

Business Implementation Strategy in Improving the Performance of the Snack Food Business in Binaan Villages in Kapuas, Central Kalimantan

Rita Yuanita Toendan¹, Peridawaty^{2*}, Hansly Tunjang³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya

Corresponding Author: Peridawaty peridawaty@feb.upr.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords : Marketing Strategy, Product Modernization, Dayak Ethnic Souvenirs

Received : 23 February

Revised : 28 March

Accepted: 29 April

©2023 Toendan, Peridawaty, Tunjang: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Systems management in the field of management focuses on SDM and marketing to improve business performance. Community service is carried out in the target villages by conducting business strategy training such as making financial system management, marketing schemes and monitoring product quality. This activity was carried out by 30 business actors in Kapuas, Central Kalimantan. The results of monitoring and evaluation activities for four months show that it is very important to conduct training to implement business strategies in improving business performance. The implications of these results can improve business performance in a sustainable manner to increase the selling power of snack products in the assisted villages.

Penerapan Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Makanan Ringan pada Desa Binaan di Kapuas, Kalimantan Tengah

Rita Yuanita Toendan¹, Peridawaty^{2*}, Hansly Tunjang³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya

Corresponding Author: Peridawaty peridawaty@feb.upr.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Kinerja Bisnis, Desa Binaan

Received : 23 Februari

Revised : 28 Maret

Accepted: 29 April

©2023 Toendan, Peridawaty, Tunjang: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Manajemen sistem di bidang manajemen berfokus pada SDM dan pemasaran untuk meningkatkan kinerja bisnis. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan di desa binaan dengan melakukan pelatihan strategi bisnis seperti membuat manajemen sistem keuangan, skema pemasaran dan pemantauan kualitas produk. Kegiatan ini dilakukan oleh 30 pelaku usaha di Kapuas, Kalimantan Tengah. Hasil kegiatan monitoring dan evaluasi selama empat bulan menunjukkan bahwa sangat penting dilakukan pelatihan untuk mengimplementasikan strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja bisnis. Implikasi dari hasil tersebut dapat meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya jual produk makanan ringan di desa binaan.

PENDAHULUAN

UKM membutuhkan metode bisnis yang sesuai dilakukan pelaku usaha dalam usaha makanan pada masa sekarang dengan mementingkan kualitas produk dan strategi pemasaran (Kristinae *et al*, 2023). Usaha makanan local dapat meningkatkan perekonomian komunitas usaha kecil untuk bersinergi dengan lingkungan usaha yang berubah-ubah/tidak menentu (Darmadi *et al*, 2019). Untuk dapat menjaga keunggulan bisnis maka dibutuhkan strategi bisnis dengan kualitas produk mulai dari bahan baku, sampai pengiriman menjadi strategi jitu yang menguntungkan bisnis (Saputra & Siahaan, 2020).

Bagi pelaku usaha makanan ringan hal ini harus diterapkan dengan strategi bisnis dengan pengelolaan SDM juga Pemasaran produk, agar usaha dapat terus bertahan. Salah satunya, *control system* dan produk dibuat dan dikelola secara maksimal oleh pelaku usaha. Dalam beberapa penelitian menyatakan pengelolaan bisnis dengan kemampuan mengelola komunikasi bisnis dan informasi bisnis yang menyangkut kepentingan konsumen akan efektif dan efisien (*pengelolaan system pemasaran dan keuangan*) bersama pelaku usaha signifikan meningkatkan kinerja bisnis (Gautama *et al*, 2020).

Pengelolaan system pemasaran dan keuangan dalam beberapa penelitian menunjukkan signifikan dapat meningkatkan kinerja bisnis (Kristinae *et al*, 2019). Namun, berdasarkan penelitian Yasir and Majid (2017) menyatakan bahwa manajemen tidak dapat mendorong secara langsung berbagi pengetahuan dalam meningkatkan kinerja unit usaha, menjadi celah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Sehingga, dalam kegiatan membutuhkan metode seperti pelaksanaan pelatihan dan monitoring evaluasi kegiatan selama empat bulan di desa binaan pada Kabupaten Kapuas, Provinsi Kalimantan Tengah.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) bidang manajemen desa binaan dilaksanakan secara berkelanjutan dan untuk meningkatkan pendapatan system pengelolaan juga perlu adanya kemampuan, keahlian dan pengetahuan. Kajian empiris terkait dengan peningkatan bisnis desa binaan pada usaha makanan ringan, dengan pengelolaan system pemasaran dan keuangan (Gautama *et al*, 2020) berikut.

1. Pengelolaan system pemasaran dan keuangan

Dalam beberapa penelitian di bidang manajemen usaha skala kecil dan menengah seperti usaha makanan ringan, strategi pengelolaan menjadi metode usaha seperti *pengelolaan system pemasaran dan keuangan* untuk meningkatkan pendapatan bisnis (Saputra & Siahaan, 2020). Pengelolaan membutuhkan kemampuan, keahlian dan bagaimana menangkap peluang usaha dalam menghadapi tantangan lingkungan bisnis berdasarkan teori. *Dynamic capability* yang menjadi teori kegiatan, menyatakan bahwa dinamika bisnis dapat berubah sesuai kebutuhan masyarakat dan lingkungan bisnis sehingga, perlu adanya kemampuan untuk bersinergi dengan perubahan yang berbeda dari segi kualitas, pemasaran dan daya tahannya (Teece, 2010).

Kegiatan bisnis UKM dengan kemampuan pengelolaan manajemen yang berbasis strategi dapat memberikan dampak peningkatan pendapatan. Kondisi bisnis dengan berbagi pengetahuan sesama pelaku usaha didukung strategi bisnis yang sesuai dapat berdampak positif mendapatkan keuntungan bisnis. Bukan hanya untuk mampu mendapatkan informasi dan pengetahuan, berbagi pengetahuan dalam pengelolaan usaha, juga dapat membuka kesempatan pelaku usaha untuk mengeksplorasi keahlian dan menciptakan cara meningkatkan pendapatan (Prasetya *et al.*, 2020).

Peran penting strategi bisnis dalam membangun keberhasilan dan keunggulan upaya kebijakan yang bertolak dari ilmu dan diaplikasikan secara praktis sebagai gambaran strategi bisnis. Pengelolaan system pemasaran dan keuangan dapat memberikan kesempatan pelaku usaha dalam keahlian untuk mendorong peningkatan bisnis (Damadi *et al.*, 2019). *Pengelolaan system pemasaran dan keuangan* adalah tindakan dari aplikatif manajemen yang digunakan untuk memberikan ruang perubahan dalam melakukan perubahan sistem atau pemasaran. Ditengah kondisi bisnis yang tidak menentu pelaku usaha, penting melakukan perubahan berdasarkan ilmu dan pengetahuan menjadi peningkatan kemampuan dalam mengelola usaha (Aditama & Winarto, 2021). Berdasarkan kajian empiris sebelumnya dan teori penelitian maka hipotesis yang diajukan dalam kegiatan PKM ialah :

H1: *pengelolaan system pemasaran dan keuangan* berperan penting untuk mendorong *peningkatan* kinerja bisnis.

2. Pemantauan Kualitas produk

Dalam bisnis usaha makanan ada elemen yang memprioritas produk memiliki karakteristik, yakni: kualitas dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan (Yasir & Majid, 2017). Kualitas produk yang ditawarkan memiliki komponen sebagai parameter, yakni; fungsi, daya tahan, keandalan, kesesuaian, penampilan. Sehingga, kualitas produk harus memiliki metode pemantauan sehingga hasilnya, kualitas barang akan mempengaruhi pelanggan untuk mengkonsumsi berdasarkan persepsi yang sesuai dengan penawaran produk (Menichelli, Hersleth, Almøy, & Næs, 2014).

Produk berkualitas bukan saja rasa tetapi juga memiliki estetika bentuk yang istimewa dalam penyajian, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli (Aditama & Winarto, 2021). Pelaku usaha yang mampu menonjolkan kualitas produk dari penyajian sampai kepada rasa, tentu harapannya akan dapat mendorong peningkatan jumlah pembelian produk. Pemantauan kualitas produk di definisikan sebagai keunggulan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan (Xiaodong, Chunling, & Saiquan, 2016). Mengumpulkan informasi berdasarkan pengetahuan untuk menjadi landasan meningkatkan kemampuan dan keahlian, dimulai dari perencanaan produk dan perubahan/ inovasi yang secara signifikan dapat mendorong kualitas produk dan berdampak meningkatkan kinerja bisnis (Kristinae *et al.*, 2023). Berdasarkan kajian empiris sebelumnya dan teori penelitian maka hipotesis yang diajukan dalam kegiatan PKM ialah

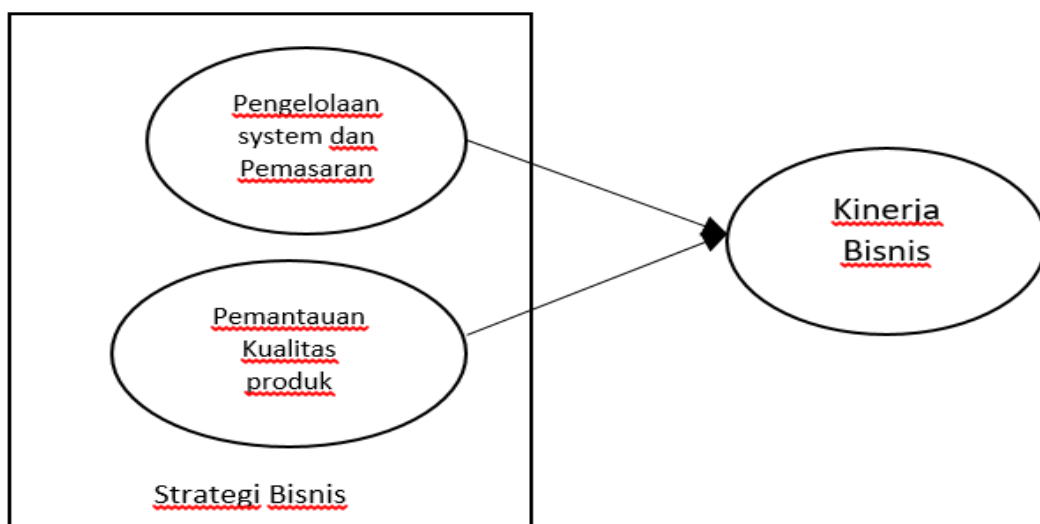
H2: Pemantauan kualitas produk berperan penting untuk mendorong peningkatan kinerja bisnis.

3. Kinerja Bisnis

Bisnis usaha makanan memiliki ukuran kinerja bisnis sebagai parameter meliputi: pendapatan, penjualan dan pelanggan. Dalam mencapai kinerja bisnis perlu dilaksanakan komponen usaha secara menyeluruh dengan sasaran yang ditetapkan usaha dan capaian usaha untuk mendapatkan keuntungan/peningkatan hasil serta dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Nahan, 2019). Informasi, pengetahuan akan lingkungan bisnis dan dasar utama kebutuhan pelanggan yang berhubungan produk yang ditawarkan juga dapat berdampak signifikan meningkatkan kinerja bisnis (Nahan *et al*, 2019).

Pada kegiatan PKM pelatihan dalam *pengelolaan system pemasaran dan keuangan* serta pemantauan *products quality* diharapkan mampu meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini, bermanfaat agar kinerja bisnis merupakan ukuran prestasi unit usaha yang efektif dan efisien berdasarkan strategi bisnis untuk memenuhi persepsi konsumen terhadap produk (Amin, Thurasamy, Aldakhil, & Kaswuri, 2016). Keuntungan memiliki usaha yang mengandalkan produk dalam unit dapat diukur dengan jumlah produk yang terjual, sehingga pelaku usaha dapat menganalisa kekuatan dan kelemahan usaha sebagai peluang dan tantangan (Yasir & Majid, 2017). Analisis lingkungan bisnis yang baik dan metode dalam bisnis dengan berbagai cara seperti menggali informasi, melakukan perubahan pemasaran dan pemantauan kualitas produk, berdampak meningkatnya kinerja bisnis (Armiati & Supono, 2020; Kristinae, 2021).

Selanjutnya kegiatan PKM, membuat skema kegiatan untuk menjawab hipotesis yang menjadi rumusan masalah, berdasarkan kajian empiris, teori dan adanya gap dalam penelitian sebelumnya. Sehingga, kerangka konsep dibuat sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

PELAKSANAAN DAN METODE

Metode PKM dilakukan secara kuantitatif sebagai ukuran keberhasilan strategi bisnis meningkatkan kinerja bisnis (Kristinae *et al.*, 2022). Metode kuantitatif dengan uji analisis regresi berganda menggunakan penyebaran kuesioner terhadap 30 pelaku usaha makanan ringan di Kapuas, provinsi Kalimantan Tengah merupakan peserta pelatihan. Metode kuesioner dalam kegiatan PKM ini menjadi strategi money hasil aplikatif strategi bisnis pada desa binaan. Data kemudian diolah dengan program SPSS 23.0 dan dilakukan uji instrument validitas dan reliabilitas sebelumnya. Jenis data penelitian ini adalah data primer yang merupakan hasil langsung dari responden mengenai persepsi secara langsung sebagai informasi yang dapat diandalkan dalam penelitian ini. Menurut Nahan *et al* (2022) hasil penelitian berdasarkan data responden secara langsung akan lebih subyektif terhadap hasil penelitian. Metode pengambilan dengan wawancara untuk menjawab kuesioner secara langsung dan dianalisa dengan SPSS memiliki persamaan regresi linier berganda dengan formulasi berikut:

$$Y=a \text{ (konstanta)}+b_1X_1+b_2X_2 +\text{error}$$

Keterangan :

Y = Kinerja Bisnis

X1 = *Pengelolaan system pemasaran dan keuangan* signifikan dan positif untuk meningkatkan kinerja bisnis

X2 = *Pemantauan Product Quality* signifikan dan positif untuk meningkatkan kinerja bisnis

B = koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuesioner dari 30 responden dan hasil analisa data tampak dari tabel 1 bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y berpengaruh signifikan sebesar adjusted R Square yaitu 75,3%. Hasil ini menyatakan bahwa *pengelolaan system pemasaran dan keuangan* sebagai X1 dan pemantauan products quality X2 sangat penting untuk meningkatkan kinerja bisnis. Hasil presentase yang menunjukkan pentingnya dan signifikan positif masing-masing variabel X1 dan X2 melalui indikatornya dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Tabel 1. Output regresi nilai R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.799	.753	.518

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber : Data diolah authors, 2023

Pengujian selanjutnya dilakukan dengan uji t atau uji analisis secara parsial dalam uji hubungan variabel X masing-masing terhadap Y. Berdasarkan uji data pada tabel 2 hasil H1 menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif *pengelolaan system pemasaran dan keuangan* dapat meningkatkan kinerja bisnis sebesar t-hitung 2.137 > 0,682 t-tabel dengan signifikan 0,00 <0,05. Semakin

tingginya kemampuan pelaku usaha dalam pengelolaan system pemasaran dan keuangan, maka berdampak meningkatnya kinerja bisnis.

Tabel 2. Output Regresi Linier Berganda Secara Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.079	.041		.615	.024
Pengelolaan system pemasaran dan keuangan(X1)	.673	.624	.337	2.137	.000
Pemantauan Products Quality (X2)	.459	.552	.213	2.045	.001

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data diolah Athors, 2023

Selanjutnya hasil untuk H2 adalah t-hitung 2,045 > 0,682 t-tabel dengan signifikan 0,01 < 0,05 yang artinya hipotesis 2 signifikan positif meningkatkan kinerja bisnis. Semakin tinggi pemantauan kualitas produk yang memiliki daya tahan produk (*fresh*), keandalan higienis produk, kesesuaian produk dan harga, pengiriman produk serta penampilan produk, akan dapat meningkatkan kinerja bisnis (pendapatan, penjualan dan pelanggan). Dari hasil ini maka pelaku usaha harus terus menerus melakukan pemantauan kualitas produk, untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Tabel 3. Output regresi berganda pengaruh X1 dan X2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.732	2	15.419	17.912	.000 ^b
	Residual	13.681	28	.335		
	Total	129.413	30			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data diolah, Authors, 2023

Dari tabel 3, menunjukkan bahwa nilai f-hitung sebesar 17,912 dengan nilai signifikan 0.00^b yang menunjukkan bahwa ada hubungan linier antara *pengelolaan system pemasaran dan keuangan (X1)* dan *pemantauan products quality (X2)* terhadap kinerja bisnis (Y). Hipotesis H3 dalam penelitian yang menyatakan bahwa *pengelolaan system pemasaran dan keuangan* dan *pemantauan products quality* dapat meningkatkan kinerja bisnis diterima berdasarkan hasil analisa data. Hasil ini kemudian kembali dicek berdasarkan dari hasil f-tabel untuk responden 30 responden (sampel), hasilnya f-hitung 17,912 > 4,17 f-tabel artinya signifikan positif, variabel X1 dan X2 dapat meningkatkan kinerja bisnis.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Pengelolaan system pemasaran dan keuangan dalam meningkatkan kinerja bisnis dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan keahlian dalam bidang SDM dan Marketing untuk mengelola usaha/bisnis berkelanjutan. Selain itu, Pemantauan kualitas produk yang dijaga dari mulai bahan baku, pengolahan, pengemasan dan pengiriman dalam usaha makanan ringan saat ini, dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan produk yang ditawarkan yang berkualitas serta berdasarkan kebutuhan pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan.
2. Hasil PKM untuk meningkatkan kinerja bisnis yang menerapkan keaktifan pelaku usaha dalam pelatihan pengelolaan keuangan, pemasaran produk, penjualan, serta informasi berbagai varian produk dan menjaga kualitas produk dapat meningkatkan pendapatan, penjualan dan pelanggan. Sehingga, hasil PKM ini dapat menjadi acuan pelaku usaha desa binaan di Kapuas, Kalimantan Tengah dengan menerapkan strategi bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini memberi Anda kesempatan untuk menyampaikan terima kasih kepada rekan-rekan Anda yang memberikan saran untuk pelaksanaan pengabdian Anda. Anda juga dapat menyampaikan penghargaan Anda atas bantuan keuangan yang Anda terima, dalam menyelesaikan proses pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, N. P., & Winarto, A. E. (2021). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Revitalisasi BUMDes Sebagai Layanan Sosial Pada Bamuju Bamara Desa Sungai Tabuk. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 41-53.
- Armiati, S., & Supono, S. (2020). Aptimas (Modul Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat). *Jurnal SITECH: Sistem Informasi dan Teknologi*, 3(1), 1-8.
- Darmadi, N. M., Pandit, I. G. S., & Sugiana, I. G. N. (2019). Pengabdian kepada masyarakat (PKM) nugget ikan (fish nugget). *Community Service Journal (CSJ)*, 2(1), 18-22.
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355-369.
- Kristinae, V., Nasution, A. F., Sahputra, I. P. A., Banu, Y. A., Nadiyah, S., Yusnia, N. M., ... & Simanjuntak, C. G. (2022). Pelatihan Strategi Pemasaran (Kearifan Lokal Dan Superioritas Sumber Daya) Pada Petani Dalam Mewujudkan Desa Wisata Di Desa Tumbang Tariak Kabupaten Gunung Mas, Kalimantan Tengah. *Majalah Ilmiah KKN Tematik LPPM UPR*, 3(4).

- Kristinae, V. (2021). Analisis Customer Satisfying dan Knowledge Sharing Dalam Optimalisasi Formulasi Promotion Pemasaran Produk Lokal di Yogyakarta dan Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 402-411.
- Kristinae, V., Sambung, R., Meitiana, M., Mering, L., Dwiatmadja, C., & Tunjang, H. (2023). Application of RBV theory in entrepreneurial orientation, dynamic capability and customer relationship management. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(2), 707-712.
- Kristinae, V. S., Roby ; Sahay,Meitiana. (2019). The Role of Entrepreneurial ORientation in Product Innovation in Emerging Markets on The Local Products. *Oradea Journal of Business and Economic*, IV(2), 35-44. Retrieved from http://ojbe.steconomieuoradea.ro/wp-content/uploads/2019/10/OJBE_vol-42-35-44.pdf.
- Menichelli, E., Hersleth, M., Almøy, T., & Næs, T. (2014). Alternative methods for combining information about products, consumers and consumers' acceptance based on path modelling. *Food Quality and Preference*, 31, 142-155. doi:10.1016/j.foodqual.2013.08.011
- Nahan, N., V, Kristinae, Leiden,R,A,Z. (2019). The Strength of a Business Strategy with Value Innovation for Rattan Handicraft Entrepreneurs in Central Kalimantan, Indonesia. *The International Journal of Business & Management*, 7(12). doi:10.24940/theijbm/2019/v7/i12/BM1912-010
- Nahan, N., Kristinae, V., & Syamsudin, A. (2022). Pendampingan Penerapan Strategi Bisnis pada Coffee Shop Tradisional di Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, 1(1), 31-38.
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian kepada masyarakat (PKM) pengembangan marketing website dan desain kemasan pada UKM Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 92-98.
- Saputra, F. I., & Siahaan, K. (2020). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Pada (LPPM) Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 5(2), 248-260.
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan desa wisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355-369.
- Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194. doi:10.1016/j.lrp.2009.07.003Darmadi, N. M., Pandit, I. G. S., & Sugiana, I. G. N. (2019). Pengabdian kepada

masyarakat (PKM) nugget ikan (fish nugget). *Community Service Journal (CSJ)*, 2(1), 18-22.

- Xiaodong, Z. H. U., Chunling, Y. U., & Saiquan, H. U. (2016). Love For One's Country Or Oneself: A Brand-Choice Framework In Emerging Markets. *Social Behavior & Personality: an international journal*, 44(2), 325-337. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=a9h&AN=113937419&site=ehost-live&scope=site&custid=ns003811>. doi:10.2224/sbp.2016.44.2.325
- Yasir, M., & Majid, A. (2017). Impact of knowledge management enablers on knowledge sharing. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(1), 16-33. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1874621681?accountid=49069>.