

ETHICAL COMPETENCY DAN STRATEGIC COMPETENCY TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS MAHASISWA

Yessy Natalia Halim¹, Krismi Budi Sienatra²

Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra

Abstract: *In order to become an economic stimulator, or an entrepreneur, ability, knowledge, and skill are required. The purpose of this research is to understand the influence of entrepreneurial competencies such as ethical competency and strategic competency to the growth of business created by the university students. The population count for this research is 204 students, with 136 samples of International Business Management students from batch 2016, who are in Startup guild, and those whose business has been going on for more than 2 semesters. The data was collected using questionnaires distributed online as well as offline. The analysis tool used for this research was SPSS with regression analysis method. The result for this research are ethical competency does not influent business growth, while on the other hand, strategic competency influents business growth.*

Keywords: *Ethical Competency, Strategic Competency, Business Growth*

PENDAHULUAN

Startup merupakan suatu usaha yang baru dirintis dan belum lama beroperasi, namun tidak ada keharusan bahwa *startup* harus merupakan bisnis yang berkaitan dengan teknologi. Mampu memanfaatkan teknologi bukan berarti memiliki bisnis dalam bidang teknologi (Fauzi, 2018). Menurut Laporan *Startup Indonesia* (2018), di Indonesia terdapat lebih dari 992 *startup* pada tahun 2013-2018, bidang yang paling kurang diminati adalah *financial technology* dan *game*, sedangkan bidang yang cukup diminati adalah *e-commerce*. Dalam menjalankan dan mengembangkan suatu usaha tidak selalu membuahkan hasil yang positif, adapun permasalahan utama yang kerap dihadapi, berhubungan dengan modal dan sumber daya manusia. Hal tersebut yang menyebabkan gagalnya banyak *startup*. Gagalnya usaha membawa dampak terhadap perekonomian negara. Berangkat dari permasalahan tersebut, pemerintah memberikan bantuan, dengan mengadakan pembinaan serta berkolaborasi dengan institusi pendidikan, untuk membentuk sumber daya manusia yang berkompeten dan berkualitas, sehingga dapat mengurangi persentase terjadinya kesalahan yang sama.

Dalam menjalankan bisnis, kemampuan tiap individu diuji, mulai dari kepercayaan dan toleransi terhadap rekan bisnis, hingga kepekaan terhadap peluang. Permasalahan dalam bisnis seperti pergantian anggota bisnis, ide bisnis, tidak stabilnya performa bisnis, hingga munculnya niat untuk bertindak tidak jujur apabila target tidak tercapai. Ketidakjujuran tergolong permasalahan yang cukup serius dalam prinsip berbisnis ataupun bertingkah laku. *Ethical Competency* merupakan salah satu komponen yang harus dimiliki oleh setiap individu. Adapun cakupan dari *ethical competency* adalah patuh terhadap peraturan yang berlaku, dan mengoptimalkan transparansi. Etika sendiri adalah kumpulan cara atau metode untuk melakukan praktik bisnis yang adil, dan telah disetujui oleh seluruh pihak yang terlibat dan disesuaikan dengan hukum yang berlaku (Sudarwati, 2018). Oleh sebab itu, etika digunakan sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan, yang pada nantinya akan berpengaruh terhadap citra pemilik ataupun bisnis yang dijalankannya.

Tidak hanya *ethical competency*, keberhasilan sebuah bisnis juga membutuhkan *strategic competency*, yang digunakan untuk memilih, mengevaluasi dan menerapkan suatu strategi yang disesuaikan dengan perubahan (Tehseen *et al.*, 2019). Jika *ethical competency* berpengaruh terhadap faktor internal, maka *strategic competency* berpengaruh terhadap faktor eksternal, sehingga keduanya dinyatakan berkesinambungan dalam menjalankan sebuah bisnis. Pertumbuhan suatu usaha, merupakan misi dari setiap bisnis, tak hanya untuk memberikan pengembalian modal kepada pemilik, namun hal ini juga merupakan portal bagi negara untuk menstabilkan perekonomian dan kesenjangan sosial. Adanya pertumbuhan mampu memberikan kesempatan bagi pelaku bisnis, untuk dapat mempertahankan usahanya dalam jangka panjang. Perusahaan yang tidak mengalami pertumbuhan, menandakan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam kondisi yang baik. *Ethical competency* dan *strategic competency* merupakan cakupan dari 7 kompetensi inti, yang didasarkan pada penelitian Tehseen *et al.*, (2019), yang disebutkan bahwa keduanya memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis. Berangkat dari penelitian tersebut, maka peneliti ingin menguji variabel yang sama, pada ruang lingkup yang berbeda yaitu terhadap bisnis mahasiswa Universitas Ciputra.

LANDASAN TEORI

Pertumbuhan Bisnis

Tehseen *et al.*, (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan bisnis merupakan tujuan utama dari keberadaan suatu usaha. Munculnya usaha baru, mampu menanamkan jiwa kewirausahaan, meningkatkan daya saing, menciptakan lapangan pekerjaan, dan membentuk sumber daya manusia yang berkualitas. Menurut Martins (2016), adanya pertumbuhan, mampu memberikan kesempatan bagi setiap pelaku bisnis, untuk mempertahankan usahanya dalam jangka panjang. Peningkatan sendiri merupakan hasil dari adanya penambahan penjualan, profit, dan modal usaha (Sarwoko, 2016). Tidak adanya pertumbuhan, menandakan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam kondisi yang baik (Sauer, 2018). Tehseen *et al.*, (2019) memberikan 4 indikator penentu pertumbuhan suatu usaha, yaitu :

1. Penjualan
2. *Market Share*
3. Perputaran kas
4. Jumlah pekerja atau karyawan

Untuk memiliki 4 indikator, tentu juga harus menerapkan *entrepreneurial competencies*. Berdasarkan sumber yang sama, terdapat 7 kompetensi yang layak, untuk dimiliki oleh pelaku bisnis (mahasiswa), namun *ethical competency* dan *strategic competency* terbukti mampu mempengaruhi pertumbuhan bisnis.

Ethical Competency

Menurut Team (2017), *ethical competency* norma pokok yang harus ditaati oleh seluruh individu yang terlibat dalam sebuah usaha, serta mengoptimalkan transparansi dalam tata kelola usaha. Etik berkaitan dengan reputasi atau citra, kesuksesan dan berkelanjutan (ekspansi). Semakin kuat etika yang diterapkan, maka posisi usaha juga semakin kuat. Penerapan etika yang kuat, mampu meningkatkan pendapatan usaha atau pertumbuhan bisnis

Menurut Ahmad (2007) dan Tehseen *et al.*, (2019), terdapat 6 indikator yang digunakan untuk menilai kompetensi ini yaitu:

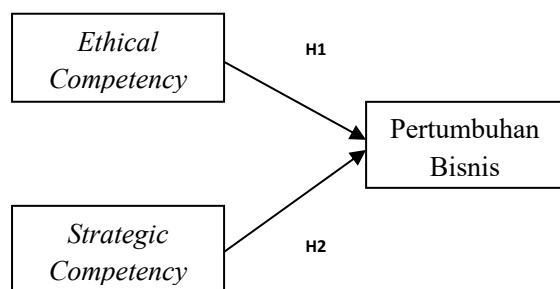
1. Menepati janji
2. Menyatakan kebenaran
3. Jujur dalam kegiatan pemasaran
4. Transparansi dalam kegiatan bisnis
5. Berkomitmen dalam penawaran yang sesuai
6. Bertanggungjawab dengan setiap tindakan yang dilakukan

Strategic Competency

Tehseen *et al.*, (2019), menyatakan bahwa memiliki kompetensi dalam bidang perencanaan strategik, merupakan salah satu penunjang kesuksesan suatu usaha, mulai dari kegiatan perencanaan hingga implementasi. *Strategic competency* memungkinkan perusahaan untuk menghadapi lingkungan eksternal, dan memperoleh peningkatan usaha dalam jangka panjang. *Strategic competency* dapat diukur melalui 4 indikator antara lain:

1. Mengidentifikasi permasalahan jangka panjang, dan peluang.
2. Memahami arah industri dan bagaimana perubahan dapat mempengaruhi perusahaan.
3. Memprioritaskan susunan aktivitas usaha yang dilakukan, sehingga selaras dengan tujuan perusahaan.
4. Menyusun struktur organisasi dan tata kelola perusahaan agar dapat disesuaikan dengan perubahan.

Penelitian ini mereplika sebagian dari penelitian Tehseen *et al.*, (2019), yang melibatkan variabel *ethical competency*, *strategic competency*, dan pertumbuhan bisnis, yang kemudian akan menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitiannya. Berikut adalah model analisis, yang diterapkan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Model Analisis

H1 = *Ethical Competency* memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Bisnis Mahasiswa.

H2 = *Strategic Competency* memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Bisnis Mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan pernyataan terhadap variabel *ethical competency* dan *strategic competency*, dan pertumbuhan bisnis, serta digunakan untuk menjelaskan keadaan bisnis mahasiswa. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Ciputra, yang menempuh program studi *International Business Management*, berada pada *Guild Startup*, dan setidaknya telah menjalankan bisnisnya selama ≥ 2 semester. Metode penentuan sampel, menggunakan *purposive sampling method*, dengan jumlah sampel 136 mahasiswa.

Alat analisis menggunakan SPSS, yang dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda, unruk mengetahui besarnya pengaruh yang dimiliki oleh variabel *ethical competency* dan *strategic competency* terhadap pertumbuhan bisnis mahasiswa.

Berikut merupakan tabel pernyataan, yang disesuaikan dengan indikator tiap variabel:

Tabel 1. Definisi Operaional

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Pertumbuhan Bisnis	Penjualan	Bisnis yang saya jalankan memiliki penjualan yang cukup dalam tiap semester
	<i>Market Share</i>	Bisnis ini mampu menjangkau segmen pasar yang ditetapkan
	Perputaran kas	Perputaran kas yang keluar dan masuk seimbang
	Jumlah pekerja atau karyawan	Bisnis yang saya jalankan memiliki jumlah pekerja yang cukup, untuk menjalankan dan mengembangkan usaha

Tabel 2.

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
<i>Ethical Competency</i>	Menepati janji	Saya mampu menyelesaikan tugas atau bagian saya, pada tenggat waktu yang telah ditentukan
	Menyatakan kebenaran dan mengakui kesalahan	Saya dapat menyatakan kondisi aktual bisnis saya, pada saat mentoring walaupun target belum tercapai
	Kegiatan pemasaran yang jujur, adil, dan terbuka	Produk yang saya tampilkan dan tawarkan pada media sosial, sesuai dengan kondisi aslinya
	Transparansi dalam kegiatan bisnis	Seluruh anggota kelompok bisnis mengetahui proses tiap individu
		Seluruh anggota kelompok mengetahui hasil kerja tiap individu
	Berkomitmen dalam penawaran yang sesuai	Kualitas produk saya sesuai dengan harga yang ditawarkan
	Bertanggungjawab dengan setiap tindakan yang dilakukan	Saya dapat mempertanggungjawabkan setiap tindakan yang saya lakukan

Tabel 3. Definisi Operasional (lanjutan)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
<i>Strategic Competency</i>	Mengidentifikasi permasalahan jangka panjang, dan peluang.	Saya dapat mengidentifikasi permasalahan jangka panjang dari usaha yang saya jalankan
		Saya dapat mengidentifikasi peluang dari usaha yang saya jalankan

	Memahami arah industri dan bagaimana perubahan dapat mempengaruhi perusahaan.	Saya mengetahui bagaimana perubahan dapat mempengaruhi usaha saya
		Saya memahami arah industri secara umum
	Memprioritaskan susunan aktivitas usaha yang dilakukan, sehingga selaras dengan tujuan perusahaan.	Saya dapat menyusun skala prioritas, aktivitas mana yang akan saya dahulukan agar selaras dengan visi usaha saya
	Menyusun struktur organisasi dan tata kelola perusahaan agar dapat disesuaikan dengan perubahan.	Saya dapat menyusun tata kelola usaha saya, yang disesuaikan dengan perubahan

Sumber : data diolah (2019)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Variabel

Ethical competency dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu 1) Menepati janji 2) Menyatakan kebenaran dan mengakui kesalahan 3) Melakukan kegiatan pemasaran yang jujur 4) Transparansi dalam kegiatan bisnis 5) Memiliki komitmen untuk melakukan penawaran yang sesuai 6) Memiliki tanggungjawab. Indikator dari *ethical competency* yang memiliki kontribusi paling besar pada bisnis yang dijalankan mahasiswa, berkaitan dengan kepemilikan tanggungjawab dan melakukan kegiatan pemasaran yang jujur. Indikator yang memiliki kontribusi paling sedikit berkaitan dengan sifat jujur dan pengakuan terhadap kesalahan. *Ethical competency* ini sebenarnya tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis secara langsung, namun lebih ke faktor internal yang mengarah pada “citra” dari perusahaan atau usaha itu sendiri.

Strategic competency juga dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu berkaitan dengan 1) Kemampuan individu untuk mengidentifikasi permasalahan jangka panjang dan peluang 2) Pemahaman terkait arah industri, dan bagaimana perubahan mampu mempengaruhi perusahaan 3) Bagaimana menyusun prioritas terhadap susunan aktivitas usaha yang dilakukan, sehingga selaras dengan tujuan perusahaan 4) Menyusun struktur organisasi dan tata kelola perusahaan agar dapat disesuaikan dengan perubahan. Indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap tercapainya pertumbuhan bisnis adalah berkaitan dengan indikator nomor 4, yaitu penyusunan tata kelola usaha yang disesuaikan dengan perubahan. Indikator yang memiliki kontribusi paling sedikit adalah terkait pemahaman arah industri.

Tabel 4. Deskriptif Statistik

Variabel	Indikator	Mean	Standard Deviation
<i>Ethical Competency</i> (X1)	Saya mampu menyelesaikan tugas atau bagian saya pada tenggat waktu yang telah ditentukan	4,26	0,68
	Saya dapat menyatakan kondisi aktual bisnis saya, pada saat mentoring walaupun target belum tercapai	4,14	0,68
	Produk yang saya tampilkan dan tawarkan pada media sosial, sesuai dengan kondisi produk aslinya	4,46	0,643
	Seluruh anggota kelompok mengetahui hasil kerja tiap individu	4,18	0,729

	Seluruh anggota kelompok mengetahui proses kerja tiap individu	4,27	0,755
	Kualitas produk saya sesuai dengan harga yang saya tawarkan	4,40	0,636
	Saya dapat mempertanggungjawabkan setiap tindakan yang saya lakukan	4,48	0,62
Total		4,31	0,68

Tabel 5.

Variabel	Indikator	Mean	Standard Deviation
<i>Strategic Competency (X2)</i>	Saya dapat mengidentifikasi permasalahan jangka panjang dari usaha yang saya jalankan	4,11	0,696
	Saya dapat mengidentifikasi peluang dari usaha yang saya jalankan	4,10	0,687
	Saya mengetahui bagaimana perubahan dapat mempengaruhi usaha saya	4,10	0,702
	Saya memahami arah industri secara umum	4,06	0,686
	Saya dapat menyusun skala prioritas, aktivitas mana yang akan saya dahulukan agar selaras dengan visi usaha saya	4,15	0,687
	Saya dapat menyusun tata kelola usaha saya, yang disesuaikan dengan perubahan	4,21	0,645
Total		4,12	0,68

Tabel 6.

Variabel	Indikator	Mean	Standard Deviation
Pertumbuhan Bisnis (Y)	Penjualan dalam bisnis yang saya jalankan, sesuai dengan target yang ditentukan	4,02	0,856
	Bisnis ini mampu menjangkau segmen pasar yang ditetapkan	4,17	0,65
	Perputaran kas yang keluar dan masuk seimbang (pengeluaran tidak lebih besar dari pemasukan)	3,96	0,864
	Bisnis yang saya jalankan memiliki jumlah pekerja yang cukup untuk mengoperasikan usaha	4,04	0,898
Total		4,05	0,817

Sumber : data diolah (2019)

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara 2 variabel atau lebih, terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	t	Sig	Keterangan
(Constant)	2,101	1,578	0,117	
EC (X1)	0,033	0,525	0,601	Tidak signifikan
SC (X2)	0,529	7,525	0,000	Signifikan

Sumber : data diolah (2019)

Berikut persamaan yang dihasilkan :

$$Y = 2,101 + 0,033X_1 + 0,529X_2$$

Persamaan tersebut membuktikan bahwa nilai konstanta yang positif, menandakan adanya pengaruh yang positif antara variabel *ethical competency* dan *strategic competency*. Jika variabel X_1 dan X_2 mengalami peningkatan, maka nilai dari pertumbuhan bisnis juga akan ikut meningkat. Jika nilai koefisien regresi dari variabel *ethical competency* mengalami kenaikan, maka pertumbuhan bisnis juga akan meningkat 0,033. Selanjutnya jika nilai koefisien regresi dari *strategic competency* mengalami kenaikan, maka pertumbuhan bisnis juga akan meningkat sebanyak 0,529. Nilai Pvalue dari *ethical competency* adalah 0,601. Hal ini membuktikan bahwa variabel *ethical competency* ini tidak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis, dikarenakan angka tersebut seharusnya dibawah 0,05 bukan diatas.

Pembahasan

1. Pengaruh antara *Ethical Competency* terhadap Pertumbuhan Bisnis Mahasiswa.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *ethical competency* tidak memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis mahasiswa. *Ethical competency* dipercaya memberikan dampak terhadap “citra atau reputasi” perusahaan, yang jika diterapkan secara konsisten. Hal ini dapat dilihat dari, item pernyataan dari *ethical competency* tidak membawa dampak langsung terkait peningkatan profit, penjangkauan segmen yang tepat, tercapainya keseimbangan perputaran kas dan kesesuaian tenaga kerja yang digunakan.

2. Pengaruh *Strategic Competency* terhadap Pertumbuhan Bisnis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *strategic competency* memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan bisnis. Adapun dampak positif yang akan diperoleh antara lain, mampu mencapai target penjualan yang ditentukan, mengalokasikan produk pada segmen yang tepat, memiliki keseimbangan perputaran kas, serta mampu menyusun tata kelola usaha yang disesuaikan dengan kondisi maupun sumber daya yang dimiliki.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. *Ethical competency* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis.
2. *Strategic competency* berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis.

Keterbatasan

1. *Break Even Point* tidak dapat disamakan dengan profit, sehingga menyebabkan biasanya kondisi bisnis mahasiswa. Biasanya kondisi bisnis dapat mempersulit pengukuran pertumbuhan bisnis..
2. Pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* dan *offline*, *menyebabkan* peneliti tidak dapat melakukan pengawasan terhadap satu per satu dari responden, sehingga data yang didapatkan tidak dapat diketahui apakah responden menjawabnya dengan sungguh-sungguh atau hanya mengisi tanpa mempertimbangkan kondisi aktual.

Saran

1. Bagi pihak akademis, diharapkan dapat memberikan arahan dan akomodasi yang berkaitan dengan arah industri dan tren sesuai bidang bisnis yang dimiliki mahasiswa. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan mengundang pakar industri atau pengamat ekonomi untuk memberi arahan dan masukan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan variabel yang lebihh beragam, dan memperluas lingkup penelitian dengan melibatkan beberapa jurusan atau angkatan di Universitas Ciputra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad, N.H. (2007), "A cross-cultural study of entrepreneurial competencies and entrepreneurial success in SMEs in Australia and Malaysia", unpublished PhD thesis, University of Adelaide, Adelaide.
- [2] Eka, R (2019, March 5). Startup Report 2018. Retrieved on September 6, 2019 from <https://dailysocial.id/report/post/startup-report-2018>
- [3] Fauzi, C.A. (2018, September 29). Apa Itu Entrepreneur, Start Up dan Socialpreneur. Retrieved on October 28, 2019 from <https://medium.com/@cecepahmadfauzi93/apa-itu-entrepreneur-start-up-dan-socialpreneur-623472d6e35f>
- [4] Hanson, D., Hitt, M., Ireland, R. and Hoskisson, R. (2014), Strategic Management: Competitiveness & Globalisation, 5th ed., Cengage Learning, Melbourne
- [5] Martins, I. (2016), "Network usage, entrepreneurial orientation and their effectiveness on SMEs growth", *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 25 No. 1, pp. 18-41.
- [6] Sarwoko, E., & Frisdiartara, C. (2016). Growth Determinants of Small Medium Enterprises (SMEs). *Universal Journal of Management*, 4(1), 36–41. <https://doi.org/10.13189/ujm.2016.040105>
- [7] Sauer, J (2018, May 22). Growing Business Advice. Retrieved on September 23, 2019 from <https://www.jeffalytics.com/growing-business-advice/>
- [8] Sudarwati, T (2018, June 29). Transparansi dalam Etika Bisnis. Retrieved on September 23, 2019 from <https://www.kompasiana.com/tuttysudrajad4098/5b35d4b616835f31b1715c87/transparansi-dalam-etika-bisnis>
- [9] Team, E. (2017, October 20). Ethics in Small Business : An Introduction. Retrieved on October 1, 2019 from <https://www.elorus.com/blog/ethics-in-small-business-an-introduction/>
- [10] Tehseen, S., Ahmed, F. U., Qureshi, Z. H., Uddin, M. J., & Ramayah, T. (2019). Entrepreneurial competencies and SMEs' growth: the mediating role of network competence. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(1), 2–29. <https://doi.org/10.1108/APJBA-05-2018-0084>
- [11] Tehseen, S., Yafi, E., Lumpur, U. K., Sajilan, S., Lumpur, U. K., Rehman, H. U., ... Society, A. C. (2019). *Does Ict Based Network Competence Mediate Strategic Competency ' S Impact On Smes ' Competitive Advantage ? An Empirical Evidence From Malaysian Manufacturing*. 23(2), 1–15.