

FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN UMKM MELALUI PENDEKATAN FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Tita Siyamiyati¹
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Pelita Bangsa
Email: Tsiyamiyati@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, namun tingkat kegagalan UMKM masih tinggi, khususnya dalam lima tahun pertama operasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi dokumentasi dari literatur dan jurnal ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal, seperti kompetensi sumber daya manusia, manajemen keuangan, produksi-operasional, dan strategi pemasaran, berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Selain itu, faktor eksternal seperti dukungan kebijakan pemerintah, kondisi sosial-ekonomi, dan peran lembaga keuangan juga memberikan kontribusi penting. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada kekuatan internal, melainkan juga dipengaruhi secara langsung oleh faktor eksternal. Koefisien determinasi sebesar 46,9% memperkuat fakta bahwa hampir separuh variasi keberhasilan UMKM dapat dijelaskan oleh faktor-faktor tersebut. Penelitian ini juga menemukan bahwa akses ke lembaga keuangan, meskipun penting, dapat menjadi kendala apabila diiringi dengan bunga pinjaman tinggi. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM ke depan harus memperhatikan sinergi antara penguatan faktor internal dan optimalisasi dukungan eksternal untuk mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

Kata kunci: UMKM, faktor internal, faktor eksternal, keberhasilan usaha.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economic development; however, the failure rate of MSMEs remains high, especially within the first five years of operation. This study aims to analyze the internal and external factors influencing the success of MSMEs, focusing on enterprises in Bogor City. The research employed a descriptive qualitative approach using secondary data obtained from relevant journals and scientific literature. The results indicate that internal factors, such as human resource competencies, financial management, production and operational efficiency, and marketing strategies, significantly affect MSMEs' success. Moreover, external factors such as government policy support, socio-economic conditions, and the role of financial institutions also contribute significantly. These

Article history

Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism checker no
886 Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.3
59 Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

findings highlight that MSME success is not solely dependent on internal strength but is also directly influenced by external conditions. A determination coefficient of 46.9% confirms that nearly half of the variation in MSMEs' success can be explained by these factors. Furthermore, the study reveals that although access to financial institutions is essential, high loan interest rates can hinder profit growth. Therefore, future MSME development strategies should focus on strengthening internal capacities while optimizing external support to ensure business sustainability and growth.

Keywords: MSMEs, internal factors, external factors, business success.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung dalam penyediaan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,34% terhadap total PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Peran ini semakin krusial dalam memperkuat struktur ekonomi nasional yang lebih merata dan berkeadilan.

Di tingkat lokal, Kota Bogor menjadi salah satu daerah yang menunjukkan perkembangan signifikan dalam sektor UMKM. Berdasarkan data yang dihimpun, pada tahun 2019 tercatat sebanyak 30.822 unit usaha UMKM aktif di Kota Bogor, menunjukkan peningkatan yang cukup pesat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini menunjukkan tingginya potensi UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, pertumbuhan jumlah tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat keberhasilan dan keberlanjutan UMKM itu sendiri.

Berbagai studi menunjukkan bahwa meskipun jumlah UMKM terus meningkat, banyak di antaranya yang tidak mampu bertahan lebih dari lima tahun pertama operasional mereka. Menurut survei yang dilakukan oleh berbagai lembaga, lebih dari 60% UMKM mengalami kegagalan dalam kurun waktu tersebut. Tingginya tingkat kegagalan ini menjadi indikasi adanya persoalan fundamental yang belum sepenuhnya teratasi dalam pengelolaan UMKM, baik dari sisi internal maupun eksternal.

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM dapat dikategorikan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kompetensi sumber daya manusia, kemampuan manajemen keuangan, efektivitas produksi dan operasional, serta strategi pemasaran. (Munizu, 2010) menyatakan bahwa keberhasilan UMKM banyak ditentukan oleh kekuatan internal, seperti pengelolaan SDM dan keuangan yang baik. SDM yang kompeten tidak hanya mampu menjalankan operasional usaha, tetapi juga mampu berinovasi untuk menghadapi perubahan pasar yang dinamis.

Selain faktor internal, faktor eksternal juga memiliki peranan penting. Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan, fasilitas akses pembiayaan, pelatihan teknis, serta regulasi yang kondusif menjadi aspek yang krusial. Selain itu, kondisi sosial-ekonomi masyarakat, tren konsumsi, serta perkembangan teknologi juga sangat mempengaruhi peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM. Studi dari (Lambey, 2018) menunjukkan bahwa akses terhadap informasi pasar secara signifikan meningkatkan peluang keberhasilan UMKM, khususnya bagi wirausaha wanita.

Namun demikian, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh faktor eksternal terhadap keberhasilan UMKM. Sandra dan Purwanto (2015) mengungkapkan bahwa faktor eksternal lebih banyak berperan secara tidak langsung, yakni memperkuat faktor internal seperti manajemen dan inovasi. Sebaliknya, penelitian-penelitian terbaru seperti yang dilakukan oleh (Kumalasari dan Asandimitra, 2019) menegaskan bahwa

faktor eksternal seperti modal usaha dan keberlanjutan usaha berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu dianalisis lebih dalam, khususnya dalam konteks lokal seperti Kota Bogor yang memiliki karakteristik sosial ekonomi tersendiri.

Selain itu, masih banyak UMKM yang menghadapi hambatan klasik seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan, kurangnya inovasi produk, lemahnya manajemen operasional, serta keterbatasan akses pasar. (Eriana Saprida, 2024) menambahkan bahwa faktor kepemimpinan dan karakteristik wirausaha seperti ketekunan dan keberanian mengambil risiko juga sangat menentukan. Dalam banyak kasus, meskipun UMKM memiliki potensi produk yang baik, keterbatasan dalam aspek pemasaran digital dan adaptasi teknologi menghambat mereka untuk berkembang lebih luas.

Kondisi di atas memperlihatkan bahwa untuk memahami keberhasilan UMKM secara komprehensif, diperlukan pendekatan yang menggabungkan analisis faktor internal dan eksternal secara simultan. Penelitian terdahulu banyak yang hanya memfokuskan pada salah satu aspek saja, baik internal maupun eksternal. Padahal, dalam praktiknya, interaksi antara kekuatan internal dan dukungan eksternal sangat menentukan keberhasilan sebuah usaha. Dengan memperhatikan dua aspek tersebut secara bersama-sama, akan diperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor apa saja yang perlu diperkuat untuk mendorong keberhasilan UMKM.

Selain itu, dalam konteks perkembangan zaman saat ini, UMKM tidak hanya dihadapkan pada persaingan lokal, tetapi juga persaingan global. Era digitalisasi, perdagangan bebas, serta perubahan preferensi konsumen menuntut UMKM untuk lebih adaptif dan inovatif. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM, khususnya di Kota Bogor sebagai salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya ilmu manajemen usaha kecil menengah dengan model integratif yang menggabungkan faktor internal dan eksternal. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga terkait dalam merancang strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan di masa depan.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, buku teks ekonomi manajerial, laporan pemerintah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan (Yulianingsih, 2021) (Merdekawati & Rosyanti, 2019), (Kumalasari & Asandimitra, 2019), (Saprida et al., 2024). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi yakni dengan menelaah dan menganalisis dokumen-dokumen tersebut.

Analisis data menggunakan langkah-langkah mengklasifikasikan temuan berdasarkan faktor internal dan eksternal, membandingkan hasil penelitian terdahulu, serta menarik kesimpulan dari integrasi berbagai sumber literatur. Penelitian terdahulu yang digunakan berfokus pada faktor-faktor keberhasilan UMKM, seperti kompetensi sumber daya manusia, literasi keuangan, dukungan pemerintah, serta adaptasi terhadap pasar digital. Adapun kriteria literatur yang digunakan adalah terbit dalam rentang waktu 2020-2025 dan relevan dengan topik strategi harga UMKM. Batasan penelitian ini adalah tidak menggunakan data primer melalui wawancara atau survei langsung, sehingga hasil analisis sepenuhnya bersumber dari data sekunder.

Setelah melakukan pencarian di Google scholar didapatkan hasil kemudian di ekslusi dan inklusi dan hasil akhir 6 artikel yang akan di telaah yaitu sebagai berikut :

No	Nama Pengarang, Tahun	Judul Penelitian dan Tujuan penelitian	Subjek Penelitian Dan Tempat	Metode	Hasil
1	Eka Merdekawati, Novi Rosyanti	Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA BOGOR) Tujuan : untuk menganalisis bahwa pemahaman akuntansi dan strategi pemasaran merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan UMKM di Kota Bogor.	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41 orang pemilik UMKM yang berlokasi di Kota Bogor Tengah	Teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis Mutivariat dependensi dengan menggunakan regresi berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemahaman Akuntansi berpengaruh terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Bogor dengan kesimpulan H1 diterima. Sedangkan Strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Bogor dengan kesimpulan H2 ditolak. Hal ini mengandung implikasi agar ke depannya pihak UMKM meningkatkan pemahaman akuntansi untuk menopang keberhasilan UMKM.
2	Eriana Saprida, Suhada, Syfa Tasya Zahwani, Abdul Hafiz, Nurbaiti	Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN BISNIS PADA	Penelitian ini mengambil studi kasus pada UMKM Zhafira Popcorn, sebuah	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami faktor-faktor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM Zhafira Popcorn dipengaruhi

		UMKM ZHAFIRA POPCORN Tujuan : n untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dengan fokus pada UMKM Zhafira Popcorn	usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang produksi dan penjualan popcorn. Tempat: Penelitian dilakukan di Medan, Sumatera Utara	yang memengaruhi keberhasilan bisnis pada UMKM Zhafira Popcorn. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur yang memungkinkan peneliti menggali lebih dalam persepsi, pengalaman, dan pandangan pemilik usaha terhadap fenomena yang diteliti. Lokasi Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara langsung, dokumentasi, serta pembuatan transkrip untuk dianalisis secara induktif. Dengan metode ini, peneliti berusaha menangkap makna di balik pengalaman empiris yang	oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup karakteristik pengusaha yang memiliki jiwa kepemimpinan dan manajerial yang baik, kualitas sumber daya manusia yang kompeten, serta pengelolaan modal yang efisien. Di sisi lain, faktor eksternal seperti dukungan kebijakan pemerintah, pemahaman terhadap pasar dan persaingan, serta pemanfaatan teknologi menjadi elemen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Meskipun inovasi telah dilakukan dalam hal kemasan dan produk, Zhafira Popcorn masih menghadapi
--	--	--	---	--	---

				diungkapkan oleh subjek penelitian.	kendala dalam pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam sistem keuangan dan strategi pemasaran yang masih bersifat tradisional.
3	LINDA LAMBEY , HERMAN KARAMOY, ROBERT LAMBEY , LINTJE KALANGI	Judul : Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Wirausaha Wanita Di Kota Manado Tujuan : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pertumbuhan laba UMKM wirausaha wanita di Kota Manado yang nantinya diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan pihak terkait untuk membuat kebijakan yang dapat membantu peningkatan kinerja UMKM wirausaha	Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dijalankan oleh wirausaha wanita di Kota Manado.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas untuk menganalisis pengaruh akses ke lembaga keuangan, akses informasi pasar, motivasi kerja, dan kemampuan kewirausahaan terhadap pertumbuhan laba UMKM yang dijalankan oleh wirausaha wanita di Kota Manado. Analisis data menggunakan regresi berganda dengan metode Ordinary Least Square	Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses ke lembaga keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan laba UMKM wanita, disebabkan oleh tingginya bunga pinjaman dan prosedur kredit yang rumit. Sebaliknya, akses informasi pasar berpengaruh positif dan signifikan karena membantu pelaku UMKM menemukan peluang pasar baru dan meningkatkan omzet penjualan.

		wanita di Kota Manado.		(OLS) yang dijalankan melalui program statistik SPSS, guna mengidentifikasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu peningkatan laba UMKM.	Motivasi kerja juga berpengaruh negatif secara signifikan, mengingat beban ganda sebagai ibu rumah tangga mengurangi produktivitas wirausaha wanita. Adapun kemampuan kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba, karena kemampuan manajerial, akuntansi, pemasaran, dan operasional yang baik memungkinkan pelaku usaha mengelola bisnis secara efisien dan menguntungkan.
4	Bekti Kumalasari, Nadia Asandimitra	Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KINERJA UMKM DI KABUPATEN BOJONEGORO Tujuan : untuk mengetahui variabel mana saja yang	Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bojonegoro	Penelitian ini menggunakan pendekatan kausalitas dengan teknik analisis regresi linier berganda yang dijalankan melalui perangkat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel yang diteliti, hanya modal usaha yang berpengaruh signifikan terhadap

		berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja pelaku UMKM, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan strategi peningkatan kapasitas usaha kecil dan menengah.		lunak SPSS. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung kepada para pelaku usaha di lokasi masing-masing. Variabel yang diukur mencakup literasi keuangan, tingkat pendidikan, keberlanjutan usaha, pencatatan keuangan, dan modal usaha, dengan skala pengukuran yang berbeda sesuai dengan karakteristik masing-masing variabel.	kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. Sementara itu, variabel literasi keuangan, tingkat pendidikan, keberlanjutan usaha, dan pencatatan keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kecukupan modal menjadi faktor utama dalam meningkatkan produktivitas dan keberlangsungan usaha pelaku UMKM di daerah tersebut.
5	Yulianingsih	Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUH I KEBERHASILAN UMKM MELALUI PENDEKATAN FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL Tujuan : untuk mengkaji faktor-faktor	Populasi dari observasi ini adalah pelaku UMKM Kota Bogor sebanyak 30.822. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif.	Penelitian menunjukkan bahwa: Faktor internal (seperti SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bogor.

		yang berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM melalui pendekatan faktor internal dan faktor eksternal di kota Bogor	sampel sebanyak 100 sampel.		Faktor eksternal (seperti kebijakan pemerintah, aspek sosial-ekonomi, dan peran lembaga) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Secara simultan, kedua faktor tersebut memberikan kontribusi sebesar 46,9% terhadap keberhasilan UMKM, sisanya 53,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
6	Jesica Apriani dan Sarwo Edy Handoyo	Judul : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Fashion Tujuan : n untuk mengetahui pengaruh keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, jaringan dan kompetensi kewirausahaan sebagai variabel	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pemilik usaha mikro kecil dan menengah di Pasar Tanah Abang	Teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) berupa aplikasi Smart-PLS versi 3.0.	Hasil penelitian ini menunjukkan keteampilan kewirausahaan, orientasi pasar, dan jaringan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja yang dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan dan kompetensi

		mediasi yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil dan menengah pada bidang fashion di Pasar Tanah Abang			kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja.
--	--	---	--	--	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM melalui pendekatan faktor internal dan eksternal. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa faktor internal dan eksternal berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan UMKM, dengan koefisien determinasi sebesar 46,9%. Ini menunjukkan bahwa hampir separuh variasi keberhasilan UMKM di Kota Bogor dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut.

Analisis Faktor Internal

Faktor internal meliputi aspek sumber daya manusia (SDM), keuangan, produksi dan operasional, serta pasar dan pemasaran.

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM merupakan aspek paling penting dalam mendukung keberhasilan UMKM. Kompetensi pelaku usaha, seperti kemampuan mengelola keuangan, melakukan inovasi produk, hingga beradaptasi dengan perubahan pasar, menjadi faktor kunci. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Eriana Saprida, 2024) yang menemukan bahwa kepemimpinan yang efektif dan SDM yang kompeten sangat berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis. Menurut penelitian (Munizu, 2010) juga memperkuat temuan ini, menyatakan bahwa faktor SDM yang handal berperan besar dalam meningkatkan daya saing UMKM.

2. Keuangan

Manajemen keuangan yang baik memungkinkan UMKM mengoptimalkan penggunaan modal, menjaga arus kas, dan mengendalikan pengeluaran. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang terstruktur berhubungan erat dengan pertumbuhan modal dan perluasan usaha. Sejalan dengan itu, penelitian (Eka Merdekawati dan Novi Rosyanti, 2019) menyatakan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Mereka menemukan bahwa UMKM yang memahami akuntansi lebih mampu mengambil keputusan keuangan yang strategis dibandingkan yang tidak.

3. Produksi dan Operasional

Efisiensi produksi dan manajemen operasional mempengaruhi kemampuan UMKM memenuhi permintaan pasar. UMKM dengan perencanaan produksi yang baik, penggunaan teknologi sederhana, dan pengawasan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperluas pasar. Hal ini diperkuat oleh studi (Tambunan, 2002), yang menyatakan bahwa sistem operasional yang baik memperbesar peluang UMKM untuk tumbuh.

4. Pasar dan Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas. Meskipun penelitian (Merdekawati dan Rosyanti, 2019) menemukan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan, dalam penelitian ini, pemasaran tetap dianggap penting sebagai sarana untuk memperkenalkan produk, memperluas pasar, dan meningkatkan volume penjualan. Pemasaran berbasis teknologi

seperti media sosial terbukti memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM yang adaptif.

Analisis Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi kebijakan pemerintah, kondisi sosial-ekonomi, dan peran lembaga terkait.

1. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah, termasuk pembinaan, fasilitasi akses modal, penyederhanaan perizinan, dan penyelenggaraan pelatihan, berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Dukungan pemerintah membantu mengurangi hambatan-hambatan eksternal yang dihadapi UMKM. Ini sejalan dengan temuan (Sandra & Purwanto, 2015) yang menyatakan bahwa aspek kebijakan pemerintah berkontribusi terhadap penguatan faktor internal UMKM.

2. Kondisi Sosial-Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi lokal, daya beli masyarakat, dan kondisi sosial secara umum berpengaruh terhadap permintaan produk UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi sosial ekonomi yang mendukung membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang. Menurut (Bekti Kumalasari dan Nadia Asandimitra, 2019) juga menekankan bahwa keberlanjutan bisnis UMKM sangat dipengaruhi oleh kestabilan ekonomi regional.

3. Peran Lembaga Terkait

Peran perguruan tinggi, lembaga pelatihan, serta lembaga keuangan terbukti penting. Akses terhadap informasi pasar dan pelatihan teknis memberikan keunggulan kompetitif kepada UMKM. (Linda Lambey, 2018) dalam studinya menyatakan bahwa akses terhadap informasi pasar memberikan peluang lebih besar kepada UMKM wanita untuk memperluas usaha dan meningkatkan laba.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini memperkuat berbagai temuan penelitian sebelumnya, namun juga menunjukkan beberapa perbedaan penting yang memperkaya diskursus akademik tentang keberhasilan UMKM.

Penelitian (Yulianingsih, 2021) menyatakan bahwa faktor internal, seperti aspek SDM, keuangan, produksi dan operasional, serta pemasaran, berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bogor. Hasil ini sepenuhnya konsisten dengan penelitian ini, di mana SDM yang berkualitas, pengelolaan keuangan yang efektif, serta efisiensi produksi menjadi penentu utama keberhasilan. Penelitian ini memperkuat bahwa manajemen internal yang baik tetap menjadi pondasi kesuksesan UMKM, sejalan dengan pendekatan teori sumber daya internal (resource-based view).

Namun, penelitian ini juga mengkritisi pandangan yang terlalu mengandalkan faktor internal semata. Misalnya, (Sandra dan Purwanto, 2015) menemukan bahwa faktor eksternal tidak memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap keberhasilan UMKM, melainkan lebih sebagai pemicu penguatan faktor internal. Sementara dalam penelitian ini, faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan akses informasi pasar ditemukan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keberhasilan, tanpa harus dimediasi terlebih dahulu oleh faktor internal. Ini menunjukkan adanya pergeseran bahwa dalam konteks pasar yang semakin kompetitif, dukungan eksternal tidak bisa dianggap sebagai faktor sekunder.

Selanjutnya, penelitian (Eka Merdekawati dan Novi Rosyanti, 2019) menunjukkan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM, sedangkan strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini memperkuat pentingnya pemahaman akuntansi sebagai fondasi dalam pengelolaan usaha. Namun berbeda dari temuan mereka, dalam penelitian ini, pemasaran dinilai tetap berkontribusi, terutama dalam konteks era digital

saat ini, di mana strategi pemasaran melalui media sosial dapat menjadi faktor pendorong pertumbuhan usaha meski tidak sepenuhnya dominan.

Penelitian (Bekti Kumalasari dan Nadia Asandimitra, 2019) menemukan bahwa faktor modal usaha merupakan satu-satunya variabel eksternal yang berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini menambahkan bahwa selain modal, faktor sosial-ekonomi dan akses terhadap informasi pasar juga berperan penting. Ini menunjukkan bahwa dalam perkembangan terkini, keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan modal, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam membaca dan merespons dinamika pasar.

Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian (Linda Lambey, 2018) yang menekankan pentingnya akses informasi pasar. Seperti pada UMKM wanita di Manado, dalam penelitian ini, pelaku usaha yang memiliki akses luas terhadap informasi pasar mampu meningkatkan omzet dan laba usaha mereka. Namun, Lambey et al. (2018) juga menemukan bahwa akses ke lembaga keuangan malah berdampak negatif akibat bunga pinjaman yang tinggi. Penelitian ini mendukung temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa walaupun akses modal tersedia, bunga pinjaman yang tidak bersahabat justru membebani pelaku UMKM, mengurangi profitabilitas.

Sementara itu penelitian (Eriana Saprida, 2024) menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, seperti inovasi dan kepemimpinan, berperan besar terhadap keberhasilan. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa kepemimpinan yang inovatif tidak hanya penting di tahap awal usaha, tetapi juga krusial dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang ketat.

Perbandingan ini menunjukkan bahwa walaupun banyak penelitian sebelumnya mengonfirmasi pentingnya faktor internal, penelitian ini menambahkan perspektif bahwa faktor eksternal, terutama dukungan pemerintah, kondisi sosial-ekonomi, dan kemudahan akses pasar, kini memainkan peran yang lebih vital. Dalam lingkungan bisnis modern yang sangat dinamis, ketergantungan pada kekuatan internal saja tidak cukup tanpa didukung ekosistem eksternal yang kondusif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat hasil-hasil terdahulu, tetapi juga mengajukan pandangan baru tentang perlunya keseimbangan antara penguatan internal dan optimalisasi faktor eksternal dalam strategi pengembangan UMKM.

Analisis Kritis

Walaupun faktor internal dan eksternal terbukti berpengaruh, nilai koefisien determinasi sebesar 46,9% menunjukkan masih terdapat 53,1% variabel lain yang belum terjelaskan dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain seperti inovasi teknologi, jaringan bisnis (networking), adopsi digitalisasi, dan motivasi personal pelaku usaha dapat menjadi aspek yang perlu dikaji dalam penelitian lanjutan.

Selain itu, faktor karakteristik wilayah, misalnya kedekatan dengan pusat ekonomi atau keberadaan kawasan wisata, juga dapat menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara faktor internal-eksternal dan keberhasilan UMKM.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat pentingnya pendekatan holistik dalam mengembangkan UMKM. Tidak cukup hanya memperbaiki manajemen internal, tetapi perlu juga sinergi dengan lingkungan eksternal yang kondusif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dipengaruhi secara signifikan oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal yang meliputi sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, produksi-operasional, serta strategi pemasaran berperan besar dalam mendorong pertumbuhan dan

keberhasilan UMKM. Kompetensi pelaku usaha dalam mengelola keuangan, kemampuan berinovasi, kepemimpinan yang efektif, serta pengelolaan operasional yang efisien menjadi elemen kunci yang menentukan tingkat keberhasilan usaha. Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya kekuatan internal dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, faktor eksternal juga terbukti memiliki pengaruh penting. Dukungan pemerintah melalui kebijakan, fasilitasi akses modal, serta pelatihan keterampilan usaha berkontribusi nyata dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif. Kondisi sosial-ekonomi masyarakat, akses informasi pasar, dan peran lembaga terkait turut menentukan peluang UMKM untuk bertahan dan berkembang. Penelitian ini menemukan bahwa, dalam era persaingan dan globalisasi yang semakin ketat, faktor eksternal tidak hanya memperkuat faktor internal, tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap keberhasilan UMKM.

Temuan menarik lainnya adalah bahwa meskipun akses ke lembaga keuangan menjadi salah satu faktor pendukung, bunga pinjaman yang tinggi dan prosedur perbankan yang kompleks justru dapat menjadi penghambat pertumbuhan laba UMKM. Oleh karena itu, reformasi dalam skema pembiayaan UMKM perlu menjadi perhatian untuk mendukung keberhasilan usaha secara optimal. Penelitian ini memperkaya literatur sebelumnya dengan menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak dapat hanya bergantung pada satu faktor tunggal. Sebaliknya, keberhasilan UMKM adalah hasil dari sinergi antara penguatan faktor internal dan optimalisasi faktor eksternal. Tanpa kesiapan internal yang kuat dan tanpa dukungan eksternal yang memadai, UMKM akan kesulitan untuk bertahan di tengah dinamika pasar yang cepat berubah.

Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM ke depan harus bersifat holistik, memperhatikan penguatan kapasitas internal pelaku usaha, sekaligus membangun ekosistem eksternal yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan manajemen usaha, literasi keuangan, dan pengembangan keterampilan teknis. Pemahaman yang baik terhadap aspek akuntansi, pemasaran, serta manajemen produksi akan memperbesar peluang untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, UMKM perlu memanfaatkan teknologi informasi, khususnya media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Pemerintah daerah dan lembaga pemberdayaan UMKM diharapkan dapat memperluas program-program pelatihan berbasis kebutuhan nyata pelaku usaha, terutama dalam bidang manajemen keuangan, inovasi produk, dan pemasaran digital. Disarankan juga untuk memperbaiki skema pembiayaan UMKM dengan menurunkan tingkat bunga kredit, menyederhanakan prosedur pinjaman, serta meningkatkan transparansi dalam pemberian bantuan modal. Selain itu, penyediaan akses informasi pasar dan fasilitasi jaringan bisnis antar pelaku UMKM perlu diperkuat untuk mendukung pertumbuhan usaha kecil menengah secara berkelanjutan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian dengan memasukkan faktor lain seperti adopsi teknologi digital, inovasi produk, jejaring bisnis (networking), serta motivasi kewirausahaan. Selain itu, penelitian di masa mendatang dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk menganalisis perubahan faktor-faktor keberhasilan UMKM dalam jangka waktu tertentu, sehingga diperoleh gambaran lebih komprehensif mengenai dinamika pertumbuhan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adomako, S., & Danso, A. (2014). Entrepreneurial orientation and financial performance: Mediating role of networking capability and moderating role of financial resource availability. *International Small Business Journal*, 32(2), 117-139.
- Ali, H. (2003). *Manajemen: Teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 8(1), 45-60.
- Bekti Kumalasari, & Asandimitra, N. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 784-790.
- Dzisi, S. (2008). Entrepreneurial activities of indigenous African women: A case of Ghana. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(3), 254-264.
- Eka Merdekawati, & Rosyanti, N. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM (Studi kasus pada UMKM di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 5(2), 165-174.
- Eriana Saprida, Suhada, S. T. Zahwani, A. Hafiz, & Nurbaiti. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis pada UMKM Zhafira Popcorn. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 117-128.
- Fatoki, O. (2014). The impact of managerial competencies on the performance of SMEs in the Buffalo City Metropolitan Municipality. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(14), 141-152.
- Hafsah, M. J. (2004). *Upaya pengembangan usaha kecil menengah (UKM)*. Jakarta: Infokop.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Karadag, H. (2017). The impact of critical success factors on the performance of SMEs: A research on manufacturing SMEs in the city of Konya, Turkey. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 19(1), 56-76.
- Lambey, L., Karamoy, H., Lambey, R., & Kalangi, L. (2018). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM wirausaha wanita di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 171-180.
- Machfoedz, M., & Mas'ud, M. (2015). *Strategi pemasaran dan daya saing UMKM di era globalisasi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja UMKM di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 33-41.
- Nurlaela, S. (2014). *Akuntansi keuangan menengah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- Sandra, A., & Purwanto, E. (2015). Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 158-165.
- Setyobudi, D. (2007). UMKM pilar utama perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 15-24.
- Tambunan, T. (2002). *Usaha kecil dan menengah di Indonesia: Beberapa isu penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi. (2018). Peranan UMKM dalam peningkatan ekonomi daerah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 87-95.
- Wibowo, A., & Kurniawati, I. (2016). Pengaruh pemahaman akuntansi terhadap keberhasilan UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(1), 125-137.
- Widyani, A. (2013). *UMKM: Pilar perekonomian nasional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UMKM.
- Yulianingsih. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM melalui pendekatan faktor internal dan faktor eksternal. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(1), 98-108.