

Analisis Strategi Kewirausahaan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Digital di Lingkungan Kota Binjai

Arie Bastian Hadinata, Yusmita Gunawan, Nazla Ivanka, Soniya Srilillah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kewirausahaan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital di lingkungan Kota Binjai. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menyebabkan persaingan usaha menjadi lebih kompetitif sehingga pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi melalui strategi kewirausahaan yang inovatif dan kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelaku UMKM di Kota Binjai. Sampel penelitian berjumlah 30 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan angket skala Likert yang mengukur variabel strategi kewirausahaan sebagai variabel independen (X) dan kemampuan menghadapi persaingan pasar digital sebagai variabel dependen (Y). Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), nilai t hitung sebesar 6,512, serta kontribusi pengaruh sebesar 59,8%. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: strategi kewirausahaan; UMKM; pasar digital; persaingan usaha; Kota Binjai.

Abstract

This study aims to analyze entrepreneurial strategies of MSMEs in facing digital market competition in Binjai City. The rapid development of digital technology has increased business competition, requiring MSMEs to adapt through innovative and creative entrepreneurial strategies. This study uses a quantitative approach with a survey method involving MSME actors in Binjai City. The sample consisted of 30 respondents selected through purposive sampling techniques. Data collection was conducted using Likert-scale questionnaires measuring entrepreneurial strategy as the independent variable (X) and the ability to face digital market competition as the dependent variable (Y). The data were analyzed using descriptive statistics and simple linear regression. The results show that entrepreneurial strategies have a positive and significant effect on the ability of MSMEs to face digital market competition, indicated by a significance value of 0.000 (<0.05), a t-value of 6.512, and a contribution effect of 59.8%. These findings indicate that entrepreneurial strategies play an important role in increasing the competitiveness of MSMEs in the digital era.

Keywords: entrepreneurial strategy; MSMEs; digital market; business competition; Binjai City.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, khususnya dalam sistem pemasaran dan persaingan usaha. Era

digital saat ini mendorong pelaku usaha untuk mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan bisnis agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu sektor usaha yang mengalami dampak signifikan dari perkembangan teknologi digital adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, termasuk di Kota Binjai. Selain mampu menciptakan lapangan pekerjaan, UMKM juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan pengurangan tingkat pengangguran. Namun, perkembangan pasar digital menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin kompetitif karena pelaku usaha tidak hanya bersaing secara lokal tetapi juga dengan pelaku usaha dari berbagai daerah melalui platform digital.

Persaingan pasar digital menuntut pelaku UMKM untuk memiliki strategi kewirausahaan yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. Strategi kewirausahaan meliputi kemampuan dalam menciptakan inovasi produk, memanfaatkan media sosial, menerapkan digital marketing, meningkatkan kualitas pelayanan, serta membaca peluang pasar yang terus berubah. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran.

Menurut penelitian sebelumnya, strategi kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dan kemampuan pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan pasar. Pelaku usaha yang kreatif dan inovatif cenderung lebih mampu memanfaatkan teknologi digital dibandingkan pelaku usaha yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional.

Namun demikian, masih terdapat pelaku UMKM di Kota Binjai yang mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar digital. Rendahnya pemahaman teknologi, keterbatasan kemampuan pemasaran digital, serta kurangnya inovasi produk menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha berbasis digital.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Kewirausahaan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Digital di Lingkungan Kota Binjai”** guna mengetahui bagaimana strategi kewirausahaan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital.

B. KAJIAN TEORI

Strategi Kewirausahaan

Strategi kewirausahaan merupakan langkah atau cara yang dilakukan pelaku usaha untuk mencapai tujuan bisnis melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Strategi ini mencakup kemampuan dalam berinovasi, membaca peluang usaha, mengambil keputusan, serta menghadapi risiko bisnis.

Dalam era digital, strategi kewirausahaan tidak hanya berfokus pada penjualan produk tetapi juga pada pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, dan e-commerce sebagai sarana pemasaran dan komunikasi dengan konsumen.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki individu atau kelompok usaha dengan skala kecil hingga menengah. UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UMKM juga menjadi sektor usaha yang paling banyak berkembang di Indonesia karena memiliki fleksibilitas dalam menghadapi perubahan ekonomi dan kebutuhan pasar.

Pasar Digital

Pasar digital merupakan sistem pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dalam proses transaksi dan promosi produk. Pasar digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan penjualan melalui platform online.

Namun, pasar digital juga menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat karena setiap pelaku usaha dapat dengan mudah memasarkan produk kepada konsumen melalui internet.

Persaingan Pasar Digital

Persaingan pasar digital merupakan kondisi persaingan usaha yang terjadi melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi e-commerce. Persaingan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah kompetitor, perubahan tren pasar yang cepat, serta tingginya tuntutan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan.

Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal cenderung memiliki peluang lebih besar dalam memenangkan persaingan pasar.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi kewirausahaan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital di lingkungan Kota Binjai.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berada di Kota Binjai. Sampel penelitian berjumlah 30 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelaku UMKM yang aktif menggunakan media digital dalam pemasaran usaha.

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan angket atau kuesioner dengan skala Likert yang mengukur variabel strategi kewirausahaan sebagai variabel independen (X) dan kemampuan menghadapi persaingan pasar digital sebagai variabel dependen (Y).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh strategi kewirausahaan terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis Koefisien Determinasi

Model R R Square Adjusted R Square Std. Error

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	0,773	0,598	0,584	4,821

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,773 yang menunjukkan bahwa hubungan antara strategi kewirausahaan dengan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital berada pada kategori kuat. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,598 menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 59,8% terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital.

Uji F (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	945.118	1	945.118	42.410	0.000
Residual	624.882	28	22.317		
Total	1570.000	29			

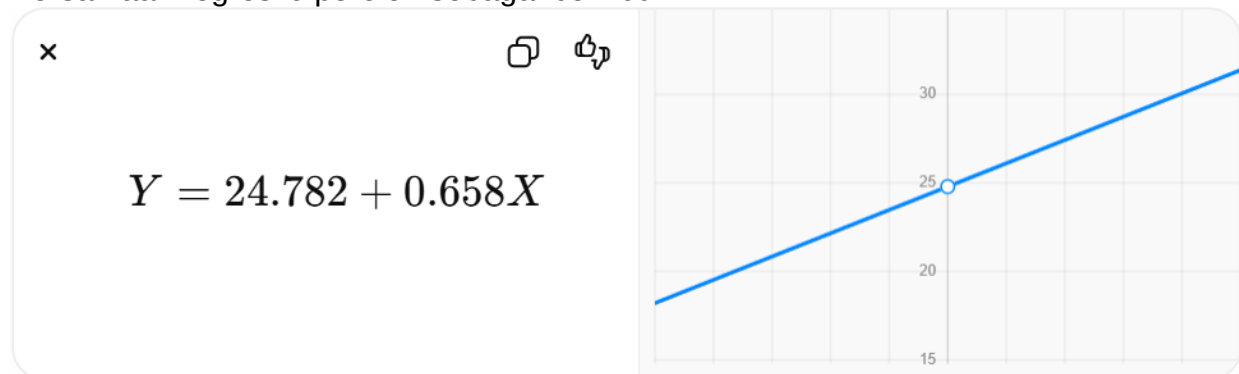
Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan signifikan.

Uji T (Coefficients)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
Constant	24.782	6.104		4.060	0.000
Strategi Kewirausahaan	0.658	0.101	0.773	6.512	0.000

Hasil uji t menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital dengan nilai t hitung sebesar 6,512 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05).

Persamaan regresi diperoleh sebagai berikut:



Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan strategi kewirausahaan sebesar satu poin akan meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital sebesar 0,658 poin.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan media sosial, marketplace, dan digital marketing cenderung memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

Selain itu, inovasi produk dan peningkatan kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan usaha di era digital. Pelaku usaha yang kreatif dan inovatif lebih mudah menarik perhatian konsumen dibandingkan pelaku usaha yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang menyatakan bahwa kreativitas, inovasi, dan kemampuan membaca peluang pasar menjadi faktor utama dalam keberhasilan usaha di era digital.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital di lingkungan Kota Binjai.

Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 59,8%, serta hasil uji t dan uji F yang menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (<0,05).

Dengan demikian, semakin baik strategi kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam menghadapi persaingan pasar digital.

F. SARAN

1. **Bagi Pelaku UMKM**
Pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk serta terus mengembangkan inovasi usaha agar mampu bersaing di pasar digital.
2. **Bagi Pemerintah**
Pemerintah diharapkan memberikan pelatihan digital marketing dan pendampingan usaha kepada pelaku UMKM guna meningkatkan kemampuan usaha berbasis digital.
3. **Bagi Penelitian Selanjutnya**
Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti inovasi produk, literasi digital, dan kualitas pelayanan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih luas.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2023). Strategi Digital Marketing UMKM dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 112–125.
- Hidayat, R., & Siregar, M. (2024). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 8(1), 55–67.
- Kasmir. (2022). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2022). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.