akan dapat memiliki keuntungan yang tinggi, dengan cara perusahaan menjual produk dengan kualitas yang sama tetapi dengan biaya yang rendah.

Untuk pencapaian keberhasilan usaha, Maka produk yang di hasilkan haruslah mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh para pesaingnya. Menerapkan diferensiasi adalah salah satu caranya, dengan melakukan produksi dan menawarkan produk yang berbeda pada konsumen, sehingga para konsumen menganggap produk yang kita hasilkan berbeda dan unik sehingga memiliki nilai jual yang baik di pasaran, hal ini tentu saja dapat meningkatkan penjualan secara baik. Dengan menghasilkan produk yang baik dan juga unik maka para konsumen

pun akan merasa tidak keberatan membeli suatu produk dengan harga yang cukup tinggi.

Keberhasilan usaha yang ingin di capai suatu usaha tentu perlulah memperhatikan banyak hal dalam pencapaiannya. Mulai dari bahan baku, proses pembuatan sampai kemudian produk sampai ke tangan konsumen, hal ini haruslah sangat diperhatikan oleh para pelaku usaha agar tujuan mereka dapat tercapai. Hal tersebut ada pada penerapan strategi yang dilakukan oleh sebuah usaha. Penerapan strategi yang baik akan sangat bermanfaat bagi suatu usaha dikarenakan hal tersebut dapat di gunakan pada kegiatan usaha mereka, sehingga usaha yang di jalankan akan dapat meningkat dikarenakan strategi yang di terapkan tepat dengan tujuan yang ingin di capai. Usaha yang menerapkan strategi yang baik dan juga menghasilkan produk yang sangat baik juga akan memiliki keunggulan dalam persaingan yang terjadi pada perusahaan. Perusahaan haruslah memperhatikan beberapa hal di antaranya penurunan pada biaya yang dikeluarkan, melakukan evaluasi pada kualitas produk sehingga produk yang di hasilkan akan terus berkembang, meningkatkan keunikan dari produk, dan juga memperhatikan permintaan konsumen dan juga pelayanan yang di berikan kepada konsumen.

### **2.2.1 Hubungan Pengaruh Strategi Biaya Rendah Terhadap Keberhasilan Usaha**

Strategi biaya rendah merupakan penggunaan biaya pada usaha yang menekankan pada biaya bahan baku yang di dapatkan. Apabila perusahaan ingin bertahan dalam persaingan bisnisnya, maka perusahaan haruslah menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnisnya, Baik dalam lingkungan internal

maupun eksternal perusahaan. Terdapatnya ketidakpastian lingkungan yang terjadi menyebabkan perusahaan haruslah sangat berhati-hati karena hal ini akan berpengaruh pada kompetisi yang terjadi pada usahanya, ketidakpastian lingkungan ini dapat disebabkan oleh persaingan, teknologi dan juga isu sosial. Perusahaan haruslah dapat melihat bagaimana lingkungan bisnis pada perusahaan mereka, perusahaan perlu memperhatikan bagaimana faktor lingkungan yang berada pada perusahaan mereka seperti Sumber daya manusia, sumber daya keuangan, dan sumber daya fisik perusahaan yang dapat digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sebuah perusahaan. Ketidakpastian lingkungan yang terjadi ini dapat membuat perusahaan untuk memperbaiki kinerja mereka, dengan tingginya persaingan yang terjadi, Maka mau tidak mau perusahaan haruslah meningkatkan kinerja mereka dengan cara memperbaiki kualitas, efisiensi, Kepekaan terhadap pasar sehingga perusahaan dapat membangun daya saing yang tinggi. Untuk mencapai daya saing yang tinggi perusahaan haruslah meningkatkan usaha mereka, hal tersebut dapat dilihat pada pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan laba, pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan pasar.

Dalam penelitian Diana Zuhroh dan Cindy Pratiwi (2014) disebutkan bahwa Produk dengan strategi biaya rendah (*low cost*) menekankan pada efisiensi biaya menyeluruh agar dapat menekan keseluruhan biaya sehingga dapat menetapkan harga jual yang rendah. Hal ini dapat membuat perusahaan agar dapat bersaing dengan para pesaingnya dengan memperluas *Market place*, sehingga keuntungan yang didapatkan akan menjadi naik. Hal ini diperlukan dalam penentuan harga jual sehingga akan berpengaruh seberapa besar pendapatan yang akan didapatkan

sebuah perusahaan yang tentunya akan berpengaruh kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh sebuah perusahaan.

### **2.2.2 Hubungan Pengaruh Diferensiasi Terhadap Keberhasilan Usaha**

Untuk mencapai keberhasilan usaha hal yang harus dilakukan adalah dengan memberikan kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar di waktu yang akan datang. Maka para pelaku usaha haruslah membuat produk yang memiliki manfaat dan kualitas yang sangat baik, juga harus memberikan pelayanan secara baik terhadap para konsumennya. Kondisi pelanggan saat yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen sehingga keuntungan yang didapatkan akan maksimal, juga dapat terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Dalam Penelitian Dwi Sulistiani (2014) Diferensiasi merupakan Kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, sejuk, aman, nyaman, menyenangkan, karyawan yang ramah, terampil, berwawasan, dan mampu mewujudkan dalam keseharian sehingga lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing lainnya.

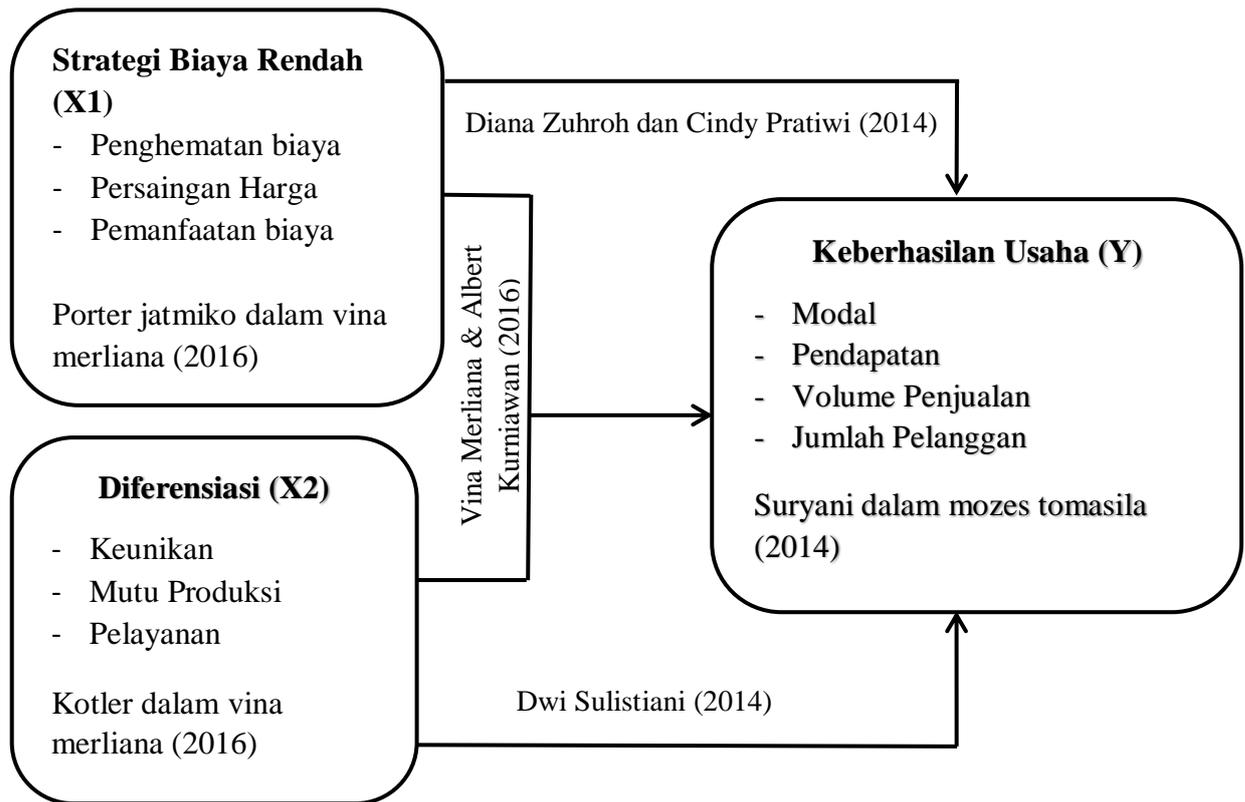
### **2.2.3 Hubungan Pengaruh Strategi Biaya Rendah Dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan Usaha**

Dalam pencapaian keberhasilan usaha, para pelaku usaha perlu memperhatikan banyak hal terutama pada strategi apa yang mereka gunakan dalam usaha mereka, dalam melakukan produksi dalam pembuatan suatu produk untuk dapat di tawarkan kepada para konsumen, tentu para pelaku usaha harus memperhatikan beberapa hal seperti misalkan menerapkan strategi biaya rendah yang dimana di dalamnya terdapat penghematan biaya, persaingan harga dan juga pemanfaatan harga. Untuk dapat mencapai keberhasilan usaha para pelaku usaha tentunya harus dapat menciptakan produk yang dapat mampu bersaing dengan produk yang di sajikan oleh para pesaing lainnya. Dalam strategi biaya rendah, para pelaku usaha haruslah memperhatikan beberapa hal seperti melakukan produksi dan menawarkan produk dengan biaya rendah. Apabila perusahaan menawarkan sebuah produk atau jasa dengan kualitas standar, tetapi biaya jauh lebih rendah dibandingkan dengan biaya-biaya industri. Perusahaan yang memiliki keunggulan biaya menyeluruh dapat memanfaatkan keunggulan ini untuk menetapkan harga rendah atau mengambil margin laba yang lebih tinggi

Pada penelitian yang dilakukan oleh Vina Merliana (2016) dapat disimpulkan bahwa Strategi biaya rendah dan diferensiasi ini berpengaruh secara bersama-sama (Simultan) Terhadap keberhasilan usaha. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dengan melakukan strategi biaya rendah dan diferensiasi perusahaan akan mampu mencapai tujuan yang diinginkan. dalam penerapannya, perusahaan akan

mampu meningkatkan pendapatannya dan juga perusahaan dapat bersaing harga dengan para pesaingnya.

### Paradigma Penelitian



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Dari landasan teori dan tinjauan pustaka, dapat disusun beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Terdapat Pengaruh Strategi biaya rendah terhadap keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung

H2 : Terdapat Pengaruh diferensiasi terhadap keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung

H3 : Terdapat Pengaruh strategi biaya rendah dan diferensiasi terhadap keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung.