

# PERAN STRATEGI KOMUNITAS UMKM DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM (STUDI PADA KOMUNITAS SUMSEL *CRAFTERS*)

Winda Mazzaya Khayyana<sup>1</sup>, Dwi Kurnia Oktora Putri<sup>2</sup>, Amelia Karlina<sup>3</sup>, Muhammad Albin Dirgantara<sup>4</sup>, M. Alfarizi Wijdham<sup>5</sup>, Rita Martini<sup>6</sup>, Febrianty<sup>7</sup>, Ahmad Ari Gunawan<sup>8</sup>

Politeknik Negeri Sriwijaya<sup>1-6,8</sup>, Politeknik Palcomtech<sup>8</sup>,

Email: [mazzayawinda@gmail.com](mailto:mazzayawinda@gmail.com) <sup>\*1</sup>, [dwik691@gmail.com](mailto:dwik691@gmail.com) <sup>2</sup>, [ameliakarlina16@gmail.com](mailto:ameliakarlina16@gmail.com) <sup>3</sup>,  
[albindirg22@gmail.com](mailto:albindirg22@gmail.com) <sup>4</sup>, [alfariziwijdham@gmail.com](mailto:alfariziwijdham@gmail.com) <sup>5</sup>, [martinirita65@gmail.com](mailto:martinirita65@gmail.com) <sup>6</sup>,  
[febrianty@palcomtech.ac.id](mailto:febrianty@palcomtech.ac.id) <sup>7</sup>

**Abstract:** Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) make a significant contribution to the economy. An organization, by nature, always requires an ever-increasing performance, by joining a community, namely the Sumsel Crafters Community. The members hope to gain new insights and also expand the network that will help in business activities. This study aims to formulate community strategies in improving the performance of SMEs. The focus of the discussion is on the internal factors that influence the performance of MSMEs who are members of the community producing handicraft products, namely the Sumsel Crafters Community. The results showed that internal factors had an effect on improving the performance of MSME members of the Sumsel Crafters Community. Basically, community members must have the awareness to manage the organization's internal factors by looking at various aspects, such as human resources, financial aspects, operational technical aspects, and market and marketing aspects to continuously improve their performance. In addition, based on the results of the research, the role of the Sumsel Crafters Community in developing member performance is quite good, but still needs to be maintained and improved.

**Keywords:** Strategy, MSMEs Performance, Craft

**Abstrak:** Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang cukup besar dalam perekonomian. Suatu organisasi, pada dasarnya selalu menghendaki adanya kinerja yang terus meningkat, dengan bergabung di suatu komunitas yaitu Komunitas Sumsel *Crafters*. Para anggota berharap dapat memperoleh *insight* baru dan juga memperluas jaringan yang akan membantu dalam kegiatan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi komunitas dalam meningkatkan kinerja UMKM. Fokus pembahasan pada faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM yang tergabung pada komunitas penghasil produk-produk kerajinan yaitu Komunitas Sumsel *Crafters*. Hasil penelitian, menunjukkan bahwa faktor-faktor internal berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM anggota Komunitas Sumsel *Crafters*. Pada dasarnya para anggota komunitas harus memiliki kesadaran untuk melakukan pengelolaan dari faktor internal organisasi dengan melihat berbagai aspek, berupa sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik operasional, dan aspek pasar dan pemasaran untuk terus meningkatkan kinerjanya. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian tersebut, peran Komunitas Sumsel *Crafters* dalam mengembangkan kinerja anggota sudah cukup bagus, akan tetapi masih perlu dijaga dan ditingkatkan.

**Kata kunci:** Strategi, kinerja UMKM, kerajinan

## 1. PENDAHULUAN

Dalam pembangunan nasional terutama dalam bidang ekonomi, masyarakat memiliki peranan yang besar yaitu dengan mendirikan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah salah satu penggerak ekonomi yang bertujuan untuk membangun perekonomian negara. Peran penting UKM salah satunya dalam penyerapan tenaga kerja sehingga membantu pemerintah mengurangi jumlah pengangguran yang mencapai lebih dari 75 persen tenaga kerja di luar Sektor Pertanian di Indonesia

(Ayem & Wahidah, 2021). Dengan banyaknya pekerja yang terserap, sektor UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

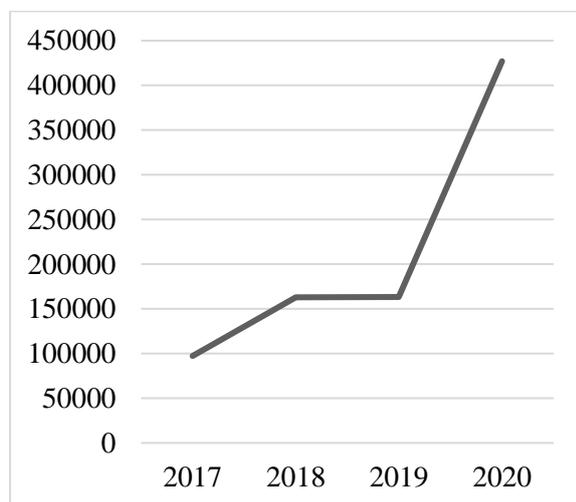
Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha ini dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi ba-

## PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

gian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar serta memenuhi kriteria lain. Setiap UMKM berusaha agar dapat mencapai tujuannya terutama dalam mendapatkan sebuah profit (keuntungan) karena keberadaan UMKM cukup dominan berada di Indonesia. Kondisi ini sangat memungkinkan karena setelah mengalami krisis ekonomi pun UMKM mampu terus bertahan serta pada masa pandemi Covid-19 UMKM malah terus bertambah.

Meningkatnya aktivitas ekonomi suatu daerah selalu ditunjang oleh meningkatnya kegiatan ekonomi sektoral dan peningkatan kegiatan ekonomi sektoral juga didorong atau aktivitas subsektor-subsektornya. Sehingga pada sektor-sektor yang dominan sebagai penopang utama dari pertumbuhan ekonomi suatu daerah, akan ditopang dari pertumbuhan aktivitas perekonomian subsektor-subsektor yang bersangkutan (Budiman & Herkulana, 2021). Berdasarkan data yang dihimpun Dinas Koperasi dan UKM Sumsel, jumlah UKM di Sumsel pada saat pandemi Covid-19 yaitu tahun 2020 mencapai 427 ribu UKM yang berarti meningkat dua kali lipat dari tahun 2019 yaitu 163.291 UKM serta pada tahun 2018 yaitu 162.981 dan tahun 2017 yaitu 97.311.



Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Sumsel, 2022

**Gambar 1.** Pertumbuhan UMKM di SumSel

Setiap tahunnya terjadi peningkatan UMKM di Sumatera Selatan. Dengan angka perkembangan jumlah UMKM tersebut diketahui bahwa antusiasme masyarakat dalam membuka usaha besar dan juga masyarakat semakin sadar akan pentingnya berwirausaha.

UMKM adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam membangun perekonomian daerah maupun negara. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 Bab I yang dimaksud dengan UMKM adalah:

1. Pasal 1 Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Pasal 2 Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Pasal 3 Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dengan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 adalah sebagai berikut:

1. Kriteria usaha mikro  
Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria usaha kecil  
Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria usaha menengah

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi, seperti rendahnya kompetensi sumber daya manusia, kesulitan modal dan alur pemasaran (Gunartin, 2017) dan juga faktor-faktor lain yang berasal dari luar maupun dalam. Oleh karena itu, UMKM harus dapat melakukan evaluasi terhadap pencapaian pada setiap periode melalui berbagai faktor yang kemungkinan mempengaruhi operasional UMKM kedepannya terutama faktor-faktor internal pada UMKM. Untuk terus mendapatkan informasi yang terbaru terhadap berbagai perkembangan, melakukan evaluasi dengan baik dan memperluas jaringan serta hal lain yang dapat mendorong kemajuan, UMKM dapat bergabung dalam suatu komunitas. Saat ini, banyak sekali komunitas-komunitas yang terbentuk untuk menjadi wadah bagi para wirausahawan untuk berdiskusi, bertukar informasi dan meningkatkan pengetahuan yang pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Salah satu komunitas yang saat ini paling aktif sehingga mendapatkan piagam penghargaan sebagai tenan terajin pada saat kegiatan PMKM PRIMA EXPO 2022 yang diselenggarakan bersama dengan Dinas Koperasi dan UKM Sumsel adalah komunitas Sumsel *Crafter*. Komunitas ini merupakan salah satu komunitas terbesar di Sumatera Selatan yang merupakan wadah bagi para pelaku UMKM dari berbagai daerah di Sumsel. Komunitas Sumsel *Crafter* merupakan komunitas yang terdiri dari para pelaku UMKM yang memproduksi beraneka kerajinan buatan tangan dan berlokasi di Jl. Yayasan 2 Lrg. Tanjung Kates Kel. II Ilir Kec. Ilir Timur II Palembang. Sumsel *Crafter* ini diketuai oleh Sheelvy Angraini dan memiliki anggota UMKM sebanyak 115 orang pengrajin aktif yang berasal dari

berbagai daerah di Prov. Sumsel. Para pelaku UMKM memproduksi aneka kerajinan berupa boneka yang menggunakan pakaian adat aesan gede, masker, tas dari bahan kain songket atau kain tenun dan lainnya.

Dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM perlu adanya peran terhadap strategi dalam komunitas UMKM dengan melihat berbagai aspek, berupa sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik operasional, dan aspek pasar dan pemasaran dalam komunitas tersebut. Menurut (Dwi M dkk., 2021: 30) UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan komunitas memiliki informasi bisnis yang cenderung luas, karena dalam komunitas tersebut pelaku UMKM dapat berbagi ide dan juga informasi bahan baku secara langsung atau informasi pameran dan informasi lain yang bermanfaat. Sehingga peran strategi komunitas ini dianggap penting dan dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "*stretegos*" yang artinya suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Selain sebagai perencanaan dan manajemen, strategi tidak hanya soal pencapaian tujuan saja, namun strategi juga mengenai kegiatan operasional untuk mencapai tujuan tersebut. (Sofjan, 2015: 168) menyatakan bahwa strategi adalah rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan suatu perusahaan. (Maslichan & Dewi, 2016) menjelaskan adapun beberapa langkah yang ditempuh oleh UKM untuk merumuskan strategi di antaranya:

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki;
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal;
3. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya;
4. Menentukan tujuan dan target yang terukur;
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Setiap UMKM (Rahmanto dkk., 2018) tentunya ingin memiliki kinerja yang terus meningkat hari demi harinya. Kinerja yang terus meningkat mengartikan bahwa UMKM tersebut telah sukses menjalankan strategi yang telah dibentuk dan telah mencapai tujuan

## PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

---

UMKM berupa pencapaian target penjualan dalam suatu kegiatan sehingga terwujudnya pencapaian sasaran, tujuan, misi dan visi UMKM dan sebaliknya. Kinerja yang meningkat atau menurun ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal.

Faktor internal dalam komunitas sangat mempengaruhi kinerja UMKM sehingga pada dasarnya para anggota komunitas harus memiliki kesadaran untuk melakukan pengelolaan dari faktor internal tersebut yaitu dengan melihat berbagai aspek berdasarkan penjelasan (Purba dkk., 2021: 38) berikut:

1. Aspek Sumber Daya Manusia
2. Aspek Keuangan
3. Aspek Teknik Produksi atau Operasional
4. Aspek Pasar dan Pemasaran.

Adanya pengaruh positif dari faktor-faktor internal terhadap kinerja UMKM (Radzi dkk., 2017). Faktor internal berpengaruh terhadap kinerja UKM (Rahmanto dkk., 2018). Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi komunitas dalam meningkatkan kinerja UMKM yang fokus pembahasan pada faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM yang tergabung pada komunitas penghasil produk-produk kerajinan yaitu Komunitas Sumsel *Crafters*.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan cara *nonprobability sampling*, dimana setiap UMKM tidak memiliki kesempatan yang sama untuk ambil bagian dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang objektif. Sehingga data yang terkait akan dianalisis untuk mengetahui peran strategi komunitas dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Objek penelitian yang merupakan sasaran untuk mendapatkan informasi dan data untuk tujuan tertentu. Objek penelitian yang akan diteliti adalah peran strategi komunitas UMKM dalam meningkatkan kinerja UMKM pada Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang.

Untuk mendapatkan data sesuai yang dibutuhkan peneliti maka diperlukan teknik-teknik dalam mengumpulkan data. Terdapat 2 cara teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2017: 137) yaitu riset lapangan dan studi pustaka:

### 1. Riset lapangan (*field research*)

#### a. *Interview* (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

#### b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

#### c. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.

### 2. Studi kepustakaan (*library research*)

Dengan menggunakan metode ini peneliti akan mendapatkan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti.

Berdasarkan teknik pengumpulan data di atas, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara dan kuesioner secara langsung dengan beberapa pihak untuk mendapatkan informasi yang relevan dan akurat serta melakukan studi kepustakaan dengan mencari buku, dan artikel-artikel yang berkaitan. Menurut (Sugiyono, 2017: 137) sumber data yang dapat digunakan yaitu:

#### 1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

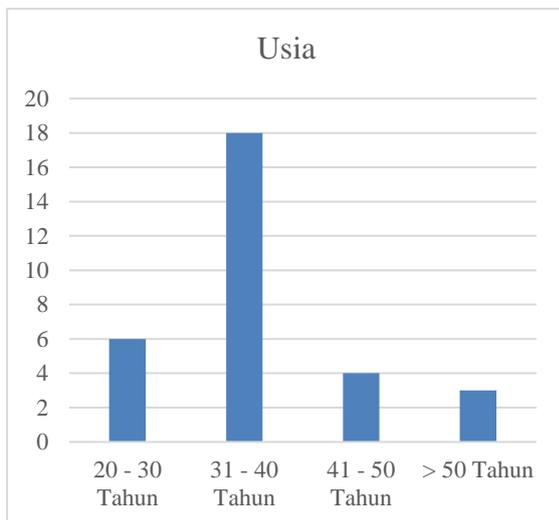
Peneliti menggunakan data primer. Data primer berupa hasil wawancara dan kuesioner yang didapat secara langsung dari pihak Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang. Kemudian populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang tergabung dalam Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang dengan jumlah 33 UMKM. Dengan demikian seluruh

populasi akan digunakan tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi.

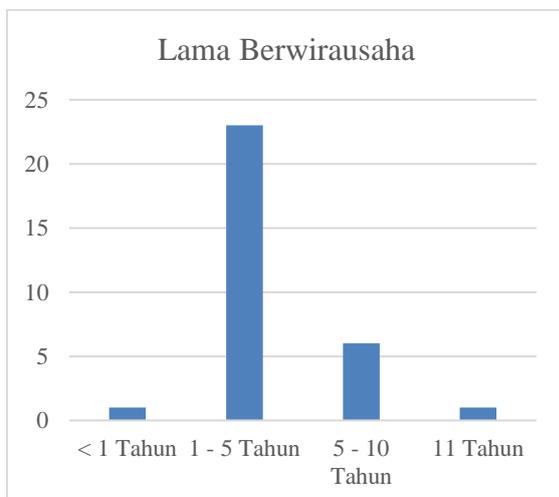
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini responden merupakan pemilik atau pengelola UMKM yang menjadi anggota Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang yang terbagi menjadi beberapa klasifikasi. Responden yang tergabung dalam Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang mayoritas berusia 31 – 40 tahun dengan persentase sebesar 58,06%, kemudian berusia 20 – 30 tahun sebesar 19,35% dan usia 41 – 50 tahun sebesar 12,90% serta lebih dari 50 tahun sebesar 9,68%. Berikut merupakan grafik usia responden yang tergabung sebagai anggota dalam Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang:

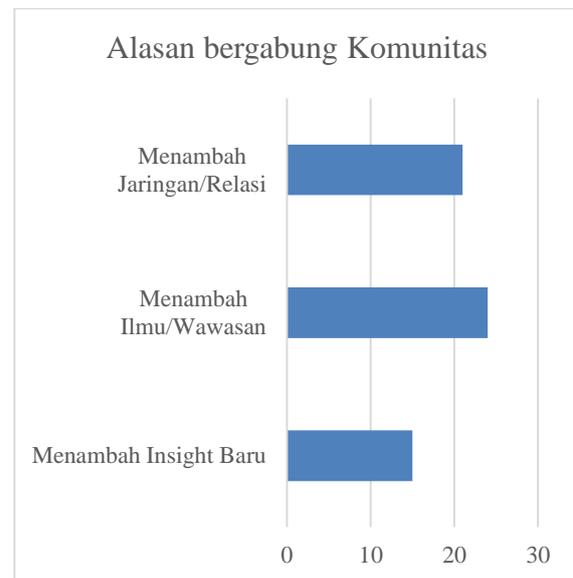


**Gambar 2.** Usia Responden

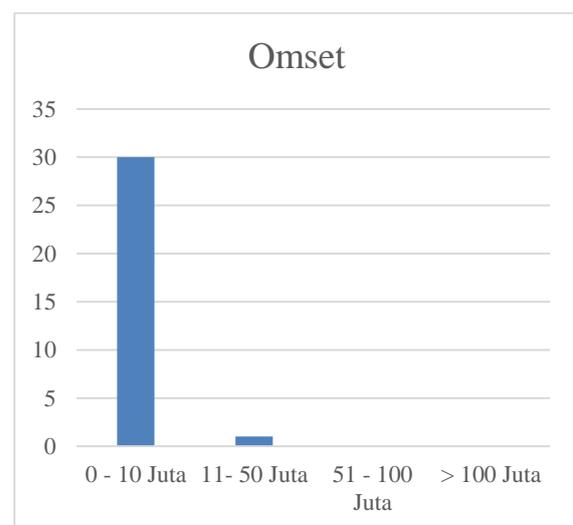


**Gambar 3.** Lama Berwirausaha UMKM yang tergabung dalam Komunitas Sumsel *Crafters* mayoritas telah berwirausaha

selama 1 – 5 tahun dengan persentase sebesar 74,19%, kemudian 5 – 10 tahun sebesar 19,35% dan < 1 tahun serta 11 tahun dengan persentase yang sama yaitu 3,23%. Kemudian dari penelitian ini dihasilkan bahwa dengan bergabung dalam Komunitas Sumsel *Crafters* ini para anggota berharap dapat memperoleh insight baru dan juga memperluas jaringan yang akan membantu dalam kegiatan bisnis serta menambah ilmu dan wawasan. Berikut merupakan grafik alasan responden bergabung sebagai anggota Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang:



**Gambar 4.** Alasan menjadi Anggota Komunitas Sumsel *Crafters*



**Gambar 5.** Omset

Anggota Komunitas Sumsel *Crafters* mayoritas memiliki omset/bulan sebesar 0 – 10 juta dengan persentase sebesar 96,77% dan 11 –

# PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

50 juta dengan persentase sebesar 3,23%. Omset/bulan ini mengalami kenaikan semenjak para anggota bergabung dalam Komunitas Sumsel *Crafters* Palembang karena para anggota sering mengikuti kegiatan bazar yang meningkatkan penjualan UMKM.

### 3.2 Regresi Linier Sederhana

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

**Tabel 1.** Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                       | Unstandardized Residual |
|---------------------------------------|-------------------------|
| N                                     | 33                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> Mean | ,0000000                |
| Std. Deviation                        | 2,15315273              |
| Most Extreme Differences              |                         |
| Absolute                              | ,111                    |
| Positive                              | ,111                    |
| Negative                              | -,099                   |
| Test Statistic                        | ,111                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Tabel 2.** Uji Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 1,885                       | 2,424      |                           | ,778  | ,443 |
| Faktor Internal | -,001                       | ,035       | -,007                     | -,042 | ,967 |

a. Dependent Variable: RES2

Uji heteroskedastisitas merupakan uji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksam-

maan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui nilai signifikansi  $0,967 > 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 3.** Variabel Entered/Removed Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

| Model | Variables Entered            | Variables Removed | Method  |
|-------|------------------------------|-------------------|---------|
| 1     | Faktor Internal <sup>b</sup> |                   | . Enter |

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. All requested variables entered.

Variabel yang dimasukkan adalah variabel faktor internal sebagai variabel independen dan kinerja UMKM sebagai variabel dependen.

**Tabel 4.** Model Summary Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,485 <sup>a</sup> | ,235     | ,210              | 2,18761                    |

a. Predictors: (Constant), Faktor Internal

Besarnya korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,485. Dari tabel tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,235 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (faktor internal) terhadap variabel terikat (kinerja UMKM) adalah sebesar 23,5%.

**Tabel 5.** Koefisien dan Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)           | 4,140                       | 4,490      |                           | ,922  | ,364 |
|       | Faktor Internal (FI) | ,201                        | ,065       | ,485                      | 3,084 | ,004 |

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Tabel di atas menunjukkan nilai constant (a) sebesar 4,140, nilai faktor internal (FI)

(b/koefisien regresi) sebesar 0,201, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$\text{Kinerja} = 4,140 + 0,201 \text{ FI} + e$$

Konstanta sebesar 4,140 mengartikan nilai konsisten variabel kinerja UMKM adalah sebesar 4,140. Koefisien regresi X sebesar 0,201 mengartikan bahwa setiap penambahan nilai faktor internal, maka nilai kinerja UMKM bertambah sebesar 0,201. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh sebesar  $0,004 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa variabel faktor internal (X) berpengaruh terhadap variabel kinerja UMKM (Y).

Berdasarkan nilai t diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,084 > t_{tabel}$  0,922, sehingga dapat disimpulkan faktor internal berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan faktor-faktor internal dalam komunitas dengan melihat berbagai aspek, berupa sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik operasional, dan aspek pasar dan pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Para anggota komunitas harus sadar akan pentingnya melakukan pengelolaan faktor internal dan terus menjaganya agar terus merasakan dampak baik dengan meningkatnya kinerja UMKM yang tergabung dalam komunitas Sumsel *Crafters* Palembang. Selain itu, tergambar bahwa peran strategi komunitas Sumsel *Crafters* dalam meningkatkan kinerja UMKM yang bergabung didalamnya sudah cukup bagus, akan tetapi masih perlu dijaga dan ditingkatkan.

Kualitas sumber daya manusia merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi kinerja UMKM. Kualitas tersebut diperlukan terutama di bidang pengetahuan, keahlian dan kemampuan dalam berwirausaha. Keterlibatan individu-individu dalam pengelolaan akan mempengaruhi kinerja sebuah UMKM (Martini, dkk., 2018).

Aspek keuangan bertujuan untuk mengetahui perkiraan pendanaan dan aliran kas yang akan digunakan oleh UMKM sekarang dan di masa yang akan datang sehingga dapat diketahui keberlangsungan usaha. Dari perspektif keuangan, pengelolaan keuangan yang baik sangat diperlukan (Martini, dkk., 2018). Perhatian di mulai dari strategi UMKM mencari

sumber dana dan bagaimana mengalokasikan dana tersebut serta pemasukan dan pengeluaran.

Teknik produksi atau operasional merupakan proses produksi yang harus diperhatikan karena pada dasarnya mengubah bentuk bahan mentah menjadi barang jadi yang dilakukan oleh sumber daya manusia yang menyediakan jasa. Pada UMKM agar proses produksi mencapai kinerja yang maksimal maka harus diperhatikan beberapa faktor yaitu pembelian, penerimaan dan penyimpanan, pengawasan kualitas, pemeliharaan, proses pengiriman, penelitian dan pengembangan.

Aspek pasar dan pemasaran dalam meningkatkan kinerja UMKM merupakan upaya dalam menciptakan dan menjual barang kepada konsumen untuk tujuan meningkatkan laba dan penjualan, menguasai pasar, mengurangi kompetitor, meningkatkan prestise produk tertentu di pasaran dan juga memenuhi pesanan pihak-pihak tertentu. Kondisi pasar sangat berfluktuasi seiring dengan perilaku konsumen yang pada akhirnya mempengaruhi permintaan barang/jasa (Martini & Z, 2020). Pelaku UMKM harus jeli dalam mengetahui *trend* pasar serta strategi dalam pemasaran dengan mempertimbangkan situasi dan keadaan UMKM tetapi tetap memprioritaskan konsumen.

#### 4. KESIMPULAN

Kajian ini bertujuan untuk merumuskan strategi komunitas dalam meningkatkan kinerja UMKM yang tergabung dalam Komunitas Sumsel *Crafters*. Para anggota memiliki harapan yang besar dapat memperoleh insight baru dan juga memperluas jaringan serta menambah wawasan pengetahuan melalui komunitas ini. Untuk itu, Sumsel *Crafters* perlu meningkatkan strategi komunitas dengan melakukan seminar mengenai faktor-faktor internal dari berbagai aspek terkait dengan aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik operasional, dan aspek pasar dan pemasaran. Sehingga para anggota komunitas Sumsel *Crafters* dapat terus meningkatkan kinerja UMKM nya.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor

## PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

---

- Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>.
- Budiman, J., & Herkulana. (2021). Peran Umkm Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 11(2), 91–98. <https://doi.org/10.51195/iga.v11i2.164>.
- Darmanto, Wardaya, F. S., & Sulistyani, L. (2018). *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan model Strategic Orientasi Berbasis Lingkungan*. Sleman: Deepublish.
- Dwi M, A. B., Wadu, R. B., & Nopiyanti, A. (2021). *Daya Dukung Penta Helix terhadap Kinerja Manajemen UMKM*. Sleman: Deepublish.
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 2(2), 46–55. Diambil dari [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id).
- Martini, R., Frymaruwah, E., Faridah, Yulina, B., Sarletta, G., Fahreza, M. R., Royadi, & Siregar, S. A. U. (2020). SI APIK Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan Panduan Praktis bagi UKM. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Martini, R., & Z. M. (2020). Model Kalkulasi Biaya Produksi dalam Penetapan Harga Pasar Kain Songket. *Prosiding Snaptekmas*. 1(1). 1-8.
- Martini, R., Thoyib, M., & Periansya. (2018). Business Development Efforts and Financial Plan: Lakso Sriwijaya. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*. 2(1). 52-64. <https://doi.org/10.25170/mitra.v2i1.31>.
- Maslichan, & Dewi, D. A. L. (2016). Strategi Peningkatan Kinerja UKM Pembuatan Terasi di Kabupaten Rembang. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 02, 27–40. [https://doi.org/No ISSN: 2442-885X](https://doi.org/No%20ISSN%3A2442-885X)
- Minuzu, M. (2010). Pengaruh Faktor-faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja UMKM di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Hasanuddin*.
- Purba, D. S., Kumiullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Revida, E., Purba, S., Purba, P. B., ... Rahmadana, M. F. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Medan: Kita Menulis.
- Radzi, K. M., Nor, M. N. M., & Ali, S. M. (2017). The impact of internal factors on small business success: A case of small enterprises under the felda scheme. *Asian Academy of Management Journal*, 22(1), 27–55. <https://doi.org/10.21315/aamj2017.22.1.2>.
- Rahmanto, B. T., Nurjanah, S., & Darmo, I. S. (2018). Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja Ukm (Ditinjau Dari Faktor Internal). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 1–10. [https://doi.org/P-ISSN 2527–7502 E-ISSN 2581-2165](https://doi.org/P-ISSN%202527-7502%20E-ISSN%202581-2165).
- Sofjan, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Urban Id (2020). *Meningkat Pesat Tahun 2018, Pertumbuhan UMKM di Sumsel Tumbuh Tipis 2019*. [Online] Available at [Meningkat Pesat Tahun 2018, Pertumbuhan UMKM di Sumsel Tumbuh Tipis 2019 | kumparan.com](http://Meningkat%20Pesat%20Tahun%202018,%20Pertumbuhan%20UMKM%20di%20Sumsel%20Tumbuh%20Tipis%202019%20|%20kumparan.com).

## LAMPIRAN

### PERTANYAAN WAWANCARA

1. Berapa usia rata-rata anggota yang tergabung dalam komunitas Sumsel Crafters?
2. Apa yang diharapkan oleh anggota komunitas dengan bergabung kedalam komunitas?
3. Berapa lama para anggota rata-rata telah mulai berwirausaha?

### IDENTITAS RESPONDEN

(Petunjuk: isilah titik – titik dibawah ini atau berikan tanda pilihan pada kolom pilihan ganda yang menurut saudara sesuai dengan kondisi yang ada)

- a. Nama : .....
- b. Nama UMKM : .....

### PETUNJUK PENGISIAN

Keterangan:

- SS = Sangat Setuju ( 5 )
- S = Setuju ( 4 )
- N = Netral ( 3 )
- TS = Tidak Setuju ( 2 )
- STS = Sangat Tidak Setuju ( 1 )

Bacalah pertanyaan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut anda benar, dan berikan tanda silang (X) untuk jawaban atas pertanyaan berikut ini:

### PERTANYAAN

#### A. Aspek SDM

1. Apakah tingkat pendidikan menentukan majunya suatu usaha?
  - a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
2. Apakah seorang Wirausaha harus mampu merencanakan usahanya?
  - a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

## **PROSIDING**

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

---

3. Apakah seorang wirausaha harus mampu mengawasi jalannya usaha?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

4. Apakah membangun sebuah usaha dibutuhkan pengalaman?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

5. Apakah motivasi awal dari memulai usaha keripik nenas?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

### **B. Aspek Keuangan**

1. Apakah dalam menjalankan usaha modal awal untuk membangun usaha cukup dengan modal sendiri?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

2. Apakah dalam menjalankan usaha pinjaman bank merupakan modal utama dalam membangun usaha?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

3. Apakah dalam menjalankan usaha setiap pendapatan dari usaha yang dijalankan sebaiknya dicatat terpisah dengan pengeluaran usaha?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral

- d. Setuju
  - e. Sangat setuju
4. Apakah dalam menjalankan suatu usaha sebaiknya pengeluaran pribadi dan pengeluaran usaha dicatat terpisah?
- a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
5. Apakah dalam menjalankan suatu usaha keuntungan harus meningkat setiap tahun?
- a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

### **C. Aspek Teknis dan Operasional**

1. Apakah dalam menjalankan usaha jarak bahan baku dan mesin harus dekat?
- a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
2. Apakah bahan baku yang diolah sebaiknya berasal dari lahan sendiri?
- a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
3. Apakah dalam mengelola produk sebaiknya disesuaikan dengan pesanan pelanggan?
- a. Sangat Tidak setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Netral
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
4. Apakah kualitas alat-alat harus diperhatikan dalam mengelola produk?
- a. Sangat Tidak setuju

## **PROSIDING**

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

---

- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

5. Apakah mesin yang digunakan untuk mengelola produk sebaiknya yang mahal dan berkualitas?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

### **D. Aspek Pemasaran**

1. Apakah harga produk yang ditawarkan harus murah?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

2. Apakah harga produk yang ditawarkan disesuaikan dengan harga pesaing?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

3. Apakah promosi produk dilakukan dari media sosial?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

4. Apakah produk yang dijual sebaiknya diletakkan di retail-retail seperti Indomaret dan Alfamart?

- a. Sangat Tidak setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat setuju

**PERNYATAAN (Kinerja UMKM)**

| No | Pernyataan  | SS<br>(5) | S<br>(4) | N<br>(3) | TS<br>(2) | STS<br>(1) |
|----|---|-----------|----------|----------|-----------|------------|
| 1  | Usaha ini mengalami peningkatan penjualan setiap bulan                  |           |          |          |           |            |
| 2  | Modal usaha yang saya dapat selalu meningkat                            |           |          |          |           |            |
| 3  | Setiap tahun UMKM ini menambah karyawan karena pekerjaan semakin banyak |           |          |          |           |            |
| 4  | Saya melakukan kegiatan pemasaran dalam negeri maupun luar negeri       |           |          |          |           |            |
| 5  | Konsumen tidak hanya dari dalam daerah tapi luar daerah                 |           |          |          |           |            |