

DAMPAK PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO DI SULAWESI SELATAN

Al Kausar^{1*}, St Wardhani Bakri², Sudirman³, Fajriansyah⁴, Revoldai Agusta⁵

IBK Nitro Makassar^{1, 2, 3}, STIE LPI Makassar⁵
STIM LPI Makassar⁴

***email korespondensi:**
kauzar.kalam@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to measure how strong the influence of implementing strategic management practices and digitalization on the performance of micro-enterprises in South Sulawesi-Indonesia (Makassar, Gowa, Maros, & Pare-Pare), especially performance related to sales turnover, break-even point (BEP), and profit. This study uses quantitative methods with primary data and data sources through the interview process and questionnaires. The interview process was conducted with the heads of small and medium enterprises (micro enterprises) in South Sulawesi (Makassar, Gowa, Maros, & Pare-Pare), while the questionnaires were distributed directly to 200 respondents by survey officers. Of the 200 questionnaires distributed to respondents, 180 of them (90%) met the requirements for processing and analysis. The results showed that strategic planning had a negative and significant effect on the sales volume of micro enterprises, strategic planning had a positive and insignificant effect on the bep of micro enterprises, strategic planning had a negative and significant effect on the profits of micro enterprises, implementation strategies had a negative and no effect. significant effect on the sales volume of micro enterprises, the implementation strategy has a positive and insignificant effect on the bep of micro enterprises, the implementation strategy has a negative and insignificant effect on the profits of micro enterprises, strategic evaluation has a positive and significant effect on the sales volume of micro enterprises, strategic evaluation has positive and significant influence on the bep of micro enterprises, strategic evaluation has a negative and insignificant effect on profits of micro enterprises, the use of technology has a positive and insignificant effect on volume Micro-enterprise sales volume, the use of technology has a negative and insignificant effect on the bep of micro-enterprises, the use of technology has a positive and significant impact on the profits of micro-enterprises.

Keywords: *Motivation, employee performance, New Normal Covid-19*

1. PENDAHULUAN

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis dan kondisi pasar semakin dinamis, banyak Usaha mikro di Indonesia dan di negara-negara lain mengembangkan upaya mereka untuk memahami bagaimana Usaha Mikro dapat mempertahankan atau meningkatkan pemasaran dan kinerja keuangan. Untuk dapat bersaing, beberapa ahli manajemen strategis dan kebijakan telah mendorong

pengaruh praktik manajemen strategis pada perusahaan pertunjukan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hubungan antara praktik manajemen strategis dan kinerja perusahaan tidak konsisten. Beberapa berpendapat bahwa ada hubungan yang kuat antara kedua variabel, tetapi tidak kurang percaya bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang kuat hubungan [1]; [2]. Alhasil, hingga saat ini masih ada kesenjangan penelitian sehubungan dengan efek manajemen strategis praktik pada kinerja bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa kuat pengaruh praktik manajemen strategis serta penggunaan teknologi terhadap kinerja Usaha Mikro di Provinsi Sulawesi-Selatan (Makassar, Gowa, Maros, & Pare-Pare), Indonesia khususnya terkait kinerja dengan volume penjualan, titik impas (BEP), dan laba. NS penelitian ini juga mengeksplorasi apakah tingkat pendidikan dan ukuran Usaha Mikro memiliki peran dalam memoderasi efek strategis praktik manajemen pada volume penjualan, BEP dan Laba Usaha Mikro.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Praktek Manajemen Strategies

Menurut [3] perencanaan dan strategi strategis manajemen serupa. Istilah pertama sering digunakan dalam dunia bisnis, sedangkan yang pertama sering digunakan dalam dunia akademik. Dalam penelitian ini akan digunakan istilah dari praktik manajemen strategis. [4] mendefinisikan strategis manajemen sebagai metode merumuskan dan mengimplementasikan rencana jangka panjang secara luas dan fleksibel untuk mencapai organisasi sasaran. Komponen kunci dari praktik manajemen strategis membutuhkan jawaban atas pertanyaan di mana masa depan arah bisnis adalah, di mana bisnis saat ini akan, bisnis apa yang akan terjadi di masa depan, dan perubahan apa yang akan terjadi terjadi di lingkungan bisnis [5]. Menurut [6] dan [3], aspek kunci dari manajemen strategis meliputi analisis lingkungan, pengaturan misi perusahaan, strategi formulasi, eksekusi strategi, evaluasi strategi dan kontrol. [7] telah mengamati bahwa aspek-aspek kunci dari strategi manajemen termasuk pandangan jangka panjang perusahaan, dan menentukan lini bisnis untuk memastikan hak strategi yang diterapkan pada perusahaan berdasarkan kondisi lingkungan. Ide ini menunjukkan bahwa hak strategi dapat membantu organisasi untuk mengambil keuntungan dari peluang yang muncul untuk meminimalkan ancaman yang ditimbulkan oleh lingkungan pasar yang tidak stabil.

Manajemen strategis berkembang dalam empat periode yang berbeda. Secara teoritis, teori terbaru dari manajemen strategis adalah pandangan berbasis sumber daya perusahaan [8] yang berfokus memperhatikan aspek internal perusahaan, dimana [9] karakteristik yang mewakili domain penelitian penting dalam era pembangunan awal strategis manajemen pada tahun 1960-an. Perintis strategi seperti [10] dan [11] lebih fokus pada mengidentifikasi praktik terbaik perusahaan yang berkontribusi pada kesuksesan mereka. Para peneliti pada periode ini telah menekankan pendapat mereka bahwa keberhasilan perusahaan adalah karena peran faktor internal dan keunikan perusahaan daya saing [9]. Argumen yang menekankan Keberhasilan perusahaan karena faktor internal disebut dengan [12] sebagai tampilan berbasis sumber daya (RBV).

Pada tahun 1970-an, fokus perhatian manajemen strategis berada pada faktor eksternal perusahaan, yang dikenal dengan istilah industri/ organisasi atau I/O [13]. Teori ini pada dasarnya datang dari [14] dan [15]. Menurut Porter dalam [16], di era ini, strategi perusahaan dikelompokkan menurut industri struktur. [14] dan [15] percaya bahwa kinerja perusahaan sangat ditentukan oleh eksternal atau industri/faktor organisasi (I/O) yang dimiliki manajemen perusahaan tidak dapat mengontrol sepenuhnya. Pada periode ketiga, fokus strategi teori perencanaan bergeser lagi ke faktor internal perusahaan (RBV), ditandai dengan penekanan pada kompetitif dinamika dan batas-batas hubungan antar perusahaan dan lingkungannya [17].

Dibandingkan dengan I/O, manajemen strategis bergerak lebih dekat ke faktor internal perusahaan (RBV) dan persaingan di antara perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif [18]. Pada periode keempat, pandangan berbasis sumber daya (RBV) perusahaan menjadi fokus dari perhatian bagi perusahaan dalam mengelola strateginya. Secara teoritis, premis utama dari pandangan berbasis sumber daya dari perusahaan menjawab pertanyaan mendasar tentang bagaimana perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya [19].

Dalam kaitannya dengan praktik manajemen strategis, [20] menjelaskan empat tahapan atau proses manajemen strategis, yaitu: (1) pemindaian lingkungan; (2) perumusan strategi; (3) strategi penerapan; dan (4) evaluasi dan pengendalian. Yang strategis proses manajemen dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Pada tahap pemindaian lingkungan, perusahaan melakukan analisis internal dan eksternal perusahaan lingkungan. Menurut [3], analisis eksternal lingkungan meliputi ekonomi, sosial, budaya, demografi, politik, pemerintahan, hukum, dan teknologi lingkungan. Selanjutnya, menurut [20], internal lingkungan terdiri dari struktur, budaya dan sumber daya. [21] juga menjelaskan bahwa sumber daya inti, kemampuan, dan kompetensi adalah bagian dari lingkungan internal yang mempengaruhi perusahaan. Sedangkan menurut [3] ada enam jurusan kekuatan internal yang mempengaruhi lingkungan internal perusahaan yaitu manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi / operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen. Dalam tahap perumusan strategi, perusahaan menentukan misi yang menjadi alasan didirikannya perusahaan, tujuan atau apa dan kapan suatu hasil dicapai, strategi atau rencana untuk mencapai misi dan tujuan perusahaan, serta sebagai kebijakan umum atau pedoman untuk pengambilan keputusan. Dalam tahapan implementasi strategi, perusahaan menyiapkan program yang direncanakan kegiatan rinci, anggaran yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan, dan tata cara pelaksanaan kegiatan. Pada akhir tahap manajemen strategis, perusahaan mengevaluasi dengan membandingkan target dengan kinerja nyata. Kinerja perusahaan yang belum sesuai dengan target, akan dikoreksi untuk perbaikan periode berikutnya. Tahapan manajemen strategis tersebut akan menjadi dasar dalam menentukan variabel bebas dari strategi bisnis terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro.

2. Performa Usaha (Bisnis)

Metode pengukuran kinerja bisnis masih tetap menjadi bahan perdebatan bagi kedua praktisi bisnis dan komunitas akademik [22] dan [23]. Namun, beberapa

peneliti cenderung setuju bahwa dalam organisasi umum mungkin menggunakan pengukuran kinerja berdasarkan tujuan yang telah ditentukan daripada menggunakan penilaian responden, asalkan informasi yang disajikan jauh lebih akurat [24] dan [25]. Menurut [26], metode pengukuran kinerja dapat dibagi menjadi dua jenis: objektif dan subjektif pengukuran. Pengukuran objektif meliputi laba, penjualan volume, laba atas investasi, titik impas, dan perputaran persediaan yang datanya dianalisis dari keuangan laporan keuangan, seperti neraca dan laporan laba rugi. Sedangkan pengukuran subjektif mengandalkan persepsi manajer atau pemilik perusahaan sehubungan dengan bisnis kinerja yang dicapai. Kritik pada bisnis pengukuran objektif kinerja adalah bahwa laporan kinerjanya sulit untuk akses, rahasia, tidak lengkap, dan sering tidak akurat [27]. Sebagai tambahan selain itu, dalam pendekatan objektif, jumlah keuntungan adalah seringnya dimanipulasi, dan sulit untuk membandingkan antara sektor usaha yang berbeda. Selanjutnya, [24] menyarankan bahwa pengukuran objektif tidak dapat diandalkan karena terlalu umum dan cenderung melihat ke belakang daripada ke depan. Pengukuran objektif juga lebih menekankan pada manfaat jangka pendek daripada manfaat jangka panjang. Akibatnya, manajer atau pemilik sulit untuk dipahami akar penyebab masalah kinerja untuk membuat keputusan lintas fungsi agar dapat bertahan dalam bisnis yang tidak pasti dalam suatu lingkungan.

Sebuah studi oleh [22] mengungkapkan bahwa data kinerja objektif adalah dipengaruhi oleh faktor industri tertentu, dan oleh karena itu tidak tepat untuk membuat perbandingan lintas industri. Sebagai konsekuensi dari ketidakakuratan ini, [22] berpendapat bahwa sebelumnya peneliti lebih mengandalkan kinerja perusahaan yang subjektif pelacakan karena kesulitan dalam memperoleh tujuan dari data kinerja, terutama dalam badan usaha skala kecil dan menengah (Usaha Mikro). Berkenaan dengan kinerja subjektif pengukuran, informasi kinerja disediakan dalam istilah nonmoneter, seperti volume penjualan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, pergantian karyawan dan produk baru pengembangan, relevan untuk bertahan dalam persaingan lingkungan [28]. [29] berpendapat bahwa dengan pengukuran subjektif, manajer atau pemilik perusahaan bersedia memberikan persepsi mereka tentang kinerja bisnis, termasuk persepsi mereka dalam menghargai informasi sensitif atau rahasia yang dibutuhkan oleh usaha untuk bertahan dalam persaingan dan cepat berubah terhadap lingkungan. [9] menyajikan argumen bahwa kekuatan tindakan nonfinansial terletak pada kemampuan mereka untuk memberikan wawasan tentang proses bisnis, yang dalam jangka panjang merupakan prediktor yang lebih baik dan pada kinerja bisnis masa depan.

Ada sedikit bukti dari studi empiris sebelumnya yang berusaha untuk mengevaluasi manajemen strategis dalam domain penelitian usaha kecil [30]. Selanjutnya, [31] juga setuju bahwa terlepas dari pengakuan luas akan pentingnya dan pentingnya kontribusi Usaha Mikro terhadap lapangan kerja, Usaha Mikro penelitian masih perlu didorong. [32] menganjurkan kebutuhan untuk penelitian yang lebih sistematis yang bertujuan untuk mengungkap kebenaran sifat manajemen strategis di Usaha Mikro dan hubungannya untuk pemasaran dan kinerja keuangan.

Secara umum, tinjauan literatur tentang strategi manajemen di negara berkembang menunjukkan bahwa fokus penelitian tentang dampak praktik manajemen strategis pada kinerja pemasaran dan keuangan Usaha Mikro masih

terbatas. Ada sebuah penelitian yang dilakukan di Afrika Selatan pada subjek, tetapi penelitian ini tidak secara khusus menganalisis hubungan antara praktik manajemen strategis dan Kinerja pemasaran dan keuangan Usaha Mikro. [33], untuk contoh, memeriksa proses manajemen strategis di sektor ritel. [34] mengevaluasi strategi pengembangan bisnis di sektor Usaha Mikro. Selanjutnya, [4] mengkaji secara umum proses manajemen strategis. Sedangkan [35] meneliti hubungan antara perencanaan strategis dan kewirausahaan orientasi di sektor keuangan dan bisnis. Sementara itu, [36] memfokuskan penelitiannya pada perencanaan strategis dalam skala kecil dan sektor ritel menengah, serta [37] melakukan mempelajari hubungan antara kewirausahaan dan Penampilan Usaha Mikro di Afrika Selatan. Meskipun ada cukup banyak penelitian terkait dengan Usaha Mikro, tetapi penelitian yang menghubungkan antara praktik manajemen strategis dan dampaknya terhadap pemasaran dan keuangan Usaha Mikro pertunjukan masih sangat terbatas.

Penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh praktik manajemen strategis pada kinerja Usaha Mikro memberikan cara yang penting karena jenis penelitian ini dapat memperluas pengetahuan yang berharga bagi pemilik atau pengelola Usaha Mikro di untuk memiliki inisiasi tentang bagaimana manajemen strategis praktik dapat menawarkan mekanisme yang baik yang dapat meningkatkan penampilan Usaha Mikro mereka.

Dalam penelitian ini, kinerja bisnis didefinisikan sebagai SME's kinerja dalam pemasaran (volume penjualan), dan keuangan (titik impas & Laba). Ketiga bisnis ini dipilih berdasarkan kemudahan menyelidiki kinerja dari Usaha Mikro. Selain itu, berdasarkan temuan empiris sebelumnya yang terbatas sehubungan dengan hubungan antara praktik manajemen strategis dan kinerja keuangan Usaha Mikro, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh praktik manajemen strategis pada kinerja USAHA MIKRO di Sulawesi Selatan.

3. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan Daya Saing

Usaha Mikro dan Kecil Badrinath dan Wignaraja (2004) menyatakan bahwa ada tiga pendekatan yang bisa diterapkan untuk membangun dan memperkuat daya saing Usaha Mikro dan kecil, yaitu: (i) kemitraan yang lebih erat antara pemerintah dan kalangan bisnis; (ii) keterlibatan yang efektif dari lembaga nasional dalam rantai nilai; dan (iii) penerapan teknologi mutakhir secara lebih optimal. Inovasi dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam bisnis— atau meletakkan huruf “e” dalam pekerjaan—merupakan faktor pengendali persaingan yang perlu mendapat perhatian (Badrinath dan Wignaraja, 2004). Pendapat kedua peneliti di atas banyak didukung atau sejalan dengan sejumlah penelitian tentang kaitan antara penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dengan kinerja dan daya saing Usaha Mikro dan kecil.

Beberapa di antaranya adalah Eckhardt dan Shane (2006), Locke (2006), Hua (2007), Amarasena (2008), Ashrafi dan (2008), Ion dan Andreea (2008), Masa’deh et al. (2008), Olugbode et al. (2008), Lee et al. (2009), dan Sugiharto et al. (2007, 2008a, 2008b, 2010a, 2010b). Amarasena (2008) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan kinerja Usaha Mikro dan kecil yang berorientasi ekspor, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi—dalam hal ini internet, perlu dikombinasikan dengan faktor lainnya, terutama sumberdaya manusia. Simpulan

tersebut didasarkan pada fakta yang menunjukkan adanya kecenderungan pelaku Usaha Mikro dan kecil lebih memfokuskan diri pada aspek teknologinya dan sedikit mangabaikan aspek sumberdaya manusianya. Ion dan Andreea (2008), yang meneliti penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di kalangan Usaha Mikro dan kecil dan menengah sektor layanan, menemukan bahwa TIK membantu pelaku usaha dalam (i) melakukan pemindaian lingkungan usaha baik dalam mencari peluang usaha maupun dalam mengidentifikasi ancaman usaha, (ii) meningkatkan inovasi dan produktivitas, dan (iii) memperbaiki kinerja keorganisasian. Oleh karena itu, penggunaan TIK pada Usaha Mikro dan kecil sangat direkomendasikan oleh kedua peneliti ini.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggambarkan populasi dan sampel, hipotesis penelitian, kerangka konseptual penelitian, dan prosedur pengujian hipotesis.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan data primer di mana sumbernya melalui proses wawancara dan pembagian kuesioner. Proses wawancara dilakukan dengan kepala koperasi dan usaha kecil dan menengah (Usaha Mikro) Sulawesi Selatan. Populasi penelitian ini adalah pemilik Usaha Mikro di Sulawesi Selatan yang berjumlah 1.214.095 usaha baik itu usaha yang masih konvensional dan usaha yang sudah menggunakan layanan digital.

Sebelum menyebarkan kuesioner, diseleksi terlebih dahulu sampel menggunakan rumus Slovin dengan ketidakakuratan/*slack* karena kesalahan sampling ditoleransi 1 sampai 10%. Rumus yang digunakan untuk menentukan sampelnya adalah :

$$n = \frac{N}{1 + a^2}$$

Diketahui :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

a : persentase ketidaktepatan untuk ditoleransi kesalahan pengambilan sampel. Dengan menggunakan presisi 7,5% dari 1.214.095 USAHA MIKRO di Sulawesi Selatan, jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut : Oleh karena itu, jumlah responden yang diharapkan untuk mengisi kuesioner sebanyak 199,8 orang. Dari 199,8 orang atau dibulatkan sebesar 200 jumlah kuesioner yang disebarkan, 196 (99,4%) mengisi item dengan lengkap pertanyaan dan pernyataan, sehingga layak untuk dianalisis.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola Usaha Mikro. Mereka diidentifikasi berdasarkan posisi dalam bisnis yang bertanggung jawab atas praktik manajemen strategis. Dalam bagian demografi, responden telah diminta untuk informasi mengenai posisi mereka dalam bisnis, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tahun berdiri, jumlah pegawai, jenis usaha, dan lokasi usaha.

Lebih-lebih lagi, kuesioner terstruktur digunakan untuk melacak pendapat responden tentang praktik manajemen strategis dan pemasaran dan kinerja keuangan Usaha Mikro.

Hipotesis Penelitian

Untuk mendukung tujuan penelitian di atas,

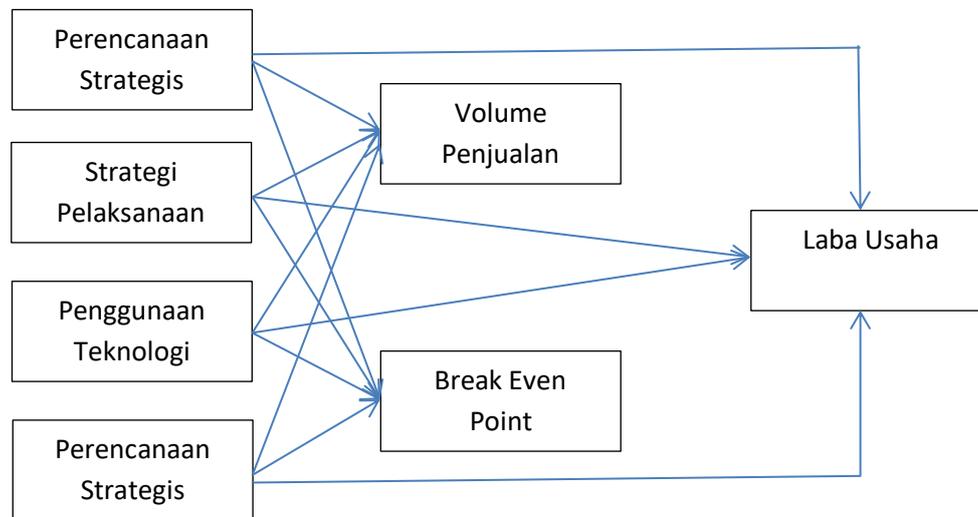
Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Perencanaan Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, BEP dan Laba Usaha
2. Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, BEP dan Laba Usaha
3. Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, BEP dan Laba Usaha
4. Penggunaan Teknologi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, BEP dan Laba Usaha

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan hipotesis di atas, konsep penelitian

kerangka kerja dapat digambarkan sebagai berikut (Gambar 1).



Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar adalah metode kuantitatif, yaitu model analisis jalur (path analysis—PA), seperti disajikan dalam gambar 1, digunakan untuk mengukur arah dan keeratan hubungan kausal antar-variabel penelitian untuk setiap model jalur yang dibuat sesuai hipotesis penelitian.

IV. PEMBAHASAN

Untuk menguji hipotesis dan melihat seberapa besar pengaruh langsung antar variable dapat kita lihat pada table berikut :

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y1 <--- X1	-801935,662	406506,762	-1,973	,049	par_1
Y1 <--- X2	-166852,769	341463,780	-,489	,625	par_4
Y1 <--- X3	444986,285	457504,883	1,973	,049	par_5
Y1 <--- X4	3039924,811	1966466,232	1,546	,122	par_10
Y1 <--- e1	6806302,970	341169,140	19,950	***	par_16
Y2 <--- X1	243529,188	203357,942	1,198	,231	par_3
Y2 <--- X2	28709,031	169274,972	,170	,865	par_7
Y2 <--- X3	165557,885	227202,603	2,729	,023	par_9
Y2 <--- X4	-433010,854	980090,904	-,442	,659	par_12
Y2 <--- Y1	,175	,035	4,975	***	par_13
Y2 <--- e3	3372088,763	169027,537	19,950	***	par_18
Y3 <--- X1	-48996,236	385886,756	-,127	,899	par_2
Y3 <--- X2	-143426,335	320083,733	-,448	,654	par_6
Y3 <--- X3	-399806,541	430161,356	-,929	,353	par_8
Y3 <--- X4	1362990,941	1854038,360	2,735	,024	par_11
Y3 <--- Y1	,480	,070	6,823	***	par_14
Y3 <--- Y2	-,326	,134	-2,433	,015	par_15
Y3 <--- e2	6375855,501	319592,758	19,950	***	par_17

Sumber : Olahan Data (Amos 24)

Dari hasil table diatas dengan menggunakan aplikasi AMOS 24 diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Perencanaan Strategis memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro,
1. Perencanaan Strategis memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap BEP Usaha Mikro
2. Perencanaan Strategis memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap Laba Usaha Mikro
3. Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro,
4. Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap BEP Usaha Mikro.
5. Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Laba Usaha Usaha Mikro
6. Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro,

7. Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BEP Usaha Mikro
8. Evaluasi Strategis memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Laba Usaha Usaha Mikro
9. Penggunaan Teknologi memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro,
10. Penggunaan Teknologi memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap BEP Usaha Mikro
11. Penggunaan Teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Mikro

Pembahasan Penelitian

Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa Perencanaan Strategis memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro, hasil ini menjelaskan bahwa perencanaan strategis justru menurunkan volume penjualan Usaha Mikro dan laba usaha, hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan Usaha Mikro terhadap perencanaan strategis yang baik dalam menjalankan usahanya sehingga volume penjualan dan laba mengalami penurunan.

Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro, Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap BEP Usaha Mikro, Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Laba Usaha Usaha Mikro, sehingga dapat dikatakan bahwa penerapan strategi pelaksanaan usaha dalam Usaha Mikro tidak memiliki dampak yang nyata terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro.

Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro, Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BEP Usaha Mikro, Hal ini berarti evaluasi strategis berdampak nyata terhadap volume penjualan dan laba Usaha Mikro di Provinsi Sulawesi Selatan.

Penggunaan Teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Usaha Mikro, sedangkan untuk volume penjualan dan BEP penggunaan teknologi tidak menunjukkan signifikansi. Hal ini berarti penggunaan teknologi dapat meningkatkan Laba pada Usaha Mikro di Provinsi Sulawesi-Selatan karena pelaku Usaha Mikro dapat menggunakan aplikasi ataupun bantuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam produksinya.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa Perencanaan Strategis memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro, sedangkan pengaruh perencanaan strategis terhadap BEP dan Laba Usaha Mikro tidak berpengaruh signifikan. Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro, Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap BEP Usaha Mikro, Strategi Pelaksanaan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Laba Usaha Usaha Mikro. Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

volume penjualan Usaha Mikro, Evaluasi Strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BEP Usaha Mikro, sedangkan evaluasi strategis tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Laba Usaha Mikro. Penggunaan Teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Usaha Mikro, sedangkan untuk volume penjualan dan BEP penggunaan teknologi tidak menunjukkan signifikansi.

Saran

Untuk Usaha Mikro di Provinsi Sulawesi-Selatan sebaiknya lebih memahami tentang pentingnya penerapan manajemen strategis untuk memperbaiki kinerja keuangan mereka, serta penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam kegiatan produksi atau usahanya. Untuk pemerintah provinsi Sulawesi-Selatan sebaiknya lebih memperhatikan potensi kinerja keuangan Usaha Mikro dalam penerapannya untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi provinsi Sulawesi-Selatan, hal ini karena sector Usaha Mikro menjadi salah satu pilar penting dalam meningkatkan kegiatan perekonomian di Sulawesi-Selatan. Untuk peneliti selanjutnya dapat melihat variable manajemen strategis serta lebih mengeksplor penggunaan teknologi terhadap penerapan dalam peningkatan kinerja keuangan Usaha Mikro di Sulawesi-Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Analoui, F., dan Karami, A. (2003). *Strategic Management in Small and Medium Enterprises* (1st ed.). London: Thomson Learning.
- Andersen, T. J. (2000). Strategic planning, autonomous actions and corporate performance. *Long Range Planning*, 33, 184-200.
- Andrews, K. R. (1967). *The concept of corporate strategy* (3rd ed.). Homewood, IL: Irwin.
- Ansoff, H. I., dan Bradenburg, G. R. (1971). A language for organization design. *Management Science*, 17, 705-731.
- Barney, J. B., dan Clark, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. UK: Oxford University Press.
- Bain, J. S. (1968). *Industrial Organization* (2 ed.). New York: Wiley.
- Bordean, O. N., Borza, A., dan Segura, D. G. (2011). A comparative approach of the generic strategies within the hotel industry: Romania VS. USA. *Management and Marketing Challenges for the Knowledge Society*. Vol. 6 (4), 501-514.
- Chen, M. (1996). Competitor analysis and interfirm rivalry: Toward a theoretical integration. *Academy of Management Review*, 21 (1), 100-134.

- Chong, H. G. (2008). Measuring performance of small-andmedium sized enterprises: the grounded theory approach. *Journal of Business and Public Affairs*, 2 (1), 1-10.
- Chow, C. W., & Van Der Stede, W. A. (2006). The use and usefulness of nonfinancial performance measures. *Management Accounting Quarterly*, 7 (3), 1-8.
- David, Fred R & David, Forest R. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu Pendapatn Keunggulan Bersaing*. Edisi ke15. Jakarta: Salemba Empat.
- D, D., Marsal, M., & Nasruddin, N. (2017). Multivariate Regression Analysis with KICC Method In Measuring of Society Welfare In South Sulawesi. *Journal of Math Sciences*, 2(2), 5-13.
- Dincer, O., Tatoglu, E., & Glaister, K. W. (2006). The strategic planning process: Evidence from Turkish firms. *Management Research News*, 29 (4), 206-219.
- Falshaw, J. R., Glaister, K. W., & Tatoglu, E. (2006). Evidence on formal strategic planning and company performance. *Management Decision Journal*, 44 (1), 9-30.
- Grant, R. M. (1998). *Contemporary strategy analysis* (3rd ed.). Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers Ltd.
- Hill, C. W. L., dan Jones, G. R. (1995). *Strategic Management Theory: an Integrated Approach*. (3rd ed.). Texas, USA: Texas A and M. University.
- Huang, C. J. (2006). Strategic planning and dysfunction: The dark side of mandating a formal planning system. *Soochow Journal of Political Science*, 22, 47-71.
- Laljit, C. R. (2006). The business strategy development among SMEs in the Kwa-Zulu Natal clothing manufacturing sector. (*Master of Business Administration dissertation*). Durban University of Technology. Durban.
- Lema, D. G. P., Cortes, E. A., Lizano, M. M, dan Ochovo, R. B. (2012). Strategy, competitive factors and performance in small and medium enterprise (SMEs). *African Journal of Business Management*, 6 (26), 7714-7726.
- Mason, E. S. (1939). Price and production policies of large scale enterprises. *American Economic Review*, 29, 61-74
- Mohutsiwa, M. (2012). Strategic entrepreneurship and performance of SMEs in South Africa. (*Master of Management Dissertation*). University of Witwatersrand. Johannesburg.
- Murimbika, M. (2011). Influence of strategic management practices on the entrepreneurial orientation of South African firms in the financial and business

- services sectors. (*Masters Dissertation*). University of Witwatersrand. Johannesburg.
- Naidoo, K. K. (2006). The strategic processes of small businesses operating in a turbulent environment: A retail community pharmacy perspective. (*Doctor of Business Leadership Dissertation*). University of South Africa. Pretoria.
- Nkulu, M. (2012). The use of strategic planning for small, medium and micro enterprises in the retail industry. (*Master of Commerce Dissertation*). University of Johannesburg. Johannesburg.
- Odame, A. M. (2007). The relevance of strategic planning for entrepreneurial businesses in South Africa. (*Master of Business Administration dissertation*). University of Pretoria.
- Omsa, S., Salim, U., Djumahir, Rahayu, M. (2015). Competitive Strategi Orientation and Company Performance in Selected SMEs Wooden Furniture in Pasuruan City. *International Journal of Applied Business and Economic Research (IJABER)*. Vol. 13, No. 7. 4659-4676.
- O'regan, N., & Ghobadian, A. (2004). The importance of capabilities for strategic direction and performance. *Management Decision*, 42 (2), 292-312.
- Panigyrakis, G. G., & Theodoridis, P. K. (2009). Internal marketing impact on business performance in a retail context. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 37 (7), 600-628.
- Parnell, J. A., Lester, D. L. Long, Z., dan Koseoglu, M. A. (2012). How environmental uncertainty affects the link between business strategy and performance in SMEs Evidence from China, Turkey, and the USA. *Management Decision*, 50 (4), 546-568.
- Pearce, J. A., dan Robinson, J. R. (2009). *Strategic Management: Formulation, Implementation and Control (11th Ed.)*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Phillips, P., Davies, F., & Moutinho, L. (2000). The interactive effects of strategic planning on hotel performance: a neural network analysis. *Management Decision Journal*, 37 (3), 279- 288.
- Phillips, P. (2000). The strategic planning/finance interface: Does sophistication really matter? *Management Decision*, 38 (8), 541-549.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.

- Punn, K. F., & White, A. S. (2005). A performance measurement paradigm for integrating strategy formulation: A review of systems and frameworks. *International Journal of Management Reviews*, 7 (1), 49-71.
- Sum, C., Jukow, L., & Chen, S. (2004). Taxonomy of operations strategies of high performing small and medium
- Tang, T., & Zhang, Y. (2005). Marketing strategy and business performance of small construction firms in China. *Macquarie Graduate School of Management working papers in management*: 1-12. March. 50.
- Verbeem, F. H. M., & Boons, A. N. A. M. (2009). Strategic priorities, performance measures and performance: An empirical analysis in Dutch firms. *European Management Journal*, 27, 113-128.
- Wheelen, T. L., dan Hunger, J. D. (2001). *Strategic Management and Business Policy* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.