

## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Naomi Olivia Br Manurung<sup>1</sup> Yofanus Pakpahan<sup>2</sup> Rotua F N Simanjuntak<sup>3</sup> M Hadi Pratama<sup>4</sup> M Aqsa Sitompul<sup>5</sup>

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>

Email: [naomiolivia8@gmail.com](mailto:naomiolivia8@gmail.com)<sup>1</sup> [yopanuspakpahan@gmail.com](mailto:yopanuspakpahan@gmail.com)<sup>2</sup>  
[rotuasiamanjuntak493@gmail.com](mailto:rotuasiamanjuntak493@gmail.com)<sup>3</sup> [mhadipratama33@gmail.com](mailto:mhadipratama33@gmail.com)<sup>4</sup>  
[muhammadaqsasitompul@gmail.com](mailto:muhammadaqsasitompul@gmail.com)<sup>5</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Dalam konteks ekonomi nasional, UKM berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan populasi UKM di Jakarta, yang melibatkan 60 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa keterbatasan modal, metode pemasaran, dan manajemen memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UKM. Keterbatasan modal berdampak negatif pada kemampuan ekspansi dan investasi, sementara pemasaran digital dan word-of-mouth terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Manajemen yang baik juga berkontribusi positif terhadap kinerja UKM. Penelitian ini merekomendasikan agar UKM mencari sumber pendanaan alternatif dan mengoptimalkan pemasaran digital serta pelatihan manajemen.

**Kata Kunci:** Kesuksesan UKM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. UKM berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi. Namun, tidak semua UKM dapat bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan UKM. Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, pada tahun 2013 jumlah UMKM mencapai 57,89 juta unit usaha dan merupakan 99,99% dari pelaku usaha nasional. Kontribusi UKM pada penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari penyerapan tenaga kerja yang ada (Kemenkop UKM 2014). Kemampuan UMKM juga mampu bertahan di tengah krisis yang terjadi pada tahun 1998, bahkan menyumbang hingga 57,56% perekonomian negara pada tahun 2013. Menurut (Nurhasanah, 2008) Modal yang juga sangat penting adalah modal non materi salah satunya ialah kreativitas, adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda, Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah (value added) dan merupakan keunggulan yang berharga.

### METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Suharsimi Arikunto juga menjelaskan bahwa jenis penelitian deskriptif yaitu peneliti ingin mengetahui status sesuatu dan sebagainya, maka penelitiannya bersifat Deskriptif yaitu menjelaskan

peristiwa dan sesuatu yang diamati. Penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Deskriptif kualitatif ini dapat diartikan bahwa proses pengumpulan data yang akan dituangkan dalam laporan berbentuk naratif dan dijelaskan dengan se jelas dan sebaik mungkin. Populasi penelitian ini adalah UKM yang berada di Kota Medan dengan berbagai sektor usaha, termasuk perdagangan, manufaktur, dan jasa. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, di mana UKM yang telah beroperasi minimal 2 tahun dan memiliki karyawan di bawah 50 orang dipilih sebagai responden. Total sampel penelitian ini adalah 60 UKM. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pemilik atau manajer UKM. Kuesioner ini dibagi menjadi tiga bagian utama:

1. Bagian I: Mengukur tingkat keterbatasan modal dan dampaknya terhadap operasi UKM.
2. Bagian II: Mengevaluasi metode pemasaran yang digunakan, seperti pemasaran digital, pemasaran lokal, dan word-of-mouth.
3. Bagian III: Menilai kualitas manajemen dalam hal perencanaan, pengelolaan keuangan, SDM, dan operasional. Data sekunder dikumpulkan dari laporan penelitian terdahulu, jurnal, dan buku yang relevan.

Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh keterbatasan modal, metode pemasaran, dan manajemen terhadap pertumbuhan UKM. Uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan konsistensi dan akurasi kuesioner.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis menunjukkan bahwa keterbatasan modal memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan UKM ( $\beta = -0,52, p < 0,05$ ). UKM yang mengalami keterbatasan modal cenderung mengalami kesulitan dalam memperluas operasional, meningkatkan kapasitas produksi, dan berinvestasi dalam teknologi baru. Hal ini sejalan dengan pendapat Schroeder (2009) yang menyatakan bahwa modal adalah elemen krusial dalam pertumbuhan perusahaan kecil karena memungkinkan perusahaan untuk mengambil risiko yang lebih besar dan berinovasi. Keterbatasan modal menjadi penghalang utama dalam mengakses sumber daya yang lebih besar. Sebagian besar responden melaporkan bahwa keterbatasan modal membuat mereka sulit untuk mengikuti persaingan dengan perusahaan yang lebih besar, yang sering memiliki akses lebih mudah terhadap pinjaman dan investasi. Sebagaimana dikemukakan oleh Kaplan dan Norton (2001), keterbatasan finansial dapat menghambat strategi ekspansi dan diversifikasi produk

## **Pembahasan**

Pemasaran digital terbukti menjadi metode pemasaran yang paling efektif bagi UKM, dengan 67% responden melaporkan peningkatan penjualan setelah menggunakan media sosial dan platform e-commerce. Word-of-mouth juga efektif, terutama bagi UKM yang lebih fokus pada komunitas lokal. Pemasaran konten, seperti blog dan video, menjadi cara yang lebih hemat biaya untuk menarik perhatian konsumen. Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa pemasaran digital telah mengubah cara UKM mempromosikan produk mereka karena biayanya yang lebih rendah dibandingkan dengan iklan tradisional, serta jangkauan audiens yang lebih luas. Hal ini didukung oleh temuan penelitian yang menunjukkan bahwa UKM yang aktif di media sosial cenderung mengalami pertumbuhan lebih cepat. UKM yang menggunakan strategi pemasaran digital, terutama di media sosial seperti Instagram dan Facebook, melaporkan peningkatan signifikan dalam basis pelanggan. Pemasaran digital memberikan fleksibilitas dalam penargetan konsumen, sehingga biaya promosi dapat lebih efisien. Word-of-

mouth juga membantu menciptakan loyalitas pelanggan, yang sangat penting bagi pertumbuhan UKM.

Manajemen yang baik memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap kinerja UKM ( $\beta = 0,68, p < 0,05$ ). Pemilik UKM yang memiliki keterampilan manajerial yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangan, SDM, dan operasional secara efisien, yang pada akhirnya berdampak positif pada pertumbuhan usaha mereka. Drucker (1999) berpendapat bahwa kualitas manajemen adalah faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan. Tanpa manajemen yang baik, sumber daya manusia dan finansial yang dimiliki perusahaan tidak akan dimanfaatkan secara optimal. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan tersebut, di mana manajemen yang baik berkorelasi positif dengan kinerja UKM. Manajemen yang baik, terutama dalam hal pengelolaan keuangan dan perencanaan strategis, terbukti meningkatkan kinerja UKM. Pengelolaan sumber daya yang efisien memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya operasional dan memaksimalkan profit. Selain itu, kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan teknologi juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan UKM.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa keterbatasan modal secara signifikan menghambat pertumbuhan UKM, terutama dalam ekspansi usaha dan investasi teknologi. Metode pemasaran yang paling efektif untuk UKM adalah pemasaran digital dan word-of-mouth, yang mampu meningkatkan jangkauan pelanggan dengan biaya yang lebih rendah. Manajemen yang baik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UKM. Manajemen yang efektif membantu UKM mengoptimalkan sumber daya yang ada, meningkatkan produktivitas, dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Drucker, P. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. Harper Business.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Nurhasanah, E. N. (2008). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy di Kawasan Wisata Gentala Arasy di Kawasan Wisata Gentala Arasy di Kawasan Wisata Gentala Arasy kota jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, vol.7, 1-25.
- Schroeder, R. (2009). *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases*. McGraw-Hill.
- UKM, K. (2014). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2013*.