

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

Universitas Negeri Medan

Shania Karibna Br Bangun, Kustoro Budiarta

Email : shaniabangun02@gmail.com **ABSTRAK**

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

A. PENDAHULUAN

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

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.

B. METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam bentuk, unsur, nilai estetika, serta makna simbolik yang terdapat pada ornamen *Balgas Godang* di Panyabungan Tongal, Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada fenomena alamiah dan dilakukannya secara langsung di lapangan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap objek yang diteliti. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan serta perilaku yang dapat diamati (Albdussalam, 2021).

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan berbagai bentuk ornamen yang terdapat pada *Balgas Godang* serta menganalisis unsur-unsur seni rupa yang terkandung di dalamnya, seperti garis, bentuk, bidang, dan warna, serta prinsip-prinsip seni rupa seperti kesatuan, keseimbangan, irama, dan harmoni. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan memahami fenomena budaya secara mendalam melalui interpretasi makna dan nilai estetika ornamen tradisional. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna suatu fenomena dibandingkan generalisasi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis mendalam terhadap ornamen *Balgas Godang* sebagai bagian dari warisan budaya masyarakat Mandailing. Penelitian kualitatif juga bersifat naturalistik, yaitu dilakukan dalam kondisi alamiah dan menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Selain itu, penelitian kualitatif lebih menekankan proses, analisis induktif, dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung di lokasi penelitian, dokumentasi, dan wawancara dengan informan. Informan dalam penelitian ini terdiri dari tokoh adat, masyarakat setempat, serta pihak-pihak yang memahami makna ornamen *Balgas Godang*. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan informasi yang relevan dengan objek penelitian. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif ini, peneliti diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai karakteristik visual, nilai estetika, dan makna simbolik ornamen

Balgals Godalng sebalgali balgialn dari identitals buldalyal dan walrisaln seni rupal traldisionall malsyalralkalt Malndaliling Naltall.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pelaku UMKM Kreatif di MMTC

No	Kategori Usaha	Jumlah UMKM
1	Kuliner	80
2	<i>Fashion</i>	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.

Lokasi dan Waktu 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 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.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Dalam memperoleh data yang dibutuhkan maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

Kuisisioner

Kuisisioner merupakan pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai variabel penelitian. Angket dibuat secara tertulis kepada para pelaku umkm di Pasar Raya MMTC Medan.

Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengunjungi dan mengamati secara langsung kegiatan atau aktivitas pelaku umkm yang ada di Pasar Raya MMTC Medan.

Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan sebagai instrumen untuk memperoleh landasan teori dan informasi yang relevan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian.

Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen Penelitian

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas instrumen. Kedua uji tersebut digunakan untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen. Uji validitas dan uji reliabilitas ini dilakukan pada responden yang menjawab kuisisioner dan mengembalikan kuisisioner.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang dirancang untuk mengukur kebiasaan pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas usahanya. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dan dijawab menggunakan skala ordinal, yang merepresentasikan frekuensi tindakan atau kebiasaan responden (Sugiyono, 2023).

Uji Validitas

Hasil penelitian dinyatakan valid apabila terdapat persamaan dan kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pernyataan valid diberikan pada instrumen penelitian yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2023) untuk menguji angket digunakan rumus korelasi *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment antara x dan y

n = jumlah sampel

y = skor total

$\sum x$ = jumlah product skor x

$\sum y$ = jumlah product skor y

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05, maka dapat disimpulkan item pertanyaan pada kuisioner adalah valid.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan item pertanyaan pada kuisioner adalah tidak valid.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, kemudian kuisioner juga perlu diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini teknik untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu dengan teknik *Cronbach* dengan menggunakan koefisien alpha (α).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrument

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$: Varians total

Jika $r_{hitung} > r_{table}$ df = n-2, maka disimpulkan bahwa butir item tersusun reliable.

C. HASIL DAN PEMBAHASA

Hasil Penelitian

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.

4.2.1.1 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 $< 0,05$.

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)

4.2.1.2 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.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	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.

Pembahasan

Pengaruh Keterampilan Manajerial Terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Keterampilan Manajerial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan. Hasil tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Keterampilan Manajerial sebesar 0,051, yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara Keterampilan Manajerial dan Keunggulan Kompetitif adalah positif. Artinya, peningkatan Keterampilan Manajerial cenderung diikuti oleh peningkatan Keunggulan Kompetitif. Namun, nilai signifikansi sebesar $0,703 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 0,383 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, H1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Keterampilan Manajerial terhadap Keunggulan Kompetitif ditolak.

Jika ditinjau dari dimensi keterampilan manajerial menurut Katz (Peterson & Van Fleet, 2004) sebagaimana dibahas pada Kajian Pustaka, keterampilan manajerial mencakup *technical skill*, *human relation skill*, dan *conceptual skill*. Berdasarkan kondisi di lapangan, sebagian besar pedagang telah menerapkan *technical skill* (seperti penataan produk dan pencatatan persediaan) serta *human relation skill* (seperti pelayanan ramah kepada pelanggan) dengan baik. Namun, aspek *conceptual skill*—khususnya dalam menyusun perencanaan bisnis jangka panjang, analisis potensi risiko, dan perumusan strategi bersaing—belum diterapkan secara optimal. Sebagian besar pelaku usaha masih berfokus pada operasional harian transaksional. Rendahnya *conceptual skill* ini terkonfirmasi secara spesifik pada butir pertanyaan 7 yang mengukur kebiasaan menyusun rencana usaha sederhana serta menetapkan target penjualan atau promosi. Butir pertanyaan 7 ini mencatatkan rata-rata skor paling rendah dibanding seluruh item variabel Keterampilan Manajerial, yaitu hanya sebesar 2,73. Bahkan pada tabulasi data, sebanyak 41,25% responden atau 33 dari 80 pedagang memilih jawaban kadang-kadang (skor 2) hingga tidak pernah (skor 1) dalam menyusun perencanaan usaha maupun menetapkan target penjualan berjangka. Kurangnya penerapan *conceptual skill* yang optimal inilah yang menyebabkan keterampilan manajerial belum mampu menjadi faktor pembeda (*differentiation*) yang signifikan dalam menciptakan keunggulan bersaing di antara sesama pedagang.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Batara et al. (2023) dan Guzmán et al. (2023) yang menemukan bahwa kemampuan atau keterampilan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh keterampilan manajerial dapat berbeda sesuai dengan karakteristik objek penelitian dan penerapannya dalam kegiatan usaha. Dalam konteks UMKM di Pasar Raya MMTC Medan, keterampilan manajerial belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif.

4.3.2 Pengaruh Perilaku Inovatif Terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil analisis, Perilaku Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,371, nilai t hitung sebesar 5,148, dan nilai signifikansi $< 0,001$, yang lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan Perilaku Inovatif diikuti oleh peningkatan Keunggulan Kompetitif. Dengan demikian, H2 diterima.

Ketika pelaku usaha mampu menemukan dan menerapkan ide baru dalam produk, proses, pemasaran, maupun layanan, terdapat peluang yang lebih besar bagi usaha untuk memberikan nilai yang berbeda dan meningkatkan daya saingnya. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan dukungan empiris terhadap kerangka pemikiran dalam penelitian ini yang menempatkan perilaku inovatif sebagai salah satu faktor yang dapat mendorong keunggulan kompetitif.

Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian terdahulu. Hidayat et al. (2018) menemukan bahwa perilaku inovatif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, sedangkan Fatoki (2021) menemukan bahwa perilaku inovatif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil Jaafar et al. (2024) juga menjelaskan bahwa perilaku inovatif menghasilkan kinerja inovasi yang selanjutnya menghasilkan keunggulan bersaing.

4.3.3 Pengaruh Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif Terhadap Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil penelitian, Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 24,577 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H3 diterima, yang berarti Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif.

Pengaruh secara simultan tersebut menunjukkan bahwa Keunggulan Kompetitif dapat dipahami melalui kombinasi kemampuan dalam mengelola usaha dan kemampuan dalam melakukan inovasi. Keterampilan Manajerial berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola kegiatan dan sumber daya usaha, sedangkan Perilaku Inovatif berkaitan dengan kemampuan mengeksplorasi, menghasilkan, mempromosikan, dan menerapkan ide baru. Kedua aspek tersebut menjadi bagian dari kemampuan yang dapat mendukung pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan keunggulan usahanya.

Besarnya kemampuan kedua variabel dalam menjelaskan Keunggulan Kompetitif dapat dilihat dari 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.

Dengan demikian, Keterampilan Manajerial dan Perilaku Inovatif secara bersama-sama memiliki peran yang signifikan dalam menjelaskan Keunggulan Kompetitif pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC Medan, meskipun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi keunggulan kompetitif dan tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. 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 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 (Ukm) 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 Competitive Advantage Studies In The Coastal Area Of Sedati Sub-District 2. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4279–4289. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.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](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](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](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](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](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](https://doi.org/10.1108/00251740410568980)