

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM DI TANGERANG SELATAN

Diana^{1*}, Luqman Hakim², Muhammad Fahmi³

¹Manajemen, ²Akuntansi, ³Ekonomi Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cireundeu, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, 15419

*diana.hasan@umj.ac.id

Diterima: 3 Juli 2022

Direvisi: 17 Juli 2022

Disetujui: 12 Agustus 2022

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor penentu kinerja UMKM di Wilayah Tangerang Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa sejauh mana masalah utama dan kendala yang dihadapi oleh pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Tangerang Selatan. Tantangan terbesar para pelaku UMKM saat ini adalah kemampuan dalam pengelolaan usahanya terutama di Pasca Pandemi Covid-19 saat ini. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, yang dikembangkan dengan Google Form, dan disebarluaskan melalui media sosial online. Teknik purposive dilakukan terhadap komunitas UMKM di Tangerang Selatan, dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelaku dan komunitas UMKM sebanyak 392 responden mengirimkan dan memenuhi syarat kriteria responden. Kemudian data tersebut diuji menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) Amos 25.0. yang menghasilkan Kompetensi Pelaku Usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran, Akses Permodalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran, Kreativitas Strategi Pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, namun Akses Permodalan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM, dan Kompetensi Pelaku Usaha memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hasil ini agar dapat sebagai rujukan pihak pemerintah dalam mendukung peningkatan kinerja para pelaku UMKM dengan memperhatikan faktor Kompetensi, Kreativitas Pemasaran namun tidak mengabaikan faktor akses permodalan sehingga dapat turut meningkatkan pendapatan daerah.

Kata kunci: UMKM, Kompetensi, Akses Permodalan, Kreativitas Strategi Pemasaran, Kinerja

ABSTRACT

This study analyzes the determinants of the performance of MSMEs in the South Tangerang region. The purpose of this study is to analyze the extent of the main problems and obstacles faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the South Tangerang area. The toughest challenge for SMEs today is the ability to manage their business, especially during the current post Covid-19 pandemic. Data collection was carried out using a questionnaire, which was developed with Google Forms, and disseminated through online social media. The purposive technique was carried out on the MSME community in South Tangerang, by distributing questionnaires to the perpetrators and the MSME community as many as 392 respondents submitted and met the criteria for respondents. Then the data was tested using Structural Equation Modeling (SEM) Amos 25.0. which results in Business Actor Competence having a positive and significant influence on Marketing Strategy Creativity, Access to Capital has a positive and significant influence on Marketing Strategy Creativity, Marketing Strategy Creativity has a positive and significant influence on MSME Performance, but Access to Capital has a positive but not significant effect on Performance MSMEs, and Business Actor Competencies have a positive but not significant effect on the performance of SMEs. This result can be used as a reference for the government in supporting the improvement of the performance of MSME actors by paying attention to the Competence factor, Marketing Creativity but not ignoring the factor of access to capital so that it can also increase regional income.

Keywords: MSMEs, Competence, Access to Capital, Marketing Strategy Creativity, Performance

PENDAHULUAN

UMKM berperan penting pada aspek ekonomi terutama perekonomian di negara yang masih berkembang. UMKM berkontribusi terhadap perekonomian tercatat hingga 45% dari total lapangan pekerjaan dan memberikan sumbangan hingga 33% pada PDB di negara berkembang. Perkembangan UMKM di beberapa negara berkembang termasuk di Indonesia, rata-rata permasalahan utama adalah pembiayaan, pemasaran dan dukungan pemerintah. (Hanggraeni, 2021)

Indonesia dapat dikategorikan sebagai negara yang memiliki populasi penduduk cukup banyak, berdasarkan survei data yang diperoleh dari Badan Perencanaan Pembangunan (Bappenas) per periode 1 juli 2019, (Ramadhan, 2020) jumlah penduduk Indonesia tercatat dengan sebanyak 267.000.000 jiwa, dengan hal tersebut Indonesia memiliki populasi manusia dengan peringkat ke 4 terbanyak dari total seluruh negara yang ada di dunia atau setara dengan 3,53% dari jumlah penduduk di dunia. Dan khususnya untuk jumlah penduduk yang ada di Kota Tangerang Selatan berjumlah 1.644.899 jiwa berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tangerang Selatan pada tahun 2017 (Aningtyaz et al., 2020).

Merujuk Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Banten, eskalasi pertumbuhan penduduk (LPP) di Kota Tangerang Selatan masih mendominasi di Provinsi Banten dan berpotensi akan terus tumbuh dan berkembang, hal tentu dipandang sebagai modal penting dalam melakukan proses-proses pembangunan ekonomi jika dapat dimanfaatkan dengan baik. Di sisi lain, tentu dengan pertumbuhan penduduk yang cukup eksponensial juga memberikan suatu tantangan khususnya kepada pemerintah untuk dapat membangun kualitas sumber daya manusia. Pemerintah Kota Tangerang Selatan sebagai pelaksana Otonomi Daerah tentu memiliki kewajiban dan kewenangan untuk dapat meningkatkan pembangunan ekonomi daerahnya. Dalam lingkup daerah, salah satu parameter keberhasilan dalam pembangunan di bidang ekonomi yaitu dapat dilihat dari laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), yang mana hal tersebut dibutuhkan untuk melakukan evaluasi serta perencanaan pada level ekonomi makro. Meninjau dari

berbagai riset, laju pertumbuhan PDRB pada Kota Tangerang Selatan yang berfluktuasi umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti sumber daya manusia, investasi, perkembangan teknologi dan faktor lainnya (Isnurani & Arofah, 2020).

Jika dilihat dari perkembangan sumber daya manusia yang ada di Tangerang Selatan, kinerjanya sudah memperlihatkan indikator yang cukup meningkat dari segi pertumbuhan UMKM. Berdasarkan data yang diperoleh dari Disperindag Kota Tangerang Selatan, hasil survei yang dilakukan pada tahun 2018 mencatat kurang lebih ada 1.507 UMKM dari berbagai jenis industri dengan 26.700 UKM didominasi oleh usaha kuliner dan fashion (Kurniawan & Setiawan, 2018).

Menurut Bank Indonesia (2015) dalam (Desmaryani, 2018) mengidentifikasi bahwa permasalahan UMKM adalah diantaranya berasal dari faktor Internal seperti Modal, Sumber Daya Manusia, Hukum dan Akuntabilitas, Faktor Eksternal seperti Iklim usaha yang kurang kondusif, infrastruktur dan akses seperti akses bahan baku, teknologi, dan lainnya.

Pada permasalahan faktor internal UMKM, dapat ditinjau dengan melihat bagaimana kualitas sumber daya manusia, aspek teknis dalam bisnis, kemampuan operasional dalam efektivitas dan efisiensi, serta penguasaan pada level strategi bisnis dan pemasaran. Sedangkan pada faktor eksternal dapat ditinjau dengan melihat bagaimana peran kebijakan pemerintah yang mendukung atau menghambat usaha, iklim usaha kondusif atau tidak, kondisi perekonomian yang stabil atau tidak, serta pengaruh kompetisi ekonomi. Selain itu permasalahan yang dihadapi UMKM juga berupa adanya kompetisi bisnis yang semakin berat sehingga berimplikasi pada bahan baku yang sulit diperoleh, kurangnya kompetensi atau kemampuan teknis produksi, kurang adanya kemampuan mengelola sumber daya manusia (SDM), serta minimnya kemampuan manajemen keuangan dan akuntansi. Kebanyakan industry kecil mempunyai percaya diri dan tingkat mandiri tinggi, dikarenakan keterbatasan pengetahuan, industry kecil berkembangnya agak lambat. Selain itu kendala yang dihadapi yaitu Modal dalam pengembangan terbatas, Sulit untuk mendapatkan karyawan yang memiliki

ketrampilan yang tinggi, dan relatif belum kuat dalam spesialisasi. (Efdison & Hendra, 2020).

Berdasarkan basis masalah penelitian yang telah peneliti uraikan, peneliti memiliki tujuan untuk melakukan analisis UMKM di kota Tangerang Selatan untuk mengetahui pengaruh kompetensi pelaku usaha terhadap kinerja UMKM, untuk mengetahui pengaruh akses permodalan terhadap kinerja UMKM, mengetahui pengaruh kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM, untuk mengetahui pengaruh kompetensi pelaku usaha terhadap kinerja UMKM, dan untuk mengetahui pengaruh akses permodalan dalam mendukung kinerja UMKM melalui variabel kreativitas strategi pemasaran.

TINJAUAN LITERATUR

Usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi semakin penting di pasar nasional dan internasional karena mereka berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan nasional. UKM sering menghadapi tantangan serius ketika bersaing dengan perusahaan multinasional (Gonçalves et al., 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan golongan usaha produktif yang umumnya berasal dari usaha yang bersifat individu atau kelompok, serta usaha yang sudah memiliki badan hukum ataupun yang belum memiliki badan hukum. Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengklasifikasikan dua jenis kelompok usaha yaitu pertama, usaha kecil dengan omzet yang dihasilkan kurang dari 1 milyar per tahun, kedua, usaha menengah yang memiliki omzet antara 1 sampai dengan 50 miliar rupiah per tahun (Julita & Tanjung, 2017).

Menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008, definisi UMKM dalam (Atsar & Fadlian, 2021) adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha milik individu yang dapat memenuhi persyaratan kriteria usaha mikro.
- b. Usaha kecil adalah usaha yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan dimiliki oleh perusahaan induk yang menjadi bagian langsung usaha menengah atau besar.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan, yang bukan pula cabang perusahaan yang dimiliki, atau menjadi bagian langsung maupun bagian tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dalam jumlah kekayaan bersih atau laba penjualan tahunan sesuai dengan yang diatur di undang-undang.

Kompetensi Kewirausahaan berdampak terhadap kinerja organisasi. Kompetensi kewirausahaan memberikan manfaat bagi perusahaan agar terwujud SDM yang berkualitas seperti adanya keterampilan khusus, pengetahuan yang optimal untuk meningkatkan kemampuan daya beli bagi konsumen, dan kedisiplinan sehingga efektif upaya dalam meningkatkan kinerja UMKM. Kinerja UMKM memberi gambaran sejauh mana organisasi ini dapat memenuhi kebutuhan stakeholder hingga kebutuhan individu. Kompetensi kewirausahaan yang baik dapat mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan kinerja UMKM yang maksimal (Putri, 2020).

Adanya efek mediasi antara kompetensi strategis dan etika dan pertumbuhan UMKM melalui kompetensi jaringan telah memberikan wawasan yang menambah pengetahuan baru ke kewirausahaan yang ada dan literatur kinerja UKM (Tehseen et al., 2019).

Kompetensi sumber daya manusia (SDM) ternyata merupakan salah satu faktor yang sangat penting didalam industri UMKM. Dengan meningkatnya kompetensi SDM melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan, maka hal tersebut merupakan kunci dalam peningkatan kinerja UMKM. Pengelolaan SDM di UMKM juga meliputi kegiatan rekrutmen, seleksi, penempatan, pengembangan, kompensasi (upah), mempertahankan (retention), evaluasi, promosi hingga pengakhiran hubungan kerja (Widjadja et al., 2018).

Untuk mencapai keunggulan kompetitif UKM harus mengetahui knowledge assetnya, menentukan bagaimana mengelola SDM (MSDM) dan menggunakan aset tersebut untuk memaksimalkan return. UKM memiliki potensi besar untuk menerapkan knowledge management untuk mencapai keunggulan kompetitif (Widagdo et al., 2019).

Pada Aspek Permodalan, umumnya UMKM memiliki beberapa hambatan mengakses modal pada lembaga keuangan formal (Kristanto et al., 2019). Tentu apabila UMKM memiliki

kemudahan dalam mengakses permodalan, tentu akan berimplikasi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi. Dalam menunjang keberlangsungan operasional usaha tentu akses permodalan dianggap suatu hal yang penting. Berbagai persoalan klasik terkait UMKM diantaranya keterbatasan akses permodalan, pemasaran dan teknologi masih menjadi masalah klasik yang dihadapi oleh sektor UMKM.

Akses modal menurut Lusimbo (2016) dalam (OKTAVIANTI, 2017) akses permodalan dapat diartikan dengan tidak adanya kendala yang dialami oleh para UMKM ketika melakukan pinjaman/ kredit dalam hal biaya administrasi pada lembaga keuangan formal, karena apabila UMKM tidak memiliki keterampilan dalam pembuatan pencatatan keuangan, maka bisa menyebabkan terhambatnya akses mendapatkan permodalan dari pembiayaan kredit. Selain itu tingkat suku bunga yang tinggi serta jaminan yang besar juga dapat membuat pihak UMKM menjadi kesulitan dalam hal mendapatkan akses. Seperti yang diketahui bahwa Lembaga keuangan formal sebagai penyedia layanan permodalan memiliki akses dan ketersediaan dana yang lebih luas jika dibandingkan dengan informal. Secara perhitungan jumlah tentu lembaga keuangan formal dapat memberikan kredit kepada UMKM sebanyak 3/4 kali lebih besar jika dibandingkan dengan penyedia layanan keuangan informal di negara Asia.

Kreativitas strategi pemasaran dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan sesuatu yang berbeda dan unik dalam memasarkan suatu produk, oleh karena bisnis sangat dinamis dan cepat dirasa perlu untuk menyesuaikan Langkah yang ditempuh dengan daya kreasi yang baik. kreativitas umumnya terfokus pada suatu hal yang unik dan baru serta melakukan pengembangan alternatif dengan metode yang unik dan baru. (Utaminingsih, 2016).

Upaya menerapkan strategi secara tepat akan berdampak pada kemampuan mereka (wirausaha) dalam berkompetisi dengan usaha lain dan dapat menaikkan kompetensi dalam menghadapi persaingan dengan cara pengembangan inovasi produk. Dan Dengan konsisten menjaga dan meningkatkan sumber keunggulan bersaingnya diharapkan keberlangsungan usaha tersebut akan tetap sesuai yang diharapkan para

pelaku usaha. Tingginya tingkat persaingan yang ada harus dapat menjadi peluang bagi usaha kecil dan kewirausahaan. Oleh karena itu para wirausaha juga tidak menitik beratkan pada strategi inovasi dan menjalin kemitraan seperti yang telah dibahas sebelumnya, tetapi strategi yang lebih tepat yaitu adalah dengan memperhatikan perkembangan kinerja dan berupaya untuk meningkatkan kinerja usahanya. (Ellitan, 2021).

Para pengusaha dituntut untuk dapat memberikan pelayanan atas kebutuhan setiap segmentasi pelanggan dengan baik. Pengusaha bisa melakukan pembagian pasar melalui pemetaan segmentasi pelanggan yang potensial serta mampu merumuskan strategi pemasaran. Pengusaha bisa melakukan evaluasi serta menentukan segmen pasar utama yang berpotensi sebagai target pasar/ penjualan (targeting) (Raharjo, 2019), dan ini dapat memberi kontribusi terhadap kinerja UMKM yang merupakan sektor yang sangat berperan penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia khususnya dalam upaya memperluas lapangan pekerjaan di Indonesia (Alfrian & Pitaloka, 2020)

Selanjutnya, dalam (Arumsari, 2019) mendefinisikan kinerja sebagai pencapaian hasil kerja yang dilakukan individu, dalam menyesuaikan peran atau tugas individu tersebut di dalam suatu perusahaan pada periode waktu tertentu, yang dikorelasikan dengan suatu ukuran nilai atau standar dari perusahaan tempat individu tersebut bekerja. Sedangkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah adalah Kinerja UMKM adalah pencapaian hasil kerja dari tugas yang telah dilaksanakan pegawai sesuai tanggung jawab dan tugas yang telah mereka dapat dan kinerja tersebut harus memenuhi hasil secara kuantitas maupun kualitas sehingga hasil yang dicapai dapat bermanfaat besar bagi usaha mereka (Deviana, 2020).

METODE PENELITIAN

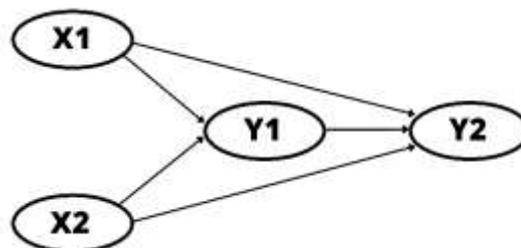
Pada penelitian ini, Metode yang peneliti anggap tepat untuk digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif dimana arah penelitian ini mencoba untuk mencari hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, dalam hal pengambilan data, peneliti melakukan teknik survei dengan menggunakan angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden

yang dituju. Waktu yang peneliti tentukan untuk melakukan penelitian selama 4 bulan. Dan untuk lokasi penelitian akan dilakukan di kota Tangerang Selatan dengan target para kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM).

Populasi yang peneliti tetapkan sebagai target responden dalam penelitian ini ialah para pelaku UMKM yang berdomisili dan beroperasi di kota Tangerang Selatan, dengan total sampel yang diambil minimal sebanyak 392 responden. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dan untuk Kajian teori penelitian, peneliti mengutip dari beberapa literatur penelitian terdahulu yang relevan, data rujukan yang bersifat elektronik, dan referensi pustaka. Sedangkan untuk data primer, peneliti menggunakan data responden yang berasal dari hasil kuesioner.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, yang dikembangkan dengan Google Form, dan disebarakan melalui media sosial online. Teknik purposive dilakukan terhadap komunitas UMKM di Tangerang Selatan, dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelaku dan komunitas UMKM dan pelaku UKM yang bertempat tinggal dan menjalankan operasional usahanya di wilayah kota Tangerang Selatan. sebanyak 392 responden mengirimkan dan memenuhi syarat kriteria responden. Kemudian data tersebut diuji menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) Amos 25.0.

Gambar.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

X1: Kompetensi Pelaku Usaha

X2: Akses Permodalan

Y1: Kreativitas Strategi Pemasaran

Y2: Kinerja UKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan dari bulan April – Agustus 2021. Penelitian ini memiliki responden yang beragam, mulai dari gender wanita maupun pria, rentang usia yang berbeda, serta jenis usaha yang berbeda. Peneliti menggunakan kuesioner dari Google Form untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan Link Google Form melalui media sosial berupa Whatsapp yang disebar di komunitas UMKM, Pelaku UMKM, komunitas keluarga, komunitas masyarakat, jumlah keseluruhan responden yang melakukan pengisian kuesioner online tersebut sebanyak 392 responden, dan yang sesuai dengan kriteria sejumlah 392. maka diperoleh Analisis Profil Responden sebagai berikut:

Tabel.1
Responden komunitas UMKM

No	Deskripsi		Jumlah	Persentase		
1.	Jenis Usaha	Pedagang dipasar sembako/sayur,dll	89	22,7%		
		Warung Kopi	65	16,6%		
		Kerajinan Tangan	52	13,3%		
		Kuliner	49	12,5%		
		Fashion	28	7,1%		
		Tukang Cukur	25	6,4%		
		Teknologi Informasi	21	5,4%		
		Agrobisnis/tanaman	20	5,1%		
		Salon Kecantikan	20	5,1%		
		Bengkel Motor	15	3,8%		
		Cuci Mobil	8	2,0%		
		2.	Lama Usaha	<3 Tahun	93	23,7%
				3 sd 5 Thn	152	38,8%

		>5 sd 10 Thn	95	24,2%
		>10 Tahun	52	13,3%
3.	Omset Per Bulan (Rupiah)	<5 Juta	97	24,7%
		5 sd 10 Juta	163	41,6%
		> 10 sd 20 Juta	55	14,0%
		>20 sd 30 Juta	65	16,6%
		>30 Juta	12	3,1%
		4.	Jumlah Karyawan	0
1	125			31,9%
2	35			8,9%
3	28			7,1%
4	19			4,8%
5	5			1,3%
>5	2			0,5%

Sumber: (diolah)

Uji validitas adalah upaya untuk menunjukkan kevalidan dari alat pengukur yang dipergunakan. Langkah pengujiannya adalah dengan melakukan korelasi antara skor yang diperoleh pada masing-masing indikator (item pertanyaan) dengan skor total individu. Validitas diuji dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS Versi 25. Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan terhadap data survey sejumlah 392 responden. Dinyatakan valid jika memiliki component matrix atau pattern matrix.

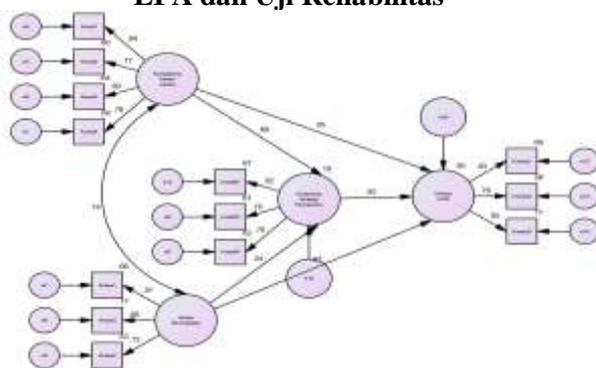
Untuk memastikan indikator tersebut telah memenuhi uji validitas konstruk, maka dilakukan analisis faktor konfirmatori variabel atau Confirmatory Factor Analysis (CFA), dengan menggunakan software AMOS versi 25.0, hingga mencapai model fit dengan acuan nilai P (Probability) minimal 0.05 pada CMIN. Berikut hasil output olah data

Tabel. 2
Model Fit CMIN

Model	NPAP	CMIN	DF	P>0.05	CMIN / DF
Default Model	45	53.191	59	.688	.902
Saturated Model	104	.000	0		
Independence Model	26	3297.014	78	.000	42.269

Sumber: Hasil output Amos 25.0 (diolah)

Gambar.2
EFA dan Uji Reliabilitas



Sumber: Hasil output Amos 25.0 (diolah)

Model diatas adalah model AMOS setelah dilakukan EFA dan Uji Reliabilitas di SPSS.

Setelah uji CFA dilakukan dan mendapatkan hasil model fit, kemudian dapat dilihat hasil uji model hipotesis Structural Equation Modeling, dengan hasil terlihat pada gambar diatas dan Tabel di bawah ini :

Gambar. 3
Hasil Hipotesis Penelitian

Hipotesis	C.R.	P	Hasil
Kreativitas Strategi <--- Kompetensi Pelaku Usaha	9.126	***	Diterima
Kreativitas Strategi <--- Akses Permodalan	3.640	***	Diterima
Kinerja UKM <--- Kreativitas Strategi Pemasaran	6.728	***	Diterima
Kinerja UKM <--- Akses Permodalan	1.026	.305	Ditolak
Kinerja UKM <--- Kompetensi Pelaku Usaha	.511	.609	Ditolak

Sumber: Hasil output Amos 25.0 (diolah)

- Hipotesis 1 (H1) diterima
 CR = 9.126 > 1.96 dan P < 0.05 menunjukkan bahwa Kompetensi Pelaku Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran.
- Hipotesis 2 (H2) diterima
 CR = 3.640 > 1.96 dan P < 0.05 menunjukkan bahwa Akses Permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran.
- Hipotesis 3 (H3) diterima
 CR = 6.728 > 1.96 dan P < 0.05 menunjukkan bahwa Kreativitas Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM
- Hipotesis 4 (H4) ditolak.
 CR = 1.026 < 1.96 dan P = 0.305 > 0.05 menunjukkan bahwa Akses Permodalan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM
- Hipotesis 5 (H5) ditolak.
 CR = 0.511 < 1.96 dan P = 0.609 > 0.05 menunjukkan bahwa Kompetensi Pelaku Usaha berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM

KESIMPULAN

- Hipotesis 1 (H1) diterima
 CR = 9.126 > 1.96 dan P < 0.05 menunjukkan bahwa Kompetensi Pelaku Usaha berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran.

- Hipotesis 2 (H2) diterima
CR = 3.640 > 1.96 dan $P < 0.05$ menunjukkan bahwa Akses Permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran.
- Hipotesis 3 (H3) diterima
CR = 6.728 > 1.96 dan $P < 0.05$ menunjukkan bahwa Kreativitas Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM
- Hipotesis 4 (H4) ditolak.
CR = 1.026 < 1.96 dan $P = 0.305 > 0.05$ menunjukkan bahwa Akses Permodalan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM
- Hipotesis 5 (H5) ditolak.
CR = 0.511 < 1.96 dan $P = 0.609 > 0.05$ menunjukkan bahwa Kompetensi Pelaku Usaha berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM

Merujuk pada hasil riset yang telah dilaksanakan, peneliti mencoba memberikan saran-saran guna meningkatkan kinerja UMKM adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Pemerintah Kota Tangerang untuk dapat konsisten memberikan stimulus dalam pemberian pelatihan peningkatan kompetensi pada pelaku UMKM.
2. Pemerintah kota Tangerang Selatan dapat membantu memberikan informasi terkait akses permodalan bagi para pelaku UMKM
3. Pemerintah Bersama para akademisi dan masyarakat bersinergy dalam upaya peningkatan kinerja UMKM di Tangerang Selatan

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 139–146.
- Arumsari, D. T. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kompetensi Sdm

- Terhadap Kinerja Ukm Di Jawa Timur. STIE Perbanas Surabaya.
- Aningtyaz, N., Harniati, H., & Kusnadi, D. (2020). Minat Kelompok Wanita Tani (Kwt) pada Pertanian Perkotaan melalui Budidaya Sayuran secara Vertikultur di Kecamatan Serpong Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 579–588.
- Atsar, A., & Fadlian, A. (2021). Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKMMewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 1202–1210.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis. UGM PRESS.
- Desmaryani, S. (2018). Wirausaha dan Daya Saing. Deepublish.
- Deviana, M. E. (2020). Analisis Literasi Keuangan Syariah terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Pengolahan di Bandar Lampung. (*Studi Pada UMKM Sektor Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame*). UIN Raden Intan Lampung.
- Efdison, Z., & Hendra, H. (2020). Pemetaan Geografi Industri Kecil Di Kabupaten Kerinci Sebagai Dasar Perumusan Kebijakan Pengembangan Ukm Yang Inovatif Dan Berdaya Saing. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 475–487.
- Ellitan, L. (2021). Urgensi Lingkungan Bisnis Dan Strategi Dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 13(2), 156–174.
- Hanggraeni, D. (2021). Strategi Bisnis dan Manajemen Risiko dalam Pengembangan UMKM di Indonesia (Vol. 1). PT Penerbit IPB Press.
- Isnurani, I., & Arofah, I. (2020). Pemodelan Pertumbuhan Ekonomi ditinjau dari Investasi, Tenaga Kerja dan Pertambahan Penduduk di Kota Tangerang Selatan. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1 (1)
- Gonçalves, J. M., Ferreira, F. A. F., Ferreira, J. J. M., & Farinha, L. M. C. (2019). A

- multiple criteria group decision-making approach for the assessment of small and medium-sized enterprise competitiveness. *Management Decision*.
- Julita, J., & Tanjung, H. (2017). Application of Generic Porter Strategy for UMKM in Facing MEA. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 7, 140.
- Kristanto, S. B., Kurniawati, H., & Rimawati, Y. (2019). The Obstacles and Potential Solutions for MSME Entrepreneurs in Indonesia. *Simposium Nasional Perpajakan*, 7.
- Kurniawan, B., & Setiawan, A. (2018). *Sistem Informasi Akuntansi, Literasi Keuangan dan Kinerja Usaha UMKM Distro : Studi di Distro Yogyakarta dan Solo*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Oktavianti, V. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Akses Kredit Formal Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Surabaya*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Putri, S. M. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43-53.
- Raharjo, T. W. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Ramadhan, R. A. (2020). *Analisis Kinerja Sumber Daya Manusia Dengan Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Tangerang Selatan*. Institut Teknologi Indonesia.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2).
- Widjadja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukanjie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). *(Buku) Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya*. Mandala Press.