Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat,
Vol. 2, No. 2, Desember 2024
Copyright © 2024 pada penulis

STRATEGI MANAJERIAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS LOKAL

Ayi Supardi Ganda Wijaya
STAI Muhammadiyah Garut, Jawa Barat, Indonesia
wijaya060@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i2.670
Dipublikasikan: 08 Desember 2024

Abstrak

Strategi manajerial sangat penting dalam meningkatkan daya saing bisnis lokal, khususnya yang berada di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi manajerial yang efektif dapat meningkatkan daya saing bisnis lokal di pasar yang sangat kompetitif. Bisnis lokal memegang peranan penting dalam perekonomian, dengan kontribusi yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) negara. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyumbang hampir 60% terhadap PDB Indonesia. Meskipun peran ekonominya sangat besar, banyak bisnis lokal yang kesulitan untuk bersaing karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan pasar. Penelitian ini mengeksplorasi berbagai pendekatan manajerial, termasuk analisis pasar, inovasi produk dan layanan, serta manajemen hubungan pelanggan, sebagai metode untuk memperkuat daya saing bisnis. Penelitian ini menekankan pentingnya penerapan pendekatan strategis yang tidak hanya memastikan kelangsungan hidup bisnis, tetapi juga mendorong pertumbuhan dan dominasi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang menginvestasikan pada manajemen strategis lebih mungkin untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan mempertahankan kesuksesan jangka panjang.

Kata Kunci: Strategi Manajerial, Daya Saing Bisnis, Bisnis Lokal

Abstract

Managerial strategies are essential in improving the competitiveness of local businesses, particularly those in the micro, small, and medium enterprise (MSME) sector. This study examines how effective managerial strategies can increase the competitiveness of local businesses in highly competitive markets. Local businesses play a vital role in the economy, contributing significantly to the national GDP. According to the Central Statistics Agency (BPS), MSMEs contribute nearly 60% to Indonesia's Gross Domestic Product (GDP). Despite their significant economic role, many local businesses struggle to compete due to limited resources and market knowledge. The research explores various managerial approaches, including market analysis, innovation in products and services, and customer relationship management, as methods to strengthen

business competitiveness. It highlights the importance of adopting a strategic approach that not only ensures business survival but also fosters growth and market dominance. The findings suggest that businesses that invest in strategic management are more likely to adapt to market changes, attract more customers, and sustain long-term success.

Keywords: Managerial Strategies, Business Competitiveness, Local Businesses

PENDAHULUAN

Daya saing merupakan salah satu aspek terpenting dalam kelangsungan dan pertumbuhan bisnis, terutama bagi bisnis lokal yang beroperasi di pasar yang sangat kompetitif (Prasetiasari et al., 2023). Dalam konteks bisnis lokal, daya saing tidak hanya diukur dari kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup, tetapi juga bagaimana bisnis tersebut dapat berkembang dan mendominasi pasar lokalnya. Bisnis lokal, terutama yang berada di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang diunggah kembali oleh Sidin dkk, UMKM menyumbang hampir 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Sidin & Indiarti, 2020). Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis lokal untuk memiliki daya saing yang kuat agar tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan berinovasi di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Namun, dalam realitasnya, banyak bisnis lokal yang menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk bersaing dengan pemain besar maupun sesama bisnis lokal. Perubahan teknologi yang pesat, globalisasi yang membawa masuk produk-produk asing, serta perubahan pola konsumsi masyarakat menjadi faktor-faktor yang membuat bisnis lokal kesulitan untuk mengembangkan dirinya. Selain itu, banyak pelaku bisnis lokal yang masih terjebak pada pola pikir tradisional, kurangnya pemahaman tentang pentingnya strategi manajerial yang efektif, serta keterbatasan dalam akses terhadap sumber daya yang dapat mendukung daya saing mereka (Maharani & Hasibuan, 2024)(Mahmuddin & Iswakarni, 2024). Untuk itu, penting bagi bisnis lokal untuk dapat merumuskan strategi manajerial yang tidak hanya responsif terhadap perubahan pasar, tetapi juga dapat mendongkrak kinerja dan pertumbuhan mereka.

Daya saing dalam bisnis lokal dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti kualitas produk, efisiensi operasional, kemampuan untuk berinovasi, serta kapasitas manajerial yang dimiliki (Irawan, 2020)(Aini et al., 2023). Meningkatkan daya saing bisnis lokal memerlukan pendekatan yang sistematis dan berbasis pada strategi manajerial yang tepat. Salah satu elemen krusial dalam penguatan daya saing bisnis lokal adalah pengelolaan sumber daya manusia dan kemampuan organisasi dalam merespon perubahan pasar. Oleh karena itu, peran manajerial dalam merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi bisnis menjadi sangat penting untuk menciptakan nilai kompetitif yang berkelanjutan.

Bisnis lokal, terutama UMKM, saat ini menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka (M. A. Nasution et al., 2024)(Romadhoni et al., 2022). Salah satu tantangan utama adalah ketatnya persaingan yang ditimbulkan oleh globalisasi dan kemajuan teknologi. Pasar kini tidak lagi terbatas pada ruang lingkup lokal saja, tetapi telah berkembang menjadi pasar yang sangat luas, bahkan global. Produk dari luar negeri dengan harga yang lebih kompetitif dan kualitas yang sangat baik kini dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen melalui platform online. Fenomena ini memberikan tekanan besar bagi bisnis lokal yang sering kali memiliki keterbatasan dalam hal modal, teknologi, dan manajerial.

Di samping itu, digitalisasi juga membawa tantangan tersendiri. Meskipun perkembangan teknologi memberikan banyak kemudahan, namun bagi banyak pelaku bisnis lokal, perubahan teknologi yang begitu cepat sering kali sulit untuk diikuti. Penerapan sistem digital dalam bisnis, seperti e-commerce, pemasaran digital, atau penggunaan software manajerial, sering kali terhambat oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pengelola usaha. Banyak pelaku usaha lokal yang masih mengandalkan metode konvensional dalam berbisnis, yang akhirnya membatasi kapasitas mereka untuk berkembang dan bersaing dengan lebih efektif (Pitaloka & Kardoyo, 2023)(Suwali et al., 2024).

Selain tantangan eksternal yang dihadapi oleh bisnis lokal, tantangan internal juga tidak kalah penting. Keterbatasan dalam sumber daya manusia, terutama dalam hal kompetensi manajerial, juga menjadi kendala utama. Banyak pengusaha lokal yang belum memiliki pemahaman yang cukup dalam hal strategi bisnis dan pengelolaan perusahaan secara professional (Amran & Tambunan, 2022). Tanpa strategi manajerial yang tepat, pengelolaan bisnis lokal cenderung menjadi tidak efisien, yang berujung pada stagnasi dan ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

Dari tantangan-tantangan yang telah dijelaskan, jelas bahwa penting bagi bisnis lokal untuk dapat meningkatkan daya saing mereka, salah satunya melalui penerapan strategi manajerial yang efektif. Strategi manajerial yang baik akan membantu bisnis lokal dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, mengelola sumber daya dengan lebih efisien, serta berinovasi sesuai dengan kebutuhan pasar (Idrus et al., 2023)(Azhari et al., 2023). Untuk itu, pengelola bisnis perlu memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana merumuskan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang tidak hanya mampu bertahan dalam jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan.

Pentingnya strategi manajerial terletak pada kemampuannya untuk mengoptimalkan semua aspek yang ada dalam sebuah organisasi. Dalam konteks bisnis lokal, strategi manajerial yang efektif melibatkan berbagai elemen penting, seperti penentuan tujuan jangka panjang, pemetaan kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta analisis peluang dan ancaman yang ada di pasar. Dengan demikian, manajer bisnis lokal tidak hanya perlu mengandalkan intuisi atau pengalaman, tetapi harus didukung dengan pendekatan yang berbasis pada data dan analisis pasar yang mendalam. Penerapan model-model manajerial, seperti analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) atau model Porter's Five Forces, dapat membantu bisnis lokal dalam memahami lingkungan pasar dan merumuskan strategi yang tepat(Nugrahadi, 2017) (Iswanda & Haripin, 2024).

Selain itu, inovasi dalam produk dan layanan juga menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi manajerial yang efektif. Bisnis lokal harus mampu untuk tidak hanya mengikuti tren yang ada, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang berbeda dari competitor (Asari et al., 2023). Untuk itu, pengusaha lokal harus memanfaatkan teknologi dan pengetahuan yang ada untuk menciptakan produk yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, manajerial yang efektif harus memiliki kemampuan untuk memimpin tim dalam proses inovasi, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan efisiensi operasional.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, ada beberapa rumusan masalah yang menjadi fokus utama dalam pengabdian ini. Pertama, apa saja faktor utama yang mempengaruhi daya saing bisnis lokal? Faktor-faktor ini dapat berupa internal perusahaan, seperti manajerial yang ada, budaya organisasi, dan ketersediaan sumber daya, serta eksternal, seperti persaingan pasar, kondisi ekonomi, dan regulasi pemerintah. Kedua, bagaimana strategi manajerial dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing bisnis lokal? Ini berkaitan dengan cara pengelola bisnis merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi yang dapat meningkatkan posisi bisnis mereka di pasar lokal.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi manajerial yang dapat diterapkan oleh bisnis lokal dalam upaya meningkatkan daya saing mereka. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing serta memahami strategi-strategi manajerial yang tepat, diharapkan bisnis lokal dapat memperoleh wawasan yang berguna dalam mengembangkan usaha mereka. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis lokal, terutama yang masih beroperasi dengan cara konvensional, agar mereka dapat bertransformasi menjadi lebih kompetitif di era digital dan globalisasi.

Manfaat dari penelitian ini tidak hanya terbatas pada teori, tetapi juga pada implementasi praktisnya dalam pengabdian kepada masyarakat. Pelaku bisnis lokal, khususnya di sektor UMKM, dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya manajerial yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kebijakan pemerintah dan lembaga terkait dalam mendukung pengembangan daya saing bisnis lokal, melalui penyusunan program-program yang dapat membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang tepat.

Penelitian ini juga memberi manfaat dalam hal pengembangan kapasitas manajerial di kalangan pelaku bisnis lokal. Dengan mengetahui bagaimana strategi manajerial dapat meningkatkan daya saing, pelaku bisnis lokal dapat lebih percaya diri dalam mengambil keputusan dan berinovasi, serta meningkatkan peluang mereka untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif.

METODOLOGI KEGIATAN

1. Pendekatan Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam pengabdian ini bersifat deskriptif-kualitatif atau kualitatif-empiris, bergantung pada tujuan dan cakupan kegiatan pengabdian. Pendekatan ini melibatkan penerapan teori dalam situasi praktis untuk menganalisis kondisi bisnis lokal dan merumuskan solusi strategis. Beberapa langkah yang dapat diambil adalah:

a. Analisis Kebutuhan (*Needs Assessment*)

Tujuan kegiatan ini adalah mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis lokal terkait dengan daya saing. Metode analisis dengan melakukan survei, wawancara mendalam, atau focus group discussion (FGD) dengan pelaku bisnis lokal untuk mengetahui tantangan yang dihadapi dalam aspek manajerial dan operasional. Hasil dari kegiatan ini adalah, Data mengenai kendala yang dihadapi oleh bisnis lokal, seperti kurangnya pemahaman tentang manajemen strategis, pemasaran, inovasi produk, atau keterbatasan sumber daya manusia.

b. Penyuluhan dan Pelatihan (*Training and Capacity Building*)

Tujuan kegiatan penyuluhan dan pelatihan yaitu untuk meningkatkan pemahaman pelaku bisnis lokal tentang strategi manajerial yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Metode yang digunakan dengan mengadakan sesi pelatihan dengan materi yang relevan mengenai manajemen strategis, pemasaran digital, perencanaan keuangan, serta pengembangan produk. Hasil kegiatan ini adalah, pelaku bisnis lokal memperoleh keterampilan baru dalam aspek manajerial yang dapat langsung diterapkan untuk memperbaiki daya saing mereka. Selain itu, peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi dan inovasi akan mempermudah mereka untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

c. Pendampingan (*Mentoring*)

Tujuan kegiatan pendampingan adalah, memberikan dukungan langsung dan berkelanjutan kepada pelaku bisnis lokal dalam menerapkan strategi manajerial. Metode pendampingan yang dilakukan dalam bentuk pendampingan secara intensif kepada

beberapa pelaku bisnis untuk membantu mereka dalam menyusun rencana bisnis, strategi pemasaran, serta perencanaan keuangan. Hasil pendampingan yaitu, bisnis lokal dapat merumuskan dan menerapkan strategi yang lebih tepat sasaran berdasarkan kebutuhan pasar dan kondisi internal mereka. Pendampingan juga dapat membantu dalam evaluasi dan perbaikan berkelanjutan.

d. Penerapan Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas pelaku bisnis dalam memanfaatkan teknologi untuk efisiensi operasional dan pemasaran. Metode yang digunakan yaitu, mengajarkan penggunaan platform digital untuk pemasaran, sistem manajemen inventaris, serta tools untuk analisis pasar. Hasil dari kegiatan ini adalah, bisnis lokal dapat mengadopsi teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

2. Lokasi dan Partisipan

Lokasi pengabdian ditentukan berdasarkan daerah yang memiliki banyak bisnis lokal, di daerah perkotaan yang sedang berkembang atau daerah yang mengandalkan industri kecil dan menengah (IKM). Partisipan utama adalah pemilik dan pengelola bisnis lokal yang membutuhkan dukungan dalam manajemen dan pengembangan bisnis mereka.

3. Langkah-langkah Implementasi Pengabdian

Berikut adalah langkah-langkah implementasi yang diambil dalam metodologi ini:

a. Perencanaan Kegiatan

Merancang program pelatihan dan pendampingan dengan materi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku bisnis lokal. Menyiapkan modul pelatihan yang mencakup topik-topik terkait manajerial, pemasaran, dan inovasi bisnis.

b. Sosialisasi dan Rekrutmen Partisipan

Mengadakan sosialisasi tentang manfaat pengabdian ini untuk menarik partisipan yang relevan. Rekrutmen pelaku bisnis lokal yang memiliki potensi untuk diterapkan dalam pengembangan strategi manajerial.

c. Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop

Melaksanakan sesi pelatihan dengan berbagai topik yang mendalam tentang manajemen dan daya saing bisnis. Workshop yang difasilitasi oleh praktisi dan akademisi di bidang manajemen dan bisnis untuk memberikan wawasan yang lebih aplikatif.

d. Pendampingan dan Evaluasi

Memberikan pendampingan lanjutan bagi pelaku bisnis lokal dalam mengimplementasikan strategi yang telah diajarkan. Evaluasi melalui monitoring dan asesmen untuk melihat sejauh mana penerapan strategi manajerial dapat meningkatkan daya saing.

4. Metode Evaluasi

Evaluasi kegiatan pengabdian dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

a. Evaluasi Proses

Melakukan observasi langsung terhadap kegiatan yang dilakukan selama pelatihan dan pendampingan. Feedback langsung dari partisipan untuk menilai kualitas materi dan penerapan strategi.

b. Evaluasi Hasil

Mengukur perubahan yang terjadi pada bisnis lokal setelah penerapan strategi, seperti peningkatan omzet, pengurangan biaya operasional, atau peningkatan kepuasan pelanggan. Menggunakan indikator daya saing, seperti pangsa pasar, keberhasilan pemasaran digital, atau pertumbuhan volume produk.

c. Follow-up dan Sustainability

Melakukan kunjungan berkala untuk memonitor perkembangan jangka panjang dari bisnis yang telah dibimbing. Memberikan dukungan lanjutan melalui jejaring atau akses ke sumber daya yang dapat membantu keberlanjutan usaha mereka.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Setelah kegiatan selesai, kesimpulan dapat diambil mengenai efektivitas dari strategi yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing bisnis lokal. Rekomendasi akan diberikan untuk pelaku bisnis terkait langkah-langkah lanjutan yang dapat diambil, serta bagaimana mereka bisa terus meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global. Metodologi ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan keterampilan manajerial pelaku bisnis, tetapi juga untuk mengembangkan jaringan antar pelaku usaha yang saling mendukung dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis lokal di Indonesia menghadapi tantangan yang cukup besar untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif, baik secara domestik maupun global. Strategi manajerial yang tepat menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing tersebut. Dalam bab ini, akan dibahas berbagai aspek terkait dengan penerapan strategi manajerial oleh bisnis lokal di Indonesia, mulai dari identifikasi strategi yang digunakan, kendala yang dihadapi, hingga contoh konkret penerapan strategi yang berhasil dan evaluasi dampaknya terhadap daya saing bisnis lokal.

1. Identifikasi Strategi Manajerial yang Digunakan oleh Bisnis Lokal

Strategi manajerial yang digunakan oleh bisnis lokal di Indonesia sangat bervariasi, bergantung pada sektor industri, ukuran perusahaan, serta konteks pasar di mana mereka beroperasi. Secara umum, terdapat tiga jenis strategi manajerial yang banyak diterapkan oleh bisnis lokal Indonesia, yaitu strategi biaya, diferensiasi produk, dan strategi fokus.

Strategi biaya adalah strategi yang bertujuan untuk menghasilkan produk atau jasa dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing, sehingga dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif. Bisnis lokal yang menggunakan strategi ini sering kali mengandalkan efisiensi operasional, pengurangan biaya produksi, serta pemanfaatan teknologi untuk menekan pengeluaran. Contoh yang paling mencolok dari penerapan strategi biaya ini adalah sektor manufaktur dan industri makanan olahan yang banyak mengadopsi prinsip lean production dan teknologi otomatisasi untuk mengurangi biaya produksi.

Sementara itu, strategi diferensiasi berfokus pada pengembangan produk atau layanan yang unik dan berbeda dari produk pesaing, yang dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen. Bisnis lokal yang menggunakan strategi diferensiasi seringkali memanfaatkan keunggulan dalam hal kualitas produk, desain, atau pengalaman pelanggan. Misalnya, dalam industri fashion, banyak pengusaha lokal yang berusaha menonjolkan keunikan desain dan penggunaan bahan lokal untuk menarik perhatian konsumen yang lebih menyukai produk dengan ciri khas budaya Indonesia.

Strategi fokus, di sisi lain, melibatkan perusahaan yang memilih untuk melayani segmen pasar tertentu dengan produk atau layanan yang sangat terfokus pada kebutuhan khusus segmen tersebut. Sebagai contoh, bisnis lokal yang bergerak di sektor wisata, seperti wisata berbasis budaya atau ekowisata, akan lebih fokus pada kelompok konsumen yang menginginkan pengalaman wisata yang lebih spesifik dan personal. Dengan mengoptimalkan sumber daya dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan segmen pasar tertentu, bisnis lokal dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi.

Dalam prakteknya, banyak bisnis lokal yang menggabungkan beberapa strategi ini, menciptakan apa yang sering disebut sebagai strategi hibrida. Misalnya, sebuah usaha makanan lokal dapat mengadopsi strategi biaya dengan menggunakan bahan baku yang murah dan efisien, namun tetap membedakan diri melalui pengemasan yang menarik dan

pelayanan yang ramah. Pendekatan ini memberikan mereka fleksibilitas untuk bersaing dalam beberapa dimensi sekaligus.

2. Kendala yang Dihadapi oleh Bisnis Lokal

Meskipun strategi manajerial yang tepat dapat meningkatkan daya saing bisnis lokal, tantangan dalam implementasi strategi tersebut tidak bisa diabaikan. Ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh pelaku bisnis lokal di Indonesia dalam mengimplementasikan strategi manajerial mereka.

Salah satu kendala utama adalah terbatasnya sumber daya, baik dari sisi finansial maupun manusia. Banyak bisnis lokal, terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang kesulitan untuk mendapatkan akses terhadap pembiayaan dengan bunga rendah atau modal yang cukup untuk mengembangkan usaha. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk mengimplementasikan strategi yang memerlukan investasi besar, seperti pengadopsian teknologi baru atau perluasan pasar. Terlebih lagi, tingkat literasi keuangan yang rendah di kalangan pelaku bisnis lokal sering kali menjadi penghalang dalam perencanaan keuangan yang matang, sehingga banyak bisnis yang kesulitan untuk mempertahankan arus kas yang sehat.

Selain itu, kendala dalam hal pengembangan sumber daya manusia (SDM) juga cukup signifikan. Banyak pelaku bisnis lokal yang menghadapi keterbatasan dalam hal keterampilan manajerial, pemahaman tentang pasar global, atau kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kemampuan mereka untuk merumuskan dan melaksanakan strategi yang lebih kompleks dan efektif. Tanpa keterampilan manajerial yang memadai, strategi yang telah dirumuskan sering kali gagal dalam tahap implementasi.

Selain kendala internal, bisnis lokal di Indonesia juga sering kali terhambat oleh faktor eksternal seperti ketidakpastian regulasi dan kebijakan pemerintah yang berubah-ubah. Dalam beberapa sektor, ketidakstabilan kebijakan terkait pajak, perizinan, atau subsidi dapat mengganggu keberlanjutan strategi yang telah direncanakan. Beberapa pelaku usaha lokal juga menghadapi ketatnya persaingan dengan produk impor yang lebih murah, serta tantangan terkait distribusi dan logistik yang tidak efisien, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau infrastruktur yang memadai. Kendala-kendala ini menjadikan penerapan strategi manajerial tidak selalu mudah, dan banyak bisnis lokal yang terpaksa berjuang untuk bertahan hidup, apalagi untuk berkembang dan meningkatkan daya saing mereka.

3. Penerapan Strategi untuk Meningkatkan Daya Saing

Penerapan strategi manajerial yang efektif sering kali memerlukan pendekatan yang adaptif dan fleksibel, disesuaikan dengan kondisi pasar dan karakteristik bisnis lokal yang bersangkutan. Beberapa studi kasus dapat memberikan gambaran tentang bagaimana strategi manajerial yang diterapkan oleh bisnis lokal Indonesia telah berhasil meningkatkan daya saing mereka.

Salah satu contoh yang menarik adalah penerapan strategi diferensiasi dalam industri fashion oleh beberapa merek lokal. Misalnya, merek seperti Batik Keris dan Danar Hadi yang mengusung warisan budaya batik Indonesia sebagai keunggulan utama mereka. Kedua merek ini berhasil memposisikan diri sebagai pelopor dalam melestarikan budaya batik melalui inovasi desain dan kualitas produk yang tinggi. Mereka tidak hanya mempertahankan nilai tradisional batik, tetapi juga memadukannya dengan tren fashion modern, menjadikannya produk yang diminati oleh konsumen lokal dan internasional. Dengan demikian, strategi diferensiasi yang dilakukan oleh merek-merek ini telah memperkuat daya saing mereka, baik di pasar domestik maupun ekspor.

Sektor kuliner, banyak restoran lokal yang berhasil menerapkan strategi diferensiasi dengan menawarkan menu yang khas dan menggunakan bahan-bahan lokal berkualitas. Warung Nasi Goreng Kebuli 99 adalah salah satu contoh usaha yang berhasil menerapkan

strategi ini. Selain menawarkan cita rasa khas Indonesia, mereka juga memanfaatkan bahan baku lokal yang segar dan berkualitas tinggi, serta memberikan pengalaman pelanggan yang unik dengan konsep restoran yang nyaman dan ramah lingkungan. Hal ini tidak hanya menarik minat konsumen lokal, tetapi juga wisatawan asing yang ingin mencicipi masakan khas Indonesia.

Di sektor manufaktur, penerapan strategi biaya yang efektif juga telah membantu beberapa pelaku bisnis lokal untuk meningkatkan daya saing mereka. Salah satu contoh yang patut dicontoh adalah PT. Aplikasi Solusi Digital, yang mengadopsi teknologi otomatisasi dan manajemen produksi yang efisien. Dengan memanfaatkan sistem manufaktur yang terkomputerisasi, perusahaan ini mampu menurunkan biaya produksi secara signifikan, sehingga dapat menawarkan produk dengan harga lebih kompetitif di pasar. Penerapan teknologi ini juga memungkinkan mereka untuk meningkatkan konsistensi kualitas produk dan mengurangi tingkat kerugian akibat kesalahan produksi.

4. Evaluasi Dampak Penerapan Strategi Manajerial

Evaluasi dampak penerapan strategi manajerial sangat penting untuk menentukan apakah strategi yang telah diterapkan berhasil meningkatkan daya saing bisnis lokal. Dalam banyak kasus, strategi yang berhasil diimplementasikan dapat menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam hal profitabilitas, efisiensi operasional, dan loyalitas pelanggan. Namun, tidak semua strategi yang diterapkan dapat menghasilkan dampak positif. Evaluasi yang dilakukan terhadap pelaku bisnis lokal di Indonesia menunjukkan bahwa faktor keberhasilan tidak hanya bergantung pada jenis strategi yang diterapkan, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Bisnis lokal yang berhasil meningkatkan daya saing mereka umumnya adalah mereka yang memiliki manajemen yang kuat dan mampu berinovasi dengan cepat, serta menjaga kualitas produk dan layanan pelanggan.

Penerapan strategi diferensiasi dan biaya yang tepat telah terbukti memberikan dampak positif terhadap daya saing bisnis lokal, namun keberhasilannya sangat tergantung pada sejauh mana bisnis tersebut dapat mengatasi kendala internal dan eksternal yang ada. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis lokal untuk terus melakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap strategi yang diterapkan, agar tetap dapat bersaing dan berkembang di pasar yang sangat dinamis ini.

5. Rekomendasi untuk Pengembangan Strategi Manajerial dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Lokal di Indonesia

Berdasarkan hasil kegiatan menghasilkan beberapa rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis lokal untuk meningkatkan daya saing mereka dalam jangka panjang. Salah satu strategi utama yang perlu diprioritaskan adalah diferensiasi produk atau layanan. Bisnis lokal harus mampu menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing, baik dalam hal kualitas produk, inovasi, maupun layanan pelanggan. Dengan menawarkan produk yang unik atau memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditiru, bisnis lokal dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih kuat dan memperluas pangsa pasar mereka.

Selain itu, penting bagi pelaku bisnis lokal untuk memanfaatkan teknologi digital dalam strategi manajerial mereka. Era digital membuka peluang bagi bisnis lokal untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan dengan biaya yang lebih rendah. Penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi dapat memperkuat pemasaran, distribusi, dan interaksi dengan pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan digitalisasi bagi pelaku bisnis lokal menjadi sangat penting untuk memastikan mereka dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal. Selain itu, strategi berbasis data juga semakin penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Dengan memanfaatkan data analitik untuk

memahami perilaku konsumen, tren pasar, dan efisiensi operasional, bisnis lokal dapat membuat keputusan yang lebih tepat sasaran dan mengurangi ketidakpastian dalam perencanaan bisnis mereka.

Dalam hal pengelolaan operasional, strategi manajerial yang berfokus pada efisiensi biaya juga sangat krusial. Bisnis lokal harus lebih bijak dalam mengelola sumber daya mereka, mulai dari pengadaan bahan baku hingga manajemen rantai pasokan. Efisiensi dalam pengelolaan biaya dapat membantu bisnis lokal untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, terutama di pasar yang penuh dengan produk serupa namun dengan harga yang lebih kompetitif. Dengan fokus pada pengurangan pemborosan dan optimalisasi penggunaan sumber daya, bisnis lokal dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing mereka dalam jangka panjang.

Penting pula untuk memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, termasuk pemasok, mitra bisnis, dan pelanggan. Aliansi strategis dengan perusahaan lain, baik lokal maupun internasional, dapat membuka peluang baru, seperti akses ke teknologi baru, pasar baru, atau pembagian risiko yang lebih baik. Di sisi lain, kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama dalam setiap strategi bisnis lokal. Menyediakan pelayanan yang lebih baik, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan beradaptasi dengan kebutuhan mereka akan membantu bisnis lokal tetap relevan dan kompetitif. Dari perspektif dukungan eksternal, peran pemerintah dan lembaga terkait sangat penting untuk memperkuat daya saing bisnis lokal. Salah satu kebijakan yang dibutuhkan adalah kebijakan yang mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di sektor bisnis. Pelatihan dan pengembangan kompetensi untuk pelaku usaha, terutama di bidang manajemen, pemasaran digital, dan inovasi produk, dapat memperkuat kapasitas mereka dalam bersaing di pasar global. Pemerintah juga dapat berperan dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui penyederhanaan regulasi, pemberian insentif bagi UMKM, serta memfasilitasi akses ke modal usaha dengan bunga yang terjangkau.

Selain itu, kebijakan yang mendukung pengembangan infrastruktur digital dan logistik sangat penting. Bisnis lokal perlu memanfaatkan infrastruktur yang ada untuk mendukung pertumbuhan mereka. Misalnya, memperkuat konektivitas internet di daerah-daerah terpencil, atau menyediakan fasilitas logistik yang efisien untuk distribusi produk. Kebijakan yang mempermudah akses ke pasar internasional, melalui perjanjian perdagangan atau pameran perdagangan internasional, juga dapat meningkatkan daya saing bisnis lokal di pasar global.

Peran lembaga non-pemerintah, seperti asosiasi bisnis atau lembaga pendidikan, juga penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan bisnis lokal. Lembaga-lembaga ini dapat membantu pelaku bisnis lokal dalam hal pembinaan, akses ke informasi pasar, serta pengembangan kapasitas manajerial. Kerja sama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam rangka pengembangan kapasitas bisnis lokal harus diperkuat.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya terkait dengan strategi manajerial dan daya saing bisnis lokal adalah untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang dampak digitalisasi terhadap strategi manajerial di sektor bisnis lokal. Terutama, bagaimana teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan internet of things (IoT) dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis lokal di Indonesia. Selain itu, penelitian mengenai pengaruh kebijakan pemerintah terhadap pengembangan daya saing bisnis lokal juga sangat relevan untuk membantu menciptakan kebijakan yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Di sisi lain, penelitian tentang keberlanjutan bisnis lokal juga perlu mendapat perhatian. Dengan semakin ketatnya regulasi terkait dengan lingkungan dan sosial, bisnis lokal harus mampu menyesuaikan strategi mereka untuk menciptakan bisnis yang tidak

hanya kompetitif, tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian yang lebih fokus pada aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di kalangan bisnis lokal dapat menjadi penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan bisnis tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

KESIMPULAN

Penelitian PKM ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan strategi manajerial yang efektif untuk meningkatkan daya saing bisnis lokal di Indonesia. Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, ditemukan bahwa daya saing bisnis lokal sangat dipengaruhi oleh keberhasilan dalam penerapan strategi manajerial yang tepat. Beberapa strategi yang terbukti efektif antara lain diferensiasi produk, inovasi layanan, peningkatan kualitas manajerial, serta penguatan branding dan pemasaran digital. Bisnis lokal yang mampu mengadaptasi strategi ini dengan baik menunjukkan peningkatan signifikan dalam daya saing mereka, baik di pasar lokal maupun dalam skala yang lebih luas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi manajerial yang fokus pada pemahaman pasar, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan di pasar global yang semakin kompetitif.

Kontribusi langsung dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis lokal mengenai pentingnya strategi manajerial yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka. Melalui pendampingan dan pelatihan yang dilakukan, banyak pelaku bisnis yang mulai mengimplementasikan teknik-teknik manajerial yang diajarkan, seperti analisis SWOT, pengelolaan sumber daya yang lebih efisien, dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Pengabdian ini tidak hanya memperkaya pengetahuan mereka, tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan sehari-hari mereka. Dalam banyak kasus, pelaku bisnis yang awalnya kurang memahami pentingnya inovasi dalam manajerial kini mulai mengadopsi strategi yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen.

Dampak jangka panjang dari pengabdian ini adalah terciptanya lingkungan bisnis lokal yang lebih kompetitif dan berdaya saing tinggi. Pelaku usaha lokal yang terbantu dengan pengetahuan manajerial yang lebih baik akan mampu mengatasi berbagai tantangan, baik dalam pengelolaan internal maupun dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan literatur tentang strategi manajerial di konteks bisnis lokal, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini juga membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut yang mengkaji strategi-strategi lain yang lebih sesuai dengan karakteristik pasar lokal dan tren global yang terus berubah. Melalui temuan-temuan ini, diharapkan akan ada upaya lebih lanjut untuk memperkuat daya saing bisnis lokal, baik di tingkat daerah maupun nasional, serta mendorong perkembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, L. N., Santoso, F., & Khirdany, E. N. (2023). Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital: Peran Inovasi dan Jaringan Bisnis di Kota Sampang. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *2*(1), 179–189.

Amran, E., & Tambunan, T. (2022). Pemberdayaan Penguatan Rintisan Usaha Bagi Calon Wirausaha Muda. *Jurnal AKAL: Abdimas Dan Kearifan Lokal*, *3*(2), 122–140.

Asari, A., Widiana, I., Hermawansyah, H., Mujanah, S., Winbaktianur, W., Azizah, S., Rahmiyati, N., Halik, S. A., Andjarwati, T., Sunata, I., & others. (2023). *Kewirausahaan Era Society 5.0*. Mitra Ilmu.

Azhari, A., Mustofa, M., Meisari, E. D., & Anggarista, E. T. S. (2023). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia: Kualitas Sumber Daya Manusia; BUMDes; Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, *14*(2), 82–92.

Habibi, S. (2020). Manajemen strategi dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan perguruan tinggi. *Idarah: Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan*, *4*(1), 27–42.

Hamid, R. S., Utami, B., Wijayanti, T. C., Herawati, B. C., Permana, D., Siswanto, A., Manaf, P. A., Iswahyudi, M. S., Susiang, M. I. N., Hidayat, A. C., & others. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIS: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Idrus, S., Ruhana, F., Amalia, M. R., Rosyid, A. F., & Kuswandi, D. (2023). Implementasi kebijakan manajemen sumber daya manusia yang efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi di era bisnis global. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, \& Akuntansi (MEA)*, *7*(1), 72–89.

Irawan, D. (2020). *Peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah melalui jaringan usaha*.

Iswanda, R., & Haripin, H. (2024). Analisis Strategi Pada Perusahaan McDonald﷿s Dengan Menggunakan Porter﷿s Five Forces Model. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, *2*(02), 124–132.

Khouroh, U., Windhyastiti, I., & Handayani, K. (2019). Peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat aliansi strategis dan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (JMDK)*, *7*(2), 205–224.

Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan kemampuan pemasaran digital pada UMKM di Desa Sumbang Purwokerto untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar. *Abdi Makarti*, *3*(2), 130–141.

Mahmuddin, M., & Iswakarni, O. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan kewirausahaan: Studi kasus pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah perkotaan (Kota Pare-Pare, Sulawesi Selatan). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(3), 273–289.

Nasution, M. A., Dirbawanto, N. D., & Asido-Rossevelt, F. (2024). Penerapan Manajemen Strategi Dalam Upaya Optimalisasi Pendapatan Kelompok Binaan Dinas Koperasi UKM, Perindustrian \& Perdagangan Kota Medan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, *4*(4), 863–869.

Nasution, S., & others. (2023). Strategi Manajemen Ekonomi Dalam Menghadapi Tantangan Global. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, *2*(5), 81–90.

Nugrahadi, R. M. (2017). *Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi: Studi Kasus PT. XYZ*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Pitaloka, L. K., & Kardoyo, K. (2023). Membuka Pintu Pasar Digital: Pelatihan Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Olahan Pangan di Salatiga. *Madaniya*, *4*(4), 1368–1380.

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.

Prasetiasari, C., Suwalla, N., Lubis, I. H., Andrini, A. R., Delviane, A., Sitohang, C. P., Andriani, T. P., Markis, M., Istighfari, I., & Gaol, F. L. (2023). Pentingnya Kesadaran Hukum Masyarakat untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital pada Kelurahan Sembulang Kecamatan Rempang Pulau Galang Kota Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 19–25.

Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi,*

dan Aplikasi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Putri, D. A., Ceicillia, S., Rizky, G. A., & Farida, S. N. (2022). Implementasi Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunities, And Threat) Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada PT Adib Global Food Supplies Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, *13*(1).

Rengkung, L. R. (2015). Keuntungan Kompetitif Organisasi dalam Perpsektif Resources Based View (RBV). *AGRI-SOSIOEKONOMI*, *11*(2A), 1–12.

Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Romadhoni, B. R., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, \& Akuntansi (MEA)*, *6*(3), 1074–1088.

Sari, N. M., & Retnaningsih, E. (2020). Strategi pengembangan science techno park melalui ekosistem inovasi dalam rangka peningkatan daya saing daerah Provinsi Sumatera Selatan. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, *3*(1), 1–20.

Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *2*(1), 117–127.

Sidin, C., & Indiarti, M. (2020). Pengaruh Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah Dan Jumlah Tenaga Kerja Umkm Terhadap Sumbangan Produk Domestik Bruto Umkm Periode Tahun 1997--2016. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, *16*(2), 189.

Suparwi, S., & Cahya, B. T. (2019). Implementasi Teori Michael Porter Strategic Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kawasan Wisata Kuliner Di Kabupaten Pati. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, *7*(1), 97–111.

Suwali, S., Afifah, H., Sumaya, P. S., Hasirun, H., Handayani, J. H., & Hasibuan, R. R. (2024). PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA UMKM GULA SEMUT KELAPA DI BANYUMAS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL. *ADIMA Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(4), 25–33.

Suwena, K. R., Nuridja, M. P. I. M., & Yudiaris, I. G. (2015). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam menghadapi persaingan bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *5*(1), 5363.

Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, *7*(1), 1–10.

Zuniawan, A., Julyanto, O., Suryono, Y. B., & Ikatrinasari, Z. F. (2020). Implementasi metode balanced scorecard untuk mengukur kinerja di perusahaan engineering (Study Case PT. MSE). *Journal Industrial Servicess*, *5*(2), 251–256.