

# Studi Dampak Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja UKM Klambir V

Hasrul Azwar Hasibuan<sup>1</sup>, Nashrudin Setiawan<sup>1</sup>, Virlanda Ashara<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Sosal Sains, Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>HasrulAzwarHsb@dosen.pancabudi.ac.id,  
(\* : coresponding author)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana penggunaan teknologi digital, termasuk e-commerce dan media sosial, dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini akan mengevaluasi apakah teknologi digital bertindak sebagai perantara yang memfasilitasi dampak positif dari strategi bisnis terhadap kinerja UMKM di klambir V Kecamatan Hamparan Perak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian eksplanatory, metode observasi dan kuesioner, dengan sampling purposive pada produk pangan maupun kuliner yang berada di sekitaran Kecamatan Klambir V. Alat analisis yang digunakan Regresi Berganda. Populasi dan Sampel pelaku UKM sebanyak 55 pelaku UKM.

**Kata Kunci:** *Lingkungan Internal, Lingkungan Eksternal, Keunggulan Bersaing, Kinerja UKM.*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan UKM di Indonesia tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan. Hambatan-hambatan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan di daerah lain atau antara perdesaan dan perkotaan, atau antar sektor, atau antar sesama unit usaha di sektor yang sama. UKM di Indonesia pada umumnya tidak punya sumber daya untuk mencari, mengembangkan atau memperluas pasarnya sendiri. Sebaliknya, UKM di Indonesia sangat tergantung pada mitra dagangnya, misalnya pedagang keliling, pengumpul, atau trading house untuk memasarkan produk- produknya, atau tergantung pada konsumen yang datang langsung ke tempat- tempat produksinya. Kondisi berbeda terjadi di kota Medan, dimana UKM mampu meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Medan, hal ini dilihat dari adanya krisis ekonomi global, UKM di Sumut masih dapat terus berjalan atau tidak ada yang mengalami kebangkrutan. Pada 2009 ini, jumlah UKM di Sumut sebanyak 4,2 juta. Sekitar 85% di antaranya merupakan usaha mikro, 10% termasuk usaha kecil, 3% usaha menengah, dan 2% nya merupakan usaha besar. Ini menunjukkan bahwa geliat UKM lebih banyak didominasi oleh usaha mikro (Hadiyanto, Dinas Koperasi dan UMKM Jatim, 2009). Perkembangan UKM di Klambir V diharapkan akan tetap berlanjut dengan cara pemerintah dan pihak terkait memiliki acuan yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kinerja usaha tersebut. Kinerja sektor usaha kecil menengah (UKM) dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan internal meliputi aspek SDM (pemilik, manajer, dan karyawan); aspek keuangan, aspek teknis produksi; dan aspek pemasaran. Sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, serta peranan lembaga terkait seperti Pemerintah, Perguruan Tinggi, Swasta, dan LSM. (Mc Commick et.al,1997; Zang, 2001; Laceiva, 2004; Haris Maupa, 2004). Untuk daya saing UKM juga disebabkan

oleh banyak faktor, diantaranya pemasaran, keuangan, manajemen, teknologi, lokasi, sumber daya manusia, dan struktur ekonomi. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi faktor lingkungan internal dan eksternal, yang umumnya dijadikan landasan bagi pengusaha untuk menetapkan strategi dan kinerja usahanya (Pambudy dan Rabbani, 1995; Siswoyo dan Maryadi, 1995). Penelitian mengenai daya saing dan kinerja UKM di Indonesia juga sudah banyak dilakukan, seperti penelitian dari Prawirokusumo, Soeharto (1996), Maupa, Haris (2004), Sri Hadiati (2008), Wahdiyati Moko (2008), Arief Rahmana (2009), Musran Munizu (2010) dan lain sebagainya. Penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja UKM di Klambir V. Lingkungan internal dan eksternal diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar untuk kemajuan dan perkembangan UKM, sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang lebih besar, mampu menggerakkan ekonomi daerah dan menambah atau melahirkan pengusaha-pengusaha baru di Klambir V.

Perusahaan pada umumnya berupaya untuk selalu dapat mencapai tujuan dan sasarannya di dalam kondisi persaingan yang semakin ketat. Pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan diukur dengan besarnya total keuntungan perusahaan, tingkat keuntungan terhadap modal investasi perusahaan, dan penguasaan pasar dengan saham terbesar. Pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan hanya dimungkinkan bila perusahaan itu mempunyai keunggulan bersaing. Suatu perusahaan baru dapat memiliki keunggulan bersaing bila perusahaan tersebut berhasil merancang dan mengimplemetasikan strategi penciptaan nilai. Penciptaan nilai yang menimbulkan keunggulan bersaing, dapat terjadi apabila pesaing tidak menggunakan atau melakukan strategi yang sama. Keunggulan bersaing tersebut hanya dapat dipertahankan bila para pesaing yang ada sekarang dan para pesaing yang baru tidak meniru atau menggantikannya. Membangun keunggulan bersaing harus dilakukan perusahaan secara tepat dan berkelanjutan, dengan menyusun strategi sekaligus mengimplemen-tasikannya. Hal ini dapat dilakukan dengan kegiatan pengorganisasian yang tepat, dimulai dengan pengidentifikasian, penguatan organisasi dan meningkatkan kemampuan kepemimpinan perusahaan. Semua kegiatan tersebut dicakup dalam pemantapan manajemen strategik, terutama dalam tingkat pimpinan puncak dan menengah di perusahaan. Oleh karena itu, untuk membangun keunggulan bersaing, suatu perusahaan perlu melakukan pemahaman strategi dan peran manajemen strategik dalam peningkatan keunggulan bersaing secara berkelanjutan (Assauri, 2013). Manajemen strategi memiliki arti penting dalam perkembangan sebuah perusahaan. Tidak hanya sebuah perencanaan atau planning saja, manajemen strategi mencakup bagian-bagian yang lebih dalam dan juga luas. Sebuah perusahaan terdiri dari banyak bagian dan strukturnya masing-masing. Setiap perusahaan juga memiliki strategi yang berbeda-beda. Guna mewujudkan tujuannya, keputusan-keputusan lalu diambil. Keputusan tersebut tentunya menjadi penentu perusahaan menjadi perusahaan yang sukses dan maju (Nilasari, 2014). Menurut David (dalam Nilasari 2014), manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai tujuannya. Dari pengertian tersebut, maka manajemen strategik melibatkan semua unsur organisasi baik dalam perumusan maupun implementasinya. Situasi ini memungkinkan terjadinya komunikasi antar unsur perusahaan yang merupakan kunci sukses perusahaan. Secara finansial, manajemen strategik akan mendorong peningkatan dalam produksi, penjualan, dan laba karena perusahaan didorong untuk memiliki kinerja yang tinggi. Selain manfaat keuangan manajemen strategik

juga memberikan manfaat non-keuangan seperti meningkatkan kesadaran dan ancaman- ancaman yang berasal dari lingkungan luar perusahaan, memungkinkan perusahaan memiliki strategi pesaing, meminimalisir munculnya resistensi terhadap perubahan yang terjadi di organisasi, memungkinkan hubungan yang jelas antara penghargaan dan kinerja, serta membuat perusahaan mampu melihat perubahan sebagai peluang (Hubeis & Najib, 2014). Dengan menghadapi fenomena di atas, sebuah perusahaan harus memiliki suatu strategi bisnis sehingga bisa lebih unggul dari para pesaingnya serta dapat terus beroperasi dan bersaing di masa mendatang. Dengan adanya perencanaan strategi bisnis yang cepat, tepat dan efektif, di harapkan perusahaan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan dapat terus beroperasi, bersaing dan mencapai tujuannya. Apa sajakah faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal di PT. Jurnal Sosiologi, Vol. 16, No. 2: 103-114,105. Menganalisis suatu strategi dan situasi bertujuan untuk mempertimbangkan keadaan baik situasi internal perusahaan maupun lingkungan eksternal, yang langsung mempengaruhi peluang dan pilihan strategi. Analisis industri dan persaingan menekankan pada pengaruh lingkungan eksternal sedangkan analisis situasi perusahaan berdasarkan pada pengaruh lingkungan internal. Termasuk dalam lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang lebih luas di luar perusahaan seperti situasi politik, hukum, sosial, ekonomi, kependudukan dan lain-lain. Sedangkan yang tergolong lingkungan internal adalah faktor faktor yang lebih sempit dan dekat dengan perusahaan seperti faktor internal perusahaan, pesaing, suplier, distributor, konsumen dan lain-lain. Industri merupakan suatu kelompok usaha, dimana produknya mempunyai kesamaan atribut dan bersaing untuk pembeli yang sama. Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti mencoba untuk melakukan analisis terhadap Pelaku Usaha Kecil Menengah yaitu suatu usaha yang termasuk dalam usaha mandiri atau dengan kata lain dengan modal sendiri yang bergerak di bidang kuliner, yang menghasilkan minuman, makanan, dan beberapa kejinan tangan (home industri). Analisis difokuskan pada faktor internal perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahannya serta analisis terhadap lingkungan yang mempengaruhi eksistensinya. Berdasarkan uraian di atas bahwa manajemen strategi merupakan seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai tujuannya. Manajemen strategi pun memberikan beberapa kemanfaatan baik secara keuangan maupun non-keuangan.

## **2. TINJAUAN TEORITIS**

### **2.1. Pengertian Kinerja UMKM**

Kinerja atau performasi merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kinerja merupakan sebuah gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi. Kinerja yang baik disemua sektor baik keuangan, produksi, distribusi, maupun pemasaran merupakan syarat mutlak bagi UMKM untuk bisa terus hidup. Dengan kinerja yang baik pula bagi UMKM diharapkan akan semakin kokoh jadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional. UMKM merupakan sebuah identitas yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat prioritas oleh pemerintah

## 2.2. Pengertian Lingkungan Eksternal

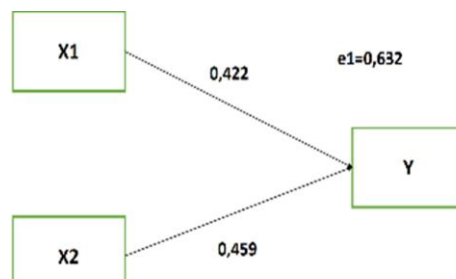
Faktor-faktor seperti variabel ekonomi dan pasar; kejahatan dan korupsi, tenaga kerja, infrastruktur dan peraturan merupakan lingkungan eksternal (Olawale dan David, 2010). Bisnis harus membuat keputusan yang tidak hanya berurusan dengan peluang kelangsungan hidup bisnis, tetapi juga dengan pengembangan bisnis di lingkungan yang berubah di bawah persaingan yang dinamis di mana kondisi setiap pesaing mencoba melakukannya hal-hal mustahil untuk bertahan hidup. Standar kompetitif berubah terus menerus karena konsumen mengubah kebutuhan dan harapan, perkembangan teknologi dan globalisasi pasar. Selamabertahun-tahun, persaingan di antara UMKM telah meningkat secara radikal. Kompetisi dan kesinambungan untuk UMKM melibatkan faktor-faktor seperti mengubah tren pasar, mengubah teknologi dan muncul teknik manajemen dan organisasi baru. Kelangsungan hidup UMKM semakin tergantung pada sejumlah faktor termasuk ketahanan UMKM untuk memfokuskan kembali beberapa strategi dan teknologi mereka (Gunasekaran *etal*, 2011). Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial. *Competitive advantage* atau keunggulan bersaing adalah kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan tidak dimiliki pesaingnya yang menjadikan perusahaan tersebut lebih unggul dibanding para pesaingnya. Beberapa strategi dapat dijalankan perusahaan untuk dapat meraih keunggulan berkompetisi. Perusahaan dapat meraih *competitive advantage* melalui dua cara yaitu (Cravendan Nigel, 2012):

### 2.3. Keunggulan Bersaing

Menurut (Porter, 2013). Keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai kompetisi yang berbeda dalam keunggulan keahlian dan sumber daya.

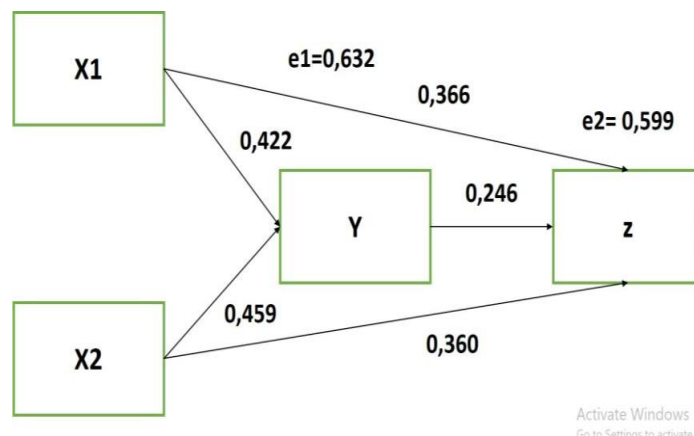
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mengacu pada output regresi model 1 pada tabel coefisien dari variabel coefisien dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel dan  $x_1 = 0,000$  ;  $x_2 = 0,000$  dan  $x_1, x_2 < 0,05$
2. besarnya nilai R square sebesar 0,600 hal ini menunjukkan sumbangan variabel  $x_1$  dan  $x_2$  terhadap Y sebesar 60 % sementara sisanya 40% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian, sementara unuk nilai  $e_1 = \sqrt{(1-0.600)} = 0.632$  dengan demikian diperoleh diagram jalur model struktur 1 sebagai berikut :



### 3.2. Koefisien jalur Model 2

1. Berdasarkan output jalur model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi dari ke3 variabel tersebut adalah  $X1=0.01$  ,  $X2 = 0.02$ ;  $Z=0.19$  sehingga  $X1$  dan  $X2$  berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing tidak signifikan terhadap Kinerja UKM
2. Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,641 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi  $x1.x2$ , dan  $Z$  adalah sebesar 64,1% sementara sisanya 35,9% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yg tidak diteliti. sementara nilai  $e2 = \sqrt{(1- 0.641)}=0.599$  dengan demikian diperoleh diagram jalur struktur 2 sebagai berikut :



### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan lingkungan internal, diperoleh item tentang kepemilikan usaha yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini, maka sebaiknya pimpinan atau pemilik UMKM untuk mengubah persepsinya tentang penggunaan maupun pelayanan terhadap konsumen. Bahwa dengan menggunakan pelayanan terhadap konsumen diyakini kinerja perusahaan akan meningkat, dikarenakan sejumlah pekerjaan akan dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat waktu dengan penggunaan teknologi modern secara digital dibandingkan dengan dilakukan secara manual

#### Saran

1. Berdasarkan lingkungan eksternal, menunjukkan bahwa item tentang UMKM mampu beradaptasi dengan karakteristik industri yang ada mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini, maka perlunya UMKM meningkatkan sumber dayanya baik dari segi sumberdaya manusia maupun peralatannya, hal ini dilakukan agar mereka selalu dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang ada.
2. Berdasarkan keunggulan bersaing, menunjukkan bahwa item tentang UMKM mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini, dalam menciptakan produk baru sebaiknya dapat menekan besarnya biaya produksi agar nanti produk bisa bersaing di pasaran.

3. Dalam hal kinerja bisnis, menunjukkan item tentang UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini perlunya memperbaiki kekurangan dalam usaha baik yang berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal.

## REFERENCES

- Anoraga, P. (2019). *Manajemen Bisnis*. Semarang: PT. Rineka Cipta Gomes,
- F. C. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Handoko, T. H, (2019). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPF
- Hasibuan, H. A., & Andika, R. (2023, March). The Characteristics of Organizational Culture on Teacher Performance in Schools. In *The International Conference on Education, Social Sciences and Technology (ICESST)* (Vol. 2, No. 1, pp. 66-70).
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. P. (2016). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia, Cetakan Ketiga*. Bandung: Refika Aditama.
- Manullang, M. & Manuntun, P. (2019). *Metode Penelitian: Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Cipta Pustaka Media.
- Munandar, A. S. (2017). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press).
- Nitisemito, A. S. (2019). *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kelima, Cetakan Keempat belas*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pelly, C., Menanti, D. (2018). *Teori-Teori Sosial Budaya*. Jakarta: Direktorat Jendral pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Richard, S. M. (2015). *Efektivitas Organisasi (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga
- Ravianto, J. (2018). *Manajemen Personalia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rivai, V. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Edisi 2*. Jakarta: Rajawali Pers.



- Rusiadi., Subiantoro, N., & Hidayat, R. (2016). Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Listrel. Medan: USU Press.
- Russo, M. (2009), “Menjelaskan dampak ISO 14001 pada kinerja emisi: dinamis perspektif kapabilitas pada proses dan pembelajaran”, Strategi Bisnis dan Lingkungan , Jil. 18 No.5, hlm. 307-319.
- Russo, MV dan Fouts, PA (1997), “Sebuah perspektif berbasis sumber daya pada lingkungan perusahaan kinerja dan profitabilitas”, Jurnal Akademi Manajemen , Jil. 40 No.3, hlm. 534-559.
- Sainaghi, R., Phillips, P. dan Corti, V. (2013), “Mengukur kinerja hotel: menggunakan keseimbangan pendekatan perspektif kartu skor”, Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan , Jil. 34, hlm. 150-159.
- Schaefer, A. (2009), “Penghijauan perusahaan dan perubahan rezim peraturan: air Inggris industri”, Strategi Bisnis dan Lingkungan , Jil. 18 No.5, hal.320-333.
- Setiawan, N., Wakhyuni, E., & Setiawan, A. (2021). Balance Scorecard Analysis of Increasing MSME Income During the Covid 19 Pandemic in Samosir District. *Ilomata International Journal of Social Science*, 2(4), 233-245.
- Setiawan, N., & Pulungan, N. Effect Of Performance Of Career Orientation And Development Productivity Work On Pt. Gudang Garam Tbk. Branch Of Medan.
- Setiawan, N., & Wakhyuni, E. Analisis Perencanaan Komunikasi Dan Evaluasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Sriwijaya Air Distric Medan.