

PENGARUH KEBERHASILAN PENGELOLAAN UMKM TERHADAP PEMBANGUNAN WILAYAH DI KELURAHAN PADANG MERBAU KOTA TEBING TINGGI

¹Riski Winanda, M Ade Kurnia Harahap², Benteng H Sihombing³

^{1,2,3}Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Sekolah Pascasarjana Universitas Simalungun
Email: riskiwinanda76@gmail.com

ABSTRAK

Kelurahan Padang Merbau di Kota Tebing Tinggi memiliki potensi ekonomi lokal berbasis UMKM, namun keberhasilan pengelolaannya dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh keberagaman produk, kemampuan manajerial, tren konsumsi produk lokal, dan persaingan usaha terhadap keberhasilan pengelolaan UMKM dalam pengembangan wilayah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 62 pelaku UMKM dengan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil menunjukkan seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan, dengan keberagaman produk dan kemampuan manajerial sebagai faktor dominan. Temuan ini memperkuat teori diversifikasi produk dan kapasitas manajerial sebagai penentu keberlanjutan usaha serta memberikan implikasi praktis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan inovasi, akses permodalan, dan digitalisasi pemasaran.

Kata Kunci: Keberagaman Produk, Kemampuan Manajerial, Tren Konsumsi Produk Lokal, Persaingan Usaha, Keberhasilan Pengelolaan UMKM

ABSTRACT

Padang Merbau Village in Tebing Tinggi City has strong local economic potential based on MSMEs, yet their management success is influenced by internal and external factors. This study aims to analyze the effects of product diversity, managerial capability, local product consumption trends, and business competition on the success of MSME management in regional development. A quantitative approach was employed through a survey of 62 MSME actors, analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that all variables have a positive and significant effect, with product diversity and managerial capability as the dominant factors. These findings reinforce the role of product diversification and managerial capacity as determinants of business sustainability and provide practical implications for local governments in formulating MSME empowerment policies through innovation training, access to financing, and digital marketing.

Keywords: Product Diversity, Managerial Capability, Local Product Consumption Trends, Business Competition, MSME Management Success

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diakui sebagai tulang punggung perekonomian global karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi lokal, serta pemerataan kesejahteraan. Di Indonesia, peran UMKM juga sangat dominan. Pada tahun 2021, sektor ini menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2021). Bahkan pada tahun 2023 jumlah UMKM mencapai sekitar 66 juta unit usaha yang berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau setara Rp9.580 triliun serta menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja (Kadin, 2024). Angka ini menegaskan



bahwa UMKM memiliki kontribusi signifikan dalam mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat struktur ekonomi nasional

Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan akses teknologi, literasi digital, pendanaan, dan sertifikasi produk. Kondisi ini menuntut UMKM untuk terus berinovasi agar mampu bersaing di pasar domestik maupun global (Kemendag.go.id, 2024). Secara regulatif, pemerintah telah memperkuat keberadaan UMKM melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 yang mengatur kemudahan, perlindungan, serta pemberdayaan UMKM. Regulasi tersebut menjadi dasar penting dalam perencanaan pembangunan ekonomi daerah

Dalam konteks lokal, Kota Tebing Tinggi merupakan wilayah yang ekonominya banyak ditopang oleh sektor UMKM, khususnya pada bidang makanan, minuman, perdagangan, dan jasa. Kelurahan Padang Merbau sebagai wilayah dengan luas terbesar di Kecamatan Padang Hulu menunjukkan karakter ekonomi masyarakat yang berbasis UMKM dengan beragam bidang usaha seperti perdagangan makanan dan minuman, peternakan, budidaya ikan, serta industri rumah tangga. Komoditas unggulan seperti jambu madu dan pisang kepok keling memiliki potensi ekonomi yang tinggi dan berpeluang dikembangkan menjadi basis agroindustri local.

Diversifikasi produk terbukti menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Rachman (2022) menunjukkan bahwa variasi produk mampu memperluas segmen pasar dan meningkatkan resiliensi usaha. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya optimal karena keterbatasan kemampuan manajerial pelaku usaha. Buky (2023) menegaskan bahwa keterbatasan kapasitas manajemen menjadi penyebab stagnasi pertumbuhan UMKM, sedangkan Arham (2020) menyatakan bahwa kemampuan manajerial adaptif merupakan faktor kunci ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis

Selain faktor internal, perubahan perilaku konsumen juga memengaruhi keberhasilan UMKM. Konsumen kini semakin peduli terhadap produk lokal, keberlanjutan, dan kemasan ramah lingkungan. Han et al. (2023) menunjukkan bahwa tren konsumsi berbasis lokalitas membuka peluang pasar domestik yang lebih luas, sementara Yang et al. (2024) menegaskan pentingnya kemasan berkelanjutan dalam keputusan pembelian. Di sisi lain, intensitas persaingan usaha semakin meningkat. Slijper et al. (2022) menyebutkan bahwa tekanan kompetitif dapat mendorong inovasi, tetapi tanpa dukungan ekosistem yang memadai justru menekan margin keuntungan UMKM

Transformasi digital menjadi faktor penting dalam penguatan UMKM. Penelitian Suwana dan Lily (2017) serta Nord et al. (2016) menunjukkan bahwa kesenjangan literasi digital masih menjadi hambatan utama, meskipun pemanfaatan teknologi terbukti mampu memperluas pasar dan meningkatkan daya tawar UMKM (Soekarni, 2024; Soeyatno et al., 2024). Dalam perspektif Perencanaan Wilayah dan Kota (PWK), penguatan UMKM berperan dalam menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi baru di tingkat lokal serta mendukung pembangunan wilayah yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh keberagaman produk, kemampuan manajerial, tren konsumsi produk lokal, dan persaingan usaha terhadap keberhasilan pengelolaan UMKM dalam mendukung pengembangan wilayah di Kelurahan Padang Merbau, Kota Tebing Tinggi.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Padang Merbau, Kecamatan Padang Hulu, Kota Tebing Tinggi, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive karena wilayah tersebut memiliki karakter ekonomi masyarakat berbasis UMKM yang kuat. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, berjumlah 62 pelaku.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Selain itu, observasi lapangan dan dokumentasi juga digunakan untuk memperkuat data penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi keberagaman produk, kemampuan manajerial, tren konsumsi produk lokal, dan persaingan usaha. Variabel dependen adalah keberhasilan pengelolaan UMKM dalam pengembangan wilayah. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Padang Merbau merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Padang Hulu Kota Tebing Tinggi yang memiliki karakter ekonomi berbasis UMKM.

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda Persamaan I

Variabel	B	Std. Error	Beta
Konstanta	3,152	0,822	-
Keberagaman Produk (X_1)	0,018	0,035	0,024
Kemampuan Manajerial (X_2)	0,374	0,049	0,411
Tren Konsumsi Produk Lokal (X_3)	0,603	0,042	0,665
Persaingan Usaha (X_4)	0,602	0,051	0,662

a. Dependent Variable: Pengembangan Wilayah (Z)

Sumber: Data diolah SPSS

$$Z=3,152+0,018X_1+0,374X_2+0,603X_3+0,602X_4$$

Hasil regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien positif terhadap pengembangan wilayah. Variabel tren konsumsi produk lokal ($\beta = 0,665$) dan persaingan usaha ($\beta = 0,662$) merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling kuat dalam meningkatkan pengembangan wilayah. Hal ini menunjukkan bahwa dinamika pasar dan preferensi konsumen lokal menjadi motor utama penguatan ekonomi wilayah berbasis UMKM. Sementara itu, kemampuan manajerial ($\beta = 0,411$) juga memberikan kontribusi yang signifikan, menegaskan pentingnya kapasitas pengelolaan usaha dalam mendukung pembangunan wilayah. Variabel keberagaman produk tetap berpengaruh positif meskipun dengan kontribusi relatif kecil ($\beta = 0,024$).

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Berganda Persamaan II

Variabel	B	Std. Error	Beta
Konstanta	22,537	4,334	-
Keberagaman Produk (X_1)	-0,279	0,167	-0,272
Kemampuan Manajerial (X_2)	-0,238	0,329	-0,196
Tren Konsumsi Produk Lokal (X_3)	-0,053	0,425	-0,044
Persaingan Usaha (X_4)	0,106	0,444	0,087
Pengembangan Wilayah (Y)	0,388	0,622	0,291

a. Dependent Variable: Program UMKM Wilayah (Y)

Sumber: Data diolah SPSS

Persamaan Regresi II

$$Y=22,537-0,279X_1-0,238X_2-0,053X_3+0,106X_4+0,388Z$$

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel pengembangan wilayah memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan program UMKM wilayah dengan koefisien sebesar 0,388. Artinya, peningkatan pengembangan wilayah akan mendorong peningkatan keberhasilan program UMKM.

Sebaliknya, variabel keberagaman produk, kemampuan manajerial, dan tren konsumsi produk lokal menunjukkan koefisien negatif terhadap program UMKM wilayah ketika dimasukkan bersama variabel mediasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keberhasilan UMKM lebih banyak terjadi secara tidak langsung melalui pengembangan wilayah sebagai variabel mediasi.

Temuan ini memperkuat bahwa pengembangan wilayah berperan sebagai variabel intervening penting dalam hubungan antara faktor internal dan eksternal UMKM dengan keberhasilan program UMKM wilayah

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.964 ^a	.928	.923	.52829	.928	185.026	4	57	.000

a. Predictors: (Constant), Persaingan Usaha, Keberagaman Produk, Tren Konsumsi Produk Lokal, Kemampuan Manajerial

b. Dependent Variable: Pengembangan Wilayah
Sumber: Data diolah SPSS

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,923 (92,3%). Artinya, variabel keberagaman produk, kemampuan manajerial, tren konsumsi produk lokal, dan persaingan usaha mampu menjelaskan variasi pengembangan wilayah sebesar 92,3%, sedangkan sisanya sebesar 7,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai R sebesar 0,964 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan pengembangan wilayah. Nilai F change sebesar 185,026 dengan signifikansi 0,000 mengindikasikan bahwa model regresi secara simultan signifikan

Tabel 4. Koefisien Determinasi Persamaan II

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.357 ^a	.127	.049	2.48245	.127	1.635	5	56	.166

a. Predictors: (Constant), Pengembangan Wilayah, Kemampuan Manajerial, Keberagaman Produk, Tren Konsumsi Produk Lokal, Persaingan Usaha

b. Dependent Variable: Program UMKM Wilayah
Sumber: Data diolah SPSS

Hasil pengujian menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,049 (4,9%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk, kemampuan manajerial, tren konsumsi produk lokal, persaingan usaha, serta pengembangan wilayah hanya mampu menjelaskan



variasi program UMKM wilayah sebesar 4,9%, sedangkan 95,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai koefisien determinasi yang relatif kecil pada persamaan kedua menunjukkan bahwa keberhasilan program UMKM wilayah dipengaruhi oleh banyak faktor eksternal lain, seperti kebijakan pemerintah, akses permodalan, infrastruktur, dan dukungan kelembagaan yang tidak dimasukkan dalam model penelitian

Analisis Jalur

Agar dapat membuktikan bahwa apakah suatu variabel mampu menjadi variabel yang memediasi hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka akan dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila pengaruh tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel intervening lebih besar dibanding pengaruh secara langsung variabel bebas terhadap variabel terikat, maka variabel tersebut bisa menjadi variabel yang memediasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Untuk melakukan perhitungan secara langsung dan tidak langsung dilakukan dari nilai standardized coefficients regresi persamaan I dan II berikut:

Tabel 5. Nilai Standardized Coefficients Persamaan I
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3.152	.822	
Keberagaman Produk	.018	.035	.024
Kemampuan Manajerial	.374	.049	.411
Tren Konsumsi Produk Lokal	.603	.042	.665
Persaingan Usaha	.602	.051	.662

a. Dependent Variable: Pengembangan Wilayah

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel 6. Nilai Standardized Coefficients Persamaan II
Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	22.537	4.334	
Keberagaman Produk	-.279	.167	-.272
Kemampuan Manajerial	-.238	.329	-.196
Tren Konsumsi Produk Lokal	-.053	.425	-.044
Persaingan Usaha	.106	.444	.087
Pengembangan Wilayah	.388	.622	.291

a. Dependent Variable: Program UMKM Wilayah

Sumber: Data diolah SPSS

Pada gambar analisis jalur memperlihatkan pengaruh langsung variabel keberagaman produk terhadap variabel program UMKM wilayah sebesar -0,272. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel pengembangan wilayah yaitu $0,024 \times 0,291 = 0,006$. Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel pengembang wilayah lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel program UMKM wilayah, artinya hipotesis pertama diterima

Selanjutnya pengaruh langsung variabel kemampuan manajerial terhadap variabel program UMKM wilayah sebesar -0,196. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel pengembangan wilayah yaitu $0,411 \times 0,291 = 0,119$. Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel pengembang wilayah

lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel program UMKM wilayah, artinya hipotesis kedua diterima

Kemudian pengaruh langsung variabel tren konsumsi produk local terhadap variabel program UMKM wilayah sebesar -0,044. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel pengembangan wilayah yaitu $0,665 \times 0,291 = 0,193$. Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel pengembang wilayah lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel program UMKM wilayah, artinya hipotesis ketiga diterima. Terakhir pengaruh langsung variabel persaingan usaha terhadap variabel program UMKM wilayah sebesar 0,087. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel pengembangan wilayah yaitu $0,662 \times 0,291 = 0,192$. Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel pengembang wilayah lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel program UMKM wilayah, artinya hipotesis keempat diterima

Tabel 7. Hubungan Langsung dan Tidak Langsung

No	Direct	Indirect	Kriteria	Kesimpulan
1	-0,272	$0,024 \times 0,291 = 0,006$	Indirect > Direct	Hipotesis pertama diterima
2	-0,196	$0,411 \times 0,291 = 0,119$	Indirect > Direct	Hipotesis kedua diterima
3	-0,044	$0,665 \times 0,291 = 0,193$	Indirect > Direct	Hipotesis ketiga diterima
4	0,087	$0,662 \times 0,291 = 0,192$	Indirect > Direct	Hipotesis keempat diterima

Sumber: Data diolah SPSS

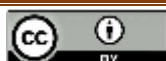
Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Pengembangan Wilayah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman produk memiliki pengaruh terhadap pengembangan wilayah, meskipun kontribusi langsungnya relatif kecil dibandingkan variabel lainnya. Secara teoritis, keberagaman produk mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi dan diferensiasi produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang beragam. Strategi diferensiasi ini sejalan dengan konsep pemasaran modern yang menekankan pentingnya segmentasi dan penentuan posisi pasar. Sebagaimana dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), strategi pemasaran merupakan proses manajerial untuk menciptakan nilai dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Dengan demikian, semakin beragam produk yang ditawarkan UMKM, semakin besar peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan kontribusi terhadap pembangunan wilayah. Namun dalam penelitian ini, pengaruh tidak langsung melalui variabel pengembangan wilayah lebih dominan dibandingkan pengaruh langsung terhadap program UMKM wilayah. Hal ini menunjukkan bahwa keberagaman produk berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengembangan wilayah terlebih dahulu sebelum berdampak pada keberhasilan program UMKM

Pengaruh Kemampuan Manajerial terhadap Pengembangan Wilayah

Kemampuan manajerial terbukti memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan wilayah. Pengelolaan usaha yang baik mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya secara sistematis untuk



mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien. Affuah (2021) menegaskan bahwa pengelolaan dilakukan melalui proses yang terstruktur sesuai fungsi manajemen sementara Steinfeld dalam Purba et al. (2022) menyatakan bahwa pengelolaan usaha mencakup kegiatan perencanaan hingga pengendalian untuk mencapai hasil maksimal.

Temuan ini memperkuat bahwa kapasitas manajerial pelaku UMKM menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan manajerial yang baik cenderung mampu mengelola risiko, meningkatkan efisiensi, serta memperluas jaringan usaha sehingga berdampak pada pengembangan wilayah secara berkelanjutan.

Pengaruh Tren Konsumsi Produk Lokal terhadap Pengembangan Wilayah

Tren konsumsi produk lokal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan wilayah. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi produk lokal menciptakan multiplier effect terhadap ekonomi daerah, karena perputaran ekonomi terjadi di dalam wilayah tersebut. Dalam konteks pemasaran, tren konsumsi mencerminkan perubahan preferensi dan perilaku konsumen. Strategi pemasaran yang efektif harus mampu membaca dinamika ini melalui analisis pasar dan segmentasi konsumen. Oleh karena itu, UMKM yang mampu menyesuaikan produknya dengan tren lokal akan lebih mudah bertahan dan berkembang.

Pengaruh Persaingan Usaha terhadap Pengembangan Wilayah

Persaingan usaha terbukti memiliki pengaruh terhadap pengembangan wilayah. Dalam teori ekonomi industri, persaingan mendorong efisiensi, inovasi, dan peningkatan kualitas produk. Ketika persaingan berlangsung secara sehat, pelaku usaha terdorong untuk meningkatkan kinerja dan kualitas layanan sehingga menciptakan nilai tambah bagi wilayah.

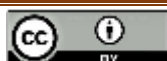
Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persaingan usaha memiliki kontribusi yang cukup besar dalam model regresi persamaan I. Hal ini menunjukkan bahwa dinamika kompetitif justru menjadi stimulus positif bagi penguatan ekonomi lokal.

Pengaruh Pengembangan Wilayah terhadap Program UMKM Wilayah

Pengembangan wilayah berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara variabel independen dengan program UMKM wilayah. Analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung melalui pengembangan wilayah lebih besar dibandingkan pengaruh langsung pada beberapa variabel. Hal ini sesuai dengan pendekatan analisis jalur yang dikemukakan oleh Ghazali (2016), bahwa suatu variabel dapat dikatakan memediasi apabila pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung.

Namun demikian, koefisien determinasi pada persamaan II menunjukkan bahwa variabel dalam model hanya mampu menjelaskan program UMKM wilayah sebesar 4,9%, sedangkan 95,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan program UMKM wilayah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal usaha, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, akses permodalan, dukungan infrastruktur, dan ekosistem kelembagaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan UMKM dalam mendorong pembangunan wilayah di Kelurahan Padang Merbau tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (keberagaman produk dan kemampuan manajerial) serta faktor eksternal (tren konsumsi dan persaingan usaha). Pengembangan wilayah terbukti berperan sebagai mekanisme mediasi yang menghubungkan



faktor-faktor tersebut dengan keberhasilan program UMKM wilayah. Temuan ini memperkuat teori manajemen dan pemasaran bahwa pengelolaan usaha yang sistematis dan strategi pemasaran yang tepat akan menciptakan nilai tambah ekonomi yang berdampak pada pembangunan wilayah secara berkelanjutan

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh keberagaman produk, kemampuan manajerial, tren konsumsi produk lokal, dan persaingan usaha terhadap keberhasilan pengelolaan UMKM dalam pengembangan wilayah di Kelurahan Padang Merbau, Kecamatan Padang Hulu, Kota Tebing Tinggi. Berdasarkan hasil analisis regresi dan analisis jalur, diperoleh beberapa kesimpulan utama.

Pertama, keberagaman produk berpengaruh terhadap pengembangan wilayah, namun pengaruh langsungnya terhadap program UMKM wilayah relatif kecil. Pengaruh variabel ini lebih dominan melalui pengembangan wilayah sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk UMKM terlebih dahulu mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah sebelum berdampak pada keberhasilan program UMKM. Kedua, kemampuan manajerial terbukti berpengaruh positif terhadap pengembangan wilayah. Kemampuan dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM serta memperkuat kontribusi UMKM terhadap pembangunan wilayah.

Ketiga, tren konsumsi produk lokal memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan wilayah. Meningkatnya preferensi masyarakat terhadap produk lokal memberikan peluang pasar yang luas bagi UMKM dan memperkuat perputaran ekonomi lokal. Keempat, persaingan usaha memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan wilayah. Persaingan mendorong inovasi, peningkatan kualitas produk, serta efisiensi usaha yang pada akhirnya berkontribusi terhadap penguatan ekonomi wilayah. Kelima, pengembangan wilayah terbukti berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara faktor internal dan eksternal UMKM dengan keberhasilan program UMKM wilayah. Variabel penelitian mampu menjelaskan pengembangan wilayah sebesar 92,3%, namun hanya menjelaskan program UMKM wilayah sebesar 4,9%. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan program UMKM wilayah juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal di luar model penelitian.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan UMKM dalam mendukung pembangunan wilayah merupakan hasil interaksi antara faktor manajerial, inovasi produk, dinamika pasar, serta kondisi lingkungan usaha.

SARAN

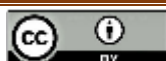
Bagi pelaku UMKM, penting untuk terus meningkatkan kemampuan manajerial, terutama dalam perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Diversifikasi produk perlu terus dikembangkan agar mampu menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen. Bagi pemerintah daerah, diperlukan dukungan kebijakan yang lebih komprehensif dalam pengembangan UMKM, seperti peningkatan akses permodalan, pelatihan kewirausahaan, penguatan jaringan pemasaran, serta penyediaan infrastruktur pendukung. Mengingat variabel penelitian hanya menjelaskan sebagian kecil keberhasilan program UMKM wilayah, maka intervensi kebijakan publik menjadi sangat



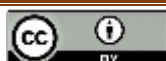
penting. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti akses pembiayaan, dukungan kebijakan, literasi digital, dan peran teknologi informasi, sehingga model penelitian dapat menjelaskan keberhasilan program UMKM wilayah secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Affuah, A. (2021). *Business model innovation: Concepts, analysis, and cases*. Routledge.
- Arham, M. (2020). Managerial capability and MSME resilience during crisis. *Journal of Small Business Strategy*, 30(4), 45–58.
- Budiarto, T., Prabowo, M., Uyob, R., & Diansari, R. (2022). Diversification strategy and its impact on sustainability: Research on Indonesian SMEs. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 10(2), 115–128.
- Buky, R. (2023). Managerial capacity limitations and MSME growth stagnation. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 34–47.
- European Commission. (2022). *Annual report on European SMEs 2021/2022*. European Union.
- Eurostat. (2023). *SMEs statistics in the EU*. European Union.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS (8th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, X., Li, Y., & Chen, Z. (2023). Local consumption trends and consumer behavior in emerging markets. *Journal of Consumer Studies*, 47(3), 215–230.
- Kadin Indonesia. (2024). *Data dan perkembangan UMKM Indonesia 2023–2024*. Kamar Dagang dan Industri Indonesia.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Data UMKM tahun 2021*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *Laporan perkembangan UMKM dan daya saing ekspor*. <https://www.kemendag.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- METI (Ministry of Economy, Trade and Industry Japan). (2021). *White paper on small and medium enterprises in Japan*. METI
- Mi, Z., Zheng, J., & Wang, Y. (2020). Productivity and welfare distribution in small enterprises. *Economic Development Review*, 28(2), 101–119.
- Nizar, A., Siregar, R. T., Damanik, S. E., & Purba, E. (2019). Pengaruh Ketersediaan Prasarana Dan Sarana Utilitas Umum (PSU) Terhadap Harga Jual Perumahan Dalam Pengembangan Wilayah Kota Pematangsiantar. *Jurnal Regional Planning*, 1(2), 108–121
- Nord, J. H., Riggio, R., & Paliszkievicz, J. (2016). Digital literacy and SME performance. *Journal of Business and Technology*, 11(2), 75–88.
- Panjaitan, M., Siregar, R. T., Nainggolan, P., & Sinaga, A. A. (2022). Penawaran Komoditi Kentang Sebagai Dasar Pengembangan Potensi Wilayah Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Regional Planning*, 4(2), 65–78



- Pramuki, N. M., & Kusumawati, A. (2024). Improving SMEs marketing performance through market orientation, product innovation, and competitive advantage in Bali–Indonesia. *International Journal of Business and Management*, 19(1), 89–104.
- Purba, A., et al. (2022). Strategic management practices in local SMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 120–134.
- Purba, R. T., Manullang, M., Siregar, R. T., & Damanik, S. E. (2019). Dampak Relokasi Pusat Pemerintahan Terhadap Efisiensi Pelayanan Masyarakat Dan Pengembangan Wilayah Kabupaten Simalungun. *Jurnal Regional Planning*, 1(1), 54 –. <https://doi.org/10.36985/jrp.v1i1.579>
- Rachman, A. (2022). Product variation as a competitiveness strategy for local SMEs. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 211–224.
- Sarumpaet, E., Manullang, M., Silalahi, M., & Purba, J. (2023). Kesenjangan Persepsi Dan Pemahaman Masyarakat Terhadap Indikator Pembangunan Berkelanjutan Dalam Perencanaan Wilayah Di Kota Sibolga. *Jurnal Regional Planning*, 5(1), 25-40
- Sihombing, B., Siregar, R. T., Manullang, M., & Damanik, S. E. (2021). Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Program Pengembangan Kecamatan (PPK) Di Kecamatan Siantar Sitalasari Kota Pematangsiantar. *Jurnal Regional Planning*, 3(2), 110-124
- Silalahi, I. Y., Manullang, M., Siregar, R. T., & Damanik, S. E. (2020). Pengaruh Objek Wisata Taman Hewan Terhadap Pengembangan Wilayah Kota Pematangsiantar. *Jurnal Regional Planning*, 2(2), 89-102.
- Simatupang, B., Silalahi, M., Sihaloho, A. N., & Ginting, M. (2021). Analisis Sektor Unggulan Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Pembangunan Wilayah Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Regional Planning*, 3(2), 97-109
- Siregar, M. A. N., Manullang, M., Siregar, R. T., & Damanik, S. E. (2019). Dampak Perusahaan Kelapa Sawit PTPN - IV Terhadap Kesejahteraan Sosial Masyarakat Dalam Pembangunan Wilayah Di Desa Kedai Damar Kecamatan Pabatu Kabupaten Serdang Badagei. *Jurnal Regional Planning*, 1(1), 39 –. <https://doi.org/10.36985/jrp.v1i1.578>
- Slijper, T., van der Valk, W., & Wynstra, F. (2022). Competitive pressure and SME innovation behavior. *Journal of Small Business Management*, 60(4), 765–784.
- Soekarni, M. (2024). Digital transformation and MSME bargaining power. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 6(1), 55–70.
- Soeyatno, T., Rahmawati, D., & Hidayat, R. (2024). E-commerce adoption and distribution efficiency in MSMEs. *Journal of Digital Economy*, 8(2), 99–113.
- Supramono, A., Damayanti, R., & Adhitya, M. (2025). Dynamic capabilities and MSMEs performance recovery: The mediating effect of innovation (Central Java, Indonesia). *Asian Journal of Business Research*, 15(1), 44–60.
- Suwana, F., & Lily. (2017). Digital divide and MSME competitiveness. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 9(1), 33–48
- Tabroni. (2025). Marketing strategies of SMEs in facing competition of imported products (Indonesia). *Journal of Marketing Development*, 14(2), 130–148.



- Tampubolon, A. N., Siregar, R. T., Manullang, M., & Damanik, S. E. (2020). Pengelolaan Sumber Daya Alam Berbasis Masyarakat Lokal Tepi Danau Toba Kabupaten Simalungun. *Jurnal Regional Planning*, 2(2), 67-78
- Tarigan, M., Saragih, J. R., Subarna, D., & Situmeang, R. (2023). Pengaruh Kebijakan Pembangunan Perumahan Pemukiman Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pengembangan Wilayah Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Regional Planning*, 5(2), 101-112
- Yang, L., Zhou, M., & Li, H. (2024). Sustainable packaging preference and purchase decision in local markets. *Journal of Consumer Sustainability*, 12(1), 21–38