PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN KEMAMPUAN MANAJERIAL TERHADAP KINERJA USAHA
(Studi Kasus Pada Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat)

Aditya Anggara[1], Trustorini Handayani[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
adityaanggaraa19@gmail.com[1], ni_rakidhi@yahoo.com[2]

ABSTRACT

The expected business performance can be achieved by implementing the strategy product differentiation and managerial capability. There is a direct influence Among the product differentiation strategy and managerial skills possessed by leadership/owner of the company to increase business performance. Aim This study is to investigate and analyze the impact of the strategy product differentiation and managerial capabilities to business performance.

This study was shown to test the effect of differentiation strategy product and managerial capabilities to the business performance of both partial at Tulip Brownies Padalarang.

The method used is descriptive method and verification. Data collected by using questionnaires and data analysis used is the analysis multiple linear regression.

The results showed that the product differentiation strategy, managerial capabilities and business performance in the Tulip Brownies Padalarang all areas can be quite good. Simultaneously, the influence of the strategy product differentiation and managerial capabilities to business performance in Tulip Brownies Padalarang good enough.

Keywords: Product Differentiation Strategy, Managerial Capabilities, Performance Business

PENDAHULUAN
Latar Belakang Penelitan

Pertumbuhan ekonomi yang stabil setiap tahunnya sangat diharapkan oleh setiap negara di dunia termasuk Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang stabil akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat negara tersebut, baik dari segi pendidikan, kesehatan, dan kondisi ekonomi masyarakat itu sendiri.

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup banyak di Indonesia membuat pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah pun ikut meningkat seperti di Jawa Barat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat mayoritas bergerak di bidang kerajinan dan kuliner, namun diantara kedua bidang tersebut, bidang kulinerlah yang paling banyak ditekuni oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), jadi sangat wajar apabila Jawa Barat memang terkenal dengan berbagai macam kulinernya, baik itu kuliner khas Jawa Barat, kuliner yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, dan kuliner yang berasal dari mancanegara.

Berbicara mengenai kuliner tidak pas rasanya apabila tidak membahas Kota Bandung, Kota yang disebut-sebut sebagai surganya kuliner di Indonesia ini memang patut dibahas, karena memberikan kontribusi yang besar terhadap provinsi Jawa Barat sehingga dapat dikenal sebagai sentra Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner.

Walaupun Kota Bandung merupakan surganya kuliner, bukan berarti para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bisa sangat mudah mengembangkan usaha di bidang kuliner, masih banyak kendala-

kendala dalam mengembangkan usaha di bidang kuliner. Contoh kuliner seperti kue, berbagai macam jenis kue dapat ditemukan di Kota Bandung, sehingga tidak mudah untuk mengembangkan usaha kue di Kota Bandung.

Dari sekian banyak toko kue di Kota Bandung, kue jenis brownies dapat dengan mudah dijumpai disetiap sudut toko kue yang ada di Kota Bandung. Anda dapat menemukan brownies dengan berbagai inovasi dan kreativitas terutama, dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk membuat brownies tersebut menjadi unik dan menarik di mata konsumen.

Walaupun berbagai macam kue brownies dapat dengan mudah dijumpai disetiap sudut toko kue di Kota Bandung, pada kenyataannya fakta di lapangan berkata lain, dari sekian banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membuat kue brownies untuk dipasarkan di Kota Bandung, tidak semua Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat berkembang dengan baik, banyak kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tersebut. Untuk mengetahui masalah apa saja yang membuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membuat kue brownies usahanya sulit berkembang, penulis melakukan wawancara ke salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kue brownies yaitu Tulip Brownies yang terletak di Kecamatan Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, yang area pemasarannya mencakup Bandung Raya dan Cianjur.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kue brownies tersebut, didapatkan beberapa masalah yang menyebabkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membuat kue brownies sulit berkembang di Kota Bandung dan sekitarnya.

Pertama, pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kue brownies tersebut memaparkan bahwa mereka tidak ingin mengambil risiko yang terlalu besar, dengan mengeluarkan sumber daya yang cukup besar untuk mengembangkan usaha mereka dengan melakukan diferensiasi produk.

Kedua, pegawai/karyawan yang memiliki kemampuan manajerial cukup terbatas sehingga pengembangan usaha dan pengambilan keputusan yang sesuai dengan keadaan sulit dilakukan karena dapat mengorbankan kelangsungan usaha tersebut.

Dan yang terakhir, yang terkena imbas dari permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya adalah kinerja usaha yang masih fluktuatif dan apabila di rata-rata pertahunnya kinerja usaha tersebut cenderung stagnan atau bahkan terjadi sedikit penurunan, walaupun usaha tersebut telah beroperasi cukup lama yaitu sekitar 8 tahun.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah penulis jabarkan sebelumnya, penulis akan menentukan beberapa permasalahan yang akan penulis angkat menjadi pokok permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana tanggapan staf dan karyawan tentang strategi diferensiasi produk di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
2. Bagaimana tanggapan staf dan karyawan tentang kemampuan manajerial di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
3. Bagaimana tanggapan staf dan karyawan tentang kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
4. Seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.

5. Seberapa besar pengaruh kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
6. Bagaimana pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat serta membandingkannya dengan berbagai teori dan pendapat yang telah dikemukakan oleh para ahli sebelumnya.

Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan staf dan karyawan tentang strategi diferensiasi produk di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
2. Untuk mengetahui tanggapan staf dan karyawan tentang kemampuan manajerial di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
3. Untuk mengetahui tanggapan staf dan karyawan tentang kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.
6. Untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha di Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

1. Manfaat Bagi Penulis
   Untuk menambah wawasan yang lebih luas serta untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial untuk meningkatkan kinerja usaha yang sesuai dengan teori, pendapat yang dikemukakan para ahli serta ilmu yang telah ada sebelumnya.
2. Manfaat Bagi Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
   Sebagai bahan masukan bagi pimpinan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diteliti, sehingga Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bersangkutan dapat memahami lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha, serta sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki berbagai macam kelemahan yang ada, yang sesuai dengan penelitian ini, agar Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan semakin baik kinerjanya dan akan lebih mampu bersaing dengan kompetitor.

Kegunaan Akademis

1. Manfaat bagi program studi
   Untuk menambah referensi dan untuk bahan perbandingan dengan literatur-literatur yang sudah ada sebelumnya, khususnya tentang pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha.
2. Manfaat bagi penulis lain
   Untuk bahan referensi yang dapat digunakan apabila penulis lain ingin membuat literatur yang lebih detail dan lebih baik lagi dari penulis saat ini.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Diferensiasi Produk

Menurut **Kotler (2009:5)** bahwa pengertian “diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian

perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing."

Sedangakan menurut **Arionita & Tristanti (2014:61)** "diferensiasi produk merupakan bukti dan janji yang diberikan kepada pelanggan yang tercermin di dalam positioning produk, merek, dan perusahaan."

Menurut **Kotler & Keller (2009:364)** diferensiasi produk adalah keterampilan dan keunikan yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan, yang membedakan produk mereka dengan pesaingnya, namun hanya sampai detail-detail tertentu saja dari suatu produk yang dapat didiferensiasikan, karena tidak semua diferensiasi itu bermakna dan berharga. Diferensiasi itu akan lebih kuat apabila perbedaan itu memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut :

1. Bentuk
   Suatu produk dapat didiferensiasikan dengan berbagai macam variasi bentuk, ukuran, model, atau struktur fisik dari produk tersebut.
2. Daya Tarik Khusus (Fitur)
   Produk dapat ditawarkan dengan berbagai macam daya tarik, dengan karakteristik yang melengkapi fungsi dasar dari produk tersebut, seperti kemasan, rasa, dan berbagai variasi untuk memperindah tampilan produk. Upaya tersebut dilakukan untuk menjadi pionir dalam memperkenalkan suatu daya tarik baru yang berharga, yang juga merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk bersaing dengan pesaing lainnya.
3. Mutu Kesesuaian
   Kualitas kesesuaian adalah tingkat dimana semua unit produk yang diproduksi identik dengan rancangan yang telah dibuat sebelumnya dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan oleh sebuah produk.
4. Tidak Mudah Ditiru
   Membuat produk yang tidak mudah ditiru merupakan keunggulan untuk memperkuat perbedaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
5. Daya Tahan
   Suatu ukuran yang wajar/normal dari usia produk yang diharapkan.

Kemampuan Manajerial

Menurut **Karweti (2010:76)** "Kemampuan manajerial adalah seperangkat keterampilan teknis yang digunakan dalam melaksanakan tugas sebagai manajer untuk mendayagunakan segala sumber daya yang tersedia, untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien."

Sedangkan menurut pendapat yang dikemukakan oleh **Winardi (2010:4)** "Kemampuan manajerial adalah kesanggupan mengambil tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan."

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh **Mostafa et al. (2012:388)**, seorang manajer yang sukses memiliki tiga keterampilan manajerial, yaitu:

1. Kemampuan konseptual, merupakan kemampuan mental yang berkaitan cara manusia menganalisis dan berpikir rasional.
2. Kemampuan manusia, merupakan kemampuan untuk memahami berbagai macam perilaku manusia, yang digunakan untuk berkomunikasi secara jelas dan efektif dengan manusia lainnya.
3. Kemampuan teknis, merupakan kemampuan untuk menggunakan instrumen, prosedur tertentu serta teknik yang digunakan dari suatu kegiatan.

Kinerja Usaha

Menurut **Veithzal Rivai (2013:604)** "Kinerja Usaha adalah suatu istilah secara

umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan semacamnya."

Sedangkan menurut **Moerdiyanto (2011:116)** "Kinerja usaha merupakan hasil dari serangkaian proses bisnis dengan mengorbankan berbagai sumber daya, baik sumber daya manusia maupun keuangan perusahaan."

Menurut **Musran Munizu (2010) dalam Erwita dan Raja Sarah Fatricia (2014:24)** kinerja merupakan penilaian terhadap suatu operasional perusahaan yang dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Modal
3. Pertumbuhan Tenaga Kerja
4. Pertumbuhan Laba

Kerangka Pemikiran

Jumlah Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup banyak terutama di Kota Bandung dan sekitarnya membuat pertumbuhan ekonomi yang ada di Kota Bandung dan sekitarnya cukup stabil, hal tersebut berdampak baik bagi kesejahteraaan masyarakat yang ada di Kota Bandung dan sekitarnya. Namun walaupun begitu, terdapat masalah lain yang membuat para pelaku Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) cukup khawatir, yaitu adalah tentang bagaimana strategi diferensiasi produk yang harus mereka lakukan agar usaha mereka dapat berkembang dan mengatasi kemampuan manajerial mereka yang masih kurang memumpuni, mengingat kedua hal tersebut menyangkut kelangsungan usaha yang sedang mereka jalani. Strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial cukup penting, karena dapat meningkatkan kinerja usaha sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang menjadi lebih besar lagi dan dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja yang ada di Kota Bandung dan sekitarnya.

Strategi diferensiasi produk adalah sebuah strategi yang diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan daya saing perusahaan mereka dengan membuat produk yang berbeda dari para pesaing di bidang usaha yang sama. Dalam strategi tersebut perusahaan berinovasi untuk mengembangkan produk baru dengan konsep produk sebelumnya, atau memodifikasi produk lama dengan tampilan yang baru meliputi bentuk, rasa, dan kemasan dari produk tersebut.

Selain masalah strategi diferensiasi produk, dalam sebuah usaha juga dibutuhkan kemampuan manajerial yang memumpuni untuk menunjang seluruh kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan, agar kegiatan yang ada dalam perusahaan tersebut berjalan secara efektif dan efisien.

Strategi diferensiasi produk dan Kemampuan Manajerial akan dilakukan oleh para pelaku Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kinerja usaha.

Hipotesis

Menurut **Sugiyono di dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian (2014:93)** "Hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban atau kesimpulan sementara dari rumusan masalah dalam sebuah penelitian." Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Hipotesis Utama:

Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.

Sub Hipotesis:

H1: Strategi Diferensiasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.

H2: Kemampuan Manajerial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Tulip Brownies, Padalarang, Bandung Barat.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Menurut **Sugiyono di dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian (2011:32)** "Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, suatu objek atau suatu kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang dapat ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya."

Sesuai dengan pengertian yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi target dalam penelitian ilmiah. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Strategi Diferensiasi Poroduk dan Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja Usaha Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel Independen atau variabel Bebas (Variabel X), adalah suatu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependen (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

Metode Penelitian

Menurut **Sugiyono di dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian (2011:2)**, "Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk tujuan dan kegunaan tertentu."

Metode yang akan digunakan dalam penilitian ini adalah metode deskriptif verifikatif.

Menurut **Sugiyono di dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian (2005:21)**, "metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menggambarkan, menguraikan serta menganalisis suatu hasil penelitian, namun tidak digunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan yang lebih luas dari suatu hasil penelitian."

Sedangkan metode verifikatif yang masih menurut **Sugiyono (2012:8)**, "adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu yang bertujuan untuk menguji sebuah hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya."

Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, peneliti perlu melakukan pengelompokkan data yang dibagi menjadi 2 golongan, yaitu:

Populasi

Populasi menurut **Sugiyono (2014:115)** adalah "suatu kawasan dasar yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik masing-masing yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik menjadi sebuah kesimpulan."

Populasi dari penelitian ini adalah 36 karyawan dan staf Tulip Brownies di Padalarang, Bandung Barat.

Sampel

Pengertian sampel menurut **Sugiyono (2014:116)** "adalah bagian-bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dibutuhkan sebuah teknik untuk menentukan jumlah sampel, yang mana teknik tersebut diberi nama teknik sampling."

Teknik sampling jenuh atau sensus menurut **Sugiyono (2014:122)** adalah "teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampel", hal ini cukup sering dilakukan apabila jumlah populasi yang ada relatif kecil, atau kurang dari 100 orang, atau untuk sebuah penelitian yang ingin meminimalisir kesalahan-kesalahan yang mendasar.

Dalam penelitian ini, karena jumlah populasinya terbatas yaitu sebanyak 36 orang, maka peneliti mengambil jumlah sampel sesuai dengan jumlah seluruh populasi yang ada yaitu sebanyak 36 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang dilakukan dengan cara melakukan tinjauan langsung pada lokasi penelitian atau instansi yang menjadi objek utama untuk mendapatkan data primer dan data sekunder yang dibutuhkan.

1. Data Primer didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :
   a. Observasi (pengamatan langsung)
   b. Wawancara (*interview*)
   c. Kuesioner
2. Data sekunder didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:
   a. Dokumentasi
   b. Studi Literatur

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1
Hasil Estimasi Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,282	1,084		,260	,797
	X1 Strategi Diferensiasi Produk	,504	,087	,591	5,823	,000
	X2 Kemampuan Manajerial	,465	,120	,392	3,864	,000

a. Dependent Variable: Y Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS terlampir 2018

Dari hasil perhitungan regresi yang telah diolah di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 0{,}282 + 0{,}504X1 + 0{,}465X2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

b0 = 0,282 Artinya jika Strategi Diferensiasi Produk (X1) dan Kemampuan Manajerial (X2) bernilai konstan (nol) maka Kinerja Usaha (Y) akan bernilai sebesar 0,282.

b1= 0,504 Artinya jika Strategi Diferensiasi Produk (X1) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Kinerja Usaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,504.

b2= 0,465 Artinya jika Kemampuan Manajerial (X2) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Kinerja Usaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,465.

Analisis Koefisien Korelasi Simultan

Tabel 2
Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,901[a]	,812	,801	1,423030	2,463

a. Predictors: (Constant), X2 Kemampuan Manajerial, X1 Strategi Diferensiasi Produk
b. Dependent Variable: Y Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS terlampir 2018

Nilai R sebesar 0,901 pada output di atas menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial) secara simultan dengan Kinerja Usaha. Dengan nilai korelasi sebesar 0,901 bila mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh **Sugiyono (2013:184)** termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval 0,80-1,000. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang kuat antara strategi

diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha.

Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Tabel 3
Analisis Korelasi Parsial

Correlations

		Y Kinerja Usaha
X1 Strategi Diferensiasi Produk	Pearson Correlation	,853
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	36
X2 Kemampuan Manajerial	Pearson Correlation	,787
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	36

Sumber: Olah data SPSS terlampir 2018

Hubungan antara Strategi Diferensiasi Produk dengan Kinerja Usaha adalah sebesar 0,853 termasuk dalam hubungan yang sangat kuat karena pada rentang interval antara 0,80-1,000, nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah yang artinya Kinerja Usaha akan semakin baik ketika Strategi Diferensiasi Produknya semakin baik.

Hubungan antara Kemampuan Manajerial dengan Kinerja Usaha adalah sebesar 0,787 termasuk dalam hubungan yang kuat karena pada rentang interval antara 0,60-0,799, nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah yang artinya Kinerja Usaha akan semakin baik ketika Kemampuan Manajerialnya semakin baik.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4
Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,901[a]	,812	,801	1,423030	2,463

a. Predictors: (Constant), X2 Kemampuan Manajerial, X1 Strategi Diferensiasi Produk
b. Dependent Variable: Y Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS terlampir 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R-square sebesar 0,812 atau 81,2%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial secara simultan dapat memberikan pengaruh terhadap variabel Kinerja Usaha sebesar 81,2%. Sedangkan sisanya sebesar 100%-81,2% = 18,8%, merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

Menurut **Sugiyono di dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian (2014:93)** "Hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban atau kesimpulan sementara dari rumusan masalah dalam sebuah penelitian."

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar Strategi Diferensiasi Produk (X1) dan Kemampuan Manajerial (X2) tehadap Kinerja Usaha (Y) pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tulip Brownies Padalarang. Setelah melihat dan menelaah lebih lanjut mengenai karakteristik variabel yang akan diuji, maka diputuskan untuk menggunakan uji statistik dengan melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Dengan menggukan software SPSS 21 for Windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,282	1,084		,260	,797
	X1 Strategi Diferensiasi Produk	,504	,087	,591	5,823	,000
	X2 Kemampuan Manajerial	,465	,120	,392	3,864	,000

a. Dependent Variable: Y Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS terlampir 2018

Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Strategi Diferensiasi Produk

Ho : β1 = 0 Strategi Diferensiasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Ha : β1 ≠ 0 Strategi Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Kriteria:

Tolak H_o jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, dk= (n-k-1) 36-2-1 = 33, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar -2,035 atau 2,035.

Karena nilai t_{hitung} (5,823) lebih besar dari t_{tabel} (2,035) dan thitung berada pada daerah penolakan Ho sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan dari Strategi Diferensiasi Produk terhadap Kinerja Usaha pada Tulip Brownies Padalarang.

Kemampuan Manajerial

Ha : β2 = 0 Kemampuan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Ha : β2 ≠ 0 Kemampuan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Kriteria: Tolak H_o jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, dk= (n-k-1) 36-2-1 = 33, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar -2,035 atau 2,035.

Karena nilai t_{hitung} (3,864) lebih besar dari t_{tabel} (2,035) dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_o sehingga H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan dari Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja Usaha pada Tulip Brownies Padalarang.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Ho : β1, β2 = 0 Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Ha : β1, β2 ≠ 0 Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Probablity = 0,05/5%

Kriteria: Tolak H_o jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, terima H_o jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Tabel 6
Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289,036	2	144,518	71,366	,000[b]
	Residual	66,825	33	2,025		
	Total	355,861	35			

a. Dependent Variable: Y Kinerja Usaha
b. Predictors: (Constant), X2 Kemampuan Manajerial, X1 Strategi Diferensiasi Produk

Sumber: Olah data SPSS 21 terlampir 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 71,366. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan db_1 (banyaknya variabel bebas) : 2 dan db_2: n-k-1 (36-2-1) = 33 maka diperoleh nilai

F_{tabel} sebesar 3,285. Karena F_{hitung} (71,366) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,285) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak H_o dan menerima H_a. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Tulip Brownies Padalarang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah digambarkan, dianalisis, dan diuraikan pada bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan berbagai macam teori dan konsep yang mendukung penelitian ini yang berjudul Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja Usaha pada Tulip Brownies Padalarang. Maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Diferensiasi Produk diukur melalui 4 indikator yaitu bentuk, daya tarik khusus, mutu kesesuaian, dan tidak mudah ditiru. Untuk indikator tidak mudah ditiru memperoleh skor yang paling tinggi dengan kategori cukup baik, hasil tersebut didapatkan karena topping produk Tulip Brownies sedikit sulit ditiru apabila tidak mengetahui teknik khusus untuk memarut keju, coklat, menyusun kacang, dan lain sebagainya dengan rapi dan menarik di atas brownies panggang yang masih polos. Namun walaupun begitu, bukan berarti produk Tulip Brownies tidak bisa ditiru oleh pesaing lain, karena sekarang sudah mulai bermunculan brownies dengan topping seperti produk Tulip Brownies dengan tingkat kerapian yang masih jauh berada dibawah Tulip Brownies, karena teknik yang belum mereka kuasai dengan baik. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator bentuk, walaupun skornya merupakan yang paling rendah, indikator bentuk masih masuk dalam kategori yang cukup baik, hasil tersebut didapatkan karena bentuk dari produk Tulip Brownies yang sama dengan brownies-brownies pada umumnya yaitu berbentuk persegi panjang sehingga memudahkan konsumen/pelanggan dalam mencari brownies. Namun walaupun begitu produk Tulip Brownies tidak memiliki bentuk lain yang dapat menjadi alternatif konsumen yang menginginkan bentuk brownies yang berbeda.
2. Kemampuan manajerial diukur melalui 3 indikator yaitu keahlian teknis, keahlian manusia, dan keahlian konseptual. Untuk indikator keahlian konseptual memperoleh skor yang paling tinggi dengan kategori cukup baik, hasil tersebut didapatkan karena pimpinan/pemilik Tulip Brownies cukup mampu mengambil keputusan yang tepat dan akurat sesuai dengan keadaan. Namun walaupun begitu, terkadang pengambilan keputusan yang dilakukan pimpinan/pemilik Tulip Brownies yang dirasa sudah tepat dan akurat, apabila diterapkan dalam kondisi di lapangan yang sesungguhnya tidak selalu tepat dan akurat. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator keahlian teknis, yang masuk dalam kategori kurang baik, hasil tersebut didapatkan karena pimpinan/pemilik Tulip Brownies tidak memiliki kemampuan yang baik dalam bidang bakery, sehingga apabila terjadi masalah pada saat proses produksi pimpinan/pemilik Tulip Brownies tidak bisa berbuat banyak untuk memperkecil dampak yang ditimbulkan dari masalah produksi tersebut. Selain itu, dengan tidak memiliki kemampuan di bidang bakery, pimpinan/pemilik Tulip Brownies tidak bisa membuat inovasi-inovasi brownies dengan tangannya

sendiri, sehingga harus mengandalkan orang lain yang ahli dalam bidang bakery untuk membuatkan inovasi terhadap produk brownies miliknya. Hal ini membuat produk Tulip Brownies sangat minim inovasi dan resep dari produk Tulip Brownies mudah tersebar luas keluar, serta dapat dengan mudah jatuh ke tangan pesaing ketika meminta bantuan orang lain untuk membuatkan inovasi bagi produk Tulip Brownies.

3. Kinerja usaha diukur melalui 4 indikator yaitu pertumbuhan laba, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan penjualan. Untuk indikator pertumbuhan modal memperoleh skor yang paling tinggi dengan kategori cukup baik, hasil tersebut didapatkan karena pimpinan/pemilik Tulip Brownies selalu menyisihkan sedikit laba yang didapatkannya untuk disuntikan pada modal usahanya agar kegiatan operasional perusahaannya dapat terus berjalan dengan lancar dan dapat membuka kesempatan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk Tulip Brownies, tidak peduli laba yang diterimanya sedikit atau banyak, pimpinan/pemilik Tulip Brownies pasti selalu menyisihkannya untuk modal usahanya. Namun terkadang pertumbuhan modal terhambat karena pimpinan/pemilik Tulip Brownies harus memakai seluruh laba yang didapatkannya untuk memenuhi segala kebutuhannya, sehingga tidak dapat disisihkan untuk menambah modal usaha. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator pertumbuhan laba, yang masuk dalam kategori kurang baik, hasil tersebut didapatkan karena dampak dari pertumbuhan penjualan yang terhambat, yang mana hal tersebut tentu saja akan mempengaruhi pertumbuhan laba yang diterima semakin sedikit, stagnan, dan bahkan menurun sejak 2 tahun sebelumnya. Hal ini juga akan berdampak pada pertumbuhan modal apabila berlangsung dalam jangka waktu yang cukup lama.
4. Secara parsial, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara strategi diferensiasi produk terhadap kinerja usaha, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari strategi diferensiasi produk terhadap kinerja usaha pada Tulip Brownies Padalarang.
5. Secara parsial, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha pada Tulip Brownies Padalarang.
6. Secara simultan, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha pada Tulip Brownies Padalarang.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha pada Tulip Brownies Padalarang, maka penulis akan memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai berikut:

1. Strategi diferensiasi produk pada Tulip Brownies Padalarang secara umum termasuk dalam kategori yang cukup baik, namun pimpinan/pemilik Tulip Brownies disarankan untuk membuat varian bentuk brownies yang lebih

banyak lagi untuk dapat menarik konsumen/pelanggan baru dengan bentuk brownies yang unik. Selain itu, variasi bentuk dapat menjadi alternatif bagi konsumen/pelanggan setia Tulip Brownies yang bosan dengan bentuk brownies yang persegi panjang.

2. Kemampuan manajerial pada Tulip Brownies Padalarang secara umum termasuk dalam kategori cukup baik, namun pimpinan/pemilik Tulip Brownies disarankan untuk mengasah terus keahlian teknisnya di bidang bakery, agar dapat mengurangi dampak dari berbagai masalah yang terjadi pada saat proses produksi. Selain itu, dengan keahlian teknis yang memumpuni di bidang bakery, akan dapat melepaskan ketergantungan terhadap orang lain untuk membuat inovasi baru dari produk Tulip Brownies yang sebelumnya terhambat karena tidak memiliki keahlian teknis yang memumpuni di bidang bakery. Keahlian teknis yang memumpuni di bidang bakery juga akan bermanfaat untuk mencegah tersebar luasnya resep dari produk Tulip Brownies yang sebelumnya rawan tersebar luas karena keterlibatan orang ketiga dalam proses inovasi produk Tulip Brownies. Selain untuk mengatasi berbagai masalah yang terjadi di dalam perusahaan, keahlian teknis di bidang bakery juga dapat diturunkan pada orang-orang yang dipercaya dapat menjaga kelangsungan operasional perusahaan dan mampu mengembangkan perusahaan menjadi lebih besar lagi.
3. Kinerja usaha pada Tulip Brownies padalarang termasuk dalam kategori cukup baik, namun pimpinan/pemilik Tulip Brownies disarankan untuk dapat menerapkan strategi diferensiasi produk dengan menekankan indikator bentuk sebagai prioritas utama, dan pimpinan/pemilik Tulip Brownies juga disarankan untuk dapat menguasai kemampuan manajerial yang memumpuni dengan menekankan indikator keahlian teknis sebagai prioritas utama. Semua hal tersebut dirasa perlu dilakukan untuk menambah pangsa pasar dan memperluas cakupan pasar Tulip Brownies agar pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba dapat terus terjaga dan selalu bertumbuh, tidak terhambat, stagnan, apalagi menurun.
4. Pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kinerja usaha pada Tulip Brownies Padalarang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya dimanfaatkan untuk meningkatkan diferensiasi bentuk dan mutu kesesuaian, agar kinerja perusahaan dapat lebih cepat berkembang.
5. Pengaruh kemampuan manajerial terrhadap kinerja perusahaan pada Tulip Brownies Padalarang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya dimanfaatkan untuk meningkatkan keahlian teknis agar produk Tulip Brownies tidak minim inovasi dan keahlian manusia agar produktivitas perusahaan tetap terjaga atau bahkan menjadi lebih produktif sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha.
6. Pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja perusahaan yang sudah berjalan dengan baik harus terus dijaga agar pertumbuhan penjualan terus meningkat diiringi dengan pertumbuhan laba, yang mana nantinya akan dapat menambah lapangan pekerjaan karena kegiatan usahanya yang bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

Arionita Chasti & Tristanti Handayani. 2014. *Dampak Strategi Diferrensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Distro Episode Clothing Bandung*. JURISMA – Jurnal Riset Bisnis & Manajemen. Vol IV. No.1 – 2014. ISSN: 2086 – 0455.

Daly Rustamblin, Armanu Toyib, Djumilah Zain. 2013. *Pengaruh Strategi Generik terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Bank Umum)*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Volume 1 No 1. Maret 2013. ISSN: 1693-5241. Tersedia: http://jurnaljam.ub.ac.id › Home › Vol 11, No 1 (2013) › Rustamblin [5 April 2018]

Erwita, Raja Sarah Fatricia. 2014. *Dampak Tata Kelola Pedagang Kaki Lima(Pkl)Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Pkl Wilayah Sekitar Kampus Di Kota Jambi)*. Jurnal Dinamika Manajemen Vol.2 No.1 Januari-Maret 2014. ISSN: 2355-8148. Tersedia: https://online-journal.unja.ac.id/index.php/jmbp/article/view/2128 [5 April 2018]

Ibnu Hajar, dkk. 2012. Pengaruh Kemampuan Manajerial dan Lingkungan Industri terhadap Kemampuan Organisasi, Strategi Bersaing, dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri Kecil Meubel Kayu di Sulawesi Tenggara). Jurnal Aplikasi Manajemen. Volume 10 Nomor 1. Juni 2012. ISSN: 1693-5241. Tersedia: http://jurnaljam.ub.-ac.id › Home › Vol 10, No 2 (2012) [5 April 2018]

Karweti Engkay. 2010. *Pengaruh Kemampuan Manajerial Kepala Sekolah Dan Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru Slb Di Kabupaten Subang*. ISSN: 1412-565X Tersedia: http://jurnal.upi.edu/-penelitianpendidikan/view/1814/pengaruh-kemampuan-manajeria-kepala-sekolah-dan-faktor-yang-mempenga-ruhi-motivasi-kerja-terhadap-kinerja-guru-slb-di-kabupaten-subang.html [3 April 2018]

Kismo Cahyono, Bambang Suhada. 2016. Pengaruh Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Metro. DERIVATIF Vol. 10 No. 1. April 2016. ISSN: 1978-6573. Tersedia: https://fe-.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/-article/view/76 [5 April 2018]

Kotler Philip, Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Moerdiyanto. 2011. *Pengaruh Tingkat Pendidikan Manajer Terhadap Kinerja Perusahaan Go-Public. Cakrawala Pendidikan*. ISSN: 0216-1370 Tersedia: https://journal.uny.ac.id/index.php/cp/issue/view/779 [12 Mei 2018]

Mostafa A., Habib H., Farzad, Q & Nahid J. 2012. *Prioritizing Managerial Skills Based on Katz's Theory in Physical Education Offices of Universities in Iran*. World Applied Sciences Journal, 20 (3): 388-394. Tersedia: https://pdfs.semanticscholar.org/290a/813d072e480a7bf18ab18a55e9fd82ee9cb9.pdf [12 Mei 2018]

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2011. *Metodologi Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

_____. 2012. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

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

Winardi. 2010. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Bandung: Rineka Cipta.