



Contents lists available at [Journal IICET](#)

JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)

ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



Pengaruh kekuatan lingkungan eksternal dan sumber daya perusahaan terhadap kinerja perusahaan

Mariana Rachmawati^{*)}, Meta Maulidini, Rahmatia Indriani

Sekolah Program Pascasarjana Universitas Widyatama Bandung, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Aug 01st, 2022

Revised Oct 10th, 2022

Accepted Oct 31st, 2022

Keyword:

Kekuatan lingkungan eksternal,
sumber daya perusahaan,
Strategi bersaing,
Kinerja perusahaan

ABSTRACT

Perkembangan Industri batik di Indonesia sangat terkait dengan perkembangan batik yang dimulai sejak beratus-ratus tahun yang lalu. Batik sebagai mahakarya asli Indonesia, mendorong para pelaku Industri Batik untuk memiliki bisnis di bidang perbatikan Industri batik di Jawa Barat tersebar di beberapa daerah di pulau Jawa Barat. Sebut saja batik Garut, Ciamis, Tasikmalaya, Cirebon dan Indramayu. Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik. Namun, kinerja industri batik di Jawa Barat masih rendah karena saat ini kemitraan strategis yang dilakukan oleh industri batik di Indonesia belum terjalin secara optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kekuatan lingkungan eksternal, sumber daya perusahaan terhadap kinerja perusahaan dengan strategi bersaing sebagai variable intervening pada industri batik di Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan Mix Methods Research dengan strategi desain eksplanatori dan metode yang digunakan adalah Partial Least Square. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri batik di Jawa Barat dengan jumlah populasi 30 (data DEPRIN Provinsi Jawa Barat 2021). Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian adalah sumber daya perusahaan dan strategi bersaing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan sedangkan tenaga lingkungan eksternal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.



© 2023 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Mariana Rachmawati,
Universitas Widyatama Bandung
Email: mariana.rachmawati@widyatama.ac.id

Pendahuluan

Industri batik yang terus eksis dari tahun ke tahun menjadi catatan baik bagi para pelaku ekonomi terlebih setelah dunia luar mengakui bahwa batik adalah hasil representasi budaya bangsa Indonesia. Dunia Internasional semakin mengenal batik terutama setelah batik diperkenalkan kepada dunia melalui UNESCO. Tanggal 2 Oktober merupakan hari batik nasional. UNESCO telah mengukuhkan batik sebagai mahakarya pusaka Indonesia. Sebagai bangsa yang berbudaya, bangsa Indonesia wajib menjaga kelestarian budaya batik ini. Batik sebagai mahakarya asli Indonesia, maka mendorong para pelaku Industri Batik untuk memiliki bisnis di bidang perbatikan. Dan permintaan dari konsumen semakin meningkat terlebih setelah mengetahui bahwa dalam setiap torehan motif batik mengandung sebuah cerita tentang kondisi sosial budaya daerah asli Indonesia.

Industri batik di Jawa Barat tersebar di beberapa daerah di pulau Jawa Barat. Sebut saja batik Garut, Ciamis, Tasikmalaya, Cirebon dan Indramayu. Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik. Perkembangan Industri batik di Indonesia sangat terkait dengan perkembangan batik yang dimulai sejak beratus-ratus tahun yang lalu (Fatimah & Rosandini, 2021). Batik sebenarnya adalah salah satu jenis produk sandang yang telah berkembang pesat di Jawa sejak beberapa ratus tahun yang lalu. Sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengenal batik baik dalam coraknya yang tradisional maupun modern (Qori'ah, 2019). Di era milenial ini kegemaran masyarakat terhadap batik semakin meningkat dengan kemasan juga motif batik yang dikombinasikan mengikuti perkembangan zaman.

Kinerja industri batik di Jawa Barat masih rendah karena masih dihadapkan pada sejumlah permasalahan (Syathari et al., 2019). Hal ini diduga karena saat ini kemitraan strategis yang dilakukan oleh industri batik di Indonesia belum terjalin secara optimal. Adanya kerjasama lintas fungsi di dalam perusahaan, belum adanya budaya kerja yang lebih mengarah pada peningkatan efektivitas perusahaan, belum adanya kerjasama dengan lembaga intermediasi dalam pembentukan skema pembiayaan yang tepat bagi industri batik, dan belum adanya kerja sama. Dengan pemasok dalam hal memberikan kebutuhan input, serta belum optimalnya membina komunitas bisnis dengan pelanggan yang didukung dengan perlakuan preferensial dari perusahaan terhadap pelanggan yang memberikan bagi hasil yang tinggi. kendala promosi dan pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang kurang membuat beberapa sentra batik non Solodan Yogyakarta agak kesulitan dalam memasarkan batik khas Jawa Barat, juga kendala dalam sistem produksi yang masih bertumpu pada produksi rumahan. Sejauh ini belum ditemukan industri produksi (Qori'ah, 2019).

Industri batik di Jawa Barat sulit berkembang (*walk in place*) padahal sudah lama dikelola dan berbagai perawatan dasar telah dilakukan, misalnya terkait permodalan, manajemen usaha, dan kualitas produk. Sementara itu, kami juga menyaksikan cukup banyak bisnis baru dengan modal pas-pasan dalam waktu singkat mampu berkembang pesat. Lalu apa yang salah atau kurang? manajemen bisnis. Ditelusuri, ternyata bisnis yang tumbuh cepat ini memiliki jaringan (kemitraan) yang sangat luas. Mereka sangat menyadari bahwa di era globalisasi adalah fakta bahwa tidak ada satu entitas (organisasi) yang mampu untuk berdiri sendiri terpisah dari entitas lain. Secara garis besar, kita sangat membutuhkan jaringan untuk membuat hidup kita lebih sukses. Selain itu, masih terdapat kelemahan dalam merancang dan membuat Strategi Bersaing bila dibandingkan dengan negara lain. Menurut Barney (2010) strategi dalam Prasasti (2016) bersaing akan dapat dibentuk melalui strategi kepemimpinan biaya dan strategi diferensiasi. Fenomena yang ada di dalam industri batik di Jawa Barat mengindikasikan masih sulitnya menciptakan inovasi produk yang sulit ditiru oleh pihak pesaing, lemahnya perusahaan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal dan belum terciptanya harga produk yang lebih kompetitif jika dibandingkan dengan produk pesaing.

Daya saing harga produk dibandingkan dengan produk dari daerah lain relatif masih sangat sulit bersaing. Padahal menurut Wheelen et al. (2017), strategi bersaing ditujukan untuk menjawab pertanyaan: apakah perusahaan harus bersaing dengan dasar biaya (harga) terendah, atautkah perusahaan harus mendiferensiasikan produk dan layanannya di luar dasar biaya, seperti kualitas layanan? Atau apakah perusahaan harus bersaing secara langsung dengan pesaing utama untuk menjadi yang terbesar tetapi yang paling dicari di pasaran, atautkah perusahaan harus fokus pada suatu ceruk yang dapat memuaskan sebagian kecil segmen pasar namun menguntungkan? Di mana strategi bersaing ditujukan untuk menjadi kompetitif dan dapat mengungguli perusahaan lain dalam suatu industri.

Pihak perusahaan masih sulit untuk bersaing dengan perusahaan pesaing, khususnya yang berasal dari luar negeri, khususnya produk dari daerah lain. Salah satu dimensi strategi bersaing adalah lebih cepat, yang pada kenyataannya kecepatan pihak manajemen dalam mengantisipasi maupun mencermati kondisi lingkungan eksternal relatif masih rendah. Jadi dengan kata lain, pihak manajemen masih relatif sulit untuk bergerak lebih cepat bila dibandingkan dengan pihak pesaing. Lemahnya kinerja bisnis dan strategi bersaing industri batik di Jawa Barat, diduga disebabkan oleh beberapa faktor, yakni diantaranya masih lemahnya kepemilikan sumber daya perusahaan. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa industri batik saat ini masih sangat terbatas dalam kepemilikan modal kerja, lokasi pasar domestik secara letak geografis masih sulit untuk dijangkau, serta aset tidak berwujud yang dimiliki masih lemah seperti jumlah dan kualitas SDM sebagai dasar industri batik kurang memadai. Padahal secara konseptual, menurut pendapat Pearce & Robinson (2013) setiap perusahaan berbeda dalam aspek dasarnya karena masing-masing memiliki sekumpulan sumber daya unik tersendiri yang terdiri dari aset berwujud, aset tidak berwujud, serta kapasitas dan kapabilitas organisasi untuk memanfaatkan aset-aset tersebut.

Kehandalan organisasi (*Organization Reliability*), dalam hal *internal business process* dan kapabilitas organisasi relatif tergolong masih lemah. Di samping itu, kepemilikan aset tidak berwujud (*Intangible Asset*), juga cenderung masih lemah yang diantaranya diindikasikan dengan masih lemahnya tingkat pendidikan para ahli yang dimiliki dewasa ini, dan sebagai konsekuensi logis dari kondisi ini maka kapabilitas SDM relatif rendah.

Rendahnya kinerja bisnis industri batik di Jawa Barat, juga diduga karena pihak manajemen belum sepenuhnya mampu mengadaptasi dan mengantisipasi kekuatan lingkungan eksternal, yang berkaitan dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal seperti kondisi ekonomi global, kebijakan pemerintah, tuntutan pihak buruh, kondisi persaingan, serta masih lemahnya kemampuan pihak manajemen dalam melakukan pengembangan kekuatan dan kelemahan lingkungan internal perusahaan yang diantaranya meliputi kepemilikan input yang memadai, kepemilikan modal kerja, peningkatan kualitas proses bisnis dan kepemilikan sumber daya yang memadai. Dimana menurut Wheelen et al. (2017) lingkungan eksternal (*external environment*) mencakup berbagai variabel (yaitu peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara tipikal berada dalam kendali jangka pendek dari pimpinan puncak perusahaan. Variabel-variabel tersebut berada dalam konteks berdirinya perusahaan yang dapat berupa kekuatan umum dan kecenderungan dalam lingkungan alam dan lingkungan sosial atau faktor spesifik yang berada dalam lingkungan tugas spesifik dalam perusahaan yang sering disebut sebagai industri.

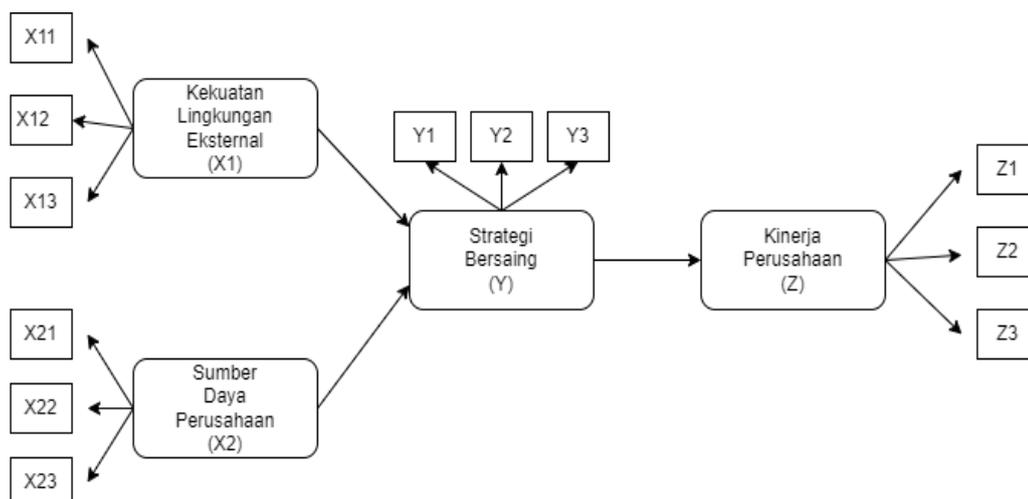
Menurut Wheelen et al. (2017) Lingkungan eksternal (*external environment*) mencakup berbagai variabel (yaitu peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara tipikal berada dalam kendali jangka pendek dari pimpinan puncak perusahaan. Variabel-variabel tersebut berada dalam konteks berdirinya perusahaan yang dapat berupa kekuatan umum dan kecenderungan dalam lingkungan alam dan lingkungan sosial atau faktor spesifik yang berada dalam lingkungan tugas spesifik dalam perusahaan- yang sering disebut sebagai industri. Sedangkan menurut Pearce & Robinson (2013) Lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor di luar kendali perusahaan yang mempengaruhi pilihan arah dan tindakan, struktur organisasi, dan proses internal perusahaan.

Sumber Daya menurut Hubbard & Beamish (2011) dalam Sembiring (2020) merupakan aset berwujud dan aset tidak berwujud dari organisasi. Aset berwujud meliputi aset fisik seperti tanah atau lahan, pabrik, perlengkapan dan sumber daya finansial. Sementara aset tidak berwujud sangat sulit untuk diidentifikasi, khususnya, untuk nilai (seperti merek produk, reputasi organisasi, pengetahuan dan pengalaman operasi, keterampilan individu dan intelektual). Dimensi aset berwujud meliputi kelengkapan fasilitas alat produksi, kepemilikan modal kerja yang memadai, kepemilikan aktiva tetap (gedung kantor, pabrik, gudang, dan sarana penunjang lainnya), serta kepemilikan peralatan teknologi mutakhir. Dimensi aset tidak berwujud meliputi reputasi perusahaan, tingkat *brand awareness*, citra merek produk, tingkat kuantitas tenaga ahli, dan tingkat kualitas tenaga ahli. Dimensi kapabilitas organisasi meliputi kompetensi pihak manajemen dalam melakukan pengelolaan bisnis, *internal business process* yang kondusif, serta komitmen pihak manajemen untuk membangun bisnis. Sedangkan menurut Hoskisson et al. (2015), Setiap organisasi merupakan koleksi dari sumber daya dan kapabilitas yang unik. Keunikan dari sumber daya dan kapabilitas merupakan dasar bagi strategi perusahaan dan kemampuannya untuk memperoleh returns di atas rata-rata.

Strategi Bersaing dari suatu perusahaan menurut Thompson et al. (2013) berkenaan dengan perencanaan *game* dari manajemen untuk bersaing dengan sukses, yaitu usaha spesifik untuk melayani pelanggan, memperkuat posisi pasar, menghadapi manuver dari pesaing, merespon pergerakan kondisi pasar, dan untuk mencapai jenis keunggulan tertentu. Terdapat beberapa sumber keunggulan bersaing menurut Pearce & Robinson (2013) yaitu: (1) strategi biaya rendah, (2) diferensiasi, (3) strategi berbasis kecepatan. (4) fokus pasar. Dimensi *cost leadership* meliputi penetapan biaya operasional yang lebih efisien, penentuan harga/tarif di bawah harga pesaing, dan penentuan daya tarik biaya (moneter, time, energi, psikologis)/tarif produk. Dimensi *differentiation* meliputi penciptaan keunggulan produk yang tidak dimiliki perusahaan lain, penciptaan pengembangan variasi produk yang lebih baik dibandingkan pesaing, serta penciptaan kemudahan bagi pelanggan dalam memiliki produk. Dimensi *speed based strategy* meliputi kecepatan pihak perusahaan dalam mengantisipasi pergeseran tuntutan pasar, kecepatan dalam mengantisipasi tren teknologi mutakhir, serta kemampuan dalam mengantisipasi pergerakan pesaing.

Kinerja Perusahaan menurut Best (2013) merupakan output atau hasil dari penerapan segala aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan bisnis, kinerja perusahaan indikatornya adalah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Dimensi kinerja perusahaan meliputi pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*), tingkat profitabilitas, dan pangsa pasar. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Pangsa pasar (*market share*) merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase. Hubbard dan Beamish (2011) dalam Sembiring (2020) menunjukkan saling keterkaitan di antara pengukuran kinerja dengan model bisnis yang diukur berdasarkan aspek finansial (*cost reduction*, ROE, TSR, *sales growth*), ukuran customer (*market share*, *customer relationship*, *customer satisfaction*) dengan aspek *community*, *efficient*, dan *longterm learning and growth*.

Kerangka pemikiran dan hipotesis



Gambar 1. Kerangka Alur Hubungan Antar Variabel Laten

Hipotesis

- Hipotesis 1: Kekuatan Lingkungan Eksternal berpengaruh terhadap Strategi Bersaing pada industri batik di Jawa Barat.
- Hipotesis 2: Sumber Daya Perusahaan berpengaruh terhadap Strategi Bersaing pada industri batik di Jawa Barat.
- Hipotesis 3: Kekuatan Lingkungan Eksternal berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan pada industri batik di Jawa Barat.
- Hipotesis 4: Sumber Daya Perusahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan pada industri batik di Jawa Barat.
- Hipotesis 5: Strategi Bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis pada industri batik di Jawa Barat.

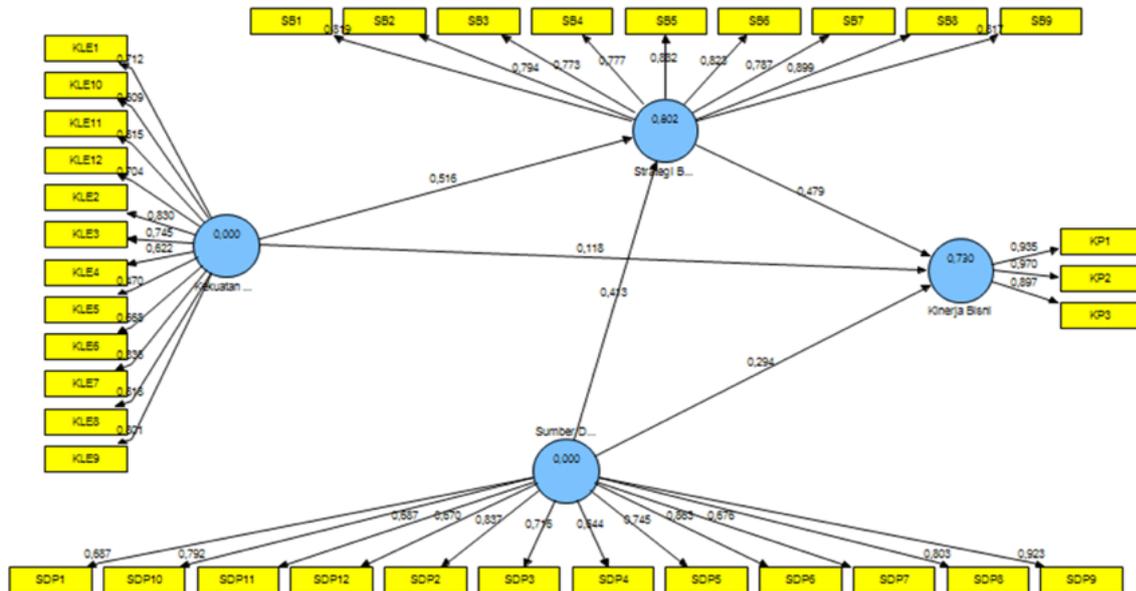
Metode

Penelitian ini menggunakan *Mix Methods Research* dengan strategi *explanatory design*. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kombinasi adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif. Penelitian ini menggunakan metode campuran "*Explanatory mixed Methods design*". Metode penelitian kombinasi model atau desain *Sequential Explanatory* adalah metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan, pada tahap pertama penelitian dilakukan dengan menggunakan tahap kuantitatif dan pada tahap kedua dilakukan dengan metode kualitatif (Sugiyono, 2018). Unit analisis dan unit observasi/pengamatan yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah industri batik di Jawa Barat.

Pengamatan dilakukan dengan menggunakan cakupan waktu (*time horizon*) bersifat *cross section* atau *one shoot*, artinya informasi atau data yang dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik pada satu waktu tertentu yaitu dilakukan pada tahun 2021. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri batik di Jawa Barat dengan populasi berjumlah 30 (Data DEPRIN Propinsi Jawa Barat 2021), namun teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2018) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. *Partial Least Square* adalah sebuah metoda untuk hubungan permodelan antara set variabel observasi melalui variabel laten. Hubungan antara variabel indikator dengan variabelnya merupakan persamaan pengukuran sedangkan hubungan antara variabel laten dikenal sebagai persamaan struktural. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan serta paradigma penelitian, dapat digambarkan suatu kerangka alur hubungan antara variabel berupa model persamaan structural (SEM).

Hasil dan Pembahasan

Partial Least Square (PLS) adalah sebuah metoda untuk hubungan permodelan antara set variabel observasi melalui variabel laten.



Gambar 2. Partial Least Square

Berdasarkan Gambar 2, dapat diketahui bahwa lebih dari 40% dari varian masing-masing pada 12 indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten Kekuatan Lingkungan Eksternal. Variabel laten Sumber Daya Perusahaan dapat menjelaskan varian dari 12 indikator masing-masing lebih dari 60%. Variabel Strategi Bersaing mampu menjelaskan varian dari 9 indikator masing-masing lebih dari 70%. Sedangkan variabel laten Kinerja Bisnis sebagai variabel laten endogen mampu menjelaskan ketiga indikatornya, masing-masing di atas 80%. Sehingga, secara keseluruhan masing-masing variabel laten telah mampu menjelaskan varian dari setiap indikator-indikator yang mengukurnya di atas 60%.

Tabel 1. Overview

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
Kekuatan Lingkungan Eksternal	0,479906	0,913720		0,895813	0,479906	
Kinerja Bisnis	0,872798	0,953625	0,729516	0,926713	0,872798	0,150146
Strategi Bersaing	0,672831	0,948612	0,801622	0,938840	0,672831	0,422894
Sumber Daya Perusahaan	0,574933	0,941265		0,930919	0,574934	

Pada Tabel 2 nilai reliabilitas komposit menunjukkan bahwa kelima variabel laten tersebut memiliki nilai diatas 0,6. Dapat dikatakan bahwa kelima model pengukuran tersebut sangat andal. Dengan nilai cronbachs alpha juga dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel reliabel (> 0,7).

Table 2. Path Coefficients

	Original Sampel (O)	T Statistics (IO/STETTI)
Kekuatan Lingkungan Eksternal ≥ Kinerja Perusahaan	0,118356	1,128155
Kekuatan Lingkungan Eksternal ≥ Strategi Bersaing	0,516124	6,579701
Strategi Bersaing ≥ Kinerja Perusahaan	0,479309	4,744038
Sumber Daya Perusahaan ≥ Kinerja Perusahaan	0,294231	2,939829
Sumber Daya Perusahaan ≥ Strategi Bersaing	0,413049	5,224448

Hipotesis 1 menunjukkan kekuatan Lingkungan Eksternal memberikan pengaruh positif terhadap Strategi Bersaing secara signifikan dengan nilai sebesar 0,516. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-statistiknya (Kekuatan Lingkungan Eksternal - Strategi Bersaing = 6,580) > dari t-tabel 1,96. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian dari Dwitia (2020), lingkungan eksternal memiliki kontribusi pengaruh lebih besar dari lingkungan internal terhadap strategi bersaing dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi bersaing perusahaan peternakan ayam di Kabupaten Malang.

Hipotesis 2 menunjukkan Sumber Daya Perusahaan memberikan pengaruh positif terhadap Strategi Bersaing secara signifikan dengan nilai sebesar 0,413. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-statistiknya (Sumber Daya Perusahaan - Strategi Bersaing = 5,224) > dari t-tabel 1,96. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya dari Safitri & Anwar (2019), koefisien sumber daya perusahaan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,230, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan sumber daya perusahaan terhadap keunggulan bersaing termasuk kuat dalam menerangkan keunggulan bersaing.

Hipotesis 3 menunjukkan Kekuatan Lingkungan Eksternal memberikan pengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan secara tidak signifikan dengan nilai 0,118. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-statistiknya (Kekuatan Lingkungan Eksternal - Kinerja Perusahaan = 1,128) < dari t-tabel 1,96. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya dari Mardiyono (2013), (1) Lingkungan bisnis eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perencanaan strategik, artinya semakin baik Lingkungan eksternal maka semakin baik pula Perencanaan strategik Industri Kecil Makanan wingko babat di Semarang, dan (2) Lingkungan bisnis eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan, artinya semakin baik Lingkungan eksternal maka semakin baik pula Kinerja Perusahaan Industri Kecil Makanan wingko babat di Semarang.

Hipotesis 4 menunjukkan Sumber Daya Perusahaan memberikan pengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan secara signifikan dengan nilai sebesar 0,294. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-statistiknya (Kekuatan Lingkungan Eksternal - Kinerja Perusahaan = 2,940) > dari t-tabel 1,96. Hasil hipotesis ini selaras dengan penelitian sebelumnya dari Tavitiyaman (2009) dalam Widyastuti (2022), (1) menilai dampak dari kekuatan industri terhadap strategi kompetitif sumber daya, (2) menyelidiki dampak dari strategi sumber daya kompetitif terhadap kinerja Hotel, dan (3) menilai efek moderat afiliasi Hotel dan struktur organisasi pada hubungan antara kekuatan industri dan strategi kompetitif sumber daya dan kinerja hotel.

Hipotesis 5 menunjukkan Strategi Bersaing memberikan pengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan secara signifikan dengan nilai 0,479. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-statistiknya (Strategi Bersaing - Kinerja Perusahaan = 4,744) > dari t-tabel 1,96. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya Wibowo et al. (2017), menunjukkan bahwa variable strategi bersaing memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dengan *net profit margin*.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan variable lingkungan eksternal memiliki kontribusi pengaruh besar dari lingkungan internal terhadap strategi bersaing. Sedangkan, Sumber daya perusahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, Kekuatan lingkungan bisnis eksternal memiliki kontribusi pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada industry batik di Jawa barat. Lalu, Sumber daya perusahaan yang kompetitif memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada industry batik di Jawa Barat. Strategi bersaing memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Strategi bersaing industry batik di Jawa Barat perlu dipikirkan dan dirancang sedemikian rupa, terutama dengan mempertimbangkan kekuatan lingkungan eksternal agar dapat diterapkan secara maksimal. Industri batik juga dapat memberikan pelatihan untuk lebih mendidik para pekerjanya, semakin baik kualitas angkatan kerja maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan juga. Kemampuan dan kecepatan dalam menganalisa tren teknologi terkini sangat dibutuhkan guna mempersiapkan strategi yang lebih matang dan memanfaatkannya untuk unggul dalam persaingan.

Referensi

- Best, R. J. (2013). *Market-Based Management: Strategies For Growing Customer Value And Profitability*. Pearson.
- Dwitia, Y. D. (2020). Pengaruh Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Pada Perusahaan Peternakan Ayam, Pelanggan Pt. Japfa Comfeed Indonesia Di Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(2).
- Fatimah, S., & Rosandini, M. (2021). Pengembangan Motif Batik Kembang Turi Dengan Desain Teknik Refleksi Simetri Untuk Perluasan Target Pasar. *Eproceedings Of Art & Design*, 8(4).

-
- Hoskisson, R. E., Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2015). *Strategic Management: Competitiveness & Globalization. Concepts*.
- Mardiyono, A. M. A. (2013). Pengaruh Faktor Lingkungan Bisnis Eksternal Dan Faktor Manajerial Terhadap Perencanaan Strategik Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Industri Kecil Makanan Wingko Babat Di Kota Semarang). *Serat Acitya*, 1(2), 60.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning For Domestic & Global Competition*. Mcgraw-Hill/Irwin.
- Prasasti, A. K. (2016). Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Forces Porter Pada Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Fakultas Brawijaya Malang*, 1–11.
- Qori'ah, D. (2019). Industri Batik Garutan Di Era Milenial (Studi Kasus Batik Garutan Di Kabupaten Garut Jawa Barat). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18(3), 147–157.
- Safitri, H., & Anwar, S. M. (2019). Pengaruh Inovasi Sumber Daya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Kota Palopo. *Jurnal Manajemen Stie Muhammadiyah Palopo*, 3(2).
- Sembiring, S. I. O. (2020). Penerapan Strategi Bersaing Umkm Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(1), 81–95.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Syathari, R. A., Rahayu, A., & Hurriyati, R. (2019). Kinerja Bisnis Industri Butik Muslim Di Jawa Barat, Indonesia. *Sosiohumanika*, 12(2), 157–168.
- Thompson, A., Janes, A., Peteraf, M., Sutton, C., Gamble, J., & Strickland, A. (2013). *Ebook: Crafting And Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage: Concepts And Cases*. Mcgraw Hill.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic Management And Business Policy (Vol. 55)*. Pearson Boston.
- Wibowo, S. S. A., Handayani, Y., & Lestari, A. R. (2017). Strategi Bersaing Perusahaan Dan Kinerja Perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 143–151.
- Widyastuti, M. T. (2022). Pengaruh Servant Leadership Terhadap Job Performance Yang Dimediasi Oleh Job Attitude Dan Work Behavior Karyawan Pada Industri Perhotelan Milik Bumh. *International Journal Of Digital Entrepreneurship And Business*, 3(2), 74–91.