



## Pengaruh *Campaigns* terhadap *Brand Jiniso.Id* yang di *Endorsement* untuk Kalangan *Post-Millennials* pada Sosial Media Instagram

Asep Jamaludin<sup>1</sup>, Sihabudin<sup>2</sup>, Yudi Firmansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

Email : [asepjamaludin@ubpkarawang.ac.id](mailto:asepjamaludin@ubpkarawang.ac.id) [sihabudin@ubpkarawang.ac.id](mailto:sihabudin@ubpkarawang.ac.id)  
[yudifirmansyah@ubpkarawang.ac.id](mailto:yudifirmansyah@ubpkarawang.ac.id)

**Abstract.** In today's digital era, social media has an important role in everyday life, one of which is as a communication channel. This research investigates the impact of brand familiarity, campaigns and brand experiences on brand attitude. This research is a quantitative approach and uses Structural Equation Modeling (SEM-PLS) analysis. The population in this study is the post-millennial generation who are active users of Instagram social media, have used or purchased Jiniso brand jeans fashion products, and live in the Jabodetabek area. This research uses a non-probability sampling method with a purposive sampling technique with a sample size of 182 respondents. Based on the research results, of the 7 hypotheses there are 5 hypotheses that are accepted, namely brand familiarity has a positive effect on campaign credibility, campaign fit has a positive effect on campaign credibility, campaign credibility has a positive effect on campaign attitude, campaign attitude has a positive effect on brand attitude, and brand experience has a positive effect on brand attitude. There are 2 hypotheses that were rejected, namely brand familiarity has no effect on brand attitude and involvement with the cause has no effect on campaign attitude. Based on these results, Jiniso is advised to improve and strengthen campaign strategies and marketing methods that can enable post-millennials to increasingly talk about their products on digital media.

**Keywords:** Instagram Social Media, Post-Millennials, Brand Familiarity, Campaign Fit, Campaign Credibility, Campaign Attitude, Brand Experiences, and Brand Attitude.

**Abstrak.** Di era digital seperti saat ini sosial media memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya sebagai saluran komunikasi. Penelitian ini menyelidiki bagaimana dampak dari *brand familiarity*, *campaigns*, dan *brand experiences* terhadap *brand attitude*. Penelitian ini merupakan pendekatan secara kuantitatif dan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM-PLS). Populasi pada penelitian ini adalah generasi *post millennials* pengguna aktif media sosial Instagram, pernah menggunakan atau membeli produk *fashion* celana jeans *brand* Jiniso, dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 182 responden. Berdasarkan hasil penelitian, dari 7 hipotesis terdapat 5 hipotesis yang diterima yaitu *brand familiarity* berpengaruh secara positif terhadap *campaign credibility*, *campaign fit* berpengaruh positif sesuai terhadap *campaign credibility*, *campaign credibility* berpengaruh secara positif terhadap *campaign attitude*, *campaign attitude* berpengaruh positif terhadap *brand attitude*, dan *brand experience* berpengaruh secara positif terhadap *brand attitude*. Adapun 2 hipotesis yang dinyatakan ditolak yaitu *brand familiarity* tidak berpengaruh terhadap *brand attitude* dan *involvement with the cause* tidak berpengaruh terhadap *campaign attitude*. Berdasarkan hasil tersebut maka Jiniso disarankan untuk meningkatkan dan memperkuat strategi *campaigns* serta metode pemasaran yang memungkinkan dapat membuat kalangan *post-millennials* semakin membicarakan tentang produknya di media digital.

**Kata kunci:** Sosial Media Instagram, *Post-Millennials*, *Brand Familiarity*, *Campaign Fit*, *Campaign Credibility*, *Campaign Attitude*, *Brand Experiences*, dan *Brand Attitude*.

### 1. LATAR BELAKANG

Persaingan di dunia bisnis memang sangat ketat di Indonesia, seperti halnya di banyak negara lainnya. Pertumbuhan ekonomi Indonesia telah menciptakan peluang bisnis baru, menarik banyak pelaku UMKM yang lahir untuk berkompetisi dalam mengejar pangsa pasar yang berkembang. Perkembangan teknologi memberikan akses

yang lebih luas ke pasar dan informasi, sehingga pelaku UMKM harus terus mengikuti tren teknologi untuk tetap relevan. Untuk dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif ini, pelaku UMKM perlu mengadopsi strategi manajemen perubahan, seperti inovasi produk, pemasaran yang cerdas, manajemen biaya yang baik, dan fokus pada kepuasan pelanggan dalam meningkatkan kinerja bisnisnya. Selain itu, keterlibatan aktif dalam ekosistem bisnis, kolaborasi, dan adaptasi terhadap perubahan pasar juga menjadi faktor kunci dalam menghadapi persaingan yang ketat. Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya khususnya di sektor perikanan (Sulivyo, 2023).

Potensi sektor perikanan Indonesia adalah yang terbesar di dunia, baik perikanan tangkap maupun perikanan budidaya dengan potensi produksi lestari sekitar 67 juta ton/tahun. Dari angka ini, potensi produksi lestari (*Maximum Sustainable Yield = MSY*) perikanan tangkap laut sebesar 9,3 juta ton/tahun dan perikanan tangkap di perairan darat (danau, sungai, waduk, dan rawa) sekitar 0,9 juta ton/tahun, atau total perikanan tangkap 10,2 juta ton/tahun. Sisanya, 56,8 juta ton/tahun adalah potensi perikanan budidaya, baik budidaya laut (*mariculture*), budidaya perairan payau (tambak), maupun budidaya perairan tawar (darat) (Michael, 2021).

Implementasi manajemen perubahan dalam meningkatkan kinerja bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor perikanan dapat menjadi langkah penting untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Sebagai langkah dalam meningkatkan kinerja bisnis tentu saja melalui manajemen perubahan dengan tahapan memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka terkait perubahan. Komunikasikan tujuan perubahan, manfaatnya, dan langkah-langkah yang akan diambil secara jelas kepada seluruh anggota tim. Manfaatkan teknologi terkini dalam proses produksi, manajemen stok, dan pemasaran produk perikanan (Manzilatulloh, 2022).

Kabupaten Karawang memiliki hasil laut yang cukup menjanjikan dari sisi ekonomi dan bisa diolah menjadi beragam produk UMKM. Salah satu wilayah yang sudah mengembangkan produk perikanan ini, kata dia, yakni masyarakat di Kecamatan Banyusari misalnya. Wilayah ini terkenal dengan produk olahan pindang seperti pindang Cicinde, bandeng presto, rangginang cai pindang, kecap cai pindang, ikan crispy, olahan rumput laut dan banyak lainnya. Jumlah pelaku usaha dari pengolahan ikan itu ada 5.401 RTP dengan total produksi mencapai 31.163 ton/tahun, serta perputaran uang secara ekonomi Rp373,9 miliar per tahun.

Di bawah ini adalah potensi UMKM perikanan yang ahrus lebih dikembangkan keberadaanya.

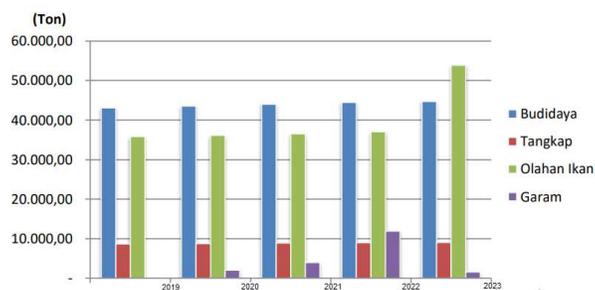
**Tabel 1. Potensi Perikanan Tangkap Kabupaten Karawang**

NO	URAIAN	POTENSI	KETERANGAN
1.	Laut		
a.	Panjang pantai	84,23 Km	
b.	Jumlah Nelayan	8.112 org	
	- RTP	1.559 org	
	- RTBP	6.553 org	
c.	Kapal Penangkapan Ikan	1.499 unit	
	- Kapal Motor	910 unit	
	< 5 GT	650 unit	
	5 - 10 GT	256 unit	
	10 - 20 GT	4 unit	
	- Motor Tempel	589 unit	
	< 5 GT	569 unit	
	5 - 10 GT	20 unit	
2.	PUD		
a.	Sungai		
	- Panjang Sungai	744,00 Km	
	- Jumlah Nelayan	710 orang	
b.	Rawa		
	- Luas rawa	72,10 Ha	
	- Jumlah Nelayan	140 org	
c.	Bekas Galian C		
	- Luas	230,40 Ha	
	- Jumlah Nelayan	213 org	

Sumber : Data Statistik Dinas Perikanan Kab. Karawang Tahun 2023

Potenti perikanan di Kabupaten Karawang sangat tinggi sekali, dimana unit usaha cepat tumbuh kembangnya, dimana jumlah pemilik usaha sebanyak 1.559 orang dengan nelayan atau karyawan 6.553. Selain itu margin laba dari perikanan di Kabupaten Karawang sangat tinggi sekali, namun tetap setiap bulannya adanya kenaikan dan penurunan. Manajemen perubahan sangat penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor perikanan karena dapat membantu mereka beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis dan memanfaatkan peluang-peluang yang muncul. Dengan menerapkan perubahan dalam proses bisnis dan teknologi, UMKM perikanan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka. Ini termasuk peningkatan dalam pengelolaan stok, penggunaan teknologi modern, dan efisiensi produksi.

Di bawah ini adalah perkembangan sektor perikanan di Kabupaten Karawang:



**Gambar 1. Perkembangan Sektor Perikanan di Kabupaten Karawang**

Sumber : <https://www.karawangkab.go.id/>

Berdasarkan data banyak sekali yang melakukan budidaya ikan dan olahan ikan, hal ini menggambarkan adanya kemampuan bersaing, walaupun dengan unit bisnis yang sangat banyak, namun tidak sedikit yang mengakhiri usahanya dan lahir usaha perikanan yang baru, hal ini demi mempertahankan kinerja bisnisnya diperlukan strategi implementasi manajemen perubahan yang tepat dalam meningkatkan kinerja bisnisnya.

Berdasarkan *research gap* bahwa pada penelitian (Errida, 2022) bahwa strategi implementasi manajemen perubahan mampu meningkatkan kinerja bisnis, berbeda dengan penelitian (Joel, 2023) bahwa strategi implementasi manajemen adalah elemen kunci, tetapi memang bukan satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis. Kinerja bisnis dipengaruhi oleh berbagai variabel dan faktor yang saling terkait. Faktor-faktor ini saling terkait dan dapat saling memengaruhi. Strategi implementasi manajemen harus diintegrasikan dengan elemen-elemen ini untuk mencapai kinerja bisnis yang optimal. Keseimbangan antara berbagai faktor ini dapat membentuk fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan kesuksesan bisnis.

Penelitian yang lebih mendalam tentang fenomena khususnya mengenai strategi implementasi manajemen perubahan dalam meningkatkan Kinerja Bisnis, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam judul **“Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang (Studi Kasus Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang)”**.

## **2. METODE PENELITIAN**

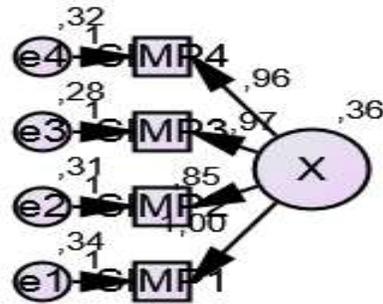
Studi ini mengamati dan menganalisis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Studi ini memiliki sifat *“ex-post de facto”*. Objek penelitian ini adalah Strategi Implementasi Manajemen Perubahan dan Kinerja Bisnis. Adapun subjek penelitian adalah pelaku UMKM Sektor Perikanan di Kabupaten Karawang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan studi lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Perikanan di Kabupaten Karawang. Dalam penelitian ini, jumlah *estimated parameter* penelitian adalah sebanyak 20 sehingga jumlah sampel adalah 10 kali jumlah *estimated parameter* atau sebanyak  $20 \times 10 = 200$  responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software* AMOS versi 22.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### HASIL

##### 1. Analisis Konfirmatori

- Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen



Gambar 2. Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen

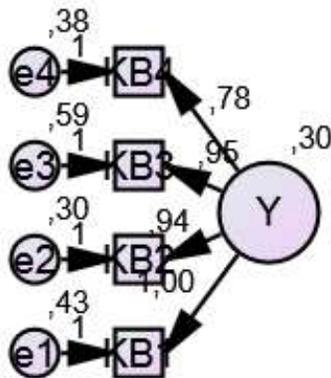
Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

Tabel 1. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SIMP1	<---	X	1,000				
SIMP2	<---	X	,850	,105	8,107	***	par_1
SIMP3	<---	X	,973	,113	8,617	***	par_2
SIMP4	<---	X	,964	,116	8,324	***	par_3

Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

- Analisis Konfirmatori Variabel Endogen



Gambar 3. Analisis Konfirmatori Variabel Endogen

Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

**Tabel 2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KB1	<---	Y	1,000				
KB2	<---	Y	,940	,159	5,918	***	par_1
KB3	<---	Y	,948	,162	5,844	***	par_2
KB4	<---	Y	,775	,153	5,083	***	par_3

Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

Menurut hasil pengolahan data diatas, dapat dilihat bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan nilai CR > 1,96. Maka tidak diperlukam modifikasi data karena telah memenuhi kriteria statistik.

## 2. Evaluasi Atas Asumsi Asumsi SEM

- Uji Normalitas

**Tabel 3. Tabel Uji Normalitas**

**Assessment of normality (Group number 1)**

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
SIMP4	6,000	10,000	-,077	-,447	-,287	-,829
SIMP3	6,000	9,000	,208	1,201	-,628	-1,814
SIMP2	6,000	10,000	,325	1,874	,155	,448
SIMP1	6,000	10,000	,216	1,247	-,041	-,118
KB4	6,000	9,000	-,395	-2,280	,010	,030
KB3	6,000	10,000	,356	2,055	-,508	-1,466
KB2	6,000	10,000	,250	1,442	,509	1,471
KB1	6,000	10,000	,103	,597	-,184	-,531
Multivariate					,354	,198

Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

- Uji Validitas

**Tabel 4. Uji Validitas**

**Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)**

	SIMP	KB
KB4	0,016	0,733
KB3	0,353	0,755
KB2	0,282	0,703
KB1	0,279	0,796
SIMP4	0,771	0,000
SIMP3	0,834	0,000

SIMP2	0,705	0,000
SIMP1	0,714	0,000

Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

- Uji Reliabilitas

**Tabel 5. Perhitungan *Construct Reliability***

Variabel	Indikat or	Std. Load	$\Sigma$ Std. Load	$(\Sigma$ Std. Load) <sup>2</sup>	Standar Loading <sup>2</sup>	$\epsilon.j$	$\Sigma\epsilon.j$	<i>Construct Reliability</i>
-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	-8	-9
Strategi Implementasi Manajemen Perubahan	SIMP4	0,771	3,024	9,145	0,594	0,458	1,753	0,839
	SIMP3	0,834			0,696	0,580		
	SIMP2	0,705			0,497	0,350		
	SIMP1	0,714			0,510	0,364		
Kinerja Bisnis	KB4	0,733	2,987	8,922	0,537	0,394	1,676	0,842
	KB3	0,755			0,570	0,430		
	KB2	0,703			0,494	0,347		
	KB1	0,796			0,634	0,504		

**Tabel 6. Perhitungan *Construct Variance Extracted***

Variabel	Indikator	Std. Load.	Std. Load. <sup>2</sup>	$\epsilon.j$	$\Sigma$ Std. Load <sup>2</sup>	$\Sigma\epsilon.j$	<i>Variance Extracted</i>
-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	-8
Strategi Implementasi Manajemen Perubahan	SIMP4	0,771	0,594	0,458	2,297	1,753	0,567
	SIMP3	0,834	0,696	0,580			
	SIMP2	0,705	0,497	0,350			
	SIMP1	0,714	0,510	0,364			
Kinerja Bisnis	KB4	0,713	0,508	0,362	3,315	2,470	0,573
	KB3	0,758	0,575	0,436			
	KB2	0,739	0,546	0,404			
	KB1	0,796	0,634	0,504			

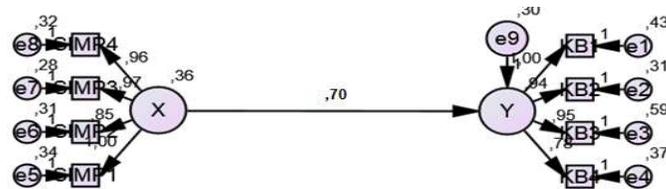
Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

**3. Evaluasi Multikolonieritas dan Singularitas**

Evaluasi atas Multikolonieritas dan Singularitas digunakan untuk melihat apakah pada data penelitian terdapat multikolonieritas (*multicollinerity*) atau singularitas (*singularity*) dalam kombinasi - kombinasi variabel, maka yang perlu diamati adalah

determinan dari matriks kovarians sampelnya. Adanya multikolinieritas dan singularitas dapat diketahui melalui nilai determinan matriks kovarians yang benar-benar kecil, atau mendekati nol (Tabachnick & Fidell, 1998 dalam Ferdinand, 2015). Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, nilai *determinant of sample covariance matrix* adalah  $1,972e-6$ . Hasil *Determinant of sample covariance matrix* menunjukkan bahwa nilai determinan matriks kovarians sampel adalah mendekati nol. Sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan singularitas. Terbebasnya data dari penyimpangan multikolinieritas dan singularitas menunjukkan bahwa data layak untuk digunakan untuk penelitian.

#### 4. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)



Minimum was achieved

Chi-square = 28,897

Degrees of freedom = 19

Probability level = ,068

**Gambar 4. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modeling**

Sumber: Hasil Perhitungan AMOS, 2024

**Tabel 7. Uji Full Model Goodness of Fit SEM**

<i>Goodness of Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil Model	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Chi Square</i>	Diharapkan kecil	28,897	
RMSEA	≤ 0,08	0,051	Fit Model
GFI	≥ 0,90	0,969	Fit
AGFI	≥ 0,90	0,942	Fit
CMIN/DF	≤ 2	1,521	Fit Model
TLI	≥ 0,95	0,961	Fit
CFI	≥ 0,95	0,974	Fit

Sumber : Hasil Perhitungan AMOS, 2024

## 5. Uji Hipotesis

**Tabel 8. Uji Hipotesis**  
**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X	<--- Y	,690	,186	4,806	,001	par_7

Sumber : Hasil Perhitungan AMOS, 2024

## PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Pada UMKM Perikanan di Kabupaten Karawang

Strategi implementasi manajemen perubahan ada pada indikator Tahap Perencanaan Perubahan dengan ukuran mampu merencanakan proyek yang jelas yang mencakup langkah-langkah konkret, tanggung jawab, dan jadwal waktu untuk implementasi perubahan dengan skor sebesar 1.674. Strategi Implementasi Manajemen Perubahan pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang Jawa Barat adalah sebesar 18.628 yang berada dalam klasifikasi baik.

Strategi implementasi adalah rencana dan langkah-langkah yang diambil untuk menjalankan suatu strategi atau perubahan di dalam suatu organisasi. Ini melibatkan proses konkretisasi ide dan rencana ke dalam tindakan nyata. Strategi implementasi harus menjadi bagian integral dari proses perencanaan strategis dan harus selaras dengan tujuan jangka panjang organisasi. Kesuksesan implementasi sering kali bergantung pada kemampuan organisasi untuk mengelola perubahan, berkomunikasi secara efektif, dan memotivasi anggota tim untuk mendukung perubahan yang diinginkan (Caroline, 2019). Terdapat indikator dalam mengukur strategi implementasi manajemen perubahan adalah tahap identifikasi perubahan, tahap perencanaan perubahan, tahap implementasi perubahan dan tahap evaluasi dan umpan balik (Arijanto, 2018).

### 2. Gambaran Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Pada UMKM Perikanan di Kabupaten Karawang

Kinerja bisnis ada pada indikator keuangan dengan ukuran pelaku UMKM merasa adanya perkembangan usaha dengan skor sebesar 1.660. Kinerja Bisnis di Kabupaten Karawang Jawa Barat adalah sebesar 12.370 yang berada dalam klasifikasi baik. Menurut Hasibuan dalam (Dinar 2017) “Kinerja Bisnis adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.” Menurut Kaplan & Norton (2017) indikator Kinerja Bisnis adalah keuangan yang menunjukkan

apakah perencanaan dan pelaksanaan strategi memberikan perbaikan dan mendasar, yang tercermin dalam sasaran yang berhubungan dengan keuntungan yang terukur dan pertumbuhan usaha. Pelanggan menjabarkan ukuran kepuasan pelanggan, sebab pelanggan merupakan asset terbesar dalam upaya UMKM memperoleh laba. Proses bisnis internal yaitu mengidentifikasi berbagai proses bisnis yang harus dikuasai dengan baik oleh UMKM. Pembelajaran dan pertumbuhan berfokus pada kemampuan sumber daya manusia, di dalam hal ini yaitu karyawan, karena karyawan yang bertugas melayani dan memuaskan pelanggan. Salah satu faktor yang mampu meningkatkan kinerja bisnis adalah strategi implementasi manajemen perubahan.

### **3. Gambaran Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Pada UMKM Perikanan di Kabupaten Karawang**

Hubungan antara Strategi Implementasi Manajemen Perubahan terhadap Kinerja Bisnis diperoleh sebesar 0.640 atau 64,0%. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R = 4,806 dengan probabilitas = 0,001 ( $p < 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa Strategi Implementasi Manajemen Perubahan berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis.

Strategi Implementasi manajemen perubahan dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Strategi implementasi membantu organisasi untuk lebih responsif terhadap perubahan dalam lingkungan pasar. Ini memungkinkan bisnis untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan tren dan permintaan baru, mempertahankan daya saing. Fokus pada perubahan mendorong budaya inovasi di dalam organisasi. Karyawan yang merasa didorong untuk memberikan ide dan mencoba hal-hal baru dapat menciptakan solusi inovatif untuk meningkatkan kinerja (Errida, 2022).

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berjudul Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang (Studi Kasus Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang memiliki klasifikasi penilaian baik.
2. Kinerja Bisnis Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang memiliki klasifikasi penilaian baik.

3. Strategi Implementasi Manajemen Perubahan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis Pada UMKM Perikanan Kabupaten Karawang

### **Saran**

- **Bagi Praktisi**

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha khususnya dalam mempertimbangkan Strategi Implementasi Manajemen Perubahan untuk meningkatkan Kinerja Bisnis, dimana pelaku usaha akan meningkatkan komponen strategi manajemennya dan cara menganalisa keuangan bisnisnya.

- **Bagi Akademisi**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Bisnis dalam penelitian ini yaitu Strategi Implementasi Manajemen Perubahan.

1. Penelitian ini masih memungkinkan untuk dikembangkan dalam mengkaji ulang model penelitian pada variabel kinerja bisnis dari segi internal dan eksternal usaha
2. Penelitian ini hanya membatasi pengaruh variabel pada Strategi Implementasi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis. Untuk peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas.
3. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan. Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil objek penelitian dan jumlah sampel yang berbeda untuk mengkaji model secara lebih mendalam, serta diharapkan akan memperoleh hasil yang maksimal.

### **5. DAFTAR REFERENSI**

- Abatan, O. K., & Maharaj, M. (2018). Change management and the integration of information technology: Research notes from selected African universities. In *2017 12th International Conference for Internet Technology and Secured Transactions (ICITST 2017)* (pp. 167–172). <https://doi.org/10.23919/ICITST.2017.8356370>
- Agus Arijanto. (2018). *Manajemen perubahan*. Jakarta: Moeka Publishing.
- Bagus Gumelar. (2022). Manajemen perubahan dalam meningkatkan kinerja koperasi di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1).
- Caroline. (2019). Implementation of strategic change management by organizations. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 8(4). ISSN: 2278-6236.
- Daryono. (2017). *Manajemen penilaian kinerja* (1st ed.). Yogyakarta: Gava Media.

- Dessler, G. (2016). *Manajemen sumber daya manusia* (Vol. II). Jakarta: PT Indeks.
- Edy, S. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Errida. (2022). The determinants of organizational change management success: Literature review and case study. *International Journal of Engineering Business Management*, 1(1).
- Ferdinand. (2006). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadari Nawawi. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Handoko. (2015). *Manajemen sumber daya manusia* (1st ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Joel. (2023). Strategies for successful change implementation: Insights from senior business leaders. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 3(4). ISSN (print): 2770-2782, ISSN (online): 2770-2790.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2017). *Menerapkan strategi menjadi aksi balance scorecard* (Y. Sumiharti & W. C. Kristiaji, Eds.). Erlangga.
- Kasmir. (2019). *Manajemen sumber daya manusia: Teori dan praktik*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Kaswan. (2017). *Pengembangan sumber daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Lod Sulivyo. (2023). Strategy management analysis in the face of business competition. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 5(1).
- Manzilatulloh. (2022). Processes and activities for managing change in information systems implementation in higher education institutions. *The Winners*, 23(1), 51–64. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7170>
- Michael. (2021). Business performance determinants of salted fish distribution in Kapuk during the COVID-19 pandemic. *Journal of Distribution Science*, 19(6), 29–39.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Nomor 07 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (PP No. 07/2021).
- Putri Aprilia. (2023). Pengaruh manajemen perubahan dan keterlibatan kerja terhadap peningkatan kinerja pegawai pada bisnis franchise Street Boba. *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(12).
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Canada: Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tagor Rembrey. (2021). Strategi manajemen perubahan Hipmikindo dalam membangun sumber daya technopreneur dengan mendirikan entrepreneur centres. *Jurnal Bisnis, Logistik dan Supply Chain*, 2(1).
- Terry. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Wuri Suhasti. (2018). Pengaruh perubahan dan kepemimpinan Islami terhadap kompetensi, komitmen organisasi, dan karakter sumber daya insani serta kinerja UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Islam*, 2(2).