

**PENGARUH HARGA DAN LINGKUNGAN BISNIS
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI
PT DAMASRAYA SAWIT LESTARI**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
RONNY SYAHPUTRA
191010049**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

Judul : PENGARUH HARGA DAN LINGKUNGAN BISNIS
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI PT.
DAMASRAYA SAWIT LESTARI

Nama : Ronny Syahputra

NIM : 191010049

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 16 Mei 2023
Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN: 0127117801

Pembimbing II,



Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si
NIDN: 0108069301

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH HARGA DAN LINGKUNGAN BISNIS
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI PT.
DAMASRAYA SAWIT LESTARI
Nama : Ronny Syahputra
NIM : 191010049
Program Studi : Manajemen
PerguruanTinggi : STIE Eka Prasetya

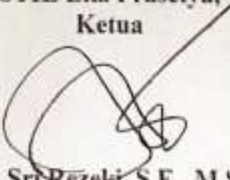
Pada 16 Mei 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Penguji II : Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN : 0117126501

()
()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

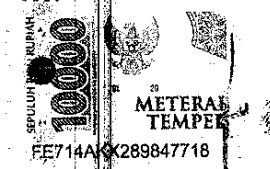
Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Ronny Syahputra
NIM	191010049
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Harga dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestasi
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dedy Lazuardi, S.E.,M.M.
Pembimbing-II	Muammar Rinaldi, S.Pd.,M.Si

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 16 Mei 2023



Ronny Syahputra
191010049

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI PT DAMASRAYA SAWIT LESTARI”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
5. Bapak Dedy Lazuardi, S.E M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
6. Bapak Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 16 Mei 2023

Penulis

Ronny Syahputra
191010049

ABSTRAK

Ronny Syahputra, 191010049. 2023, Pengaruh Harga dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi, S.E M.M., Pembimbing II: Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari, mengetahui Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari dan mengetahui Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT Damasraya Sawit Lestari serta unit observasinya adalah pelanggan PT Damasraya Sawit Lestari. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Damasraya Sawit Lestari sebanyak 43 pelanggan. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis memberikan persamaan **Keunggulan Bersaing = 1,351 + 0,218 Harga + 0,517 Lingkungan Bisnis + e**

Hasil pengujian secara parsial diperoleh Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Hasil pengujian secara parsial diperoleh Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Hasil pengujian secara simultan diperoleh Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Hasil koefisien determinasi diperoleh sebesar 0.645 berarti Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari sebesar 64,5% dan sisanya 35,5% (100-64,5) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas produk, saluran distribusi, pelayanan dan sebagainya.

Kata Kunci : Harga, Lingkungan Bisnis, Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

Ronny Syahputra, 191010049. 2023, the effect of innovation and business environment on competitive advantage at PT Damasraya Sawit Lestari, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dedy Lazuardi, S.E M.M., Advisor II: Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si.

This study aims to determine the effect of price on competitive advantage in PT Damasraya Sawit Lestari, determine the effect of business environment on competitive advantage in PT Damasraya Sawit Lestari and determine the effect of price and business environment on competitive advantage in PT Damasraya Sawit Lestari.

The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is data obtained in the form of numbers or Numbers. The source of data is primary data and secondary data, the analysis unit in this study is PT Damasraya Sawit Lestari and the observation unit is the customer of PT Damasraya Sawit Lestari. The population and sample in this study are customers of PT Damasraya Sawit Lestari as many as 43 customers. The Data were analyzed using multiple linear regression analysis method.

*The results of the analysis give the equation **competitive advantage = 1.351 + 0.218 price + 0.517 Business Environment + e.***

Partial test results obtained price effect on competitive advantage in PT Damasraya Sawit Lestari partial test results obtained by the business environment effect on competitive advantage in PT Damasraya Sawit Lestari. The test results simultaneously obtained price and business environment affect the competitive advantage in PT Damasraya Sawit Lestari. The coefficient of determination obtained by 0.645 means that the price and business environment of competitive advantage in PT Damasraya Sawit lasting is 64.5% and the remaining 35.5% (100-64.5) is influenced by other variables outside of this study such as product quality, distribution channels, services and so on

Keywords: Price, Business Environment, Competitive Advantage.

MOTTO

“semuanya sulit sebelum
menjadi mudah.”

(Johann Wolfgang von Goethe)

“Jika Anda tidak berpikir, maka Anda
tidak boleh berbicara.”

(March Hare – Alice in Wonderland)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

Tuhan yang selalu menyertai, menyayangi dan memberkatiku.

Terima kasih banyak atas berkah kehidupan yang telah saya terima sampai saat ini.

Ibu dan ayah yang tidak pernah lelah mendampingi, mendukung dan menyayangi saya setiap harinya. motivator terbesar dalam kehidupanku. Tak pernah cukup untuk membalas cinta, keringat dan kasih sayang kepadaku.

Bapak dan Ibu dosen yang terhormat yang sudah membimbing saya sampai dengan hari ini. Dan selalu bersedia untuk membagi ilmunya kepada saya tanpa pamrih dan harap kembali, serta tidak sungkan dan selalu bersedia untuk memberikan penjelasan dan jalan keluar yang baik.

Teman-teman yang telah memberikan saya semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi sampai akhir.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIATRISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAKvi

***ABSTRACT*vi**

MOTTO viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL.....xv

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN1

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi Masalah8

1.3 Batasan Masalah8

1.4 Rumusan Masalah.....9

1.5 Tujuan Penelitian9

1.6 Kegunaan Penelitian9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU11

2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Keunggulan Bersaing	11
2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	11
2.1.1.2 Dampak dari Keunggulan Bersaing	12
2.1.1.3 Indikator Keunggulan Bersaing	13
2.1.2 Harga	15
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	15
2.1.2.2 Strategi Harga	16
2.1.2.3 Indikator Harga	18
2.1.3 Lingkungan Bisnis	19
2.1.3.1 Pengertian Lingkungan Bisnis	19
2.1.3.2 Lapisan Lingkungan Bisnis.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....25

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.1.1 Lokasi Penelitian	25
3.1.2 Waktu Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26

3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Uji Validitas	30
3.6.2 Uji Reliabilitas	30
3.7 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.1 Uji Normalitas	31
3.7.2 Uji Multikolinearitas	32
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	32
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.9 Uji Hipotesis	33
3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	33
3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	34
3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Sejarah Singkat PT Damasraya Sawit Lestari	36
4.1.2 Visi dan Misi PT Damasraya Sawit Lestari	37
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.1.3.1 Uji Validitas	44

4.1.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.1.4 Karakteristik Responden.....	49
4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	50
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	50
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	50
4.1.6.2 Uji Multikolonieritas.....	52
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.1.8 Pengujian Hipotesis	55
4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	55
4.1.8.2 Uji Simultan (Uji-F).....	56
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.2 Pembahasan	58
4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestasi	58
4.2.2 Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestasi.....	59
4.2.3 Pengaruh Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestasi	60

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Manajerial.....	62
5.3 Saran Akademis.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN OBSERVASI

SURAT BALASAN OBSERVASI

KARTU AUDIENCE SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan CP.....	4
Tabel 1.2	Pesaing Perusahaan	4
Tabel 1.3	Data Harga CP	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2	Skala Likert	29
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Harga (X_1)	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Lingkungan Bisnis (X_2)	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Keunggulan Bersaing (Y)	47
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	50
Tabel 4.8	Uji Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.9	Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.04	Hasil Analisis regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	56
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	57
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Sistem Otomatis Mesin	7
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Damasraya Sawit Lestari	39
Gambar 4.2	Uji Normalitas Histogram	51
Gambar 4.3	Uji Normal <i>P-P Plot</i>	52
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3	: Hasil Pengujian Validitas
Lampiran 4	: Hasil Pengujian Reliabilitas
Lampiran 5	: Tabulasi Kuesioner Sampel
Lampiran 6	: Regresi
Lampiran 7	: Tabel Statistik r
Lampiran 8	: Tabel Statistik t
Lampiran 9	: Tabel Statistik F

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kelapa sawit merupakan komoditas unggulan bagi Indonesia dalam perdagangan internasional. Kelapa sawit termasuk dalam sepuluh komoditas ekspor utama. Salah satu hal yang membuat kelapa sawit masuk ke dalam sepuluh komoditas ekspor utama Indonesia adalah daya saingnya yang kompetitif dalam perdagangan internasional. Daya saing tersebut didasarkan pada produktivitas per hektar kelapa sawit di Indonesia yang cukup tinggi. Di sisi lain, kelapa sawit juga merupakan tanaman yang cukup handal terhadap perubahan iklim sehingga membuat kemungkinan terjadinya gagal panen dapat diminimalisir. Kelapa sawit juga mengandung nutrisi yang tinggi dan baik bagi kesehatan manusia jika dilihat dari nilai kalori, vitamin, dan kadar kolesterolnya yang rendah. Jika dilihat dari fungsinya, kelapa sawit tidak hanya sebagai bahan pangan, kelapa sawit juga sebagai minyak nabati yang berpotensi untuk dijadikan bahan bakar biodiesel. Kelapa sawit mampu menciptakan kesempatan dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat baik dalam proses produksi maupun pengolahan industri. Kesempatan dan lapangan pekerjaan yang tercipta dapat mendorong kesejahteraan masyarakat. Produksi kelapa sawit berpotensi menghasilkan tmanfaat antara lain peningkatan penghasilan bagi masyarakat sekitar, peningkatan pendapatan pemerintah, pengurangan kemiskinan dan perbaikan pengelolaan sumber daya alam. Perkebunan kelapa sawit saat ini menjadi penopang kehidupan petani dan masyarakat, sehingga kehadirannya mampu meningkatkan kesejahteraan dan

mengurangi pengangguran, memberikan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha. Pemanfaatan tenaga kerja perkebunan kelapa sawit merupakan salah satu faktor produksi yang menyerap biaya cukup besar sehingga perlu upaya untuk meningkatkan efisiensi (Bakce & Mustofa, 2021).

Daya saing yang dimiliki kelapa sawit dalam perdagangan internasional telah berhasil menjadikan Indonesia sebagai penghasil kelapa sawit terbesar di dunia. Pada dasarnya kelapa sawit dipanen dalam bentuk Tandan Buah Segar (TBS). TBS ini diolah menjadi produk setengah jadi dalam bentuk minyak kelapa sawit atau crude palm oil (CPO) dan inti kelapa sawit atau palm kernel. Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sebagai penghasil kelapa sawit terbesar di dunia, industri kelapa sawit telah menyediakan lapangan pekerjaan sebesar 16 juta tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung. Produksi minyak sawit dan inti sawit pada tahun 2018 tercatat sebesar 48,68 juta ton, yang terdiri dari 40,57 juta ton crude palm oil (CPO) dan 8,11 juta ton palm kernel oil (PKO). Jumlah produksi tersebut berasal dari Perkebunan Rakyat sebesar 16,8 juta ton (35%), Perkebunan Besar Negara sebesar 2,49 juta ton (5%), dan Perkebunan Besar Swasta sebesar 29,39 juta ton (60%). (Limanseto, 2021).

Pada tahun 2020 produksi CPO Indonesia mengalami peningkatan menjadi 28 juta ton atau setara dengan lima puluh persen total produksi CPO dunia yaitu sebesar 54,527 juta ton.⁴ Pada tahun 2020 CPO diekspor sebanyak 21,2 juta ton. Komoditas kelapa sawit ini merupakan penyumbang devisa negara terbesar untuk komoditas perkebunan. Devisa ekspor khusus produk kelapa sawit ini mencapai

US\$ 19,65 miliar atau Rp 200 triliun pada tahun 2020 dan US\$ 19,1 miliar pada tahun 2021. Sedangkan ekspor di luar produk kelapa sawit secara kumulatif menyumbang devisa sebesar Rp 50 triliun. Artinya industri kelapa sawit telah terbukti sebagai penyelamat devisa negara (Amir, Nidhal, & Alta, 2022). Hal ini mendorong perusahaan untuk menciptakan CPO yang terbaik agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Keunggulan bersaing merupakan tantangan utama bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan bisnis masa kini. Sebelum melakukan perumusan strategi pemasarannya, perusahaan harus mengamati faktor lingkungan dan memahami tujuan, kekuatan, serta kelemahan pesaingnya untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Pada dasarnya ada keterkaitan antara posisi bersaing dan strategi bisnis, di mana setiap perusahaan menempati posisi bersaing yang berbeda-beda. Setiap posisi persaingan memerlukan strategi bersaing yang berbeda pula. Perusahaan dalam posisi persaingan yang sama maupun berbeda harus menggunakan pemahaman ini untuk merancang penawaran pasar yang memberikan nilai lebih daripada penawaran pesaingnya.

Keunggulan bersaing PT Damasraya Sawit Lestari mengalami penurunan yang disinyalir dengan terjadinya penurunan penjualan. Berdasarkan data yang diperoleh dari penjualan PT Damasraya Sawit Lestari dari tahun 2019 sampai tahun 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan CPO
Periode 2018 sampai 2022

Tahun	QTY	Total Penjualan
2018	48,419,119	312,331,242,323
2019	46,350,141	297,828,184,590
2020	38,824,060	321,062,028,396
2021	37,168,296	414,897,663,846
2022	50,726,233	589,903,572,858

Sumber: Data PT Damasraya Sawit Lestari, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penjualan yang fluktuasi terhadap CPO. Pada tahun 2018 sebesar 48.419.119 kg dengan total penjualan RP 312.331.242.323 sedangkan pada tahun 2019, 2020 dan tahun 2021 mengalami penurunan. Pada akhirnya tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 50.726.233 kg dengan total penjualan Rp 589.903.572.858. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan mengalami keunggulan bersaing yang kurang optimal sehingga belum dapat menciptakan penjualan yang meningkat setiap tahunnya.

Tabel 1.2
Pesaing Perusahaan

Perusahaan	Tahun Berdiri
PT Damasraya Sawit Lestari	2015
PT Dharmasraya Lestarindo	2014
PT Sawit Jujuhan Abadi	2016
PT Bungo Suko Mananti	2017

Sumber: Data PT Damasraya Sawit Lestari, 2022

Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing salahnya adalah harga produk. Permasalahan yang sering terjadi di dalam bisnis adalah produk yang bagus tetapi mahal atau produk yang murah tetapi tidak berkualitas. Menurut Poltak, dkk (2022:244), “Strategi Harga juga harus diperhatikan mulai dari jenis, tipe, indikator sampai dengan level Harga yang akan

dipilih oleh suatu perusahaan dalam keunggulan bersaing”. Peran harga tampak semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Terutama pada abad dua puluh satu, yang bisa di katakan sebagai era globalisasi yang sesungguhnya.

Menurut Sari dan Yasa (2019:18), “Harga adalah salah satunya unsur bagi pelanggan yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh.” Penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Oleh karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan. Marheni,dkk (2019) memperoleh hasil bahwa harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Pada perusahaan ini harga penetapan CPO masih cukup tinggi dibandingkan beberapa pesaingnya yang dapat dilihat dari Tabel 1.3 yaitu:

Tabel 1.3
Data Harga CPO

Tahun	PT Damasraya Sawit Lestari	PT Dharmasraya Lestarindo	PT Sawit Jujuhan Abadi	PT Bungo Suko Mananti
2018	8.926 s/d 9.407	7.915 s/d 9.131	7.854 s/d 8.994	8.113 s/d 9.101
2019	8.915 s/d 9.891	8.115 s/d 9.057	8.836 s/d 9.201	8254 s/d 9.210
2020	8.545 s/d 10.050	7.168 s/d 8.545	8.510 s/d 9.265	7.987 s/d 9.989
2021	9.884 s/d 12.010	8.569 s/d 9.697	9.774 s/d 9.994	8.125 s/d 9.654
2022	7.537 s/d 9.124	7.654 s/d 9.004	7.684 s/d 9.434	7.165 s/d 8.974

Sumber: Data PT Damasraya Sawit Lestari, PT Dharmasraya Lestarindo, PT Sawit Jujuhan Abadi , PT Bungo Suko Mananti 2023

Tabel 1.3 menunjukkan di antara keempat perusahaan kelapa sawit yang menjadi pesaing perusahaan terlihat bahwa penetapan harga yang lebih murah di bandingkan dengan perusahaan.

Menurut Inayah (2021:124), “Lingkungan bisnis merupakan unsur-unsur yang saling berhubungan yang dapat memengaruhi aktivitas bisnis. Analisis lingkungan bisnis merupakan proses yang digunakan untuk Menyusun perencanaan-perencanaan strategis untuk memantau terhadap peluang serta ancaman yang akan terjadi.” Kesuksesan sebuah perusahaan tergantung pada bagaimana hubungan industri itu dengan lingkungannya menyarankan *proactive corporate environmental management* sebagai strategi perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif karena tuntutan konsumen yang semakin peka akan pentingnya faktor lingkungan sebagai pendukung kelangsungan hidup manusia. Penerapan manajemen lingkungan yang baik akan membantu perusahaan dalam meraih keunggulan kompetitif (bersaing) (Marnoto & Ade, 2021). Lingkungan bisnis saat ini memiliki karakteristik yang dinamis, kompleks, berkaitan dengan perubahan teknologi, keterbatasan sumber daya, ekonomi global serta perubahan politik yang tidak menentu. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus dapat melakukan efisiensi dan efektivitas dalam segala hal untuk memperebutkan konsumen. Sebagai contoh, penerapan teknologi baru dilakukan agar perusahaan lebih kompetitif dalam hal biaya produksi, memperbaiki kualitas produk, dan memiliki pangsa pasar yang baik. Hal ini berarti suatu perusahaan harus memiliki pandangan jauh kedepan untuk mendukung kesuksesan perusahaan (*vision*).

PT Damasraya Sawit Lestari juga memiliki banyak pesaing di sekitar lokasi seperti perusahaan PT Dharmasraya Lestarindo, PT Sawit Jujuhan Abadi

dan PT Bungo Suko Mananti. PT Damasraya Sawit Lestari masih belum beradaptasi dengan lingkungan bisnis internal dimana ketersediaan karyawan yang masih sedikit sehingga pelayanan yang masih belum optimal. Hal ini memicu keunggulan bersaing yang sulit untuk berkembang.



Gamabr 1.2. Sistem Otomatis Mesin

Gamabr 1.1. meunjukkan bahwa menggunakan sistem otomatis pada pabrik pengolahan kelapa sawit telah banyak digunakan khususnya di lingkungan bisnis perusahaan. Dimana hasil produksi semakin cepat. Padahal bila dilihat secara teknis, dengan adanya penggunaan sistem kontrol otomatis tersebut pengolahan buah kelapa sawit menjadi minyak akan jauh mengurangi pemakaian sumber daya listrik dan menjadikan lebih hemat anggaran. Selain itu, proses pengerjaan mekanis yang dilakukan secara otomatis akan jauh lebih mudah dikontrol dan lebih terukur serta terpadu. Dengan kata lain, dengan adanya sistem otomatisasi ini, akan menjadikan proses produksi perusahaan lebih efisien dan efektif. Namun,

perusahaan tidak menerapkan hal tersebut. Sehingga dalam waktu proses produksi masih kalah jauh dengan perusahaan lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI PT DAMASRAYA SAWIT LESTARI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, disinyalir keunggulan bersaing mengalami kenaikan disebabkan oleh ::

1. Penetapan harga yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lainnya.
2. Perusahaan masih belum beradaptasi dengan lingkungan bisnis internal dimana ketersediaan karyawan yang masih sedikit sehingga pelayanan yang masih belum optimal.
3. Keunggulan bersaing PT Damasraya Sawit Lestari mengalami penurunan yang disinyalir dengan terjadinya penurunan penjualan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel bebas Harga (X_1) dan Lingkungan Bisnis (X_2) serta variabel terikat Keunggulan Bersaing (Y). Objek penelitian ini adalah pelanggan CPO PT Damasraya Sawit Lestari.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari?
2. Apakah Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari?
3. Apakah Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan ialah :

1. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
2. Untuk mengetahui Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
3. Untuk mengetahui Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan PT Damasraya Sawit Lestari

Sebagai dasar peningkatan Keunggulan Bersaing masa yang akan datang dengan perbaikan Harga dan Lingkungan Bisnis.

2. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu bagi penulis tentang pemasaran untuk dapat diterapkan pada permasalahan dalam dunia nyata yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti permasalahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keunggulan Bersaing

2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Strategi pemasaran bersaing merupakan strategi yang memposisikan perusahaan secara kuat dalam menghadapi pesaing dan memberikan keunggulan strategis terkuat bagi perusahaan.

Menurut Firmasyah (2019:24), “Keunggulan bersaing digambarkan suatu strategi *benefit* perusahaan untuk kerjasama menciptakan keunggulan yang lebih efektif dalam pasarnya. Keunggulan ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar maupun pasar baru”.

Menurut Darmanto (2016:110), “Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang pada saat pesaing berusaha untuk menirunya akan selalu mengalami kegagalan secara signifikan. Pada saat perusahaan menerapkan strategi tersebut dan perusahaan pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkan suatu perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut maka perusahaan tersebut dikatakan memiliki keunggulan bersaing yang berkesinambungan.

Menurut Wicaksana, dkk (2021:16), “Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kinerja pemasaran yang dikembangkan oleh perusahaan agar

lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak”.

Menurut Waruwu, dkk (2022:73), “Keunggulan Bersaing merupakan usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi berdasarkan sumber daya yang dimilikinya, menduduki posisi di atas pesaingnya dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan”.

Menurut Suryati, dkk (2022:20), “Keunggulan bersaing merupakan faktor eksternal dari manfaat yang dihasilkan dan faktor internal yang mempengaruhinya adalah *intellectual capital*, struktur kepemilikan dan volatilitas laba. Oleh sebab itu volatilitas laba merupakan salah satu aspek kunci yang perlu diteliti karena akan menyebabkan terjadinya risiko pada perusahaan yang menyebabkan ketidakpercayaan para pemegang saham karena perusahaan tidak memiliki keunggulan kompetitif yang diandalkan”.

Berdasarkan pengertian di atas bahwa keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri. Untuk mendapatkan keunggulan bersaing diperlukan efisiensi serta usaha yang giat untuk mencapai keunggulan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya dan overhead yang ketat serta meminimalkan biaya.

2.1.1.2 Dampak dari Keunggulan Bersaing

Perusahaan yang bersaing dalam pasar sasaran tertentu mempunyai

karakteristik yang berbeda yang menduduki posisi persaingan yang berbeda pula. Beberapa perusahaan merupakan perusahaan besar, memiliki banyak sumber daya, sudah matang dan terkenal. Menurut Wicaksana, dkk (2021:19), pada keunggulan kompetitif tentu memiliki fungsi penting yang ada, yaitu tentang perusahaan, konsumen serta bagi investor. Ketiga hal ini memang memiliki pengaruh dan merasakan langsung dampak dari adanya keunggulan yang kompetitif.

1. Bagi perusahaan

Sebuah perusahaan harus mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya saat memiliki produk. Dengan membuat keunggulan pada produk atau layanan dalam bisnis, itu berarti usaha dikembangkan memiliki posisi yang baik di pasar dan pada akhirnya akan meningkatkan *bargaining power* secara menyeluruh pada bisnis.

2. Untuk konsumen

Bagi konsumen, dengan adanya keunggulan dari suatu produk atau layanan, maka konsumen mendapatkan apa yang diharapkan selama ini.

3. Bagi investor

Untuk investor, keunggulan kompetitif pada suatu bisnis dijadikan sebagai alat ukur serta tolak ukur dalam melakukan penilaian terhadap suatu bisnis.

2.1.1.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari

pesaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Menurut Waruwu, dkk (2022:73), indikator keunggulan bersaing adalah:

1. Pertumbuhan

Pertumbuhan bisnis adalah fenomena yang terjadi ketika pemilik bisnis, karyawan dan faktor luar lainnya mencari satu atau beberapa cara untuk meningkatkan pengalaman suatu perusahaan.

2. Aset tidak berwujud

Aset Tak Berwujud adalah aset non keuangan yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik. Aset ini dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan barang atau jasa, atau digunakan untuk tujuan lainnya

3. Realisasi produk pada layanan

Realisasi produk adalah suatu perencanaan yang mendetail tentang proses serta pekerjaan apa saja yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa tertentu yang meliputi *main processes* (proses-proses utama) dan *supporting processes* (proses-proses pendukung).

4. Kekuatan daya tawar

Bargaining power atau daya tawar adalah kekuatan pengaruh relatif dari masing-masing pihak dalam negosiasi, perselisihan, atau pertukaran. Dalam transaksi jual beli, tawar-menawar kemungkinan besar terjadi ketika ada kebutuhan untuk menegosiasikan harga, spesifikasi produk, dan pengiriman.

2.1.2 Harga

2.1.2.1 Definisi Harga

Harga menjadi faktor penentu, faktor penentu pembelian semakin bervariasi, sehingga faktor selain harga juga banyak berperan dalam keputusan pembelian. Semua variabel yang terdapat pada bauran pemasaran yang merupakan unsur biaya kecuali variabel harga yang satu-satunya merupakan unsur pendapatan atau (*revenue*).

Definisi harga menurut Astuti dan Matondang (2020:33), merupakan ukuran yang mencirikan keberhasilan penentuan harga.

Sedangkan Sari dan Yasa (2019:18), “Harga adalah salah satunya unsur bagi pelanggan yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh.”

Pengertian lain Gultom, dkk (2022:99), “*Price* atau harga adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh target pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.”

Selain itu, Hasan (2016:521), “Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.”

Malau (2016:126), “Harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang

atau jasa yang diproduksi (permintaan).”

Dari pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pelanggan atas pemberian barang atau pelayanan dari suatu produk dan merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

2.1.2.2 Strategi Harga

Harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Beberapa strategi harga Abdullah dan Tantri (2015:188-203), yaitu:

1. Penetapan harga geografis, melibatkan perusahaan dalam memutuskan cara menetapkan harga produknya kepada pelanggan dalam lokasi-lokasi yang berbeda.
2. Penetapan harga bauran produk, perusahaan mencari kumpulan harga yang memaksimalkan keuntungan pada bauran produk keseluruhan, penetapan harga merupakan hal yang sulit karena berbagai produk memiliki hubungan yang terkait dalam permintaan dan biayanya dan berhubungan dengan tingkat-tingkat persaingan yang berbeda.
3. Penetapan harga promosional, perusahaan kadang menetapkan harga produk merek di bawah harga resmi dan mungkin di bawah biaya.
4. Penetapan harga diskriminasi, perusahaan sering melakukan modifikasi harga untuk menyesuaikan dengan perbedaan-perbedaan yang ada pada pelanggan, produk, lokasi dan seterusnya.

5. Memulai penurunan harga, beberapa situasi mungkin mengakibatkan perusahaan menurunkan harganya, meskipun dapat memicu terjadinya perang harga mungkin menantang perang harga.
6. Memulai dan menanggapi perubahan harga, setelah mengembangkan strategi dan struktur harga perusahaan akan menghadapi situasi di mana mereka akan menginginkan untuk menurunkan atau menaikkan harga.
7. Potongan harga dan potongan pembelian, kebanyakan perusahaan akan memodifikasi harga dasar mereka untuk memberi hadiah kepada pelanggan atas pembayaran awal, volume pembelian dan pembelian di luar musim.
8. Memulai peningkatan harga, peningkatan harga yang tidak disesuaikan dengan peningkatan produktivitas akan memeras margin keuntungan dan akan membawa perusahaan ke peningkatan harga yang terus berputar.
9. Reaksi pelanggan terhadap perubahan harga, perubahan harga akan mempengaruhi pelanggan, pesaing, distributor dan pemasok dan mungkin kepentingan pemerintah.
10. Reaksi pesaing terhadap perubahan harga, perusahaan yang melakukan perubahan harga harus memerhatikan pesaing selain reaksi pelanggan.
11. Menanggapi perubahan harga, ketika seorang pesaing menaikkan harganya dalam pasar produk homogen, perusahaan lain tidak harus menyesuaikan dengannya.

2.1.2.3 Indikator Harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Menurut Astuti dan Matondang (2020:33), Indikator penentuan harga terdiri dari:

1. Keterjangkauan harga

Dalam indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan dapat dijangkau oleh target pasar atau tidak. Dengan harga yang terjangkau oleh target pasar maka nantinya akan menjadi bahan pertimbangan target pasar untuk membeli produk yang dijual.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Pada indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan sudah sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

3. Daya saing harga

Harga merupakan salah satu senjata dalam persaingan pasar. Konsumen saat ini sudah lebih konservatif dalam membeli produk. Konsumen akan membandingkan harga produk yang sejenis dengan berbagai merek.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Pada indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan sudah sebanding dengan manfaat produk yang ditawarkan kepada konsumen.

2.1.3 Lingkungan Bisnis

2.1.3.1 Definisi Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis adalah semua kondisi dan kekuatan yang ada didalam maupun diluar setiap unit bisnis yang akan mempengaruhi arah kebijakan dari suatu perusahaan dalam mengelola aktifitas bisnisnya. Menurut Siahaan, dkk (2022:11), “Lingkungan bisnis adalah lingkungan yang mempengaruhi secara langsung kondisi bisnis atau perusahaan yang meliputi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Bisnis tidak beroperasi dalam ruang hampa melainkan langsung pada aktivitas bisnis tersebut.”

Menurut Akbarina (2018:8), “Lingkungan bisnis adalah keseluruhan hal-hal atau keadaan diluar badan usaha atau industri yang memengaruhi kegiatan organisasi. Lingkungan bisnis meliputi lingkungan ekonomi, teknologi, sosial dan persaingan.”

Menurut Inayah (2021:124), “Lingkungan bisnis merupakan unsur-unsur yang saling berhubungan yang dapat memengaruhi aktivitas bisnis. Analisis lingkungan bisnis merupakan proses yang digunakan untuk Menyusun perencanaan-perencanaan strategis untuk memantau terhadap peluang serta ancaman yang akan terjadi.”

Menurut Badrianto (2021:224), “Lingkungan bisnis adalah konteks saat ini yang cukup kompleks, bergejolak tidak pasti dan ambigu. Perubahan tidak dapat dihindari dan sangat sering terjadi. Organisasi harus terus menyesuaikan diri untuk beradaptasi dengan perubahan persyaratan lingkungan.”

Berdasarkan pengertian di atas bahwa Lingkungan bisnis adalah semua kondisi dan kekuatan yang ada didalam maupun diluar setiap unit bisnis yang akan mempengaruhi arah kebijakan dari suatu perusahaan dalam mengelola aktifitas bisnisnya.

2.1.3.2 Lapisan Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis yang berubah sangat cepat atau dinamis sehingga para pimpinan perusahaan perlu menganalisis dan mendiagnosis perubahan lingkungan tersebut. Menurut Noor (2020:23-24), Pada dasarnya lingkungan bisnis dibedakan menjadi dua lapis, yaitu:

1. **Lingkungan intern**

Lingkungan intern yaitu suatu lingkungan yang berasal dari dalam perusahaan dan dimungkinkan dapat dikendalikan oleh para pelaku bisnis dalam perusahaan, sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan perusahaan.

2. **Lingkungan ekstern**

Lingkungan ekstern yaitu lingkungan yang berada di luar kegiatan bisnis yang tidak mungkin dapat dikendalikan begitu saja oleh para pelaku bisnis sesuai dengan keinginan perusahaan. Justru pelaku bisnislah yang harus mengikuti “kemauan” lingkungan ekstern tersebut, agar kegiatan bisnis bisa “selamat” atau bertahan dari pengaruh lingkungan ekstern.

2.1.3.3 Indikator Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan-keputusan perusahaan. Menurut Hardiana dan Ridho (2022:4), Indikator Lingkungan bisnis meliputi lingkungan ekonomi, teknologi, sosial, dan persaingan:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. Lingkungan Sosio-Budaya

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

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian ini adalah :

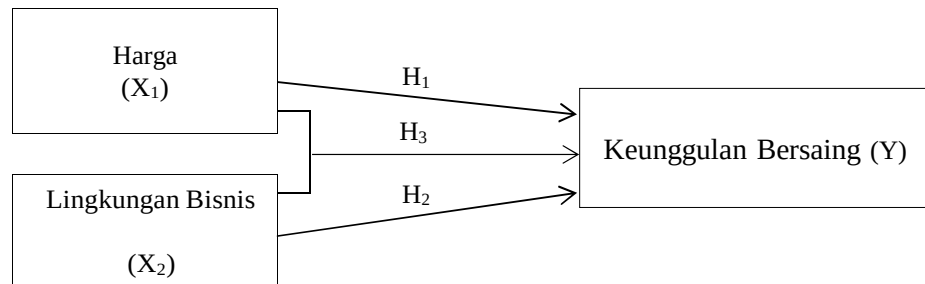
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Riyanto (2018) Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi ISSN 2356-3966 (Sinta 4) Madiun	Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usahakecil Menengah (UKM) Di Madiun	Lingkungan Internal Eksternal Keunggulan Bersaing Kinerja	Lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun. Lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun.
2.	Winata (2017) Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan ISSN 2252-3073 (Sinta 4) Surabaya	Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo	Inovasi Produk Harga Keunggulan Bersaing Usaha	Inovasi Produk dan Harga l berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo
3.	Anggraini dan Sanjaya (2021)	Pengaruh Faktor Lingkungan dan	Faktor Lingkungan	Uji Statistik dilakukan dengan menggunakan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Jurnal Ilmu Manajemen Saburai ISSN 2774-7026 (Sinta 6) Lampung	Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Di Lampung Barat	Strategi Pemasaran Kinerja	Smart PLS 3, dari dua hipotesis yang diajukan satu faktor lingkungan yang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran, dan yang kedua strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.
4.	Dahlia dan Purnamasari (2022) <i>Journal Management, Business, and Accounting</i> (MBIA) p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262 (Sinta 4) Bogor	Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga Dan Lokasi Pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan	Pelayanan Harga Lokasi Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel Pelayanan, Harga Dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha.
5.	Marheni,dkk (2019) Jurnal Akuntansi ISSN 2338-6177 (Sinta 3) Bali	Pengaruh Kreatifitas Inovasi, Penetapan Harga Jual, dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Kecamatan Buleleng	Kreatifitas Inovasi Penetapan Harga Jual Kualitas Laporan Keuangan Kinerja	Kreatifitas Inovasi, Penetapan Harga Jual, dan Kualitas Laporan Keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Berikut hipotesis penelitian yang digunakan penulis yakni sebagai berikut :

- H₁: Terdapat adanya pengaruh harga terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari
- H₂: Terdapat adanya pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari
- H₃: Terdapat adanya pengaruh Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Damasraya Sawit Lestari yang beralamat di Komplek Graha Metropolitan Blok T no 7 Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai sejak bulan Oktober 2022 sampai pada bulan Februari 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Menurut Sujarweni (2019:98), “data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.”

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2019:98), “Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.” Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan responden yang berkaitan dengan variabel penelitian berupa Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing dan pembagian kuesioner kepada

pelanggan.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2019:89), “Data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi yang berupa buku-buku, jurnal penelitian yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing.”

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi termasuk pelanggan. Menurut Arikunto (2018:173), “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 43 perusahaan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Menurut Arikunto (2018:174), “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi populasi yang teliti.” Didalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan berjumlah 43 perusahaan. Menurut Sugiyono (2017:68), *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel bebas

Menurut Sugiyono (2017:39), “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga (X_1) dan Lingkungan Bisnis (X_2).

2. Variabel terikat

Menurut Sugiyono (2017:39)), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing (Y).”

Definisi variabel Harga, Lingkungan Bisnis dan Keunggulan Bersaing dan indikator atau karakteristik variabel yang dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X_1)	Harga merupakan ukuran yang mencirikan keberhasilan penentuan harga.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat Astuti dan Matondang (2020)	Skala Likert
Lingkungan Bisnis (X_2)	Lingkungan bisnis adalah semua kondisi dan kekuatan yang ada didalam maupun diluar setiap unit bisnis yang akan mempengaruhi arah	1. Lingkungan Ekonomi 2. Lingkungan Teknologi 3. Lingkungan Hukum-Politik	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	kebijakan dari suatu perusahaan dalam mengelola aktifitas bisnisnya.	4. Lingkungan Sosio-Budaya Sumber : Hardiana dan Ridho (2022:4)	
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri	5. Pertumbuhan 6. Realisasi produk pada layanan 7. Kekuatan daya tawar Sumber : Waruwu, dkk (2022:73)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti dilakukan dengan cara :

1. Angket atau Kuesioner

Menurut Arikunto (2018:194), “kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.” Kuesioner dalam penelitian dibagi kepada semua karyawan pada perusahaan. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-

kata antara lain:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (R)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Arikunto (2018:194)

2. Wawancara

Menurut Arikunto (2018:198), “interview yang sering disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*).” Interview digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang. Wawancara dilakukan kepada pelanggan pada perusahaan ini. Wawancara dilakukan kepada konsumen pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang permasalahan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang diteliti.

3. Studi dokumentasi

Menurut Arikunto (2018:201), “dokumentasi, dari asal katanya dokumen yang artinya barang-barang tertulis.” Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan dan juga teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan salah satu ciri keabsahan dalam suatu penelitian. Menurut Sujarweni (2019:157) “Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.” Kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Kriteria dinyatakan valid adalah

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran sekali saja. Pada pengukuran ini keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* dengan fasilitas *Cronbach Alpha*. Menurut Sujarweni (2019:158), “Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.” Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Menurut Sujarweni (2019:225), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak.” Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

3.7.2 Uji Multikoloniearitas

Multikoloniearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Menurut Sujarweni (2019:226), “Uji multikoloniearitas merupakan suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.” Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikoloniearitas adalah dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoloniearitas adalah Nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Sujarweni (2019:226), “Uji heteroskedastisitas keadaan di mana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas.” Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* dimana sumbu *Y* adalah *Y* yang diprediksi, dan sumbu *X* adalah residual (*Y* prediksi - *Y* sesungguhnya) yang telah di *studentized*. ”Dalam penelitian ini akan digunakan metode *chart* (Diagram *Scatterplot*), dengan dasar pemikiran bahwa :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linear berganda. Menurut Sujarweni (2019:227), “Analisis regresi linear berganda adalah penelitian yang bertujuan melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear.” Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a - b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	:	Keunggulan Bersaing
X ₁	:	Harga
X ₂	:	Lingkungan Bisnis
a	:	Konstanta
b ₁ , b ₂ ,	:	Koefisien regresi variabel bebas
e	:	<i>Term of error</i>

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dapat digunakan untuk menguji secara parsial secara masing-masing pada variabel. Menurut Sujarweni (2019:229), “Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel indenpenden atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen.” Dengan ketentuan:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Secara parsial Lingkungan Bisnis tidak

berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

2. $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$ Secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Secara parsial Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dikenal juga dengan uji anova, uji untuk melihat pengaruh variabel secara bersamaan. Menurut Sujarweni (2019:228), “Uji F adalah Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi di mana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.” Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara simultan Harga dan Lingkungan Bisnis tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$ Secara simultan Harga dan Lingkungan Bisnis

berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT
Damasraya Sawit Lestari.

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10 Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Menurut Sujarweni (2019:228), “Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran terpenting dalam regresi. Koefisien determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen.” Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat PT Damasraya Sawit Lestari

PT. Damasraya Sawit Lestari - PMKS Kotobaru, mengolah TBS Sawit menjadi Minyak Kelapa Sawit (Crude Palm Oil) dengan menjaga Mutu sesuai standar dari pelanggan (ALB 5% Max, Kadar Air:0,5% Max, DOBI:Min 2,1) PT. Damasraya Sawit Lestari di singkat DSL didirikan berdasarkan Akta Pendirian No.2 Tahun 2011 oleh notaris H. Hendri Final, SH di Padang tanggal 02 Agustus 2011 Dengan Pengesahan No. AHU-45552.AH.01.01.2011 tanggal 19 September 2011. Perubahan Akta terakhir No. 56 Tahun 2021 oleh notaris Endra Thaslim, SH notaris kabupaten Deli Serdang pada tanggal 23 September 2021. PT. Damasraya Sawit Lestari memperoleh Izin Lokasi untuk pembangunan pabrik minyak kelapa sawit berdasarkan Surat Keputusan Bupati Dharmasraya No.189.1/238/KPTS-BUP/2012 dengan luasan 219.700 M2 pada tanggal 16 Juli 2012. PT. Damasraya Sawit Lestari memperoleh Izin Lingkungan berdasarkan Surat Keputusan Bupati Dharmasraya No.189.1/280/KPTS-BUP/2012 pada tanggal 28 Agustus 2012. PT. Damasraya Sawit Lestari memperoleh Izin Usaha Perkebunan untuk Pengolahan (IUP-P) berdasarkan Surat Keputusan Bupati Damasraya No.189.1/354/KPTS-BUP/2015 pada tanggal 16 Oktober 2015. PT. Damasraya Sawit Lestari - PMKS Kotobaru, juga memproduksi Palm Kernel (PK). Mutu Palm Kernel di jaga sesuai dengan standar dari pelanggan (Kadar air:

8% + Kadar Kotoran: 8% =16% Max.) Sebagai produk sampingan (*by product*) cangkang sawit diproduksi dan digunakan sebagai bahan bakar boiler dipabrik untuk pengganti bahan bakar fosil (BBM) dan sisanya untuk di jual ke pabrik yang membutuhkan.

4.1.2 Visi dan Misi PT Damasraya Sawit Lestari

Visi perusahaan adalah Menjadi korporasi agrobisnis kelapa sawit yang diakui di Indonesia yang menguntungkan dengan pengelolaan terbaik, terintegrasi dan berkesinambungan.

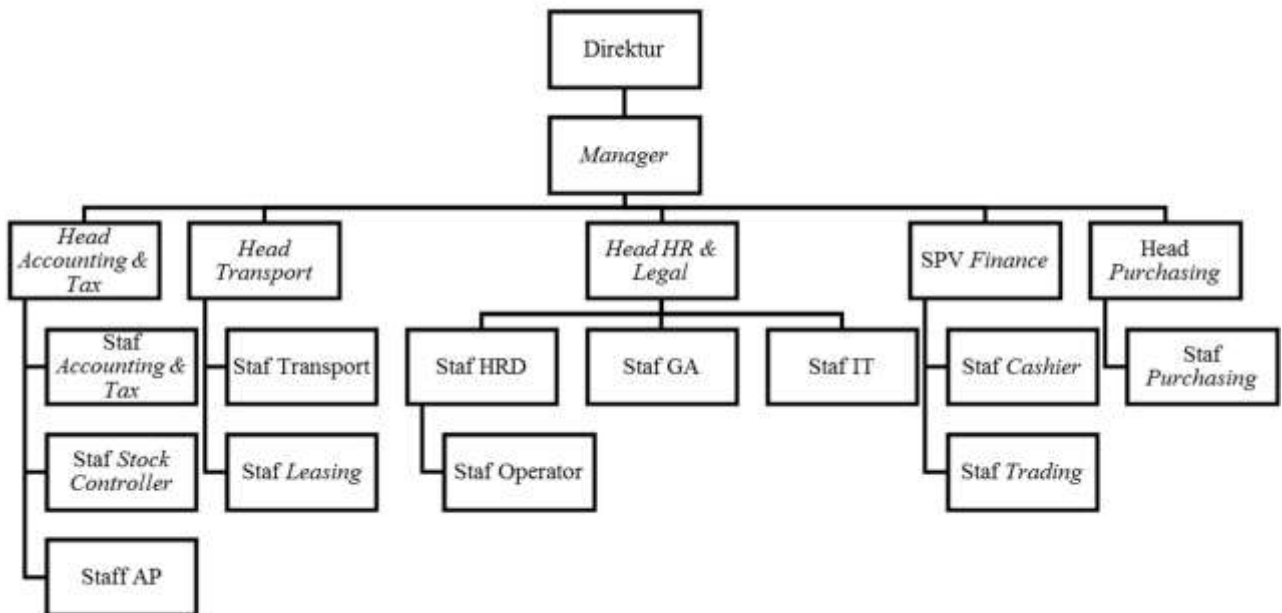
Untuk misi adalah:

1. Mensejahterakan masyarakat sekitar pada umumnya dan mensejahterakan karyawan pada khususnya.
2. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya memproduksi minyak sawit lestari.
3. Meningkatkan nilai moral dan spritual karyawan.
4. Menjadikan karyawan sebagai asset perusahaan.
5. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia secara berkesinambungan melalui pelatihan yang relevan dibidangnya masing-masing sehingga setiap individu menjadi profesional dan *zero accident* dalam pekerjaannya.
6. Peningkatan pengelolaan limbah dan lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja, dan menghemat energy melalui pengembangan teknologi.

7. Menerapkan sistem manajemen yang terbaik pada semua proses bisnis perusahaan.

4.1.2 Struktur Organisasi PT Damasraya Sawit Lestari

Dalam perusahaan, harus jelas adanya pembagian pekerjaan, gambaran hubungan antara atasan dengan bawahan, tugas serta tanggung jawab. Dengan pengorganisasian yang baik maka segala sesuatu yang telah diterapkan, direncanakan oleh perusahaan tercapai secara maksimal. Dilihat dari bentuk dan susunannya, organisasi dapat digolongkan dalam bentuk organisasi *line* dan staf. Dalam struktur organisasi yang berbentuk *line* kekuasaan dan tanggung jawab berjalan dari pucuk pimpinan kebawah sesuai bagian-bagian. Adapun struktur organisasi pada kantor pusat PT Damasraya Sawit Lestari sebagai berikut :



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.1.

Struktur Organisasi PT Damasraya Sawit Lestari

Berikut adalah penjabaran tugas dari masing-masing jabatan adalah :

1. Direktur

- a. Mengawasi dan mengendalikan perusahaan.
- b. Memimpin dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi serta berusaha meningkatkan efisien dan efektivitas.
- c. Mengawasi seluruh karyawan di dalam perusahaan dengan tertib dan teratur.

2. *Manager*

- a. Bertanggung jawab atas terselenggaranya kegiatan distribusi dan pelayanan serta keuangan.
- b. Bertanggung jawab terhadap aset perusahaan.
- c. Bertanggung jawab untuk mengelola kegiatan operasional.
- d. Pengaturan, pengelolaan, penilaian, dan pengembangan sumber daya manusia.

3. *Head Accounting & Tax*

- a. Menyusun laporan keuangan secara bulanan.
- b. Menyusun informasi keuangan untuk perhitungan.
- c. Menyusun dan membuat anggaran pengeluaran secara periodik.
- d. Melakukan dan menghitung upah atau gaji karyawan.
- e. Membuat Faktur Pajak, membuat penerimaan pemotongan, isi dan menyiapkan Pajak dan Pembayaran Pajak, menyetor, dan melaporkan ke Kantor Pelayanan Pajak tempat pendaftaran perusahaan

- f. Membuat laporan keuangan dan pajak dari pajak penghasilan pada akhir tahun.
- g. Membuat dan melaporkan laporan keuangan, buku besar dan neraca saldo kepada manajer keuangan secara periodic.

4. Staf *Accounting & Tax*

- a. Menyusun laporan pengeluaran dan penerimaan keuangan serta bertanggung jawab atas penerimaan bukti-bukti pembayaran.
- b. Menghitung, membuat faktur pajak, rekonsiliasi fiskal, laporan keuangan pajak dan semua tugas yang berhubungan dengan pajak.
- c. Mencatat jumlah uang yang masuk dan keluar dari kas perusahaan.

5. Staf *Stock Controller*

- a. Bertanggung jawab dalam pengawasan *stock* inventaris kantor
- b. Membuat laporan *stock*

6. Staf AP

- a. Bertanggung jawab dalam pengurusan tagihan
- b. Membuat laporan piutang dan tanda terima
- c. Mencatat *supplier* yang bermasalah dalam hal tagihan

7. Head *Transport*

- a. Memeriksa biaya operasional dan *sparepart* pada tiap kendaraan secara berkala agar dapat menghitung biaya yang dikeluarkan demi mencapai efisiensi pada tiap kendaraan.
- b. Memantau proses pengiriman barang dari pabrik sampai ke *customer* agar kepuasan pelanggan tercapai dan pendistribusian produk berjalan lancar.

8. Staf *Transport*

- a. Melakukan pengiriman secara tepat waktu
- b. Memastikan produk yang diantar sudah tepat dan benar.
- c. Merencanakan dan menyusun jadwal *service* seluruh kendaraan untuk memastikan agar kendaraan dalam kondisi prima dan beroperasi dengan baik.

9. Staf *Leasing*

- a. Melakukan perpanjangan surat-surat kendaraan.
- b. Memastikan kelengkapan surat pada tiap kendaraan agar proses distribusi *sparepart* dan bahan lain dapat berjalan dengan baik.
- c. Mengurus pembelian dan penjualan kendaraan.

10. Head *HR & Legal*

- a. Menangani manajemen karyawan dan memproses izin kerja.
- b. Menyiapkan dan mengatur anggaran departemen untuk sumber daya manusia dan biaya-biaya administrasi.
- c. Bertanggung jawab untuk administrasi penggajian, undang-undang dan pelaporan sumber daya manusia.
- d. Bertanggung jawab dalam mengadakan training untuk pelatihan dan pengembangan karyawan.

11. Staf *HRD*

- a. Mengurus gaji karyawan
- b. Membuat laporan rekrutmen

12. Staf *Operator*

- a. Mencatat nama setiap tamu yang datang
- b. Menyambungkan setiap telepon yang masuk dari luar kepada pihak yang bersangkutan

13. Staf GA

- a. Bertanggung jawab dalam mencari dan menyeleksi calon karyawan.
- b. Mencatat pelanggaran karyawan
- c. Mengawasi kehadiran karyawan
- d. Membuat laporan pelatihan karyawan

14. Staf IT

- a. Bertanggung jawab dalam sistem perusahaan
- b. Melakukan pembersihan email yang bukan berasal dari pelanggan

15. SPV *Finance*

- a. Melakukan penerimaan dan pengeluaran kas.
- b. Membantu dalam hal manajemen kas, perkiraan kas dan masalah yang berhubungan dengan keuangan.
- c. Menangani kegiatan pengeluaran dan penerimaan kas dalam kegiatan perusahaan.

16. Staf *Cashier*

- a. Melaksanakan penyetoran uang, cek dan giro atas nama perusahaan.
- b. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas secara rutin.

17. Staf *Trading*

- a. Membuat kontrak perjanjian jual beli.
- b. Menagih hutang dan melaporkan uang masuk kepada SPV *Finance* setiap

hari.

18. *Head Purchasing*

- a. Bertanggung jawab terhadap pembelian dengan biaya yang rendah.
- b. Memastikan waktu pengiriman dan mengawasi semua pesanan yang belum diterima.
- c. Mempunyai komunikasi yang baik dengan semua departemen untuk memastikan efisiensi.
- d. Bekerja secara dekat dengan bagian pengontrolan *stock* dan perencanaan produksi.
- e. Merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan mengontrol pembelian inventaris perusahaan.

19. *Staf Purchasing*

- a. Bertanggung jawab terhadap *supplier-supplier*.
- b. Mengecek data pengiriman dan pembayaran.
- c. Bertugas menangani kegiatan transaksi pembelian

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.3.1 Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2019:157), uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Kriteria dinyatakan valid adalah

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan valid.

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan tidak valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Harga dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1.
Hasil Uji Validitas untuk Variabel Harga (X_1)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Harga CPO yang terjangkau oleh pelanggan	0,678	0,361	Valid
2.	Perusahaan sering memberikan potongan harga kepada pelanggan	0,781	0,361	Valid
3.	Harga CPO ditawarkan sesuai dengan kualitas.	0,889	0,361	Valid
4.	Harga CPO disesuaikan dengan keinginan kriteria CPO yang dibutuhkan pelanggan	0,699	0,361	Valid
5.	Harga CPO dari perusahaan ini dapat bersaing dengan perusahaan lainnya	0,721	0,361	Valid
6.	Harga CPO mengikuti harga pasar.	0,838	0,361	Valid
7.	Harga CPO sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan	0,802	0,361	Valid
8.	Harga CPO yang memuaskan bagi pelanggan	0,530	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.1. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Harga (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Harga (X_1) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Lingkungan Bisnis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2.
Hasil Uji Validitas untuk Lingkungan Bisnis (X₂)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Pelanggan rutin melakukan pembelian CPO dalam jumlah yang banyak	0,754	0,361	Valid
2.	Pelanggan tidak mempermasalahkan harga CPO apabila kualitas CPO yang bagus	0,757	0,361	Valid
3.	Perusahaan memanfaatkan teknologi dengan proses produksi	0,769	0,361	Valid
4.	Perusahaan melakukan control kualitas CPO dengan teknologi sehingga memperoleh hasil yang akurat	0,566	0,361	Valid
5.	Harga CPO yang tergantung dari harga Indonesia	0,601	0,361	Valid
6.	Perusahaan mempunyai bukti pelaksanaan distribusi DMO (<i>domestic market obligation</i>) sehingga mematuhi aturan yang ditetapkan pemerintah	0,610	0,361	Valid
7.	Perdagangan CPO masih dipengaruhi oleh budaya Indonesia	0,562	0,361	Valid
8.	Harga CPO masih dipengaruhi perkembangan sosial di tengah masyarakat	0,502	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.2. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Lingkungan Bisnis (X₂) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Lingkungan Bisnis (X₂) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Keunggulan Bersaing dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3.

Hasil Uji Validitas untuk Keunggulan Bersaing (Y)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Perusahaan tumbuh berkembang dengan memastikan kualitas produk yang baik	0,773	0,361	Valid
2.	Perusahaan memanfaatkan berbagai peralatan dan perlengkapan yang mendukung CPO dapat diproduksi sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,832	0,361	Valid
3.	Perusahaan mengatasi dengan baik keluhan pelanggan	0,826	0,361	Valid
4.	Produk CPO yang memiliki konsistensi yang bagus	0,719	0,361	Valid
5.	Perusahaan memberikan harga CPO yang sesuai dengan kualitasnya	0,847	0,361	Valid
6.	Perusahaan memberikan harga CPO yang dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya	0,845	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.3. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Keunggulan Bersaing (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Keunggulan Bersaing (Y₃) dinyatakan valid.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2019:158), Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran sekali saja. Pada pengukuran ini keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir

pertanyaan yang sama dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan fasilitas *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* > 0,8 = reliabilitas baik.

Berikut hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu :

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Kesimpulan
Harga	0.886	8	Reliabilitas baik
Lingkungan Bisnis	0.796	8	Reliabilitas diterima
Keunggulan Bersaing	0.893	6	Reliabilitas baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.4. Hasil di atas menunjukkan variabel Harga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.886 (>0.8) bahwa variabel Harga dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas baik. Lingkungan Bisnis memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.796 (0.6-0.79) bahwa variabel Lingkungan Bisnis dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas diterima. Variabel Keunggulan Bersaing memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.893 (>0.8) bahwa variabel Keunggulan Bersaing dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas baik.

4.1.4 Karakteristik Responden

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil analisis data berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada

tabel berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Pelanggan	Persentase
>20-30 Tahun	2	5%
30-40 Tahun	30	70%
> 40 Tahun	11	26%
Total	43	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.5. responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di bawah 20-30 tahun sebanyak 2 responden atau 5%, responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 30-40 tahun sebanyak 30 responden atau 70% dan responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 11 responden atau 26%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 30-40 tahun.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Pelanggan	Persentase
Laki-laki	18	42%
Perempuan	25	58%
Total	43	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.6. responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 responden atau 42% dan responden dalam penelitian ini

adalah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 25 responden atau 58%.

Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jumlah pembelian responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Jumlah Pelanggan	Persentase
<5 kali	19	44%
>5 kali	24	56%
Total	43	100%

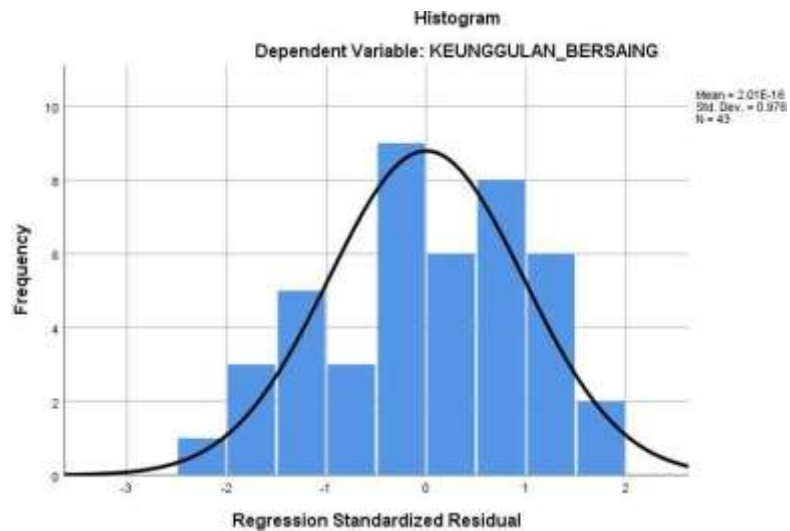
Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.7. responden yang melakukan pembelian <5 kali sebanyak 19 responden atau 44% sedangkan untuk responden yang melakukan pembelian >5 kali sebanyak 24 responden atau 56%. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki jumlah pembelian <5kali.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

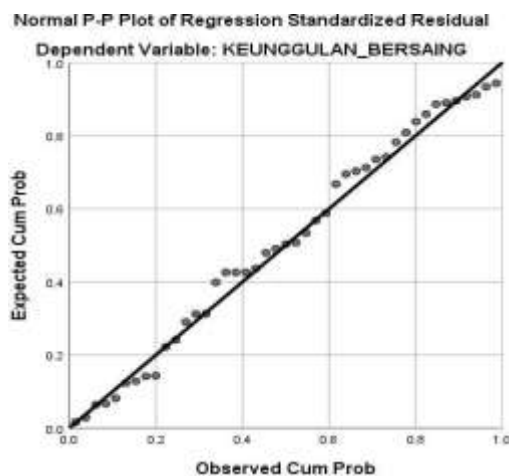
Menurut Sujarweni (2019:225), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal P Plot.



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

Gambar 4.2. menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.3.
Uji Normal P-P Plot

Gambar 4.3. Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Kesimpulan
0.200	>0.05	Distribusi Normal

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Tabel 4.8. menunjukkan nilai signifikan $0,200 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

4.1.5.4 Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni (2019:226), Uji multikolinearitas merupakan suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Adanya multikolinearitas adalah Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Hasil perhitungan multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.14.berikut ini :

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

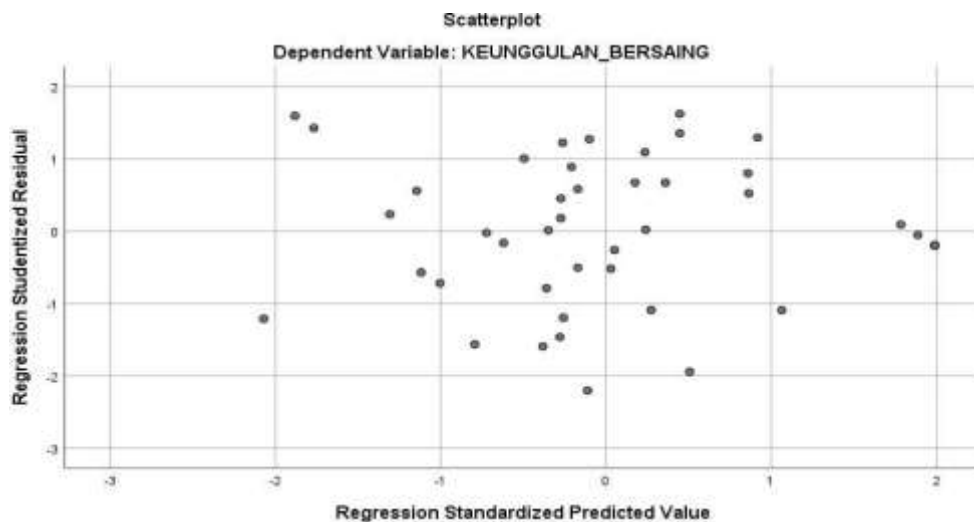
Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Kesimpulan
Harga	0.989 > 0.1	1.011 < 10	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Lingkungan Bisnis	0.989 > 0.1	1.011 < 10	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.9. menunjukkan variabel bebas Harga dan Lingkungan Bisnis sebesar 0,989 > 0,01 sedangkan nilai VIF variabel bebas Harga dan Lingkungan Bisnis sebesar 1,011 < 10 bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni (2019:226), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.4.berikut ini:



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.4.
Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4. menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linear berganda. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keunggulan Bersaing

X₁ : Harga

X₂ : Lingkungan Bisnis

a : Konstanta

b₁, b₂, b₃ : Koefisien regresi

Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 4.10
Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1.351	2.350
Harga	0.218	0.047
Lingkungan Bisnis	0.517	0.078

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

$$\text{Keunggulan Bersaing} = 1,351 + 0,218 \text{ Harga} + 0,517 \text{ Lingkungan Bisnis} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah:

1. Apabila Harga dan Lingkungan Bisnis tidak mengalami peningkatan atau konstanta maka Keunggulan Bersaing 1,351 satuan.

2. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Harga maka Keunggulan Bersaing sebesar 0,218 satuan dengan anggapan variabel Lingkungan Bisnis konstan.
3. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Lingkungan Bisnis maka Keunggulan Bersaing sebesar 0,517 satuan dengan anggapan variabel Harga konstan.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

4.1.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2019:229), Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan ketentuan:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Secara parsial Lingkungan Bisnis tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$ Secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari. Secara parsial Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Kesimpulan
Harga	4.659	$> 2,021$	$0.000 < 0.05$	Hipotesis diterima
Lingkungan Bisnis	6.619	$> 2,021$	$0.000 < 0.05$	Hipotesis diterima

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.11. menunjukkan nilai t_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas $df = n - k = 43 - 3 = 40$ adalah sebesar 2,021. Hasil dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (4,659) $> t_{tabel}$ (2,021) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
2. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (6,619) $> t_{tabel}$ (2,021) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

4.1.7.2 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Sujarweni (2019:228), Uji F adalah Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi di mana jika nilai sig di

bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara simultan Harga dan Lingkungan Bisnis tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$ Secara simultan Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig	Kesimpulan
36.382	>2,67	0.000 < 0.05	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Tabel 4.12. bahwa nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 pada $df_1 = 2$ dan $df_2 = 40$ adalah 3,23. Hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} (36,382) $> F_{tabel}$ (3,23) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.13. di bawah ini :

Tabel 4.13.
Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.803	0.645	0.628

Sumber: Hasil Penelitian. 2023 (data diolah)

Tabel 4.15. bahwa *adjusted R Square* adalah sebesar 0.645 berarti Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari sebesar 64,5% dan sisanya 35,5% (100-64,5) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas produk, saluran distribusi, pelayanan dan sebagainya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari

Hasil perhitungan hipotesis diperoleh secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marheni,dkk (2019)dengan judul penelitian Pengaruh Kreativitas Inovasi, Penetapan Harga Jual, dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja

Keuangan Perusahaan Property Kecamatan Buleleng yang memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing.

Penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Oleh karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan. Pada perusahaan ini harga penetapan CPO masih cukup tinggi dibandingkan beberapa pesaingnya.

4.2.2 Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari

Hasil perhitungan hipotesis diperoleh secara parsial Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2018) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha kecil Menengah (UKM) Di Madiun yang memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

PT Damasraya Sawit Lestari juga memiliki banyak pesaing di sekitar lokasi seperti perusahaan PT Dharmasraya Lestarindo, PT Sawit Jujuhan Abadi dan PT Bungo Suko Mananti. PT Damasraya Sawit Lestari masih belum beradaptasi dengan lingkungan bisnis internal dimana ketersediaan karyawan

yang masih sedikit sehingga pelayanan yang masih belum optimal. Hal ini memicu keunggulan bersaing yang sulit untuk berkembang.

4.2.3 Pengaruh Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari

Hasil perhitungan hipotesis diperoleh secara simultan Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Purnamasari (2022) dengan judul penelitian Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga Dan Lokasi Pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan yang memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Keunggulan bersaing PT Damasraya Sawit Lestari mengalami penurunan yang disinyalir dengan terjadinya penurunan penjualan yang disebabkan harga yang sulit bersaing dengan perusahaan lainnya dan lingkungan bisnis yang belum mendukung.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis regresi linear berganda adalah jika nilai Harga dan Lingkungan Bisnis tidak bernilai maka Keunggulan Bersaing adalah konstan. Setiap peningkatan Harga sebesar satu satuan, Keunggulan Bersaing akan menjadi sebesar b_1 . Setiap peningkatan Lingkungan Bisnis sebesar satu satuan, Keunggulan Bersaing akan menjadi sebesar b_2 .
2. Hasil pengujian secara parsial diperoleh Harga berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari
3. Hasil pengujian secara parsial diperoleh Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
4. Hasil pengujian secara simultan diperoleh Harga dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari.
5. Hasil koefisien determinasi diperoleh sebesar 0.645 berarti Harga dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing di PT Damasraya Sawit Lestari sebesar 64,5% dan sisanya 35,5% (100-64,5) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas produk, saluran distribusi, pelayanan dan sebagainya

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. PT Damasraya Sawit Lestari.harus lebih memperhatikan terkait dengan Harga, dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing n, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan dan memperhatikan harga CPO ditawarkan sesuai dengan kualitas.
 - b. Memperhatikan harga CPO yang memuaskan bagi pelanggan ayng disesuaikan dengan kualitas produk dan kebutuhan dari pelanggan.
2. PT Damasraya Sawit Lestari.harus lebih memperhatikan terkait dengan Lingkungan Bisnis dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing n, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan agar pelanggan tidak mempermasalahan harga CPO apabila kualitas CPO yang bagus sehingga dapat memuaskan pelanggan.
 - b. memephatikan lingkungan bisnis yang berkaitan dengan harga CPO masih dipengaruhi perkembangan sosial di tengah masyarakat seperti harga yang ditetapkan oleh pemerintah maupun harga yang sedang berkembang di pasar.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah:

1. Manambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan Keunggulan Bersaing selain dari Harga dan Lingkungan Bisnis, misalnya kualitas produk, distribusi dan pelayanan.

2. Perluasan Cakupan Geografis.

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di PT Damasraya Sawit Lestari.. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian dan memperbanyak responden penelitian.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubung dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 43 responden sebagai sampel penelitian. Dengan demikian untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif.*

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
 Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH HARGA DAN LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI PT DAMASRAYA SAWIT LESTASI**”. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden :

Usia : ☐ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Jumlah Pembelian : ☐ <5kali ☐ >5kali

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- RR = Ragu-ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Harga (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1.	Harga CPO yang terjangkau oleh pelanggan					
2.	Perusahaan sering memberikan potongan harga kepada pelanggan					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3.	Harga CPO ditawarkan sesuai dengan kualitas.					
4.	Harga CPO disesuaikan dengan keinginan kriteria CPO yang dibutuhkan pelanggan					
Daya saing harga						
5.	Harga CPO dari perusahaan ini dapat bersaing dengan perusahaan lainnya					
6.	Harga CPO mengikuti harga pasar.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
7.	Harga CPO sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan					
8.	Harga CPO yang memuaskan bagi pelanggan					

Lingkungan Bisnis (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Lingkungan ekonomi						
1.	Pelanggan rutin melakukan pembelian CPO dalam jumlah yang banyak					
2.	Pelanggan tidak mempermasalahkan harga CPO apabila kualitas CPO yang bagus					
Lingkungan Teknologi						
3.	Perusahaan memanfaatkan teknologi dengan proses produksi					
4.	Perusahaan melakukan control kualitas CPO dengan teknologi sehingga memperoleh hasil yang akurat					
Lingkungan Hukum-Politik						
5.	Harga CPO yang tergantung dari harga Indonesia					
6.	Perusahaan mempunyai bukti pelaksanaan distribusi DMO (<i>domestic market obligation</i>) sehingga mematuhi aturan yang ditetapkan pemerintah					
Lingkungan Sosio-Budaya						
7.	Perdagangan CPO masih dipengaruhi oleh budaya indonesia					
8.	Harga CPO masih dipengaruhi perkembangan sosial di tengah masyarakat					

Keunggulan Bersaing (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pertumbuhan						
1.	Perusahaan tumbuh berkembang dengan memastikan kualitas produk yang baik					
2.	Perusahaan memanfaatkan berbagai peralatan dan perlengkapan yang mendukung CPO dapat diproduksi sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
Realisasi produk pada layanan						
3.	Perusahaan mengatasi dengan baik keluhan pelanggan					
4.	Produk CPO yang memiliki konsistensi yang bagus					
Kekuatan daya tawar						
5.	Perusahaan memberikan harga CPO yang sesuai dengan kualitasnya					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
6.	Perusahaan memberikan harga CPO yang dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya					

Lampiran 2
Tabulasi Kuesioner

No.	TABULASI KUESIONER								Total
	HARGA								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	3	38
2	5	5	5	5	5	5	5	2	37
3	5	5	5	5	5	5	5	2	37
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	1	2	1	1	3	3	1	1	13
8	1	3	3	3	1	5	5	5	26
9	5	5	5	4	2	5	5	5	36
10	5	5	5	1	2	5	5	5	33
11	5	5	5	2	2	5	5	5	34
12	5	5	5	2	2	5	5	5	34
13	5	5	5	2	2	2	1	3	25
14	5	5	5	1	3	2	3	3	27
15	5	5	5	2	5	4	3	3	32
16	3	5	2	2	1	3	3	2	21
17	4	2	5	5	5	5	5	4	35
18	5	1	2	2	1	3	3	3	20
19	4	3	4	1	2	3	2	2	21
20	2	1	1	3	2	3	2	2	16
21	4	2	1	3	2	2	2	2	18
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	1	1	3	1	1	4	4	20
25	4	3	1	1	1	1	4	5	20
26	3	3	3	3	4	2	2	2	22
27	1	2	2	2	2	3	4	4	20
28	3	3	3	3	3	3	2	4	24
29	3	2	2	2	2	2	3	3	19
30	2	2	2	3	2	2	1	4	18

No.	TABULASI KUESIONER								Total
	LINGKUNGAN BISNIS								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	2	3	5	5	5	5	5	35
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	2	2	2	2	2	3	3	1	17
6	3	3	5	5	5	5	5	2	33
7	1	2	5	5	5	5	5	1	29
8	3	3	5	5	5	5	5	4	35
9	3	3	3	3	5	4	4	5	30
10	5	5	5	5	3	4	5	4	36
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	2	2	2	3	5	3	1	2	20
13	2	2	3	3	5	3	5	5	28
14	2	2	2	3	5	2	5	5	26
15	2	2	2	5	5	2	5	5	28
16	5	3	4	2	5	4	5	5	33
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	3	3	2	2	5	5	28
20	2	2	4	4	2	1	3	2	20
21	2	2	2	5	1	5	5	5	27
22	1	1	1	2	1	5	5	5	21
23	4	4	2	5	4	5	2	3	29
24	5	4	2	4	4	5	3	4	31
25	2	2	2	3	2	4	4	4	23
26	4	4	4	2	5	5	5	5	34
27	2	3	3	2	5	5	5	5	30
28	2	2	3	4	5	5	5	5	31
29	4	4	2	4	5	4	3	3	29
30	4	4	2	4	2	2	2	4	24

No.	TABULASI KUESIONER						Total
	KEUNGGULAN BERSAING						
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	3	4	27
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	2	2	2	3	2	2	13
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	3	1	2	1	2	12
9	3	3	2	2	1	2	13
10	5	5	3	3	2	2	20
11	1	2	4	4	2	1	14
12	2	2	2	5	1	1	13
13	2	2	1	2	1	2	10
14	2	2	2	5	4	5	20
15	2	2	2	4	4	5	19
16	5	3	2	3	2	4	19
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	3	4	3	3	21
20	2	2	2	4	5	4	19
21	2	2	2	4	2	2	14
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	4	1	1	2	3	15
24	5	4	1	2	3	3	18
25	2	2	4	5	2	3	18
26	4	4	4	5	2	5	24
27	2	3	2	4	4	2	17
28	2	2	3	1	1	2	11
29	4	4	5	3	2	2	20
30	4	4	3	3	3	3	20

Lampiran 4 : Hasil pengujian Validitas

		Correlations								
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	Har ga
VAR00001	Pearson Correlation	1	.597**	.661**	.315	.378*	.331	.473**	.286	.678**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.090	.039	.074	.008	.126	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.597**	1	.827**	.289	.484**	.602**	.498**	.310	.781**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.121	.007	.000	.005	.096	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.661**	.827**	1	.438*	.636**	.740**	.568**	.372*	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.016	.000	.000	.001	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.315	.289	.438*	1	.731**	.588**	.538**	.237	.699**
	Sig. (2-tailed)	.090	.121	.016		.000	.001	.002	.207	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.378*	.484**	.636**	.731**	1	.568**	.372*	.034	.721**
	Sig. (2-tailed)	.039	.007	.000	.000		.001	.043	.860	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation	.331	.602**	.740**	.588**	.568**	1	.746**	.401*	.838**
	Sig. (2-tailed)	.074	.000	.000	.001	.001		.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	.473**	.498**	.568**	.538**	.372*	.746**	1	.630**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.008	.005	.001	.002	.043	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.286	.310	.372*	.237	.034	.401*	.630**	1	.530**
	Sig. (2-tailed)	.126	.096	.043	.207	.860	.028	.000		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Har ga	Pearson Correlation	.678**	.781**	.889**	.699**	.721**	.838**	.802**	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations								Lingkungan Bisnis
		VAR00 010	VAR00 011	VAR00 012	VAR00 013	VAR00 014	VAR00 015	VAR00 016	VAR00 017	
VAR00 010	Pearson Correlation	1	.860**	.483**	.386*	.304	.310	.091	.362*	.754**
	Sig. (2- tailed)		.000	.007	.035	.102	.096	.633	.050	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 011	Pearson Correlation	.860**	1	.588**	.425*	.290	.311	.086	.270	.757**
	Sig. (2- tailed)	.000		.001	.019	.120	.095	.653	.149	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 012	Pearson Correlation	.483**	.588**	1	.495**	.464**	.368*	.493**	.049	.769**
	Sig. (2- tailed)	.007	.001		.005	.010	.045	.006	.795	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 013	Pearson Correlation	.386*	.425*	.495**	1	.232	.289	.144	-.017	.566**
	Sig. (2- tailed)	.035	.019	.005		.218	.121	.447	.931	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 014	Pearson Correlation	.304	.290	.464**	.232	1	.326	.231	.160	.601**
	Sig. (2- tailed)	.102	.120	.010	.218		.079	.220	.400	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 015	Pearson Correlation	.310	.311	.368*	.289	.326	1	.361	.204	.610**
	Sig. (2- tailed)	.096	.095	.045	.121	.079		.050	.279	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 016	Pearson Correlation	.091	.086	.493**	.144	.231	.361	1	.564**	.562**
	Sig. (2- tailed)	.633	.653	.006	.447	.220	.050		.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 017	Pearson Correlation	.362*	.270	.049	-.017	.160	.204	.564**	1	.502**
	Sig. (2- tailed)	.050	.149	.795	.931	.400	.279	.001		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Lingku ganBis nis	Pearson Correlation	.754**	.757**	.769**	.566**	.601**	.610**	.562**	.502**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations						KeunggulanBersaing
		VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024	
VAR00019	Pearson Correlation	1	.938**	.543**	.230	.479**	.587**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.222	.007	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00020	Pearson Correlation	.938**	1	.671**	.330	.563**	.558**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.075	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00021	Pearson Correlation	.543**	.671**	1	.673**	.573**	.534**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00022	Pearson Correlation	.230	.330	.673**	1	.654**	.591**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.222	.075	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00023	Pearson Correlation	.479**	.563**	.573**	.654**	1	.808**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00024	Pearson Correlation	.587**	.558**	.534**	.591**	.808**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KeunggulanBersaing	Pearson Correlation	.773**	.832**	.826**	.719**	.847**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 : Hasil pengujian Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.886	8

..

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.796	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.893	6

Lampiran 5 : Tabulasi Kuesioner Sampel

No.	HARGA								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	3	5	5	4	5	5	3	40
2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
3	5	2	2	1	4	1	1	4	20
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	2	2	1	4	3	3	2	1	40
8	2	5	3	3	3	3	4	5	28
9	5	5	3	4	2	4	5	5	33
10	2	5	2	2	2	2	2	2	19
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	3	3	2	2	4	3	3	3	23
19	2	2	4	5	5	3	2	2	25
20	4	4	2	2	3	3	4	4	26
21	5	5	5	5	5	5	5	4	39
22	5	5	5	5	5	5	5	3	38
23	5	5	5	5	5	5	5	3	38
24	5	5	5	5	5	5	5	3	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	5	5	5	4	39
27	4	1	1	1	1	1	1	1	11
28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
29	5	5	3	5	4	4	5	5	36
30	2	1	1	1	1	1	1	1	9
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	2	1	1	1	1	1	1	1	9
35	1	1	1	1	2	1	1	2	10

No.	HARGA								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
36	1	1	1	1	2	1	1	1	9
37	1	1	1	2	1	1	1	1	9
38	1	2	1	2	1	1	1	1	10
39	2	2	2	2	2	2	2	2	16
40	2	2	2	1	2	2	2	2	15
41	1	1	1	1	1	1	1	2	9
42	1	1	1	1	1	1	1	1	8
43	1	1	1	1	1	1	1	1	8

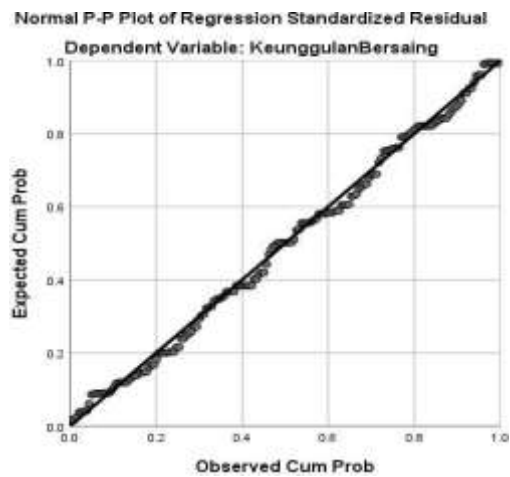
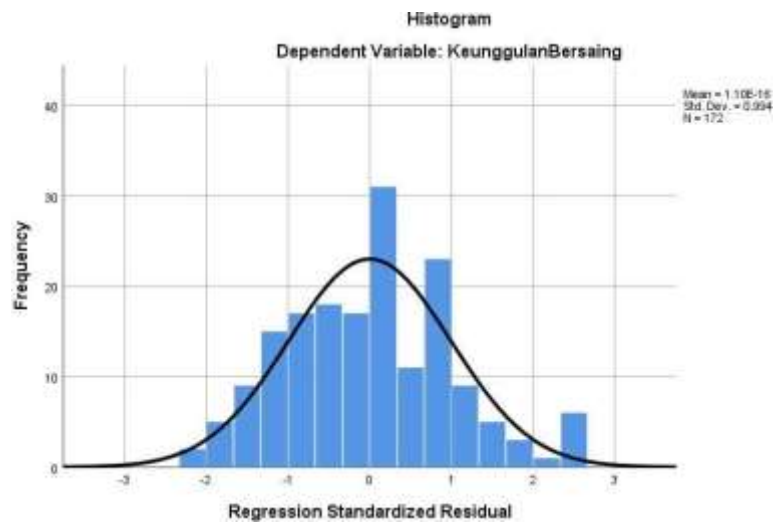
No.	LINGKUNGAN BISNIS								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	4	5	39
2	5	5	4	4	5	5	5	5	38
3	5	5	5	5	5	5	3	5	38
4	3	2	2	3	5	5	5	5	40
5	3	3	5	5	4	2	3	5	40
6	2	2	3	3	3	2	3	5	40
7	1	4	3	3	5	5	3	5	29
8	3	3	3	3	4	5	4	3	28
9	2	4	2	4	5	5	5	5	32
10	5	5	5	5	5	5	2	1	33
11	3	2	2	2	2	3	1	4	19
12	2	2	2	1	2	2	2	5	18
13	2	2	2	2	1	3	2	5	19
14	2	5	3	2	3	3	4	1	23
15	3	5	5	4	5	3	3	3	31
16	3	5	5	3	3	2	2	2	25
17	5	3	1	2	3	4	3	4	25
18	2	2	4	3	3	3	3	3	23
19	4	5	5	3	2	2	3	2	26
20	2	2	3	3	4	4	4	2	24
21	3	4	3	5	4	4	2	1	26
22	2	2	5	2	2	2	3	4	22
23	2	2	3	3	3	2	3	1	19
24	1	1	3	3	2	2	2	4	18
25	3	3	1	2	2	2	2	3	18
26	2	4	2	2	2	2	3	3	20
27	2	1	2	3	3	4	2	5	22
28	3	2	3	2	3	4	3	4	24
29	2	2	4	3	3	4	5	2	25
30	4	2	3	5	2	2	2	1	21
31	2	1	2	2	2	5	2	1	17
32	2	2	2	2	3	3	3	1	18
33	2	2	3	3	3	3	5	1	22
34	5	4	3	5	5	4	4	4	34
35	5	4	3	4	5	5	5	4	35
36	4	5	5	5	3	4	3	2	31
37	4	3	3	3	4	3	5	1	26

No.	LINGKUNGAN BISNIS								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
38	1	2	2	5	2	1	1	1	15
39	1	4	4	1	3	4	1	3	21
40	1	4	2	1	2	1	2	1	14
41	5	3	5	2	3	3	5	4	30
42	1	1	5	5	2	5	1	3	23
43	3	1	1	1	1	2	3	2	14

No.	KEUNGGULAN BERSAING						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	3	28
8	5	5	5	5	3	3	26
9	5	5	5	4	5	3	27
10	5	5	5	3	2	5	25
11	1	4	3	3	2	5	18
12	2	3	5	3	5	2	20
13	3	3	2	5	5	4	22
14	2	3	2	5	5	5	22
15	3	5	5	2	5	2	22
16	4	5	5	4	5	5	28
17	5	5	5	5	5	4	29
18	4	4	5	2	3	4	22
19	3	3	5	5	5	4	25
20	3	2	5	4	5	5	24
21	2	3	4	3	2	2	16
22	3	4	2	4	5	2	20
23	2	3	2	3	2	3	15
24	3	4	2	2	3	2	16
25	4	3	5	2	3	4	21
26	2	2	2	3	2	1	12
27	3	2	3	2	2	1	13
28	2	3	3	4	4	3	19
29	5	3	2	1	5	2	18
30	3	3	2	1	2	4	15
31	2	2	4	3	4	2	17
32	2	1	5	2	5	2	17
33	5	5	2	4	5	2	23
34	4	4	4	2	3	2	19
35	4	5	5	2	3	5	24
36	2	2	5	2	2	1	14
37	1	1	3	2	2	2	11

No.	KEUNGGULAN BERSAING						Total
	1	2	3	4	5	6	
38	1	2	3	5	3	3	17
39	2	2	2	1	3	3	13
40	2	3	2	2	5	3	17
41	2	2	3	3	2	1	13
42	3	3	3	3	3	2	17
43	1	1	1	1	1	1	6

Lampiran 6 : Regresi



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72243068
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.072
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

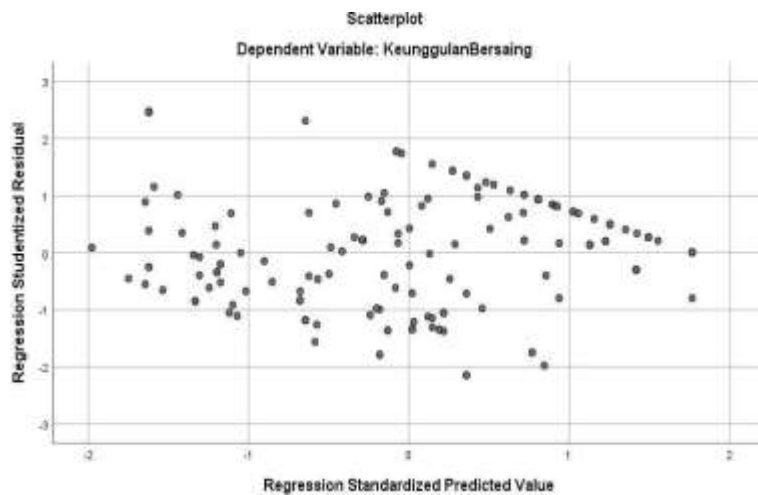
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

.



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.351	2.350		.575	.569		
	Harga	.218	.047	.441	4.659	.000	.989	1.011
	LingkunganBisnis	.517	.078	.627	6.619	.000	.989	1.011

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaing

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.645	.628	3.81436

a. Predictors: (Constant), LingkunganBisnis, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1058.679	2	529.339	36.382	.000 ^b
	Residual	581.973	40	14.549		
	Total	1640.651	42			

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaing

b. Predictors: (Constant), LingkunganBisnis, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.351	2.350		.575	.569
	Harga	.218	.047	.441	4.659	.000
	LingkunganBisnis	.517	.078	.627	6.619	.000

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaing

Lampiran 7 : Tabel Statistik r

Tabel Statistik r

DF = n-2	Tingkat Signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.0125	0.005	0.0005
	r 0,1	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Lampiran 8 : Tabel Statistik t

Tabel Statistik t

Pr	0.250	0.100	0.050	0.025	0.010	0.005	0.001
df	0.500	0.200	0.100	0.050	0.020	0.010	0.002
27	0.6837	1.3137	1.7033	2.0518	2.4727	2.7707	3.4210
28	0.6834	1.3125	1.7011	2.0484	2.4671	2.7633	3.4082
29	0.6830	1.3114	1.6991	2.0452	2.4620	2.7564	3.3962
30	0.6828	1.3104	1.6973	2.0423	2.4573	2.7500	3.3852
31	0.6825	1.3095	1.6955	2.0395	2.4528	2.7440	3.3749
32	0.6822	1.3086	1.6939	2.0369	2.4487	2.7385	3.3653
32	0.6822	1.3086	1.6939	2.0369	2.4487	2.7385	3.3653
33	0.6820	1.3077	1.6924	2.0345	2.4448	2.7333	3.3563
34	0.6818	1.3070	1.6909	2.0322	2.4411	2.7284	3.3479
35	0.6816	1.3062	1.6896	2.0301	2.4377	2.7238	3.3400
36	0.6814	1.3055	1.6883	2.0281	2.4345	2.7195	3.3326
37	0.6812	1.3049	1.6871	2.0262	2.4314	2.7154	3.3256
38	0.6810	1.3042	1.6860	2.0244	2.4286	2.7116	3.3190
39	0.6808	1.3036	1.6849	2.0227	2.4258	2.7079	3.3128
40	0.6807	1.3031	1.6839	2.0211	2.4233	2.7045	3.3069
41	0.6805	1.3025	1.6829	2.0195	2.4208	2.7012	3.3013
42	0.6804	1.3020	1.6820	2.0181	2.4185	2.6981	3.2960
43	0.6802	1.3016	1.6811	2.0167	2.4163	2.6951	3.2909
44	0.6801	1.3011	1.6802	2.0154	2.4141	2.6923	3.2861
45	0.6800	1.3006	1.6794	2.0141	2.4121	2.6896	3.2815
46	0.6799	1.3002	1.6787	2.0129	2.4102	2.6870	3.2771
47	0.6797	1.2998	1.6779	2.0117	2.4083	2.6846	3.2729
48	0.6796	1.2994	1.6772	2.0106	2.4066	2.6822	3.2689
49	0.6795	1.2991	1.6766	2.0096	2.4049	2.6800	3.2651
50	0.6794	1.2987	1.6759	2.0086	2.4033	2.6778	3.2614
51	0.6793	1.2984	1.6753	2.0076	2.4017	2.6757	3.2579
52	0.6792	1.2980	1.6747	2.0066	2.4002	2.6737	3.2545
53	0.6791	1.2977	1.6741	2.0057	2.3988	2.6718	3.2513
54	0.6791	1.2974	1.6736	2.0049	2.3974	2.6700	3.2481
55	0.6790	1.2971	1.6730	2.0040	2.3961	2.6682	3.2451
56	0.6789	1.2969	1.6725	2.0032	2.3948	2.6665	3.2423
57	0.6788	1.2966	1.6720	2.0025	2.3936	2.6649	3.2395
58	0.6787	1.2963	1.6716	2.0017	2.3924	2.6633	3.2368
59	0.6787	1.2961	1.6711	2.0010	2.3912	2.6618	3.2342
60	0.6786	1.2958	1.6706	2.0003	2.3901	2.6603	3.2317
61	0.6785	1.2956	1.6702	1.9996	2.3890	2.6589	3.2293
62	0.6785	1.2954	1.6698	1.9990	2.3880	2.6575	3.2270
63	0.6784	1.2951	1.6694	1.9983	2.3870	2.6561	3.2247

Lampiran 9 : Tabel Statistik t

Tabel Statistik F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 19 Desember 2022

Nomor : 5733/R/STIE-EP/XII/2022

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan PT. Damasraya Sawit Lestari

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Ronny Syahputra
NIM	: 191010049
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Inovasi Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Di PT. Damasraya Sawit Lestari

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Damasraya Sawit Lestari yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



PT. DAMASRAYA SAWIT LESTARI

Kantor Padang : Jl. Dr. M. Hatta No. 38, C. Andunug, Kuranj - Padang - 25151

Telp. (0751) 841875 Fax. (0751) 841865

SURAT KETERANGAN

Menanggapi permohonan izin dari mahasiswa STIE Eka Presetya tentang izin penelitian (Tugas Akhir S-1), dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suriaty
Jabatan : Supervisor

Menyatakan bahwa tidak keberatan dan memberikan izin melakukan penelitian serta pengumpulan data pada perusahaan ini berkaitan dengan penulisan tugas akhir kepada :

Nama : Ronny Syahputra
NIM : 191010049
Program Studi : Manajemen (Kewirausahaan A)
Judul Skripsi : Pengaruh inovasi dan lingkungan bisnis terhadap keunggulan bersaing di PT. Damasraya Sawit Lestari

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 22 Desember 2022



Suriaty
Supervisor



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Renny Syahputra

NIM : 191010049

PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
	24 Januari 2022	Karina JUDUL PROPOSAL: Analisa personal selang dan harga terhadap cat kuda kartang pada PT. Vili Petona Solida Atadi	191010242	
	24 Januari 2022	Wibist Tawako JUDUL PROPOSAL: Analisa pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan membeli produk di PT. Karya Suciwa Pabrik	181010221	
	9 Februari 2023	Diana Lub JUDUL PROPOSAL: Pengaruh komunikasi dan lokasi terhadap keberhasilan usaha pada Toko Liris Jaya	191010037	
	9 Februari 2023	Cakra Pertiwi JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Persepsi Lokasi dan layanan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui gerai pelayanan Condon di Pura Mega Star Medan	19100062	
	9 Februari 2023	Indra JUDUL PROPOSAL: Pengaruh lokasi: keberhasilan dan Survei Distribusi terhadap keberhasilan usaha pada PT. Pinar Harapan Pagar Segitiga	191010036	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20

Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Ruzeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Ronny Syahputra

NIM : 191010049

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 08226754923 Email: Ronny Syahputra 02 @icloud.com

Alamat Tinggal: Komplek Taman Platna E-15, Tugu Pahlawan, Medan Axi

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dedy Lazuardi, SE, M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Rinaldi

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	8 Des 2022	Acc Judul	
2	3 Jan 2023	Revisi Judul / Ganti Judul	
3	8 Jan 2023	Revisi bab 1 dan 2	
4	27 Jan 2023	Revisi bab 3	
5	14/02 2023	Acc Skripsi	
6	22 Feb 2023	Ganti Judul / Variabel (perbaikan)	
7			
8	19/04 2023	Perbaiki data di Regresi Linier	
9		Kesimpulan dan Saran di lengkapi	
10	02/4 - 23	Bimbingan Bab 4	
11	3/4 - 23	Bimbingan Bab 5	
12	04/05 2023	Acc Skripsi Mula Hidar	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Ridwan Akademi



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Ronny Syahputra

NIM : 191010049

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 082167549223

Email: Ronny.Syahputra02@gmail.com

Alamat Tinggal: Komp. Taman Platena E-15, Tirtapah, Medan Aci

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dedy Lazuardi S.E., M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Rivaldi

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	12 Nov 2022	Trik menemukan jurnal terakreditasi dan sampulnya	
2	10 Dec 2022	Bimbingan via Google Meet	
3	4 Jan 2023	Revisi bab 1	
4	18 Jan 2023	Revisi bab 1	
5	25 Jan 2023	Bimbingan via Google Meet	
6	27 Jan 2023	Revisi bab 1	
7	6 Feb 2023	Revisi bab 1 dan 2	
8	8 Feb 2023	Revisi bab 3	
9	10 Feb 2023	Acc	
10	9 Mar 2023	Bimbingan bab 1 - 2	
11	20 Apr 2023	Bimbingan bab 4	
12	24 Apr 2023	Revisi bab 4	
13	2 Mei 2023	Bimbingan bab 5	
14	5 Mei 2023	Acc sidang Mega hijau	
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	8-3-2023	Diikuti revisi indikator variabel Harge	
2	9-3-2023	Acc revisi	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Ronny Syahputra
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 26 Desember 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Komp. Taman Platina Blok E15, LK III Titipapan
Alamat Email : Ronz.mal23456@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Mahasiswa
Handphone (HP) : 0822 6754 9223

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Dr. Wahidin Sudirohusodo
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP Dr. Wahidin Sudirohusodo
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Dr. Wahidin Sudirohusodo
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023 : Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Agustus 2019 s/d Sekarang : Staff Acc & Tax PT. Damasraya Sawit Lestari

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Edi Susanto
Pekerjaan : Wirausaha
Alamat : Lingkungan XVII, Sei Mati No 16B
Handphone (HP) : 0823 7120 0731

Nama Ibu : Susilawati (Ceraai)
Pekerjaan :
Alamat :
Handphone (HP) :

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 16 Mei 2023

Penulis,

Ronny Syahputra