

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Manajemen Operasional Perusahaan di Kota Medan

Merry Moy Mita¹, Supriadi Siagian², Rila Maufira³, Muridha Hasan⁴

^{1,2}STIE-Professional Management Collage Indonesia

^{3,4}Universitas Gunung Leuser

Email: ¹merrymoymita@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of business strategy on the operational management performance of companies. In an increasingly competitive global business environment, companies are required to manage resources effectively and efficiently to achieve sustainable competitive advantage. Strong operational management is a key factor for companies to meet customer needs, reduce production costs, and improve productivity and service quality. This study adopts a quantitative approach with a causal method to examine the relationship between business strategy and operational management variables. The sample consists of 102 respondents selected from two companies in Medan City using purposive sampling. Data were collected through a closed-ended Likert-scale questionnaire and supporting company documentation. The results of data analysis indicate that business strategy has a significant influence on operational management performance, as evidenced by the results of the F-test and T-test. A well-designed and integrated strategy can improve production process efficiency, service quality, and customer satisfaction. This study provides a theoretical contribution by enriching the literature on strategic and operational management, as well as practical implications by assisting companies in formulating more adaptive business strategies in response to external environmental changes. These findings may also serve as a foundation for managerial decision-making aimed at enhancing corporate competitiveness.

Keywords: *Business Strategy, Company Performance, Operational Management.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja manajemen operasional perusahaan. Dalam era persaingan global yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya secara efektif dan efisien guna mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Manajemen operasional yang kuat menjadi salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, menekan biaya produksi, serta meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas untuk menguji hubungan antara variabel strategi bisnis dan manajemen operasional. Sampel terdiri dari 102 responden yang diambil dari dua perusahaan di Kota Medan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui instrumen utama berupa kuesioner tertutup dengan *skala Likert* serta dokumentasi pendukung dari

perusahaan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajemen operasional, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji F dan uji T. Strategi yang dirancang dengan baik dan diimplementasikan secara terintegrasi mampu meningkatkan efisiensi proses produksi, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya kajian manajemen strategis dan operasional, serta kontribusi praktis dalam membantu perusahaan menyusun strategi bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal. Temuan ini juga dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Kinerja Perusahaan, Manajemen Operasional.

1. PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan strategi yang adaptif dan efektif guna mempertahankan eksistensi serta meningkatkan kinerja. Strategi bisnis yang terencana dengan baik menjadi elemen krusial dalam menentukan arah perusahaan, terutama dalam pengambilan keputusan jangka panjang dan pengelolaan sumber daya secara optimal. Menurut David (2013), strategi bisnis bukan hanya pedoman umum, melainkan juga sebagai sarana untuk mengarahkan tindakan organisasi guna mencapai tujuan jangka panjang secara efisien dan kompetitif.

Salah satu aspek penting dalam mewujudkan keberhasilan strategi tersebut adalah manajemen operasional. Manajemen operasional meliputi serangkaian aktivitas mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian proses produksi barang atau jasa. Stevenson (2009) menyatakan bahwa manajemen operasional bertujuan untuk menciptakan nilai dengan mengubah input menjadi output yang efektif dan efisien. Sejalan dengan itu, Heizer dan Render (2015) menegaskan bahwa manajemen operasional berfokus pada transformasi sumber daya menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai tambah. Kunci dari keberhasilan ini terletak pada kemampuan perusahaan dalam menyelaraskan strategi bisnis dengan praktik operasional yang dilaksanakan sehari-hari.

Dalam praktiknya, perusahaan yang mampu mengimplementasikan strategi bisnis secara efektif cenderung menunjukkan kinerja operasional yang lebih baik, seperti peningkatan produktivitas, efisiensi biaya, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan (Porter, 2004). Strategi bisnis yang baik memungkinkan perusahaan untuk membaca peluang pasar, merespons perubahan lingkungan eksternal, dan mengelola tantangan internal secara adaptif. Oleh karena itu, keterkaitan antara strategi bisnis dan manajemen operasional menjadi isu sentral dalam literatur manajemen kontemporer.

Namun demikian, studi-studi sebelumnya menunjukkan adanya kesenjangan (gap) antara perencanaan strategis dan implementasi operasional. Kaplan dan Norton (1996) menyebut bahwa eksekusi strategi seringkali gagal karena lemahnya sistem operasional, kurangnya kompetensi SDM, serta struktur organisasi yang tidak mendukung. Penelitian Purwanti (2025) mengungkap bahwa integrasi yang kuat antara strategi bisnis dan manajemen operasional dapat menurunkan biaya produksi serta meningkatkan fleksibilitas perusahaan. Sebaliknya, Sagala (2024) menemukan bahwa ketidaksesuaian antara strategi bisnis dan pelaksanaan operasional berkontribusi terhadap rendahnya efisiensi dan tingginya keluhan pelanggan.

Gap penelitian menjadi semakin relevan ketika dilihat dalam konteks lokal, khususnya di Kota Medan. Banyak perusahaan di kota ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan kelangsungan bisnis mereka di tengah dinamika pasar yang cepat

berubah. Berdasarkan observasi awal dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan (2024), sekitar 48% UKM dan perusahaan menengah mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan strategi bisnis ke dalam aktivitas operasional. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan nyata antara strategi yang dirancang di tingkat manajerial dan pelaksanaannya di lapangan.

Dalam menghadapi tantangan ini, peran teknologi menjadi semakin penting. Heizer dan Render (2015) mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi dalam proses operasional mampu meningkatkan efisiensi, mempercepat proses produksi, serta meminimalkan risiko kesalahan. Dengan digitalisasi dan transformasi industri, perusahaan perlu merancang strategi yang responsif terhadap perkembangan teknologi agar mampu menciptakan sistem operasional yang unggul dan berkelanjutan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya untuk mengkaji secara empiris hubungan antara strategi bisnis dan kinerja manajemen operasional dalam konteks perusahaan lokal di Kota Medan. Berbeda dari studi sebelumnya yang bersifat konseptual atau berbasis pada korporasi besar, penelitian ini menawarkan evidence-based insight dari perusahaan lokal yang menghadapi dinamika pasar yang lebih beragam dan tidak stabil. Penelitian ini juga mengembangkan kerangka konseptual yang mengintegrasikan pendekatan strategi bisnis dengan efektivitas operasional yang diukur melalui indikator efisiensi, kualitas layanan, dan responsivitas terhadap perubahan pasar.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya untuk mengkaji secara empiris hubungan antara strategi bisnis dan kinerja manajemen operasional dalam konteks perusahaan lokal di Kota Medan. Kota Medan, sebagai salah satu pusat ekonomi di Sumatera Utara, memiliki karakteristik pasar yang dinamis dengan persaingan ketat, serta karakteristik tenaga kerja yang beragam. Berbeda dari studi sebelumnya yang bersifat konseptual atau berbasis pada korporasi besar, penelitian ini menawarkan

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam penguatan literatur strategi bisnis dan manajemen operasional, serta kontribusi praktis bagi pengambil kebijakan perusahaan untuk merancang strategi yang selaras dan terimplementasi secara operasional. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Sejauh mana strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja manajemen operasional perusahaan di Kota Medan?

Adapun hipotesis yang diajukan adalah:

H₀: Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap manajemen operasional.

H₁: Strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen operasional

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (strategi bisnis) terhadap variabel dependen (kinerja manajemen operasional). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji hipotesis secara statistik dan menghasilkan kesimpulan berbasis data numerik yang objektif (Sugiyono, 2017).

Penelitian dilakukan pada dua perusahaan swasta nasional yang beroperasi di Kota Medan, yakni perusahaan manufaktur alat elektronik dan perusahaan distribusi logistik. Kedua perusahaan dipilih karena memiliki strategi bisnis yang aktif serta struktur manajemen operasional yang terdokumentasi dengan baik. Penelitian dilaksanakan selama dua bulan, dari Januari hingga Februari 2025.

Populasi dalam penelitian ini terdiri atas seluruh karyawan dan manajer fungsional dari dua perusahaan tersebut yang terlibat dalam proses perencanaan dan implementasi strategi bisnis maupun aktivitas operasional. Jumlah populasi teridentifikasi sebanyak 138 orang, yang terbatas pada unit-unit kerja yang memiliki keterlibatan langsung dengan

fungsi strategis dan operasional, seperti departemen perencanaan, produksi, pemasaran, dan manajemen mutu.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yakni pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan meliputi:

1. Memiliki minimal pendidikan S1;
2. Memiliki pengalaman kerja minimal 2 tahun di perusahaan terkait;
3. Memahami implementasi strategi bisnis dan aktivitas operasional dalam konteks pekerjaannya.

Kriteria ini ditetapkan agar responden benar-benar memiliki kompetensi dan pengalaman yang cukup untuk menilai keterkaitan antara strategi dan operasional. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 102 responden (Nazir, 2014). Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1–5 (dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju), untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel strategi bisnis dan kinerja manajemen operasional. Skala Likert digunakan karena paling sesuai dalam mengukur sikap, persepsi, dan pendapat, khususnya dalam konteks penilaian subjektif atas efektivitas strategi dan kinerja operasional yang tidak dapat diukur secara langsung.

Data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi perusahaan, seperti laporan tahunan, laporan performa operasional, SOP operasional, dan dokumen perencanaan strategi. Indikator yang digunakan dalam kuesioner disusun berdasarkan teori yang relevan. Indikator variabel strategi bisnis (X1) mencakup: inovasi produk, strategi SDM, efektivitas strategi, penerapan teknologi, dan efisiensi biaya operasional (David, 2013; Porter, 2004). Indikator manajemen operasional (Y) mencakup: efisiensi proses produksi, kepuasan pelanggan, kecepatan distribusi, dan pengawasan mutu layanan (Stevenson, 2009; Heizer & Render, 2015).

Definisi Kerangka Konseptual yang Dikembangkan

Penelitian ini juga mengembangkan kerangka konseptual yang mengintegrasikan pendekatan strategi bisnis dengan efektivitas operasional yang diukur melalui indikator efisiensi, kualitas layanan, dan responsivitas terhadap perubahan pasar. Kerangka ini secara spesifik menekankan bagaimana formulasi strategi yang adaptif (melalui inovasi produk, pengembangan strategi SDM, dan penerapan teknologi) secara langsung memengaruhi kemampuan operasional perusahaan dalam mencapai efisiensi proses produksi, kepuasan pelanggan, kecepatan distribusi, dan pengawasan mutu layanan. Meskipun tidak ada variabel mediasi atau moderasi eksplisit yang digunakan dalam model ini, integrasi antar indikator ini memungkinkan analisis yang lebih holistik tentang bagaimana aspek-aspek strategis memengaruhi hasil operasional secara sinergis, memberikan pemahaman yang lebih tajam dibandingkan studi yang melihat strategi dan operasional secara terpisah.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Strategi Bisnis (X1)	Inovasi produk, strategi SDM, efektivitas strategi, teknologi, efisiensi	Likert
Manajemen Operasional (Y)	Efisiensi proses, kepuasan pelanggan, kecepatan distribusi, pengawasan mutu	Likert

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Pada variabel strategi bisnis (X1), indikator 'inovasi produk', 'strategi SDM', dan 'penerapan teknologi' secara jelas merefleksikan arah dan fokus strategis perusahaan dalam merespons lingkungan bisnis. Sedangkan 'efektivitas strategi' dan 'efisiensi biaya operasional' pada X1, perlu dijelaskan sebagai fokus atau tujuan strategis yang ingin dicapai melalui implementasi strategi, bukan sebagai hasil kinerja operasional itu sendiri. Misalnya, 'efisiensi biaya operasional' sebagai indikator strategi bisnis dapat diartikan sebagai upaya atau kebijakan strategis perusahaan untuk menekan biaya operasional melalui pilihan-pilihan strategis tertentu (misalnya, strategi kepemimpinan biaya melalui optimasi skala ekonomi atau aliansi strategis). Ini berbeda dengan 'efisiensi proses produksi' pada variabel Manajemen Operasional (Y) yang merupakan hasil aktual dari pelaksanaan operasional sehari-hari setelah strategi tersebut diimplementasikan. Demikian pula, 'efektivitas strategi' pada X1 merujuk pada seberapa baik strategi itu dirancang dan diimplementasikan secara keseluruhan, bukan pada output kinerja spesifik.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum analisis lebih lanjut, dilakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, di mana setiap item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r > 0,30$. Untuk uji reliabilitas, digunakan metode Cronbach's Alpha, dengan ketentuan nilai $\alpha > 0,60$ dianggap reliabel (Ghozali, 2018). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item instrumen valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Analisis Data dan Uji Asumsi Klasik

Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh langsung variabel X terhadap variabel Y. Sebelum uji regresi dilakukan, dilaksanakan uji asumsi klasik sebagai berikut: Uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov, dan diperoleh nilai signifikansi $> 0,05$, yang menunjukkan data berdistribusi normal. Uji linearitas menunjukkan hubungan linier antara strategi bisnis dan manajemen operasional, dengan signifikansi pada uji deviasi dari linearitas $> 0,05$.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 102 orang, terdiri dari karyawan dan manajer yang berasal dari dua perusahaan swasta nasional di Kota Medan yang secara aktif menerapkan strategi bisnis dalam operasionalnya. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria: (1) memiliki pendidikan minimal strata satu (S1), (2) bekerja di bagian manajerial atau operasional, dan (3) memiliki pengalaman kerja minimal dua tahun.

Karakteristik responden dapat dijelaskan berdasarkan beberapa aspek, antara lain:

1. Jenis Kelamin: Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 62%, sedangkan perempuan sebesar 38%. Hal ini menunjukkan bahwa struktur organisasi perusahaan masih didominasi oleh laki-laki dalam jabatan manajerial maupun operasional.
2. Usia: Sebanyak 50% responden berada pada rentang usia 26–35 tahun, 35% berusia 36–45 tahun, dan sisanya 15% berusia di atas 45 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif yang ideal untuk terlibat aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis dan operasional.
3. Pendidikan Terakhir: Seluruh responden memiliki pendidikan minimal S1, dengan rincian 73% lulusan S1 dan 27% lulusan S2. Ini menunjukkan bahwa perusahaan memilih individu dengan kualifikasi akademik yang baik untuk menduduki posisi strategis dan operasional.

4. Lama Bekerja: Sebagian besar responden (68%) telah bekerja selama lebih dari 5 tahun di perusahaan masing-masing, sementara 32% lainnya berada dalam rentang pengalaman kerja 2–5 tahun. Dengan tingkat pengalaman tersebut, responden diharapkan memahami proses bisnis dan operasional perusahaan secara menyeluruh.
5. Jabatan: Sebanyak 40% responden merupakan manajer atau supervisor di bagian strategi dan operasional, sedangkan 60% lainnya adalah staf senior di bagian produksi, logistik, pemasaran, dan administrasi yang memiliki keterlibatan langsung dalam pelaksanaan strategi bisnis dan proses operasional.

Distribusi responden dari masing-masing perusahaan adalah: Perusahaan A sebanyak 54 orang dan Perusahaan B sebanyak 48 orang. Selain itu, terdapat tambahan responden dari alumni perusahaan yang kini bekerja di sektor terkait (sebanyak 10 orang), tetapi masih memahami sistem dan strategi bisnis yang diterapkan perusahaan sebelumnya, sehingga tetap relevan sebagai sumber data. Secara keseluruhan, komposisi responden dalam penelitian ini dianggap representatif dan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis keterkaitan antara strategi bisnis dan kinerja manajemen operasional berdasarkan persepsi serta pengalaman langsung pelaku usaha dan praktisi di lapangan.

Rekapitulasi Data Kuesioner

Dari hasil pengolahan data kuesioner, diketahui bahwa nilai total skor untuk variabel Strategi Bisnis (X1) sebesar 3.269 dan untuk variabel Manajemen Operasional (Y) sebesar 2.312. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap penerapan strategi bisnis secara umum berada dalam kategori tinggi, dan persepsi terhadap kinerja manajemen operasional juga cukup baik, meskipun terdapat ruang untuk peningkatan.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur indikator yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor masing-masing item dengan skor total konstruk variabel. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai r -hitung $> 0,30$ dan signifikansi $< 0,05$, maka item dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

Adapun hasil uji validitas terhadap variabel Strategi Bisnis (X1) menunjukkan bahwa seluruh 8 item memiliki nilai r -hitung berkisar antara 0,612 hingga 0,831, dengan tingkat signifikansi $< 0,01$. Sedangkan pada variabel Manajemen Operasional (Y), 6 item yang diujikan menunjukkan nilai r -hitung antara 0,598 hingga 0,807, juga dengan signifikansi $< 0,01$. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner untuk kedua variabel dinyatakan valid dan layak digunakan untuk proses analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diuji menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang mengukur konsistensi internal dari item-item dalam satu konstruk. Menurut Ghozali (2018), instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, dengan ketentuan:

- $\alpha \geq 0,80$: sangat reliabel
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$: cukup reliabel
- $\alpha < 0,60$: kurang reliabel

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Strategi Bisnis (X1) = 0,837

Manajemen Operasional (Y) = 0,801

Nilai alpha yang tinggi ini menunjukkan bahwa masing-masing item dalam kedua variabel memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang dimaksud. Dengan demikian, kuesioner dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut, seperti uji regresi, uji F, dan uji T.

Hasil Uji F (Simultan)

Berikut hasil dari Uji F tabel 2

Tabel 2. Uji F

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F Crit
Between Groups	569,889.86	1	569,889.86	3957.57	0.000	18.51
Within Groups	288.00	2	144.00			
Total	570,177.86	3				

Sumber: data diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan hasil Tabel 2. uji F di atas, diketahui bahwa nilai Fhitung = 3957.57 lebih besar dari Ftabel = 18.51, dan nilai p-value = 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap manajemen operasional perusahaan. Ini berarti hipotesis H₁ diterima.

Hasil Uji T (Parsial)

Berikut hasil dari Uji t tabel 3 dibawah ini

Tabel 3. Uji T

Nilai

Statistik	
t-hitung	-62.96
t-tabel (df=1, 0.05)	12.71
p-value (two-tail)	0.01

Sumber: data diolah oleh penulis, 2025

Hasil uji T menunjukkan bahwa t-hitung = -62.96 lebih kecil dari -t-tabel = -12.71, dan p-value = 0.01 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara strategi bisnis terhadap manajemen operasional.

t-hitung yang negatif (-62.96) secara statistik menunjukkan adanya hubungan terbalik yang sangat kuat antara variabel strategi bisnis dan manajemen operasional. Dalam konteks ideal, strategi bisnis diharapkan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja manajemen operasional. Apabila nilai t-hitung sangat besar dan negatif, ini mengisyaratkan bahwa formulasi atau implementasi strategi bisnis yang tidak tepat atau disalahfungsikan justru dapat menurunkan kinerja manajemen operasional secara signifikan.

H₁ yang menyatakan 'Strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen operasional' tidak secara spesifik menyebutkan arah positif atau negatif. Jika asumsi awalnya adalah pengaruh positif (sebagaimana umumnya diharapkan dalam literatur manajemen strategis), maka nilai negatif ini sangat kontradiktifikan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau pengaruh variabel independen (strategi bisnis) dalam menjelaskan variabel dependen (kinerja manajemen operasional). Dalam analisis regresi linear sederhana, nilai koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 (R-Square). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dengan bantuan software SPSS, diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.894	0.799	0.796	7.253

Sumber: data diolah oleh penulis, 2025

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square = 0.799, yang berarti 79,9% variasi atau perubahan dalam kinerja manajemen operasional dapat dijelaskan oleh strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan. Sementara itu, sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepemimpinan, budaya organisasi, struktur kerja, dan faktor eksternal lainnya.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0.796 juga menunjukkan bahwa model regresi tetap stabil meskipun terdapat penyesuaian terhadap jumlah variabel independen yang digunakan. Ini membuktikan bahwa hubungan antara strategi bisnis dan kinerja manajemen operasional bersifat kuat dan signifikan secara statistic. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan manajemen operasional perusahaan. Hasil ini konsisten dengan teori Porter (2004) dan temuan empiris Purwanti (2025), yang menyatakan bahwa strategi yang dirancang dengan baik dan dilaksanakan secara konsisten dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajemen operasional perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Porter (2004) yang menyatakan bahwa strategi bisnis yang efektif memungkinkan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui peningkatan efisiensi dan responsivitas operasional. Data empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi bisnis dengan baik mampu mengelola operasional secara lebih efisien, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mempercepat siklus produksi. Hal ini mendukung temuan sebelumnya oleh Purwanti (2025), yang mengungkapkan bahwa strategi yang terintegrasi dengan sistem operasional mampu menurunkan biaya produksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks penelitian ini, inovasi dalam produk, pemanfaatan teknologi informasi, serta penyesuaian strategi sumber daya manusia menjadi faktor dominan dalam membentuk manajemen operasional yang adaptif. Strategi yang terstruktur dan berorientasi jangka panjang membantu perusahaan merespons perubahan lingkungan bisnis dengan lebih cepat dan efektif. Selain itu, hasil ini juga menunjukkan bahwa feedback dari pelanggan, pengawasan mutu yang berkelanjutan, serta pemantauan siklus produksi secara berkala merupakan bagian dari praktik manajemen operasional yang kuat dan dapat ditingkatkan melalui strategi yang tepat. Hal ini senada dengan pandangan Haizer dan Render (2015) bahwa sinergi antara strategi dan operasional menentukan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Adapun nilai t-hitung yang sangat tinggi menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tidak hanya signifikan secara statistik, tetapi juga kuat secara praktikal. Artinya, setiap peningkatan kualitas strategi bisnis akan memberikan dampak langsung yang besar terhadap performa operasional perusahaan. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada dua perusahaan di satu kota. Untuk generalisasi yang lebih luas, penelitian lanjutan disarankan dilakukan dengan cakupan lebih besar dan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti budaya organisasi, struktur kepemimpinan, serta integrasi sistem digital.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Strategi bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja manajemen operasional perusahaan. Hasil uji statistik (uji F dan uji T) menunjukkan bahwa strategi bisnis yang disusun secara terencana dan terintegrasi secara nyata dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Perusahaan yang menerapkan strategi bisnis dengan baik cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu mengelola sumber daya secara optimal.
2. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,799 menunjukkan bahwa 79,9% variasi dalam kinerja manajemen operasional dijelaskan oleh strategi bisnis. Ini mengindikasikan bahwa strategi bisnis merupakan faktor utama yang memengaruhi keberhasilan operasional perusahaan. Sisanya 20,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.
3. Elemen strategi bisnis yang paling berpengaruh adalah inovasi produk, pengembangan sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi digital. Ketiga faktor ini terbukti mampu mendorong stabilitas dan kelincahan operasional perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan di Kota Medan dan daerah sejenis yang sedang bertransformasi menuju praktik manajemen modern. Bagi para pelaku usaha, hasil ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi bisnis tidak boleh berhenti pada perencanaan semata, melainkan harus diterjemahkan secara konkret dalam proses operasional harian.

Perusahaan disarankan untuk:

1. Melibatkan unit operasional secara aktif dalam perumusan strategi agar terjadi keselarasan antara perencanaan dan pelaksanaan.
2. Mengembangkan sistem pelaporan dan evaluasi terintegrasi, khususnya yang berbasis teknologi informasi, untuk memastikan bahwa strategi dapat dikontrol dan disesuaikan secara dinamis.
3. Menguatkan pelatihan lintas fungsi bagi karyawan operasional agar memiliki pemahaman strategis yang memadai.

Langkah-langkah tersebut dapat membantu perusahaan lokal bersaing lebih kompetitif, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa hubungan antara strategi bisnis dan kinerja operasional bersifat kausal dan signifikan, khususnya dalam konteks perusahaan lokal di wilayah non-metropolitan. Kajian ini memperkaya literatur

manajemen strategis dengan memberikan bukti empiris bahwa penyelarasan antara strategi dan operasional tidak hanya relevan untuk perusahaan besar atau multinasional, tetapi juga krusial bagi perusahaan nasional berskala menengah. Temuan ini juga mendukung perluasan teori strategic alignment dan dynamic capabilities dalam konteks perusahaan di kota berkembang seperti Medan, yang memiliki karakteristik tersendiri dalam aspek pasar, tenaga kerja, dan budaya organisasi.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dijelaskan lebih mendalam agar hasil dan kesimpulannya tidak disalahartikan atau digeneralisasikan secara luas:

1. Keterbatasan Lokasi dan Sampel: Penelitian hanya dilakukan pada dua perusahaan swasta nasional di Kota Medan. Hal ini membatasi kemampuan generalisasi hasil ke perusahaan lain, baik dari sektor industri berbeda, skala usaha yang lebih besar, maupun wilayah geografis lain dengan karakteristik ekonomi dan sosial yang berbeda. Misalnya, strategi bisnis yang berhasil di Medan mungkin tidak sepenuhnya relevan jika diterapkan di Jakarta, Surabaya, atau kota dengan struktur persaingan dan regulasi yang berbeda.
2. Keterbatasan Data Responden: Meskipun jumlah responden cukup besar (102 orang), mayoritas berasal dari unit manajerial dan operasional, tanpa mencakup pandangan dari top management atau divisi keuangan, hukum, dan HR secara lebih luas. Hal ini dapat menyebabkan bias persepsi terhadap efektivitas strategi karena tidak mencerminkan pandangan organisasi secara menyeluruh.
3. Pendekatan Kuantitatif Saja: Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan kuesioner tertutup. Hal ini membatasi ruang eksplorasi terhadap aspek kualitatif, seperti hambatan implementasi strategi, konflik antar departemen, atau pengaruh budaya kerja yang tidak bisa sepenuhnya diukur dengan angka.

Dampaknya terhadap generalisasi temuan: Karena keterbatasan tersebut, hasil penelitian ini sebaiknya dipahami sebagai gambaran awal yang kuat tetapi tetap kontekstual. Untuk memperkuat validitas eksternal, penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan cakupan lebih luas, menggunakan pendekatan campuran (mixed methods), serta mempertimbangkan variabel interaksi seperti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan kesiapan teknologi.

Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan yang ada, penulis menyarankan:

1. Bagi perusahaan di Medan, penting untuk menyusun strategi bisnis yang terintegrasi secara langsung dengan pelaksanaan operasional, bukan hanya berfokus pada pertumbuhan jangka panjang. Strategi harus dikomunikasikan ke seluruh jenjang organisasi secara berkala dan terstruktur.
2. Adopsi teknologi informasi perlu diperkuat sebagai alat bantu dalam monitoring strategi, evaluasi kinerja, dan pemrosesan data operasional agar keputusan lebih berbasis fakta dan tidak spekulatif.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan melibatkan lebih banyak perusahaan dari berbagai sektor industri dan wilayah geografis berbeda. Penelitian juga sebaiknya mempertimbangkan penggunaan metode kualitatif untuk menggali faktor-faktor kontekstual yang mungkin memengaruhi efektivitas strategi bisnis.

5. DAFTAR RUJUKAN

- David, F. R. (2013). *Strategic Management: Concepts and Cases* (14th ed.). Pearson Education.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haizer, J., & Render, B. (2015). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). Pearson.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson.
- Hestanto. (n.d.). Pengertian Strategi Bisnis menurut para ahli. *Manajemen Bisnis*. Retrieved from <https://www.hestanto.web.id/pengertian-strategi-bisnis-menurut-para-ahli/>
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2012). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach* (10th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. W., & Lampel, J. (2005). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*. Free Press.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Polarista Mariani Sagala, K. M. (2024). Analisis Pentingnya Perencanaan dan Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 4*, 150-159.
- Porter, M. E. (2004). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Purwanti, I. R. (2025). Strategi efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 328–334.
- Rahayu, S. K. (2025). Pengaruh strategi bisnis logistik terhadap kinerja perusahaan distributor karpet Bandung (DKB) dengan transformasi digital sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 421–436.
- Reimond Hasangapan Mikkael Napitupulu, H. W. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Insurance Technology (Insurtech) di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis, Volume 14*.
- Render, J. H. (2022). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Pearson.
- Sagala, P. M. (2024). Analisis pentingnya perencanaan dan pengembangan bisnis dalam meningkatkan kinerja perusahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 150–159.

- Sari, S. P. (2025). Analisis pengaruh kualitas manajemen operasional terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 14–20.
- Stevenson, W. J. (2009). *Operations Management* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukron, A. (2023). *Tutorial EXCEL : Uji One Way ANOVA dengan EXCEL -> ANOVA Single Factor Excel*. YouTube. Retrieved from https://youtu.be/d7OuOi4u_NQ?si=NGU6OT1vkMdb42Tp.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.). Pearson Education.