DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

PENGARUH KETERAMPILAN MANAJERIAL DAN PERILAKU INOVATIF TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF PADAPELAKU UMKM DI PASAR RAYA MMTC MEDAN

Universitas Negeri Medan

Shania Karibna Br Bangun,Kustoro Budiarta

Email : shaniabangun02@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif terhadap Keunggulan Kompetitif pada pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 210 pelaku UMKM, dengan sampel sebanyak 80 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keterampilan Manajerial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif, sedangkan Perilaku Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Secara simultan, Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Nilai R Square sebesar 0,390 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 39% variasi Keunggulan Kompetitif, sedangkan 61% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Keterampilan Manajerial, Perilaku Inovatif, Keunggulan Kompetitif, UMKM

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Managerial Skills and Innovative Behavior on Competitive Advantage among MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors at Pasar Raya MMTC Medan, both partially and simultaneously. This study employs a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of 210 MSME actors, with a sample of 80 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-test, and F-test. The results show that Managerial Skills have a positive but not significant effect on Competitive Advantage, while Innovative Behavior has a positive and significant effect on Competitive Advantage. Simultaneously, Managerial Skills and Innovative Behavior have a significant effect on Competitive Advantage. The R Square value of 0.390 indicates that these two variables are able to explain 39% of the variation in Competitive Advantage, while the remaining 61% is explained by other factors outside this study.

Keywords: *Managerial Skills, Innovative Behavior, Competitive Advantage, MSME*

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu entitas bisnis yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi penyokong perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Salah satu sektor yang berperan besar dalam pertumbuhan UMKM Indonesia adalah sektor ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar utama dalam perkembangan UMKM yang memiliki tujuh belas sub-sektor usaha yaitu, Pengembang Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Musik, Seni Rupa, Desain Produk, *Fashion*, Kuliner, Film, Animasi dan Video, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Kriya, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, dan Aplikasi. Di antara sub-sektor tersebut, terdapat tiga bidang usaha yang mendominasi dunia UMKM, yaitu kuliner (41%), fashion (18%), dan kriya (16%) (Paramita et al., 2021). Ketiga sektor ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menghargai produk-produk kreatif dan lokal. Pertumbuhan sektor ini didukung oleh keberadaan pusat perdagangan yang memfasilitasi para pelaku UMKM dalam memasarkan produk kreatif mereka. Salah satu lokasi yang menjadi pusat aktivitas UMKM tersebut adalah Pasar Medan Mega Trade Center (MMTC) Medan.

Pasar MMTC merupakan salah satu pusat perdagangan yang berada di komplek MMTC Jalan Williem Iskandar Kota Medan. Dengan lokasi yang strategis dan segmentasi pasar yang beragam, MMTC menjadi pusat transaksi yang mencakup berbagai jenis pedagang , mulai dari pedagang buah, sayur, daging, perabotan, makanan dan minuman, pedagang pakaian, sepatu, tas, aksesoris, kosmetik, salon, hingga pedagang buket dan boneka. Dari beragam jenis UMKM yang ada, penelitian ini akan difokuskan pada sektor ekonomi kreatif, yang mencakup

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

sub-sektor kuliner, *fashion*, dan kriya. Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah UMKM yang beroperasi di sektor ekonomi kreatif di Pasar Raya MMTC Medan:

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pelaku UMKM Kreatif di MMTC

No	Kategori Usaha	Jumlah UMKM
1	Kuliner	80
2	*Fashion*	120
3	Kriya	10
	Total	210

Sumber: Data primer (diolah oleh peneliti, 2025)

Dari banyaknya jumlah UMKM yang ada di MMTC dengan lokasi yang saling berdekatan membuat para pedagang harus berusaha agar tetap eksis ditengah-tengah persaingan pasar. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengandalkan keterampilan produksi, tetapi juga mampu membaca selera konsumen dan menciptakan nilai tambah pada produk mereka . Keunggulan kompetitif menjadi aspek krusial dalam hal ini, karena bisnis yang mampu menonjol dan beradaptasi dengan perubahan akan lebih mudah bertahan dan berkembang dibandingkan pesaingnya.

Menurut Porter (1985), keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui diferensiasi produk, kepemimpinan biaya, atau fokus pada segmen pasar tertentu. Dengan kata lain, UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif mampu menawarkan nilai yang lebih baik kepada konsumennya, baik melalui inovasi, efisiensi operasional, maupun strategi pemasaran yang tepat. Namun, dalam praktiknya, mempertahankan stabilitas dan pertumbuhan pendapatan tetap menjadi tantangan besar bagi banyak pelaku usaha. Beberapa di antaranya kesulitan dalam mengembangkan strategi bisnis yang inovatif, meningkatkan keterampilan manajerial, atau beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi konsumen. Meskipun mereka berupaya berinovasi dan menyesuaikan strategi bisnis, data pendapatan beberapa sampel UMKM menunjukkan tren yang fluktuatif dan sering kali tidak sesuai harapan.

Tabel di bawah ini menyajikan data pendapatan beberapa UMKM dari periode ke periode, yang menggambarkan tantangan nyata yang mereka hadapi dalam mempertahankan pendapatan dan keberlanjutan usaha.

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

Tabel 1. 2 Penjualan UMKM Periode Juli-Desember 2024

Bulan	Nasti Bouquet		Busana Muslim		Tukang Bakso	
	Target	Realitas	Target	Realitas	Target	Realitas
Juli	12.000.000	9.000.000	9.000.000	8.500.000	8.000.000	7.500.000
Agustus	15.000.000	11.500.000	9.000.000	9.000.000	8.000.000	7.800.000
September	12.000.000	8.500.000	9.000.000	8.000.000	8.000.000	7.200.000
Oktober	12.000.000	8.000.000	9.000.000	8.200.000	8.000.000	7.500.000
November	15.000.000	10.800.000	9.000.000	7.800.000	8.000.000	7.500.000
Desember	12.000.000	8.200.000	10.000.000	9.200.000	8.000.000	7.800.000

Sumber: Data primer (diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan data pendapatan UMKM periode Juli–Desember 2024, terlihat adanya fluktuasi pendapatan yang dialami oleh pelaku UMKM di masing masing subsektor. Nasti Bouquet menunjukkan pola pendapatan yang cukup bergejolak. Kondisi ini dapat disebabkan oleh karakteristik produk yang bersifat situasional dan momentum-based, seperti wisuda, perayaan ulang tahun, atau acara tertentu, sehingga permintaan cenderung meningkat pada periode tertentu dan menurun pada bulan lainnya. Busana Muslim juga mengalami pola kenaikan dan penurunan pendapatan. Fluktuasi ini diduga dipengaruhi oleh faktor musiman, tren mode, serta momentum keagamaan atau acara tertentu yang memicu lonjakan pembelian. Di luar periode tersebut, permintaan relatif lebih rendah sehingga pendapatan menjadi kurang stabil. Sementara itu, Tukang Bakso relatif lebih stabil dibandingkan dua subsektor lainnya karena produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan konsumsi harian. Namun demikian, tetap terjadi fluktuasi yang kemungkinan dipengaruhi oleh daya beli masyarakat, kondisi cuaca, adanya makanan populer lainnya, serta kondisi keramaian pasar.

Fluktuasi ini mencerminkan bahwa meskipun para pelaku UMKM berupaya beradaptasi dengan pasar, mereka masih menghadapi berbagai kendala dalam mencapai stabilitas pendapatan. Selain itu, realisasi pendapatan yang selalu berada di bawah target menandakan adanya kesenjangan antara harapan dan pencapaian usaha. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa adaptasi dan inovasi yang dilakukan belum sepenuhnya mampu meningkatkan keunggulan

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

kompetitif UMKM secara konsisten, yang pada akhirnya berdampak pada kestabilan pendapatan mereka.

Keunggulan kompetitif tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan daya saing suatu usaha. Teori Dynamic Capabilities oleh (Teece et al., 1997) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh faktor kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar, pengambilan keputusan strategis, dan pengelolaan sumber daya secara fleksibel. Di samping itu, (Wahyudin, 2015) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif adalah orientasi pasar, inovasi, dan adaptabilitas lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistyawati et al., 2018) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing diantaranya adalah orientasi kewirausahaan, pelatihan dan orientasi pasar, dan kemampuan manajemen.

Di sisi lain, perilaku inovatif juga menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong keunggulan kompetitif UMKM. Perilaku inovatif mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan serta mengimplementasikan ide-ide baru yang relevan dengan perkembangan pasar. Namun, dalam praktiknya sebagian pelaku UMKM yang cenderung mempertahankan pola usaha yang bersifat konvensional dan kurang adaptif terhadap perubahan, baik dalam aspek operasional, pemasaran, maupun pemanfaatan teknologi. Contoh yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana promosi dan komunikasi pemasaran. Padahal, penggunaan platform digital merupakan salah satu bentuk implementasi ide inovatif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Minimnya pemanfaatan strategi promosi berbasis digital menunjukkan bahwa perilaku inovatif, khususnya dalam aspek penerapan ide baru, belum sepenuhnya diterapkan dalam pengelolaan usaha. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Fatoki, 2021) yang menguji hubungan perilaku inovatif dengan keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara perilaku inovatif terhadap keunggulan bersaing. Selain itu (Jaaffar et al., 2024) menyebutkan bahwa

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

perilaku inovatif adalah hasil langsung dari pola pikir inovatif. Perilaku inovatif menghasilkan kinerja inovasi, yang selanjutnya menghasilkan keunggulan bersaing. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Siska Vivi Anggraeni & Laily Muzdalifah (2023) menunjukkan bahwa pengaruh antara *Innovative Behavior* terhadap *Competitive Advantage* ditolak.

B. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Raya Medan Mega Trade Center (MMTC) yang terletak di Jalan Williem Iskandar, Pasar V, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Juli hingga Agustus 2025.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian dasar dimana tujuannya adalah penelitian asosiatif yang mengaitkan dua atau lebih variabel. Dalam kasus ini, variabel keterampilan manajerial dan perilaku inovatif dikaitkan dengan keunggulan kompetitif.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga, populasi adalah semua objek, semua gejala dan semua kejadian atas peristiwa yang akan dipilih harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti.

Populasi dari penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner, fashion dan kriya yang ada di Pasar Raya Komplek MMTC Medan yang berjumlah 210 UMKM.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini berpedoman pada ketentuan yang dikemukakan oleh Hair et al. (2017), yang menyatakan bahwa untuk analisis regresi multivariate, ukuran sampel yang memadai ditentukan berdasarkan rasio 5 hingga 10 kali jumlah indikator variabel penelitian. Penelitian ini memiliki 12 indikator yang terdiri dari 3 indikator Keterampilan Manajerial, 4 indikator Perilaku Inovatif, dan 5 indikator Keunggulan Kompetitif. Mengacu pada batasan rasio Hair et al. (2017), maka jumlah sampel minimal yang disyaratkan dalam penelitian ini adalah sebesar 60 responden ($12 \text{ indikator} \times 5 = 60 \text{ responden}$) hingga batas maksimal 120 responden ($12 \text{ indikator} \times 10 = 120 \text{ responden}$).

Pengambilan sampel di lapangan dilakukan menggunakan teknik *incidental sampling* (atau *convenience sampling*), yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kesediaan dan ketersediaan pelaku UMKM yang ditemui di lokasi penelitian di Pasar Raya MMTC Medan yang memenuhi kriteria. Pengumpulan data kuesioner dilakukan secara bertahap hingga memenuhi batas interval kecukupan sampel yang disyaratkan oleh teori.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu hal yang menjadi obyek dalam suatu penelitian (Arikunto, 2010). Variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a) Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Keterampilan Manajerial (X1) dan Perilaku Inovatif (X2).

b) Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keunggulan Kompetitif (Y).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjabaran mengenai konsep yang diklasifikasikan dalam bentuk variabel untuk mengukur dan menilai baik dan buruknya pengukuran dalam suatu penelitian. Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Keterampilan Manajerial (X1)	Keterampilan Manajerial (X1) yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kemampuan yang dimiliki oleh pelaku bisnis dalam mengelola dan mengatur berbagai aspek usaha mereka, termasuk sumber daya manusia, keuangan, operasional, serta pengambilan keputusan strategis untuk mencapai tujuan usaha.	*a) Technical Skill* (Keterampilan Teknis), *b) Human Resource Skill* (Kemampuan Hubungan Manusia), dan *c) Conceptual Skill* (Kemampuan Konseptual).
Perilaku Inovatif (X2)	Perilaku Inovatif (X2) yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kemampuan dan kemauan pelaku UMKM untuk menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide-ide baru atau perbaikan dalam produk, proses, dan strategi bisnis mereka guna meningkatkan keunggulan kompetitif usaha.	a) Eksplorasi Ide b) Generasi Ide c) Promosi Ide d) Aplikasi Ide
Keunggulan Kompetitif (Y)	Keunggulan Kompetitif (Y) yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kemampuan pelaku UMKM untuk menciptakan nilai yang unggul dibandingkan pesaing, baik melalui diferensiasi produk, efisiensi operasional, atau strategi lain yang memberikan posisi kompetitif lebih baik di pasar.	a) Sales Growth b) Kualitas aset c) Marketshare d) Produktivitas e) Profit

C. HASIL

D. DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat keabsahan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Adapun hasil pengujian instrumen penelitian disajikan sebagai berikut.

Uji Validitas Variabel Penelitian

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel Product Moment Pearson pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai r tabel diperoleh dari tabel r Product Moment berdasarkan jumlah responden penelitian sebanyak 80 orang (N = 80), sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,220. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel dan nilai signifikansi < 0,05.

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keterampilan Manajerial (X1)

Nomor Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,354	0,220	<,001	Valid
2	0,569	0,220	<,001	Valid
3	0,635	0,220	<,001	Valid
4	0,361	0,220	<,001	Valid
5	0,552	0,220	<,001	Valid
6	0,702	0,220	<,001	Valid
7	0,767	0,220	<,001	Valid
8	0,395	0,220	<,001	Valid
9	0,489	0,220	<,001	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan data SPSS 27.0 (data diolah 2026)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Keterampilan Manajerial (X1) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,220) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada item pernyataan 7 sebesar 0,767, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada item pernyataan 1 sebesar 0,354. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel Keterampilan Manajerial sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel Keterampilan Manajerial dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Inovatif (X2)

Nomor Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,692	0,220	<,001	Valid
2	0,622	0,220	<,001	Valid
3	0,499	0,220	<,001	Valid
4	0,787	0,220	<,001	Valid
5	0,576	0,220	<,001	Valid
6	0,639	0,220	<,001	Valid
7	0,780	0,220	<,001	Valid
8	0,762	0,220	<,001	Valid
9	0,808	0,220	<,001	Valid
10	0,328	0,220	<,002	Valid
11	0,776	0,220	<,001	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 27.0

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada variabel Perilaku Inovatif (X2) menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

daripada r tabel sebesar 0,220 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada item pernyataan 9 sebesar 0,808, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada item pernyataan 10 sebesar 0,328. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan telah mampu mengukur variabel Perilaku Inovatif secara tepat. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada variabel Perilaku Inovatif dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel Keunggulan Kompetitif (Y)

Nomor Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,678	0,220	<,001	Valid
2	0,696	0,220	<,001	Valid
3	0,526	0,220	<,001	Valid
4	0,375	0,220	<,001	Valid
5	0,712	0,220	<,001	Valid
6	0,721	0,220	<,001	Valid
7	0,584	0,220	<,001	Valid
8	0,620	0,220	<,001	Valid
9	0,709	0,220	<,001	Valid
10	0,624	0,220	<,001	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 27.0

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada variabel Keunggulan Kompetitif (Y) menunjukkan seluruh butir pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,220 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada item pernyataan 6 sebesar 0,721, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada item pernyataan 4 sebesar 0,375. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mampu mengukur variabel Keunggulan Kompetitif sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel Keunggulan Kompetitif dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2.1.1 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Uji reliabilitas pada variabel Keterampilan Manajerial (X1), Perilaku Inovatif (X2), dan Keunggulan Kompetitif (Y) dilakukan menggunakan software SPSS versi 27. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengolahan uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil *Cronbach's Alpha*	Keterangan
Keterampilan Manajerial	0,708	Reliabel
Perilaku Inovatif	0,864	Reliabel
Keunggulan Kompetitif	0,829	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 27.0

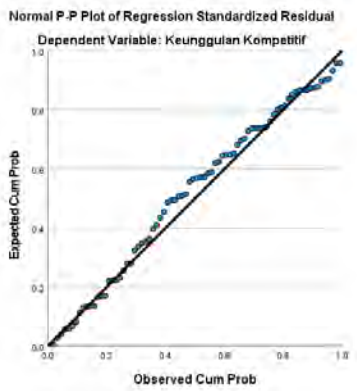
Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* tertinggi terdapat pada variabel Perilaku Inovatif (X2) sebesar 0,867, sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* terendah terdapat pada variabel Keterampilan Manajerial (X1) sebesar 0,705. Adapun variabel Keunggulan Kompetitif (Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,824. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasi

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorof-smirnov (Uji K-S). Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini.

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas



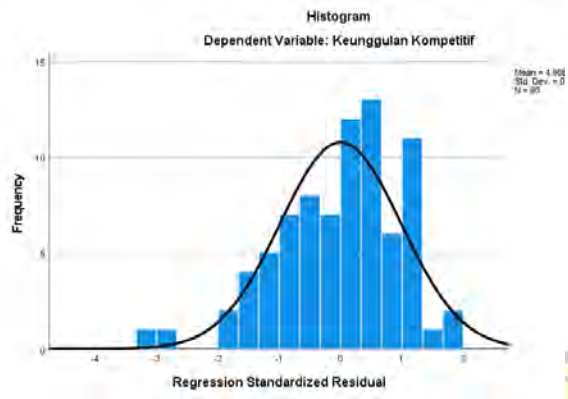
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan Gambar 4.1, grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pola penyebaran tersebut mengindikasikan bahwa residual pada model regresi berdistribusi normal.

Pengujian normalitas selanjutnya ditunjukkan melalui grafik histogram. Histogram digunakan untuk melihat pola distribusi data residual, di mana distribusi yang normal ditandai dengan bentuk kurva yang menyerupai lonceng

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

(*bell-shaped*) dan tidak menunjukkan kemencengan yang berlebihan.



Gambar 4. 2 Uji Normalitas Histogram

Berdasarkan Gambar 4.2, grafik histogram menunjukkan bahwa distribusi residual membentuk pola yang menyerupai kurva lonceng (bell-shaped) dengan penyebaran data yang relatif simetris. Hal ini mengindikasikan bahwa residual pada model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, hasil pengamatan melalui grafik histogram memperkuat hasil uji Kolmogorov-Smirnov dan Normal P-P Plot yang menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antarvariabel independen dalam model regresi. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat berdasarkan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.11 Hasil Uji ultikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Keterampilan Manajerial	.593	1.685
	Perilaku Inovatif	.593	1.685
a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif			

Sumber : Hasil Perhitungan Data dengan SPSS 27.0 (diolah 2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa variabel Keterampilan Manajerial memiliki nilai Tolerance sebesar 0,593 dan VIF sebesar 1,685, dan variabel Perilaku Inovatif memiliki nilai Tolerance sebesar 0,593 dan VIF sebesar 1,685. Nilai tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki varians yang sama (homogen) atau tidak. Hasil pengujian homogenitas data pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Keterampilan Manajerial	0,199	Homogen
Perilaku Inovatif	0,069	Homogen

Sumber : Hasil Perhitungan Data dengan SPSS 27.0 (diolah 2026)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi variabel Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif dalam penelitian ini masing-masing sebesar 0,199 dan 0,069. Data dianggap homogen apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05, sehingga syarat homogenitas varians dari variabel yang diperiksa telah terpenuhi. Dengan demikian, data penelitian dinyatakan memiliki varians yang homogen dan tidak mengalami heteroskedastisitas.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif terhadap Keunggulan Kompetitif pada Pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keterampilan Manajerial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan Keterampilan Manajerial cenderung diikuti peningkatan Keunggulan Kompetitif, tetapi pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik.
2. Perilaku Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Artinya, semakin baik Perilaku Inovatif yang dimiliki dan diterapkan oleh pelaku UMKM, semakin tinggi pula Keunggulan Kompetitif yang dimiliki.
3. secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Artinya, kedua variabel tersebut secara bersama-sama berperan dalam menjelaskan

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

Keunggulan Kompetitif pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan. Model penelitian memiliki nilai R Square sebesar 0,390, yang berarti Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif secara bersama-sama mampu menjelaskan 39% variasi Keunggulan Kompetitif, sedangkan 61% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Saran

1. Keterampilan Manajerial perlu terus ditingkatkan, khususnya dalam aspek perencanaan, pengorganisasian, pengambilan keputusan, dan pengelolaan usaha. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa Keterampilan Manajerial belum berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keunggulan Kompetitif, peningkatan kemampuan manajerial tetap diperlukan sebagai bagian dari pengelolaan usaha yang lebih terarah dan mendukung pengembangan usaha dalam jangka panjang.

2. Perilaku Inovatif perlu dipertahankan dan dikembangkan, terutama dalam mengeksplorasi ide, menghasilkan ide, mempromosikan ide, dan menerapkan ide baru dalam kegiatan usaha. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Perilaku Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Oleh karena itu, pelaku UMKM dapat terus mencari dan menerapkan berbagai gagasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan kondisi persaingan usaha.

3. Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif perlu dikembangkan secara bersamaan karena hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Pengelolaan usaha yang baik perlu diimbangi dengan kemampuan untuk menghasilkan dan menerapkan ide baru agar usaha dapat menghadapi persaingan secara lebih adaptif.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi Keunggulan Kompetitif karena Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan **39%** variasi Keunggulan Kompetitif,

sedangkan **61%** lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada objek atau karakteristik UMKM yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, *1*(6), 1286–1295.

Anggraeni, S., & Muzdalifah, L. (2023). The Role Of Trust In Digital Technology In Mediating Between Creativity And Innovative Behavior Towards Competetive Advantage Studies In The Coastal Area Of Sedati Sub-Districtid 2. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, *4*(4), 4279–4289. Http://Journal.Yrpipku.Com/Index.Php/Msej

Anomsari, A. (2011). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kawasan Usaha Barito Semarang). In *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan*.

Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Training Dan Kemampuan Manajemen Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (Sme's)*, *16*(1), 139–154.

Fatoki, O. (2021). Innovative Behavior And Firm Competitive Advantage: The Moderating Effect Of Environmental Dynamism. *Foundations Of Management*, *13*(1), 159–170. Https://Doi.Org/10.2478/Fman-2021-0012

Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., Rahman, R., Ekonomi, F., Manajemen, D., Samawa, U., & Author, C. (2021). Social Humaniora Peran Kemampuan Manajerial Dan Lingkungan Industri Dalam Meningkatkan Kualitas Umkm. *Jurnal Tambora*, *5*(3), 35–39. Http://Jurnal.Uts.Ac.Id

Guzmán, F. P., Castorena, O. H., & Solarte, M. G. (2023). Managerial Skills And Organizational Performance: Competitive Advantage. *Mercados Y Negocios*, *2023*(48), 75–94. Https://Doi.Org/10.32870/Myn.Vi48.7688

Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Sage.

Irawati, A., & Nurfadilah, N. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Pengrajin

Galeri Belva Batik Tulis Madura. *Eco-Entrepreneurship*, *7*(1).

Jaaffar, A. H., Abd Majid, N., Kasavan, S., Isa, A., Alwi, M. N. R., & Zahari, A. R. (2024). The Effect Of Innovative Mindset And Behavior On Innovation Performance And Competitive Advantage: A Case Of Halal Smes Owner-Managers From Malaysian Energy-Intensive Industry. *Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, *13*(1). Https://Doi.Org/10.1186/S13731-023-00359-Z

Kementerian Koperasi Dan Ukm Ri. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi Dan Ukm*.

Lee, T., & Liu, H. M. (2018). How Do Firms With Management Ability Promote Competitive Advantages? An Integrated Model From Entrepreneurial Strategy Making And Internal Resources. *Entrepreneurship Research Journal*, *8*(2). Https://Doi.Org/10.1515/Erj-2017-0071

Paramita, R. W. D., Noviansyah Rizal, Cfra Riza Bakhar Sulistyan, Muchamad Taufiq, & Muhaimin Dimya. (2021). *Manajemen Industri Kreatif* (1st Ed.). Widya Gama Press.

Peterson, T. O., & Van Fleet, D. D. (2004). The Ongoing Legacy Of R.L. Katz: An Updated Typology Of Management Skills. *Management Decision*, *42*(10), 1297–1308. Https://Doi.Org/10.1108/00251740410568980

Nardo, R., Helia, S., & Jaya, A. (2022). *Perilaku Inovatif Sdm Dalam Organisasi (Kajian Teoritis Dan Praktis)*. Cv. Media Sains Indonesia .

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd Ed.). Alfabeta. Www.Cvalfabeta.Com

Sulistyawati, A. I., Indarto, & Saifudin. (2018). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada Umkm Handycraft Di Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, *1*, 307–315.

Suryati, A., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2022). *Keunggulan Kompetitif Konsep Dan Studi Kasus*.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities And Strategic Management. In *Strategic Management Journal* (Vol. 18, Number 7).

Trott, P. (2017). *Innovation Management And New Product Development Sixth Edition*.

Wahyudin, N. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Pada Sekolah Tinggi Dan Akademi Di Semarang. *Holistic Journal of Management Research*, *3*(2), 77–93.

P-ISSN : 2654-4946
DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2 E-ISSN : 2654-7538