

## DAMPAK DARI MODAL, KEMAMPUAN MANAJERIAL, FOKUS PADA PELANGGAN, KEUNGGULAN KOMPETITIF, DAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BEKASI

Etty Zuliawati Zed<sup>1</sup>, Miftahul Jannah<sup>2</sup>, Rafli Fauzi<sup>3</sup>,  
indah aprilia<sup>4</sup>, Amellia Dwi Putri<sup>5</sup>,  
[ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [miftahuljannah45e@gmail.com](mailto:miftahuljannah45e@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[rafliskey23@gmail.com](mailto:rafliskey23@gmail.com)<sup>3</sup>, [indaahhhapr123@gmail.com](mailto:indaahhhapr123@gmail.com)<sup>4</sup>, [amelliadp3003@gmail.com](mailto:amelliadp3003@gmail.com)<sup>5</sup>  
Universitas Pelita Bangsa Kabupaten Bekasi

### ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing dan e-commerce terhadap kinerja UMKM. Lokasi yang menjadi objek penelitian adalah UMKM yang berada di Kabupaten Bekasi. Data yang diolah adalah hasil penyebaran kuesioner kepada para pelaku UMKM dengan sampel sebanyak 100 responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS versi 25 didapatkan hasil bahwa (1) modal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kinerja UMKM, (2) kemampuan manajerial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kinerja UMKM, (3) orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kinerja UMKM, (4) keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kinerja UMKM, (5) e-commerce berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kinerja UMKM, (6) modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing dan e-commerce berpengaruh positif dan signifikansi secara bersama-sama terhadap kinerja UMKM.

**Kata kunci** : Modal, Kemampuan Manajerial, Orientasi Pelanggan, Keunggulan Bersaing, E-Commerce, Kinerja UMKM.

### ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of capital, managerial ability, customer orientation, competitive advantage and e-commerce on the performance of MSMEs. The location that is the object of research is MSMEs in Kabupaten Bekasi. The data Processed is the result of distributing questionnaires to MSME players with a sample of 100 respondents. The research instrument used in this research used the likert scale method. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. The results of this research show that data using statistical calculations via the SPSS version 25 application shows that (1) capital has a positive and significant effect on MSME performance, (2) managerial ability has a positive and significant effect on MSME performance, (3) customer orientation has a positive effect and significant on the performance of MSMEs, (4) competitive advantage has a positive and significant effect on the performance of MSMEs, (5) e-commerce has a positive and significant effect on the performance of MSMEs, (6) capital, managerial ability, customer orientation, competitive advantage and e-commerce have a positive and significant effect together on the performance of MSMEs.

**Keyword ;** Capital, Managerial Ability, Customer Orientation, Competitive Advantage, E-Commerce, MSME Performance.

## **PENDAHULUAN**

Tajuk "Pengaruh Modal, Keterampilan Manajemen, Orientasi Pelanggan, Keunggulan Kompetitif, dan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Bekasi" memusatkan perhatian pada faktor-faktor kunci yang memengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kabupaten Bekasi, sebagai salah satu daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, menjadi pusat penting bagi perkembangan UMKM yang berperan signifikan dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Modal adalah salah satu komponen krusial yang memungkinkan UMKM untuk memulai dan mengembangkan usahanya. Akses terhadap modal yang memadai dapat mendorong pertumbuhan bisnis dengan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk operasional dan ekspansi. Selain itu, keterampilan manajemen yang baik merupakan kunci dalam mengelola sumber daya yang ada, mengoptimalkan operasional, dan mengambil keputusan strategis yang mendukung keberlanjutan usaha.

Orientasi pelanggan juga tidak kalah penting, karena pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja usaha. Keunggulan kompetitif, yang mungkin dicapai melalui inovasi, diferensiasi produk, atau efisiensi operasional, menjadi faktor penentu dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Di era digital saat ini, e-commerce muncul sebagai elemen penting yang mengubah cara UMKM beroperasi. Adopsi teknologi e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan mengurangi biaya transaksi. Penggunaan platform online juga membuka peluang baru untuk strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana modal, keterampilan manajemen, orientasi pelanggan, keunggulan kompetitif, dan e-commerce mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bekasi. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengusaha UMKM, pembuat kebijakan, dan pihak-pihak terkait dalam upaya meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di daerah tersebut..

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):**

UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi terhadap 60% PDB dan menyerap 85-107 juta tenaga kerja (Bank Indonesia, 2015). Terdapat 56,54 juta unit usaha UMKM di Indonesia, setara dengan 99,99% pelaku usaha di negara ini (ibid).

### **Kinerja:**

Kinerja didefinisikan sebagai hasil kerja yang dicapai individu dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab (Anwar Prabu Mangkunegara, 2006:67).

**Modal:**

Modal adalah sumber daya yang digunakan untuk menjalankan usaha, termasuk uang, barang, aset, semangat, ilmu, relasi, keahlian, keyakinan, brand, ide, dan lainnya (Kasmir, 2012).

**Kemampuan Manajerial :**

Kemampuan manajerial adalah kemampuan memimpin, mengelola, dan mengoordinasikan sumber daya dalam organisasi (Robbins & Coulter, 2014). Kemampuan ini penting bagi manajer untuk memastikan tim bekerja efektif dan efisien mencapai tujuan bisnis (ibid).

**Orientasi Pelanggan:**

Orientasi pelanggan adalah pendekatan bisnis yang memprioritaskan kebutuhan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan memahami bahwa bisnisnya tidak akan berkembang tanpa fokus pelanggan yang konsisten (ibid). Ini adalah cara berpikir untuk menyelaraskan tujuan bisnis dengan tujuan pelanggan (ibid).

**Keunggulan Bersaing:**

Keunggulan bersaing adalah elemen penting dalam kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan (Porter, 1980). Keunggulan bersaing harus dilihat sebagai proses dinamis, bukan hasil akhir. Keunggulan bersaing didefinisikan sebagai proses yang terdiri dari sumber keunggulan, keunggulan posisi, dan prestasi hasil akhir, serta investasi laba untuk mempertahankan keunggulan (ibid).

**E-commerce:**

E-commerce adalah transaksi jual beli secara elektronik melalui internet (Turban et al., 2015). E-commerce juga diartikan sebagai proses menjalankan bisnis dengan memanfaatkan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik serta pertukaran atau penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik. Penggunaan internet menjadi pilihan favorit banyak orang karena kemudahan yang ditawarkan.

**METODOLOGI****Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei. Survei ini mengumpulkan data dari sampel populasi untuk menjelaskan dan merepresentasikan seluruh populasi. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. (Karen Pandey & Mamentu, 2022)

**Jenis Data**

Penelitian ini mengandalkan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Data primer ini bersumber dari jawaban para responden terkait dengan aspek modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing, dan e-commerce dalam bisnis mereka.

**Metode Pengumpulan Data (Kinerja et al., 2021)**

Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data primer melalui kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus dijawab atau isian yang harus diisi oleh responden. Peneliti menjalin hubungan dengan subjek penelitian untuk meminta kesediaan mereka mengisi kuesioner.

### Skala Pengukuran

Skala Likert digunakan dalam penelitian ini. Skala ini mengukur sikap responden terhadap suatu pernyataan. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal dengan kategori sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (skor 5)
2. Setuju (skor 4)
3. Kurang Setuju (skor 3)
4. Tidak Setuju (skor 2)
5. Sangat Tidak Setuju (skor 1)

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan analisis dengan program SPSS 25 for Windows diperoleh hasil regresi linear berganda seperti pada tabel berikut.

Tabel 1.  
Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,690	3,634		1,291	0,200
MODAL	0,220	0,089	0,250	2,463	0,016
KEMAMPUAN MANAJERIAL	0,230	0,094	0,282	2,458	0,016
ORIENTASI PELANGGAN	0,225	0,090	0,231	2,510	0,014
KEUNGGULAN BERSAING	0,175	0,068	0,193	2,563	0,012
E-COMMERCE	0,157	0,073	0,162	2,138	0,035

- a. Berdasarkan analisis tabel 7, persamaan regresi dalam studi ini adalah sebagai berikut:  
"Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diolah dari sumber data primer tahun 2023 dapat dimodelkan dengan persamaan  $Y = 4690 + 0,220x_1 + 0,230x_2 + 0,225x_3 + 0,175x_4 + 0,157x_5 + e$ ."

Berikut adalah makna dari persamaan regresi dalam penelitian ini:

1. Konstanta 4690 mengindikasikan bahwa jika modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing, dan e-commerce diperkuat, kinerja UMKM akan mencapai nilai 4690.
2. Koefisien regresi 0,220 untuk modal berarti setiap peningkatan dalam modal akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,220, dengan asumsi faktor lain tetap.
3. Koefisien regresi 0,230 untuk kemampuan manajerial menunjukkan bahwa peningkatan dalam kemampuan manajerial akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,230, jika faktor lainnya tidak berubah.

4. Koefisien regresi 0,225 untuk orientasi pelanggan menyiratkan bahwa peningkatan dalam fokus pada pelanggan akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,225, dengan faktor lainnya tetap.
5. Koefisien regresi 0,175 untuk keunggulan bersaing menandakan bahwa peningkatan dalam keunggulan kompetitif akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,175, jika faktor lainnya konstan.
6. Koefisien regresi 0,157 untuk e-commerce berarti setiap peningkatan dalam e-commerce akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,157, dengan asumsi variabel lain tidak berubah. (Djuwendah & Sutisna, 2019)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagan Hipotesis: Pengaruh Modal, Keterampilan Manajemen, Orientasi Pelanggan, Keunggulan Kompetitif, dan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Bekasi



1. H1: Modal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
2. Menurut penelitian Trisnawati et al. (2019), analisis statistik menunjukkan bahwa modal usaha memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,144. Hasil uji modal usaha menunjukkan nilai t sebesar 4,646 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa modal usaha berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Jika modal yang diperoleh relatif besar, maka pendapatan akan meningkat sehingga kinerja UMKM akan lebih baik. Modal usaha ini dapat berasal dari dana pribadi atau dari pihak luar (keuangan/non-keuangan). Dengan modal yang besar, produksi akan meningkat, dan jika jumlah produk yang dihasilkan meningkat, pendapatan perusahaan juga akan meningkat. Pendapatan yang tinggi akan meningkatkan kinerja UMKM.
3. H2: Kemampuan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
4. Penelitian Burhanuddin et al. (2021) menunjukkan bahwa variabel kemampuan manajerial memiliki thitung sebesar 5,993 yang lebih besar dari t-tabel 1,98447 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Penelitian ini membuktikan bahwa kemampuan manajerial memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, manajer UMKM memerlukan kemampuan manajerial yang baik untuk meningkatkan kinerja usaha.
5. H3: orientasi pelanggan Berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.
6. Penelitian Umi Azizah & Ida Maktukhah (2017) menunjukkan bahwa variabel kemitraan memiliki nilai thitung sebesar 5,813 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Semakin tinggi orientasi pelanggan, semakin baik kinerja pemasarannya.
7. 4. H4: keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
8. (2018) menunjukkan bahwa hasil uji t memiliki nilai signifikansi  $0,000$  atau  $< 0,005$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif

terhadap kinerja pemasaran UMKM. Penelitian Feranita & Aris (2018) juga menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha ( $\beta = 0,880$ ;  $\text{sig} = 0,000$ ). Artinya, peningkatan atau penurunan keunggulan bersaing akan mempengaruhi kinerja usaha. (Huda & Sukma Wijaya, 2024).

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing, dan e-commerce terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Bekasi. Sampel penelitian melibatkan 100 UMKM yang beroperasi di Kabupaten Bekasi. Dari enam hipotesis yang diajukan, semuanya diterima. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Modal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
  2. Kemampuan manajerial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
  3. Orientasi pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
  4. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
  5. E-commerce memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
- Modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing, dan e-commerce secara keseluruhan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Djuwendah, E., & Sutisna, S. (2019). Peningkatan Kemampuan Manajerial Usaha mikro kecil dimdesa Sukadana Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya*, 8(4), 220–224. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v8i4.23964>
- Huda, N., & Sukma Wijaya, R. (2024). Pengaruh Modal, Kemampuan Manajerial, Orientasi Pelanggan, Keunggulan Bersaing Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1(4), 575–592. <https://jurnal.itc.web.id/index.php/jakbs/index>
- Karen Pandey, K., & Mamentu, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Manajerial dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 41–51. [www.economy.okezone.com](http://www.economy.okezone.com)
- Kinerja, P., Ditinjau, U., Model, D., Keuangan, P., Manusia, S. D., Pemasaran, S., Pemerintah, D., & Umur, D. A. N. (2021). 1581-4115-1-Sm. 24(September), 103–111.