

**PENGARUH STRATEGI FUNGSIONAL TERHADAP KINERJA BISNIS  
PERUSAHAAN BAGI UKM DI YOGYAKARTA**

**JURNAL**



**Disusun oleh :**

**Nama : Rembulan Selaras**  
**NIM : 14311547**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2017/2018**

**PENGARUH STRATEGI FUNGSIONAL TERHADAP KINERJA BISNIS  
PERUSAHAAN PADA UKM DI YOGYAKARTA**

**JURNAL**

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar  
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam**

**Indonesia**



Disusun oleh :

**Nama : Rembulan Selaras**  
**NIM : 14311547**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**T.A 2017/2018**

Pengaruh Strategi Fungsional Terhadap Kinerja Bisnis Perusahaan Bagi UKM di Yogyakarta

Nama : Rembulan Selaras  
Nomor Mahasiswa : 14311547  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional



Yogyakarta, 15 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti Nursyamsiah', is written over the name of the supervisor.

Dra. Siti Nursyamsiah, MM

# PENGARUH STRATEGI FUNGSIONAL TERHADAP KINERJA BISNIS PERUSAHAAN BAGI UKM DI YOGYAKARTA

**Rembulan Selaras<sup>1</sup>, Siti Nursyamsiah, Dra., M<sup>2</sup>**

[Rembulanselaras20@gmail.com](mailto:Rembulanselaras20@gmail.com), [siti.nursyamsiah@uii.ac.id](mailto:siti.nursyamsiah@uii.ac.id)

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi fungsional terhadap kinerja bisnis perusahaan bagi UKM di Yogyakarta. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pemilik/manajer UKM di Yogyakarta dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgmental sampling* dengan jumlah sampelnya adalah 97 UKM di Yogyakarta. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah *Analisis Regresi Linier Berganda* dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi produksi, strategi sumber daya manusia, dan strategi penelitian & pengembangan tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis, sedangkan strategi keuangan dan strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

**Kata Kunci** : UKM, Strategi Fungsional, Kinerja Bisnis, Strategi Keuangan, Strategi Produksi, Strategi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Strategi Penelitian & Pengembangan

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang terjadi di Indonesia sekarang ini membuat kondisi persaingan bisnis malah semakin ketat, salah satunya di sektor industri. Sektor industri merupakan komponen utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor ini tidak hanya berpotensi mampu memberikan kontribusi ekonomi yang besar melalui nilai tambah, lapangan kerja dan devisa, namun mampu memberikan kontribusi yang besar sebagai penunjang pembentukan daya saing nasional. Untuk itu salah satu sub sektor industri yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil hanya mempunyai jumlah pegawai antara 1 sampai 19 orang. Sementara itu usaha menengah

mempunyai pegawai antara 20 sampai 99 orang (BPS, 2017). UKM memiliki fungsi penting dalam hal penyerapan tenaga kerja dan sarana untuk membangkitkan perekonomian di Indonesia, dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja sangat tinggi dan berhubungan langsung dengan rakyat kecil. Hal ini secara tidak langsung dapat menciptakan lapangan kerja yang bertujuan untuk pemerataan distribusi pendapatan dan mengurangi angka pengangguran setiap tahunnya. Usaha yang termasuk kedalam Usaha Kecil Menengah (UKM) ini seperti: usaha makanan, kerajinan, mebel, hingga konveksi atau tekstil dengan penjualan maksimal 50M per tahun untuk usaha menengah dan 5M untuk usaha kecil. Dengan banyaknya UKM maka secara tidak langsung akan memperkuat perekonomian yang ada, karena telah terbukti saat terjadi krisis ekonomi tahun 1998 hanya UKM yang mampu bertahan dibandingkan sektor usaha besar lainnya.

Setiap UKM tentunya memiliki keistimewaan terhadap produk yang dihasilkan, namun hal tersebut harus diselaraskan dengan strategi yang kuat dan sesuai agar bisa menghadapi persaingan bisnis UKM yang ada di Yogyakarta. Menurut Kotler (2008:25) mengatakan bahwa strategi merupakan sebuah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan, sehingga mampu mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan.

Menurut Eddy Yunus (2016) didalam organisasi, terdapat tiga tingkatan strategi, yaitu: strategi korporasi (*corporate strategy*), strategi bisnis (*business strategy*), dan strategi fungsional (*functional strategy*). Namun diantara ketiga strategi tersebut strategi fungsional memiliki lingkup yang lebih sempit dibandingkan yang lain. Walaupun begitu strategi fungsional akan tetap mengacu pada strategi bisnis dan strategi korporasi. Strategi yang dibahas dalam strategi fungsional meliputi keuangan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, serta penelitian dan pengembangan. Setiap strategi fungsional tentunya memiliki beberapa indikator yang mendukung untuk terbentuknya hal tersebut. Dengan demikian semakin tinggi strategi yang digunakan, maka semakin tinggi pula kinerja manajerialnya sehingga berdampak terhadap kinerja bisnisnya. Suatu perusahaan dianggap sukses atau tidaknya

tergantung kinerja dari perusahaan itu sendiri. Dengan adanya tekanan persaingan yang begitu ketat, baik secara langsung atau tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja bisnis bagi suatu perusahaan. Perubahan yang begitu cepat baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus hidup produk menyebabkan permasalahan serius bagi dunia usaha apalagi Usaha Kecil Menengah (UKM).

## **2. URAIAN PENELITIAN**

### **Strategi Fungsional**

Strategi fungsional dititikberatkan pada pengembangan dan pemeliharaan suatu kompetensi khusus (*distinctive competency*) untuk menghasilkan keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan atau unit bisnis. Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi yang lain, karena strategi fungsional umumnya memiliki durasi waktu yang lebih pendek dibandingkan strategi bisnis dan strategi korporasi. Strategi fungsional juga memberikan rincian tentang strategi bisnis dan mengatur bagaimana kegiatan utama bisnis akan dikelola. Dengan demikian strategi ini memainkan dua peran penting bagi bisnisnya. Pertama, mereka memberikan dukungan kepada strategi bisnis secara keseluruhan. Kedua, mereka menguraikan bagaimana manajer fungsional akan bekerja sehingga memastikan tiap bidang fungsionalnya mencapai kinerja yang lebih baik dari sebelumnya (Aji, 2015).

### **Komponen Strategi Fungsional**

#### **Strategi Keuangan (X1)**

Strategi keuangan (*financial strategy*) menguji implikasi keuangan dari pilihan strategis suatu perusahaan dan mengidentifikasi tindakan keuangan yang terbaik. Tujuan dari strategi keuangan adalah untuk menyediakan perusahaan struktur keuangan dan dana yang cukup untuk mencapai tujuan umumnya (Hunger dan Wheelen, 2003). Dalam mengelola dana perusahaan, bagian keuangan bertanggung jawab pada hampir semua hubungan antara organisasi dan beberapa *stakeholder* yang penting, yaitu para pemegang saham, pimpinan/direksi bank, investor-investor lain, Badan Pengawas Modal (Bapepam), dan kantor pajak. Strategi keuangan juga berhak menentukan kebijakan pembagian deviden melalui persiapan laporan yang baik dan kinerja keuangan perusahaan agar dipahami oleh pemegang saham (Udaya et al, 2013). Jika suatu perusahaan berhasil terhadap bisnisnya, maka harga saham akan semakin tinggi sehingga mencerminkan pertumbuhan perusahaan dalam penjualan meningkat yang akhirnya menghasilkan perolehan keuntungan (*capital gain*) lebih

besar pada saat pemegang saham menjual saham mereka.

### **Strategi Produksi (X2)**

Strategi produksi berguna untuk menetapkan apa yang menjadi produk unggulan, produk kompetitif, produk baru, sesuai dengan kompetensi pokok yang dimiliki. Strategi untuk produksi juga terkait dengan sistem produksi, perencanaan dan pengendalian operasional, serta penelitian dan pengembangan. Sistem produksi tersebut bersangkutan dengan kapasitas, lokasi, tata letak produk atau layanan desain, sistem kerja, tingkat otomatisasi, tingkat integrasi vertikal dan faktor-faktor tersebut. Strategi produksi akan berkaitan dengan sistem produksi yang dinilai signifikan karena berkaitan dengan isu-isu penting yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya. Lain halnya bagi strategi yang berkaitan dengan perencanaan dan pengendalian operasi prihatin dengan perencanaan produksi agregat, pasokan bahan, persediaan, biaya, manajemen kualitas, pemeliharaan pabrik dan peralatan. Strategi produksi dalam hal tersebut bertujuan untuk melihat seberapa efisien sumber daya yang digunakan dan dengan cara apa operasi sehari-hari dapat dikelola dalam tujuan jangka panjang (Aji, 2015). Selain itu strategi produksi termasuk kedalam strategi operasi (*operation strategy*) yang menentukan bagaimana suatu produk atau jasa diproduksi, tingkat integrasi vertikal dalam proses produksi, penyebaran sumber daya fisik, dan hubungan dengan para pemasok (Wheelen dan David, 2003)

### **Strategi Pemasaran (X3)**

Pemasaran adalah suatu proses yang digunakan untuk menilai dan memenuhi kebutuhan serta keinginan individu atau kelompok dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai (Udaya et al, 2013). Faktor penting yang mempengaruhi dalam pemasaran meliputi pelanggan dan para pesaing. Dengan demikian untuk mengelola kedua faktor tersebut secara efektif dan efisien merupakan sasaran strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Strategi pemasaran (*marketing strategy*) berkaitan dengan penetapan harga (*pricing*), penjualan (*selling*), dan pendistribusian (*distributing*) produk.

### **Strategi Sumber Daya Manusia (X4)**

Sumber daya manusia dianggap sebagai sumber keunggulan kompetitif bagi

suatu perusahaan. Sumber daya manusia berperan dalam memungkinkan organisasi untuk secara efektif menangani tantangan lingkungan eksternal, fungsi manajemen sumber daya manusia telah diterima sebagai mitra strategis dalam perumusan strategi organisasi dan dalam pelaksanaan strategi tersebut melalui perencanaan sumber daya manusia, ketenagakerjaan, pelatihan, penilaian, dan menghadiah personil (Aji, 2015). Strategi ini menekankan bagaimana suatu perusahaan dapat memutuskan untuk memilih dan memanfaatkan tenaga kerja dengan baik. Perusahaan tersebut dapat menentukan untuk merekrut pegawainya sendiri atau menggunakan *outsourcing*. Selain itu perusahaan juga dapat menentukan dalam menggunakan tenaga kerja yang kurang terampil dengan upah yang murah atau tenaga kerja terampil dengan upah yang tinggi.

#### **Strategi Penelitian dan Pengembangan (X5)**

Strategi penelitian ini berkaitan dengan inovasi dan pengembangan produk dan proses. Salah satu pilihan dalam strategi R&D adalah apakah perusahaan akan menjadi pemimpin teknologi (*technological leader*) yaitu menjadi pelopor inovasi, atau menjadi pengikut teknologi (*technological follower*) yakni meniru produk pesaing.

#### **Kinerja Bisnis (Y)**

Kinerja menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena dapat menentukan reputasi dari suatu organisasi. Menurut Moehariono (2012:95), kinerja atau *performance* merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi. Dengan demikian kinerja bisnis adalah hasil atau prestasi suatu perusahaan selama periode waktu tertentu yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pemilik/manajer Usaha Kecil Menengah di Yogyakarta. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah pemilik UKM yang ada di Yogyakarta dan memiliki surat izin usaha. Sampel penelitian diambil secara *purposive sampling* dimana peneliti melakukan pengambilan subjek terbatas pada orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah



satu-satunya pihak yang memilikinya, atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2017). Untuk spesifiknya, pengambilan sampel bertujuan ini lebih mengarah ke pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgmental sampling*) dikarenakan jumlah atau kategori orang tertentu memiliki informasi yang dicari terbatas. Ada 97 pemilik UKM yang dapat dijadikan sampel penelitian yang meliputi UKM kuliner, meubel, kerajinan, serta industri pakaian dan tas. Variabel dalam penelitian ini meliputi Strategi Keuangan, Strategi Produksi, Strategi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, serta Strategi Pengembangan dan Penelitian sebagai variabel independen, sedangkan Kinerja Bisnis sebagai variabel dependen. Pengolahan data dari penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis berupa aplikasi sistem pengolahan data SPSS versi 16.0 Untuk mengetahui hubungan antar variabel yang dihasilkan dari data penelitian yang telah diolah.

#### **4. HASIL ANALISIS**

##### **4.1 ANALISIS STATISTIK DEKRIPTIF**

Dari pengumpulan data yang telah dilakukan kemudian dilakukan pengolahan data berdasarkan hasil deskriptif jawaban responden yang dijadikan objek penelitian, dari pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 didapatkan hasil statistik deskriptif sebagai berikut. :

Diketahui nilai terkecil (*minimum*) variabel strategi keuangan 3,10 dan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 3,88. Nilai rata-rata (*mean*) dari strategi keuangan menunjukkan angka sebesar 3,53 yang masuk kategori baik. Kemudian pada variable strategi produksi memiliki nilai terkecil (*minimum*) sebesar 3,56 dengan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 4,55. Nilai rata-rata (*mean*) dari variable strategi produksi 4,07 yang masuk kategori baik. Variabel strategi sumber daya manusia memiliki nilai terkecil (*minimum*) sebesar 3,61 dan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 4,18, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,01 yang masuk kategori baik. Variabel strategi pemasaran memiliki nilai terkecil (*minimum*) sebesar 3,08, dan nilai terbesar (*maximum*) dengan angka 4,55. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel strategi pemasaran memiliki nilai sebesar 3,84 yang masuk kategori baik. Variabel penelitian dan pengembangan memiliki nilai terkecil (*minimum*) sebesar 3,51 dengan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 3,75. Variabel strategi penelitian dan pengembangan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,67 yang masuk kategori baik. Variabel kinerja bisnis memiliki nilai terkecil (*minimum*) sebesar 3,19 dengan nilai terbesar (*maximum*)

sebesar 3,66. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel kinerja bisnis memiliki nilai sebesar 3.47 yang masuk kategori baik. Dari pernyataan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa para pelaku UKM di Kota Yogyakarta memberikan persepsi terhadap variabel strategi keuangan, strategi produksi, strategi sumber daya manusia, strategi pemasaran, strategi penelitian dan pengembangan, serta kinerja bisnis mereka memiliki sudah baik.

#### **4.2 HASIL UJI HIPOTESIS**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hasil uji *t-test* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.25. Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel Strategi Keuangan, Strategi Produksi, Strategi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, serta Strategi Penelitian dan Pengembangan terhadap Kinerja Bisnis UKM.

**Tabel 4.1**  
**Uji Hipotesis**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model                                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)                         | -.407                       | .585       |                           | -.697 | .488 |
| Strategi Keuangan                    | .281                        | .111       | .279                      | 2.526 | .013 |
| Strategi Produksi                    | .155                        | .126       | .115                      | 1.233 | .221 |
| Strategi Sumber Daya Manusia         | .142                        | .127       | .102                      | 1.117 | .267 |
| Strategi Pemasaran                   | .341                        | .117       | .329                      | 2.925 | .004 |
| Strategi Penelitian dan Pengembangan | .099                        | .107       | .082                      | .932  | .354 |

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Berdasarkan Tabel 4.1 model regresi berganda untuk Kinerja Bisnis atas faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu variabel Strategi Keuangan, Strategi Produksi, Strategi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, serta Strategi Penelitian dan Pengembangan sebagai berikut, **Kinerja Bisnis = -0,407 + 0,281 Strategi Keuangan + 0,155 Strategi Produksi + 0,142 Strategi Sumber Daya Manusia + 0,341 Strategi Pemasaran+ 0,099 Strategi Penelitian dan Pengembangan.**

Dari persamaan tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa variabel Strategi Keuangan, Strategi Produksi, Strategi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, serta Strategi Penelitian dan Pengembangan memiliki arah koefisien regresi yang positif atau berbanding lurus terhadap Kinerja Bisnis, hal ini menunjukkan bahwa variabel Strategi Keuangan, Strategi Produksi, Strategi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, serta Strategi Penelitian dan Pengembangan berpengaruh positif terhadap *Kinerja Bisnis* UKM di Yogyakarta. Hasil Uji-t test dengan menggunakan program Aplikasi SPSS 16.0 sebagai berikut :

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi keuangan 0,013 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,526. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,013 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak ; yang berarti ada pengaruh strategi keuangan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi produksi sebesar 0,221 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 1,233. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,221 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima ; yang berarti tidak ada pengaruh strategi produksi terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi sumber daya manusia sebesar 0,267 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 1,117. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,267 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima ; yang berarti tidak ada pengaruh strategi sumber daya manusia terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi pemasaran sebesar 0,004 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,925. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,004 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak ; yang berarti ada

pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi penelitian dan pengembangan sebesar 0,354 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 0,932. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,354 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima ; yang berarti tidak ada pengaruh strategi penelitian dan pengembangan terhadap kinerja bisnis.

## 5. PENUTUP

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi keuangan sebesar 0,013 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,526. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,013 < 0,05$ ). Dengan demikian penelitian ini mendukung hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa strategi keuangan berpengaruh terhadap kinerja bisnis bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi produksi sebesar 0,221 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 1,233. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,221 > 0,05$ ). Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa strategi produksi berpengaruh terhadap kinerja bisnis bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada table 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi sumber daya manusia sebesar 0,267 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 1,117. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,267 > 0,05$ ). Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa strategi sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja bisnis bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada table 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi pemasaran sebesar 0,004 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,925. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,004 < 0,05$ ). Dengan demikian penelitian ini mendukung hipotesis keempat ( $H_4$ ) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja bisnis bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil dari hitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di atas diperoleh hasil nilai, *p-value* hasil *uji-t* dari variabel strategi penelitian dan pengembangan sebesar 0,354 dan diperoleh nilai *t* hitung sebesar 0,932. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,354 > 0,05$ ). Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa strategi penelitian dan pengembangan berpengaruh terhadap kinerja bisnis bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Yogyakarta.

Saran dari penelitian yang telah dilakukan maka diharapkan penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian, agar hasil yang diperoleh dapat mewakili UKM secara keseluruhan dan tidak terbatas hanya pada suatu wilayah saja. Selanjutnya disarankan bagi para pelaku UKM di Kota Yogyakarta agar lebih memerhatikan dua strategi fungsional yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis, yakni Strategi Keuangan dan Strategi Pemasaran. Dengan demikian pelaku UKM di Kota Yogyakarta dapat memperluas pangsa pasarnya, sehingga keuntungan diperoleh dapat meningkat. Selain itu disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambahkan atau mengurangi variabel lain guna memaksimalkan kinerja bisnis.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Nasional (2017). *Usaha menengah mempunyai pegawai antara 20 sampai 99 orang*, diakses pada: 12 Februari 2018 di: <https://www.bps.go.id/>

Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

Aji, Prasetyo. (2015). *Manajemen Strategi: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*.

Yogyakarta: Ekuilibria

Moeheriono (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sekaran, Uma (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*.

New York-USA: John Wiley and Sons, Inc

Udaya, Jusuf et al. (2013). *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wheelen, Thomas L. dan Hunger, J. David. (2003). *Strategic Management and Business Policy, 5th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Yunus, Eddy (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.