

**PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS DAN STRATEGI OPERASIONAL
TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PADA OUTLET FAST FOOD
DI KABUPATEN BEKASI**

Candra Dwi Hardiana¹, Ikhlas Ridho²

STIE Bisnis Internasional Indonesia Bekasi

¹candradwihardiana@gmail.com

²ikhlasridho02@gmail.com

Abstract

The business environment and operational strategy have an important role for a company, namely as the influence of all activities or activities in achieving the goals of a company. Therefore, companies are required to be able to optimize their operational performance. This study aims to determine whether the business environment and operational strategies partially and simultaneously affect operational performance. The research method used is by distributing questionnaires given to 35 managers and assistant managers in each outlet as respondents to obtain information and to collect data by asking each respondent to answer each statement listed on the questionnaire given. Based on the results of this study partially variable X1 and X2 plays an important role for the variable Y. however it has no positive effect on Y, because x1 has a Sig. obtained is $0.500 > 0.05$ and the t value is $-0.682 < 1.3433$, and X2 has a Sig. obtained $0.356 > 0.05$ and the t value is $-0.937 < 1.3433$. So it can be concluded that H1 and H2 are rejected. Based on the results of this study simultaneously the variables of the business environment and operational strategy with the Sig. $0.539 > 0.05$, which means that it is greater than $\alpha = 0.05$ and the analysis of the F test results is 0.631. So it is concluded that the business environment and operational strategy do not have a significant effect on operational performance simultaneously. This result implies that the business environment (X1) and operational strategy (X2) in explaining or influencing operational performance (Y) at fast food outlets in Bekasi District are 3,8% while 96,2% is explained by other factors outside the business environment and operational strategy, such as work environment, employee morale, innovation strategy, motivation, work discipline, HR management strategies, and supply chain.

Keywords: Business Environment, Operational Strategy, Operational Performance

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan industri yang semakin maju perusahaan juga dituntut untuk memberikan kualitas yang terbaik dalam produk yang dihasilkan, tetapi tidak melupakan dampak lingkungan yang terjadi akibat dari segala kegiatan perusahaan. Perusahaan secara maksimal terfokus pada faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia (SDM), mesin, peralatan, bahan mentah *raw material*, dan faktor produksi lainnya termasuk teknologi

dalam rangka proses transformasi menjadi beragam produk barang atau jasa seefisien mungkin untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Sasaran yang hendak dicapai operasional ialah mewujudkan efisiensi biaya *cost minimization* dalam proses produksi, baik barang maupun jasa, kualitas yang tinggi *high quality*, dapat diserahkan ke pasar dalam waktu yang singkat *speed of delivery*, dan peralatan produksi dapat dengan segera digunakan untuk mengerjakan produk lainnya *flexibility* (Heizer dan Render, 2015:38).

Kinerja operasional dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam lingkungan internal dengan memastikan setiap tenaga kerja konsisten mengikuti prosedur kerja untuk meningkatkan profitabilitas, Dan melihat kondisi lingkungan eksternal perusahaan dengan mengenali perubahan lingkungan usahanya. Perubahan lingkungan terjadi pada perubahan permintaan, perubahan tarif, dan perubahan selera pasar. Penyebab ketidakpastian lingkungan juga dapat disebabkan oleh kompetisi, perubahan teknologi, dan isu sosial ekonomi (Braglia dan Petroni, 2010:39). Meskipun perubahan lingkungan seringkali tidak dapat diprediksi (Dens & Beard, 2000 dikutip dalam Ward et al, 2009:41), *companies can adapt to change. Adaptations can be made because there is sufficient time for the company to evaluate its performance by looking at changing market demands, or often changes take place gradually.*

Perusahaan barang dan jasa tentunya didalam operasionalnya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan, tapi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya yaitu strategi operasional. Strategi operasional merupakan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kinerja operasional, maka perusahaan perlu merancang strategi operasional dalam perusahaannya. Hal ini diperlukan untuk mengatur alur sistem operasi yang ada dalam sebuah perusahaan untuk mencapai target kinerja yang produktif dan efisien. Strategi operasional adalah fungsi operasional yang menentukan arah dalam pengambilan sebuah keputusan yang terintegrasi bersama strategi bisnis. Strategi operasional menciptakan pola-pola dalam menentukan keputusan operasional dengan tepat untuk menghasilkan suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan. Strategi operasi menjabarkan tentang strategi bisnis dan korporasi, dengan begitu strategi operasi akan memberikan arah untuk mengambil keputusan hubungan antara strategi bisnis dan strategi operasi. Strategi operasi *Operation Strategic* berkaitan dengan produk, proses, biaya, metode, sumber operasi, waktu tunggu *Lead Time* dan penjadwalan. Strategi operasional juga merupakan hal yang menerangkan jangka panjang yang terdiri dari misi, tujuan atau sasaran, kebijakan serta *distinctive competence* dari suatu perusahaan.

Kegiatan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kinerja operasional *outlet fast food*. Menurut Hartato (2019:31) di Indonesia sektor *fast food* dinyatakan paling siap memasuki Era Industri 4.0. Dengan demikian, *outlet fast food* diyakini akan sangat menunjang perkembangan perekonomian di setiap kota di Indonesia. Berikut adalah data profil kompetitif yang diambil dari 3 jenis *outlet fast food* yang berbeda, yaitu McDonald's, KFC, dan Burger King. Pengambilan data ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja operasional seperti lingkungan bisnis dan strategi operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi. berikut ini data yang didapatkan mengenai profil kompetitif:

Tabel 1.1 PROFIL KOMPETITIF RESTORAN McDonlad's, KFC, DAN BURGER KING DI KABUPATEN BEKASI YTD 2019

<i>Key Factors</i>		McDonald's		KFC		BURGER KING	
<i>Critical Operation Factors</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
<i>Advertising</i>	20	1	20	4	80	3	60
<i>Product Quality</i>	10	4	40	4	40	3	30
<i>Price Competitiveness</i>	10	3	30	3	30	4	40
<i>Management</i>	10	4	40	3	30	3	30
<i>Financial Position</i>	15	4	60	3	45	3	45
<i>Customer Loyalty</i>	10	4	40	4	40	2	20
<i>Global Expansion</i>	20	4	80	2	40	2	40
<i>Market Share</i>	5	1	5	4	20	3	15
<i>Total</i>	100		315		325		280

(Sumber: flixuno.wordpress.com, 2019)

Data di atas memiliki hasil matriks kompepetitif yang berbeda dari ketiga *outlet fast food*. Hal ini dapat menjelaskan serta menjadi tolok ukur pencapaian yang akan menentukan tingkat kompetitif ketiga jenis *outlet* tersebut dalam kinerja operasionalnya yang berdampak pada lingkungan bisnis dan strategi operasional dalam persaingan *outlet fast food*. Data yang diambil hanya menunjukkan profil kompetitif *outlet fast food* yang menjadi *Top Ranking* di Indonesia yaitu McDonald's, KFC, dan Burger King, di mana KFC menduduki peringkat pertama dari *Top Ranking outlet fast food* di Indonesia dengan total nilai *critical operation factors* tertinggi sebesar 325. karena yang diketahui adalah kualitas kinerja *outlet fast food* yang memberikan *impact* cukup besar terhadap respon masyarakat yang sangat antusias menikmati berbagai jenis makanan dan minuman cepat saji. Kepuasan pelanggan atas kebutuhannya menjadi tolok ukur profitabilitas kinerja *outlet fast food* menjadi semakin percaya diri untuk mengembangkan bisnisnya. sehingga beberapa jenis *outlet fast food* melakukan ekspansi yang sangat besar dengan cara pembukaan cabang restoran di beberapa wilayah yang *market wide*-nya mempunyai peluang besar. Hadirnya beberapa *outlet fast food* di berbagai wilayah tersebut menandakan bahwa proses pendekatan dan pengenalan makanan minuman cepat saji kepada masyarakat agar dapat tersebar luas, sehingga mempengaruhi setiap restoran *fast food* harus mampu untuk menyusun strategi operasi untuk meningkatkan kualitas kinerja, sehingga mampu bersaing dan mencapai keunggulan yang kompetitif dalam kinerja operasionalnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian menarik permasalahan yang dapat diangkat sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja Operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi?
2. Seberapa besar pengaruh Strategi Operasional terhadap Kinerja Operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi?
3. Seberapa besar pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasional terhadap Kinerja Operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi?

TINJAUAN LITERATUR

Kinerja Operasional

Wibowo (2015:67) mengemukakan bahwa kinerja operasional berkaitan dengan penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan (lembaga), yakni seberapa penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misi. Kinerja administratif berhubungan dengan kinerja administrasi organisasi (lembaga) termasuk di dalamnya struktur administrasi yang mengatur hubungan otoritas wewenang dan tanggung jawab sesuai dengan posisi jabatan, dan berkaitan dengan mekanisme aliran informasi antarunit kerja (bagian) dalam organisasi (lembaga). Kinerja strategi berhubungan dengan kemampuan organisasi (lembaga) dalam menjalankan visi dan misinya.

Berdasarkan beberapa pengertian kinerja sebagaimana dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan gambaran tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan baik secara individu, kelompok, maupun organisasi. Tingkat pencapaian pelaksanaan program kegiatan tersebut dapat dilihat secara kuantitas maupun kualitas. Menurut Wibowo (2015:68), indikator pada kinerja operasional meliputi:

- 1) Moral karyawan
- 2) Kinerja produksi
- 3) Kinerja *delivery*
- 4) Kualitas *output*

Lingkungan Bisnis

Lingkungan sangat berpengaruh dalam perencanaan strategi bisnis. Menurut Glueck and Jauch dalam penelitian Wispandono (2010:154) mengemukakan bahwa: Lingkungan bisnis meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Analisis diartikan sebagai penelusuran peluang atau ancaman sampai ke pangkalnya. Analisis lingkungan diartikan sebagai proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan.

Lingkungan bisnis meliputi lingkungan ekonomi, teknologi, sosial, dan persaingan:

a) Lingkungan Ekonomi

Lingkungan ekonomi merujuk pada kondisi sistem ekonomi tempat perusahaan tertentu beroperasi. Kondisi ekonomi merefleksikan kondisi bisnis nyata. Apabila terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi maka konsumsi dan permintaan cenderung meningkat, sebaliknya pertumbuhan ekonomi yang menurun mengakibatkan konsumsi dan permintaan menurun.

b) Lingkungan Teknologi

Pengertian teknologi merujuk pada semua cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi konstituen mereka, termasuk pengetahuan manusia, metode kerja, peralatan fisik, elektronik, dan komunikasi.

c) Lingkungan Hukum-Politik

Lingkungan ini mencerminkan hubungan antara bisnis dan pemerintah, biasanya dalam bentuk regulasi pemerintah. Sistem hukum ikut menentukan sesuatu yang dapat dilakukan dan tidak dapat dilakukan oleh organisasi.

d) Lingkungan Sosio-Budaya

Lingkungan sosial mencakup kebiasaan, adat istiadat, nilai, dan karakteristik demografik dari masyarakat dimana sebuah organisasi beroperasi. Proses sosio-budaya menentukan barang dan jasa serta standar perilaku bisnis yang dihargai dan diterima masyarakat.

Berdasarkan dimensi-dimensi yang sudah dijelaskan di atas dijadikan sebagai indikator lingkungan bisnis menurut Alteza (2011:14-17), yaitu meliputi lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi, lingkungan hukum-politik, dan lingkungan sosio-budaya.

Strategi Operasional

Menurut Rangkuti (2015:42), Strategi operasional adalah komitmen terhadap setiap kegiatan yang direncanakan maupun yang ada dalam lingkup perusahaan saat ini. Kegiatan yang akan dilaksanakan tersebut secara optimal memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada dan melakukan proses transformasi untuk mencapai *distinctive competence* dan tujuan operasional perusahaan.

Hill (1989) dalam Ensiklopedi Manajemen (2012:29), Strategi merupakan suatu cara yang menekankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran. Semuanya bertujuan untuk mengembangkan *perspektif* korporat melalui agregasi. Anderson et al (1984) dalam Wibowo (2011:33), Strategi operasional merupakan visi jangka panjang, terdiri dari misi, tujuan, kebijakan, dan *distinctive competence* suatu perusahaan.

Menurut Rangkuti (2015:45), indikator pada strategi operasional meliputi :

- 1) Komitmen terhadap kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan.
- 2) Kondisi yang ada saat ini dan direncanakan.
- 3) Proses transformasi.
- 4) *Distinctive competence*, kemampuan spesifik yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah.

Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Lingkungan Bisnis (X₁) terhadap Kinerja Operasional (Y)

Buchory dan Saladin (2010:46) mengemukakan bahwa lingkungan (*environment*) merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan dalam pengelolaan kegiatan bisnis, sehingga lingkungan bisnis memiliki peran penting terhadap kinerja operasional.

Uraian teoretis di atas diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputra (2012:66) yang menunjukkan bahwa hasil penelitian adanya pengaruh yang kuat antara lingkungan bisnis terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris tersebut sebagai dasar penyusunan hipotesis sebagai berikut :

H₁: Lingkungan bisnis (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional (Y).

2. Pengaruh Strategi Operasional (X₂) terhadap Kinerja Operasional (Y)

Hayes dan Wheel Wrigth (1978) dalam Tjiptono (2010:4), Strategi mengandung arti semua kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan, termasuk di dalamnya pengalokasian semua sumber daya yang dimiliki perusahaan, sehingga strategi operasional memiliki peran penting terhadap kinerja operasional.

Uraian teoritis di atas diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fahmila (2017:72) yang menunjukkan bahwa hasil penelitian ini secara keseluruhan strategi operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.

Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris tersebut sebagai dasar penyusunan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Strategi operasional (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Operasional (Y).

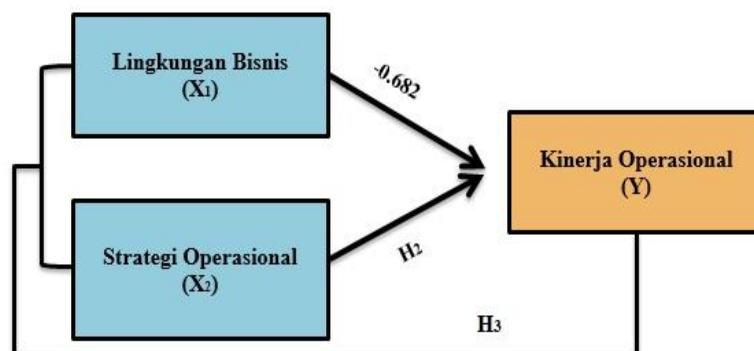
2.3.3 Pengaruh Lingkungan Bisnis (X₁) dan Strategi Operasional (X₂) terhadap Kinerja Operasional (Y)

Wibowo (2015:67) mengemukakan bahwa kinerja operasional berkaitan dengan penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan (lembaga), yakni seberapa penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misi, sehingga strategi operasional memiliki peran penting terhadap kinerja operasional.

Uraian teoretis di atas diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputra (2012:66) yang menunjukkan bahwa hasil penelitian adanya pengaruh kuat antara lingkungan bisnis dan strategi operasional terhadap kinerja perusahaan.

H₃: Lingkungan bisnis (X₁) dan strategi operasional (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional (Y).

Model Kerangka Kosep



Hipotesis

H₁ : Terdapat pengaruh lingkungan bisnis (X₁) yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional (Y).

H₂ : Terdapat pengaruh strategi operasional (X₂) yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional (Y).

H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan bisnis (X₁) dan strategi operasional (X₂) terhadap kinerja operasional (Y).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Penelitian kuantitatif; yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diteliti. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat simpulan yang lebih luas, Sugiyono (2013:9).

Operasional Variabel Penelitian

Variabel dan Definisi	Indikator	Item	Skala Pengukuran
Lingkungan Bisnis X1 Adalah keseluruhan hal-hal atau keadaan di luar badan industri yang memengaruhi kegiatan organisasi. Muniya Alteza (2011:14)	a.Lingkungan Ekonomi b.Lingkungan Teknologi	1. Kondisi ekonomi masyarakat setempat memiliki peluang besar untuk mendirikan restoran cepat saji. 2. Tingkat ekonomi masyarakat harus sesuai dengan harga yang ditawarkan terhadap produk yang dijual. 3. Teknologi pada mesin produksi yang digunakan dapat mempercepat waktu produksi. 4. Peralatan untuk <i>handling food</i> mempermudah tenaga kerja menjalankan pekerjaannya. 5. Sistem teknologi yang dimiliki restoran dapat mengatur kebutuhan <i>outlet</i> dalam menjalankan operasionalnya. 6. Teknologi komunikasi dan informasi yang digunakan mempermudah setiap tenaga kerja dalam berkomunikasi dan menerima arahan di dalam operasional. 7. Kebijakan pemerintah setempat dalam mengenakan PPN dan menerbitkan IMB dapat membantu perusahaan agar menjalankan bisnis dengan aman, lancar, dan legal. 8. Peraturan pemerintah dalam mengatur perusahaan menjadi acuan bagi perusahaan terhadap norma dan aturan yang harus dipatuhi perusahaan sesuai dengan regulasi dari pemerintah.	Ordinal

	c.Lingkungan Hukum-Politik	<p>9. Nilai upah karyawan di wilayah perusahaan memengaruhi biaya perusahaan.</p> <p>10. Kebijakan standar upah dari perusahaan kepada setiap karyawan sesuai dengan level dan tanggung jawab pekerjaan dan dapat mencukupi kebutuhan hidup.</p> <p>11. Kepuasan pelanggan dapat diukur dari pelayanan, keramahan, kebersihan dan keamanan yang diterapkan oleh restoran.</p>	Ordinal
	d. Lingkungan Sosio-Budaya Muniya Altez (2011:17)	<p>12. Budaya perusahaan memengaruhi tingkat berkunjungnya pelanggan.</p>	Ordinal
<p>II) Strategi Operasional X2</p> <p>Adalah komitmen terhadap setiap kegiatan yang direncanakan maupun yang ada dalam lingkup perusahaan saat ini. Freddy Rangkuti (2015:42)</p>	<p>a.Komitmen terhadap kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan</p> <p>b. Kondisi yang ada saat ini dan yang direncanakan</p>	<p>1. Kegiatan restoran berupa kerja sama dengan beberapa instansi akan memberi <i>impact</i> berupa keuntungan dalam penjualan.</p> <p>2. Kegiatan berupa pengadaan <i>event</i> di restoran seperti <i>Kitchen Tour</i>, <i>Birthday Party</i>, lomba mewarnai, dan sebagainya, akan memberikan peningkatan <i>level sales</i> restoran dalam meraih keuntungan dan pendapatan yang lebih.</p> <p>3. Konsistensi setiap karyawan dalam mengikuti kegiatan operasional dalam restoran akan menentukan kestabilan dalam operasional restoran.</p> <p>4. Saat kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini menimbulkan beberapa hambatan dalam kegiatan operasional restoran.</p> <p>5. Perencanaan yang dibuat oleh restoran akan memengaruhi kestabilan dalam operasional restoran.</p> <p>6. Perencanaan yang salah akan menimbulkan kegagalan, kerugian, dan hambatan dalam operasional.</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>

	<p>c. Proses Transformasi</p> <p>d. <i>Distinctive competence</i>, kemampuan spesifik yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah</p> <p>Freddy Rangkuti (2015:45)</p>	<p>7. Perencanaan lainnya atau biasa disebut Plan-B dapat dijadikan <i>Option/substitute</i> yang dapat dilakukan apabila terjadinya hambatan dan kegagalan pada perencanaan yang lebih dahulu dilakukan.</p> <p>8. Perubahan kegiatan restoran dapat menjadi nilai tambah dalam operasional restoran.</p> <p>9. Pengembangan kegiatan dapat menjaga kestabilan dalam operasional restoran.</p> <p>10. Kemampuan spesifik yang dimiliki oleh manajer restoran dapat meraih keuntungan lebih dalam penjualan.</p> <p>11. Kemampuan manajer dalam mengelola dan mengatur akan menentukan kestabilan dalam operasional restoran.</p> <p>12. Kemampuan yang sangat terukur dari proses perubahan untuk menghasilkan nilai tambah akan mendukung tujuan perusahaan secara keseluruhan.</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
<p>Kinerja Operasional (Y) Kinerja operasional berkaitan dengan penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan (lembaga), yakni seberapa penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misi. (Wibowo, 2015:67)</p>	<p>a. Moral Karyawan</p> <p>b. Kinerja Produksi</p>	<p>1. Kemampuan lebih dari setiap karyawan akan meningkatkan profitabilitas dan produktivitas dalam operasional.</p> <p>2. Mempekerjakan orang yang tepat pada posisi yang tepat akan menentukan keberhasilan operasional.</p> <p>3. Apresiasi berupa kenaikan jabatan dapat mengangkat moral karyawan dan meningkatnya kinerja karyawan.</p> <p>4. Kecepatan bekerja akan menentukan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan.</p> <p>5. Kelancaran mesin produksi akan memberikan kecepatan dalam proses produksi.</p> <p>6. Konsistensi prosedur yang diikuti karyawan dalam setiap posisi kerja akan menentukan</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>

		kestabilan proses produksi dalam operasional restoran untuk menghasilkan kinerja produksi yang memuaskan.	
		7. Ketepatan waktu pengiriman produk dari <i>supplier</i> akan menentukan kelancaran dalam operasional restoran.	
		8. Kecepatan waktu pengantaran produk yang dipesan oleh pelanggan akan menjadi tolok ukur kecepatan pelayanan pada <i>channel delivery order</i> yang ada dalam operasional restoran.	Ordinal
	c. Kinerja <i>Delivery</i>	9. Kualitas <i>output</i> berupa produk yang dijual akan memengaruhi minat dan loyalitas pelanggan terhadap produk yang diterima.	
		10. Kualitas produk akan menjadi tolok ukur dari nilai jual yang ditawarkan kepada pelanggan.	
		11. Manfaat produk akan menentukan kepuasan pelanggan terhadap kinerja operasional restoran.	Ordinal
	d. Kualitas <i>Output</i> (Wibowo, 2015:68)	12. Cita rasa produk akan menjadi tolok ukur pengalaman yang baik bagi pelanggan.	

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 35 *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi, yaitu McDonald's, KFC, dan Burger King. karena memiliki kuantitas dan karakteristik yang hampir sama. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan *Non Probability Sampling*. Sampel yang diambil yaitu 1 *outlet* Mcdonald's, 4 *outlet* KFC, dan 30 *outlet* Burger King. sehingga Total sampel yang diambil sebanyak 35 *outlet*. Semua store berlokasi di Kabupaten Bekasi. Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya menggunakan teknik *Sampling* jenuh, dengan pengambilan sampel di 35 *outlet fast food* dengan responden yang diperoleh dari manajer atau asisten manajer di setiap *outlet*.

Hasil Penelitian

Analisis Data

1. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh lingkungan bisnis dan strategi operasional terhadap kinerja operasional di 35 *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi. Berdasarkan dari analisis dengan

program SPSS versi 25.0 maka diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 55,682 + (-0,113) X_1 + (-0,138) X_2$$

- a. Koefisien regresi lingkungan bisnis (b_1) sebesar = -0,113, nilai negatif yang diperoleh mengandung pengertian, bahwa lingkungan bisnis tidak signifikan memengaruhi kinerja operasional, dan nilai Sig yang diperoleh sebesar 0,500. sehingga tidak dapat memberikan pengaruh peningkatan pada kinerja operasional. dengan asumsi variabel lainnya signifikan dan memengaruhi.
- b. Koefisien regresi strategi operasional (b_2) sebesar = -0,138, nilai negatif yang diperoleh mengandung pengertian, bahwa strategi operasional tidak signifikan memengaruhi kinerja operasional, dan nilai Sig yang diperoleh sebesar 0,356. sehingga tidak dapat memberikan pengaruh peningkatan pada kinerja operasional. dengan asumsi variabel lainnya signifikan dan memengaruhi.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dibuktikan dari hasil uji t dan uji f yang diperoleh dari pengolahan SPSS versi 25.0.

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh lingkungan bisnis dan strategi operasional terhadap kinerja operasional pada *Outlet Fast Food* di Kabupaten Bekasi, secara parsial atau individual.

Berdasarkan dari hasil uji t yang diperoleh, dapat dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh lingkungan bisnis (X_1) terhadap kinerja operasional (Y) sebesar $0,500 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,682 < 1.3433$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara lingkungan bisnis terhadap kinerja operasional.
2. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh strategi operasional (X_2) terhadap kinerja operasional (Y) sebesar $0,356 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,937 < 1.3433$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara strategi operasional terhadap kinerja operasional.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk membuktikan pengaruh lingkungan bisnis dan strategi operasional terhadap kinerja operasional pada *outlet fast food* di kabupaten Bekasi secara simultan atau bersama-sama.

Hasil uji F sebesar 0,631 dengan Sig. 0,539. Nilai Sig. yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan ditolak hipotesis yang berarti bahwa lingkungan bisnis dan strategi operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional secara simultan atau bersama-sama.

c. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya kemampuan lingkungan bisnis dan strategi operasional dalam menjelaskan kinerja operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi. dapat dilihat pada hasil koefisien determinasi berikut ini:

Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *R square* sebesar 0,038. Hasil ini mengandung pengertian bahwa lingkungan bisnis dan strategi operasional dalam menjelaskan atau memengaruhi kinerja operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi sebesar 3,8%

sementara 96,2% (100% - 3,8%) kinerja operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar lingkungan bisnis dan strategi operasional.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasional terhadap Kinerja Operasional pada *Outlet Fast Food* di Kabupaten Bekasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Besarnya pengaruh Lingkungan bisnis terhadap Kinerja Operasional pada *Outlet Fast Food* di Kabupaten Bekasi, yaitu dengan tingkat Sig. 0,500 > 0,05. Berdasarkan analisis regresi Nilai t hitung sebesar $-0,682 < 1,3433$, sehingga disimpulkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional.
2. Besarnya pengaruh Strategi operasional terhadap Kinerja operasional pada *Outlet Fast Food* di Kabupaten Bekasi, yaitu dengan tingkat Sig. 0,356 > 0,05. Berdasarkan analisis regresi Nilai t hitung sebesar $-0,937 < 1,3433$, sehingga disimpulkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional.
3. Besarnya pengaruh Lingkungan bisnis dan Strategi operasional terhadap Kinerja operasional pada *Outlet Fast Food* di Kabupaten Bekasi, secara simultan atau bersama-sama, yaitu dengan tingkat nilai Sig. 0,539 > 0,05 yang artinya lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan analisis hasil uji F sebesar 0,631 dengan sig. 0,539, sehingga disimpulkan bahwa lingkungan bisnis dan strategi operasional tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional secara simultan atau bersama-sama. Berdasarkan analisis hasil uji R^2 sebesar 3,8% sementara 96,2% (100% - 3,8%) kinerja operasional pada *outlet fast food* di Kabupaten Bekasi dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar lingkungan bisnis dan strategi operasional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adkon. 2007. *Strategic Management For Education*. Malang: Alfabeta.
- Alteza, Muniya. 2011. *Pengantar Bisnis: Teori dan Aplikasi di Indonesia* Yogyakarta: Unimed.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aquilano, Nicholas J, Chase, dan Jacobs, F Robert. (2014). *Operations and Supply Chain Management*. 14th Edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Badri, et al. 2012. *Lingkungan terhadap Kinerja Melalui Strategi Operasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Braglia, Marcello dan Alberto Petroni. 2010. *Simulasi Bisnis: Perubahan Lingkungan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim. 2006. *Pengantar Bisnis: Competitive Advantage*. Bandung: Linda Karya.
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim. 2010. *Pengantar Bisnis: Lingkungan Bisnis*. Bandung: Linda Karya.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Revisi. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hartato, Erlangga. 2019. *Hubungan Pengetahuan Makanan Cepat Saji (Fast Food)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Heizer, Jay dan Barry Render. 2014. *Manajemen Operasi*. Penerjemah: Hirson kurni, Ratna Saraswati, David Wijaya. Jakarta: Salemba Empat.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Manajemen Operasi*. Penerjemah: Hirson kurni, Ratna Saraswati, David Wijaya. Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy. 2008. *Fungsi Manajemen Operasi*. Edisi Kedua. Jakarta Selatan: Grasindo.
- Herjanto, Eddy. 2014. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Jakarta Selatan: Grasindo.
- Herjanto, Eddy. 2018. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Jakarta Selatan: Grasindo.
- Kumar , S.A dan N. Surech. 2009. *Operation Management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moehariono. 2011. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetisi*. Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moehariono. 2014. *Pengukuran Kinerja*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moeljadi. 2011. *Perubahan dan Peran Moderasi Lingkungan*. Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Notoatmodjo, Seokidjo. 2013. *Manajemen Operasional: Strategi dan Analisa*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Prawirosentono, Suyadi. 2009. *Manajemen Operasi*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno, Dwi. 2011. *Panduan Olah Data SPSS*. Jakarta Selatan: Grasindo.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. 2011. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.
- Suci, Rahayu Puji. 2008. *Esensi Manajemen Strategi: Analisa Lingkungan Internal*. Yogyakarta: Zifatama Publisher.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta Selatan: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Variabel Penelitian*. Jakarta Selatan: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta Selatan: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Populasi dan Sampel*. Jakarta Selatan: Alfabeta.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Steven, W.J. dan Chee Choung. 2014. *Manajemen Operasi Perspektif*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Swasta, Basu dan Ibnu Sujojto. W. 2014 *Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ward, et al. 2009. *Business Environment and Operation Strategy*. Boston: McGraw Hill.
- Wibowo. 2015. *Manajemen Kinerja: Kinerja Operasional*. Edisi 5. Jakarta CV Rajawali.
- Worthington-Robert BS, dan Williams SR. 2000. *Nutrition throughout the life cycle* Boston: McGraw-Hill.

Jurnal

- Darya, I Gusti Putu. 2011. "Pengaruh Lingkungan Dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kompetensi Usaha Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kota Balikpapan." Jurnal Ekonomi, Vol.14, No. 1. Balikpapan. Diunduh pada 28 Mei 2020.
- Fahmila, Siti Fitria. 2017. "Pengaruh Strategi Operasional terhadap Kinerja Operasional Perusahaan pada UKM di Yogyakarta." Jurnal Ilmiah akultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. Diunduh pada 2 Februari 2020.
- Hayati, F. 2000. "Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Fast Food Waralaba Modern Tradisional pada Remaja Siswa SMU Negeri di Jakarta Selatan." Jakarta. Diunduh pada 3 Februari 2020.
- Hidayat, R. dan Budiarto, H. 2009. "Pengaruh Lingkungan terhadap Strategi dan Kinerja Industri Manufaktur di Jawa Timur." Jurnal Ilmiah Semesta Teknika. Jawa Timur. Diunduh pada 18 Januari 2020.
- Kurniawan, Soni dan Risal Rinovah. 2016. "Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasional terhadap Kinerja Operasional pada UKM Kerajinan Gerabah Kasongan Bantul." Jurnal Ilmiah LPPM UST Yogyakarta, Vol:2. Nomor 2. Yogyakarta. Diunduh pada 18 Januari 2020.
- Mahardika, A. 2014. "Pengaruh Information Sharing dan Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Operasional." Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang. Diunduh pada 4 Februari 2020.
- Saputra, Sendi Aji. 2012. "Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasional terhadap Kinerja Perusahaan pada Fanshop PERSIB di Wilayah Bandung." Jurnal Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen. Universitas Komputer Indonesia. Bandung. Diunduh pada 25 Mei 2020.
- Ward, P.T., et al. 2013. "*Business Environment Opertions Strategy, and Performance:An Emperical Study of Singapore Manufacturers.*" Jurnal of Operation Management. Diunduh pada 21 Januari 2020.
- Wispondono, R.M. Moch. 2010. "Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja Pengrajin Industri Batik di Kabupaten Bankalan." Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol. 1 No. 2. Diunduh pada 25 Januari 2020.

Website

- Web Ekon.go.id > buku-outlook-perekonomian-indonesia. Diakses pada tanggal 5 Januari 2020.
- Web <https://komisiinformasi.go.id/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2020.
- Web kemenperin.go.id/direktori-perusahaan. Diakses pada tanggal 10 Januari 2020.