



## Analisis Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi pada Kapasitas Daya Serap terhadap Kinerja UMKM

Emilia Konda Ngguna<sup>1</sup>, Tumpal Pangihutan Situmorang<sup>1\*</sup>, Siti Suryani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia

\*Corresponding author email: [tumpal.situmorang@unkriswina.ac.id](mailto:tumpal.situmorang@unkriswina.ac.id)

### Article Info

#### Article history:

Received Desember 17, 2024  
Approved Desember 30, 2024

#### Keywords:

Absorptive Capacity,  
Company Performance,  
Competitive Advantage

#### ABSTRACT

*This research aims to determine the effect of competitive advantage, absorptive capacity, on company performance as a mediating variable. This research used a quantitative method with a descriptive approach, sampling using the Nonprobability Sampling method using a purposive sampling technique with a population of MSME owners in East Sumba Regency of 199 respondents. Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) software was used to test the hypothesis in this research. The results of this research show that competitive advantage can be one of the factors for achieving increased performance in MSMEs. Absorptive capacity by increasing the ability to absorb and apply new knowledge, companies can increase innovation, testing and performance significantly. Good performance shows that the company is able to utilize existing resources optimally and produce satisfactory results for stakeholders, such as owners, employees, customers and the community.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif, kapasitas daya serap, terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel pemediasi. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, pengambilan sampel menggunakan metode Nonprobability Sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan populasi pemilik UMKM di Kabupaten Sumba Timur sebanyak 199 responden. Perangkat lunak *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif mampu menjadi salah satu faktor untuk mencapai peningkatan kinerja dalam umkm, kapasitas daya serap dengan meningkatkan kemampuan untuk menyerap dan menerapkan pengetahuan baru, perusahaan dapat meningkatkan inovasi, fleksibilitas, dan kinerja secara keseluruhan. kinerja yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan hasil yang memuaskan bagi para pemangku kepentingan, seperti pemilik, karyawan, pelanggan, dan masyarakat.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



**How to cite:** Ngguna, E., K., Situmorang, T., P., & Suryani, S. (2024). Analisis Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi pada Kapasitas Daya Serap terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(4), 4033-4046. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i4.3687>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menghadapi globalisasi (Vinatra, 2023). UMKM dituntut untuk dapat bersaing tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di pasar internasional. Hal ini berarti UMKM harus mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen, dan memperluas jaringan pemasaran (Pranatasari, 2021). Selain itu, penggunaan teknologi informasi menjadi krusial agar UMKM dapat mengikuti perkembangan zaman dan bersaing dengan kompetitor global. Digitalisasi usaha juga memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan efisien (Feranita & Setiawan, 2019). Selain itu, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi banyak negara berkembang, termasuk Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, mengurangi angka pengangguran (Kadeni, 2020), dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat langsung dalam kegiatan ekonomi. Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan akan mendorong UMKM berkembang lebih pesat dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja (KUSUMANINGRUM, 2017; Wahyuni & Kusumasari, 2023).

Menghadapi persaingan yang kompetitif, UMKM juga perlu mempersiapkan diri dengan berbagai strategi. Pertama, inovasi produk dan layanan harus terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang selalu berubah. Kedua, peningkatan kualitas produk melalui standar yang lebih baik dan sertifikasi bisa membantu meningkatkan daya saing. Ketiga, UMKM perlu memanfaatkan berbagai platform digital untuk pemasaran dan penjualan, seperti e-commerce dan media sosial. Terakhir, kolaborasi dengan berbagai pihak, baik itu pemerintah, swasta, maupun komunitas usaha, dapat membuka peluang baru dan memperkuat posisi UMKM serta meningkatkan kinerja usaha (Ernawati et al., 2022; Taufik, 2019). Faktor keunggulan kompetitif merupakan elemen kunci dalam mendorong peningkatan kinerja UMKM. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti menawarkan produk dengan kualitas superior, harga yang lebih kompetitif, atau layanan pelanggan yang lebih baik (Dalimunthe, 2017). Keunggulan kompetitif mendorong UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Selain itu, UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif cenderung lebih mampu bertahan dalam kondisi pasar yang fluktuatif dan persaingan yang ketat. Ini bisa dicapai melalui investasi dalam teknologi, peningkatan keterampilan tenaga kerja, dan efisiensi operasional yang lebih baik (Alfin, 2021; Fauzi & Mandala, 2019; Harini et al., 2022).

Kapasitas absorptif juga mempengaruhi kemampuan UMKM untuk berkolaborasi dan membangun mitra yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemasok, pelanggan, dan institusi penelitian (Bagaskara, 2021; Pamungkas, 2023). Pemanfaatan informasi dan pengetahuan dari mitra eksternal mendorong pelaku UMKM mampu mengidentifikasi peluang pasar baru, mengembangkan produk inovatif, dan meningkatkan proses bisnis mereka. Selain itu, kapasitas absorptif membantu UMKM dalam mengatasi tantangan dan risiko yang muncul dari dinamika pasar global, dengan cara belajar dari pengalaman dan praktik terbaik di industri lain. Kemampuan untuk mengasimilasi dan menerapkan pengetahuan eksternal ini memberikan UMKM keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan memungkinkan mereka untuk terus berkembang dan berinovasi, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keseluruhan (Ernawati et al., 2022; Sulaiman, 2018).

Logika hubungan antara kapasitas absorptif dan peningkatan keunggulan kompetitif serta kinerja UMKM terletak pada kemampuan UMKM untuk mengoptimalkan informasi dan pengetahuan eksternal. Kapasitas absorptif memungkinkan UMKM untuk menangkap dan

memahami tren pasar, inovasi teknologi, dan praktik terbaik dari lingkungan bisnis eksternal (Bagaskara, 2021; Dalimunthe, 2017) Dengan kemampuan ini, UMKM dapat mengintegrasikan pengetahuan baru ke dalam proses bisnis mereka, mempercepat inovasi, dan meningkatkan responsivitas terhadap perubahan pasar.

Berdasarkan studi literatur diatas dan mencermati perkembangan UMKM di Kota Waingapu yang semakin meningkat, maka permasalahan yang diangkat dalam peneltian ini adalah “ Apakah Keunggulan Kompetitif sebagai variabel mediasi mampu mendorong pelaku UMKM di Kota Waingapu dalam meningkatkan kinerjanya?

Kapasitas daya serap (*absorptive capacity*) menjadi kemampuan pelaku UMKM mengenali nilai informasi eksternal, menyerap, dan mengaplikasikannya (Andriyanto, 2022). Kemampuan ini untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan pasar yang kompetitif, preferensi pelanggan. UMKM dengan kapasitas daya serap tinggi lebih mampu mengelola pengetahuan eksternal untuk mengembangkan produk, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja usaha(Ukm & Prastyawati, 2022). Hal ini sejalan dengan teori berbasis sumber daya (Resource-Based View) yang menyatakan, kemampuan unik seperti daya serap dapat menjadi keunggulan kompetitif yang berkontribusi langsung pada pencapaian hasil usaha(Barney, 2001). UMKM dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan menyesuaikan strategi pemasaran secara lebih efektif, yang berdampak pada peningkatan kinerja seperti perluasan pangsa pasar, peningkatan loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pendapatan(Srivastava et al., 2001).

Kapasitas daya serap fondasi bagi UMKM mempercepat proses pengambilan keputusan berbasis data, mengintegrasikan wawasan pasar, dan merespons perubahan perilaku konsumen secara proaktif(Hendrajaya et al., 2022). Kapasitas daya serap tidak hanya menjadi elemen pendukung inovasi tetapi juga instrumen kritis dalam pengembangan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Menginvestasikan sumber daya dalam membangun kapasitas daya serap, baik melalui pelatihan karyawan maupun adopsi teknologi, menjadi strategi untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing UMKM. Daya serap yang tinggi memperkuat kemampuan UMKM memanfaatkan jaringan bisnis dan mengakses pengetahuan dari mitra strategis (Teece et al., 2022). Efek ini secara langsung berdampak pada peningkatan kinerja melalui diversifikasi produk, efisiensi biaya, dan perluasan pasar. membangun kapasitas daya serap secara berkelanjutan, UMKM dapat lebih tangguh menghadapi tantangan pasar global dan mengoptimalkan peluang untuk pertumbuhan bisnis yang lebih signifikan(Andriyanto, 2022). Berdasarkan kajian literatur diatas, maka diajukan hipotesis:

**H1 : Kapasitas daya serap berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan**

Kapasitas daya serap yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan akses lebih cepat dan lebih efektif terhadap pengetahuan baru,yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi yang baik daripada pesaing(Rahman et al., 2024). Oleh karena itu, terdapat hubungan positif antara kapasitas daya serap dan keunggulan kompetitif (Fitrianti et al., 2023). Kapasitas daya serap bukan sekadar kemampuan mengelola informasi eksternal, tetapi juga sebagai katalis yang mendorong kemampuan adaptif dan pengembangan strategi diferensiasi.Konteks keunggulan kompetitif, kapasitas ini memungkinkan UMKM melakukan *sense-making* atas kompleksitas pasar, mengantisipasi dinamika persaingan, dan merespon peluang. Berakar pada kemampuan mengintegrasikan wawasan eksternal dengan kompetensi sumber daya berpotensi menghasilkan proposisi nilai yang sulit ditiru(Kusumawardhany, 2018).

Daya serap tidak hanya meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga memperkuat kemampuan UMKM bergerak lebih lincah dalam memenuhi permintaan konsumen secara spesifik (Fitrianti et al., 2023). Kapasitas daya serap memengaruhi keunggulan kompetitif melalui peningkatan kemampuan eksploitasi dan eksplorasi. Perusahaan yang mampu mengembangkan daya serap secara seimbang dapat mengelola inovasi yang berfokus pada pengoptimalan sumber daya dalam mengeksplorasi peluang pasar baru. Berakar pada literatur diatas, maka dapat dikatakan daya serap tidak hanya memberikan dasar untuk keunggulan kompetitif berbasis inovasi, tetapi juga memperkuat daya saing berkelanjutan dengan integrasi pengetahuan eksternal yang lebih dinamis dan strategis (Rahman et al., 2024; Situmorang, 2023). Berdasarkan kajian literatur diatas, maka diajukan hipotesis:

**H2: Kapasitas daya serap berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif**

Era bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif melalui inovasi teknologi dapat meningkatkan *customer retention* dan memperluas basis pelanggan. Kinerja UMKM yang tinggi tidak hanya tercermin dari peningkatan profitabilitas, tetapi juga dari kemampuan untuk mempertahankan pertumbuhan meskipun menghadapi tantangan lingkungan bisnis (Situmorang et al., 2024). Hal ini menjadi landasan strategis yang memungkinkan perusahaan menciptakan proposisi nilai yang unggul di pasar. Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan UMKM menciptakan nilai unik yang tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing, melalui diferensiasi produk dan inovasi strategis (Ifani, 2023). Konteks kinerja perusahaan, keunggulan kompetitif menjadi penentu utama keberhasilan jangka panjang. UMKM dengan keunggulan kompetitif yang kuat berpotensi mempertahankan pangsa pasar dan mencapai profitabilitas.

Keunggulan kompetitif yang berbasis pada inovasi mendorong UMKM mampu menghadapi tekanan persaingan dengan strategi yang lebih efektif, yang pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan kinerja usaha. Keunggulan kompetitif menjadi penghubung antara penciptaan nilai dan pengambilan manfaat secara maksimal di pasar (Avriyanti, 2020). Keunggulan kompetitif memungkinkan UMKM mampu memanfaatkan strategi berbasis diferensiasi produk, meningkatkan daya tarik pasar, dan memperkuat posisi tawar terhadap mitra bisnis. perusahaan yang secara konsisten mempertahankan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi inovatif atau kepemimpinan biaya akan cenderung mencapai kinerja superior (Situmorang, 2023). Keunggulan kompetitif menjadi faktor mediasi penting dalam hubungan antara strategi perusahaan dan pencapaian kinerja yang optimal. Berdasarkan kajian literatur diatas, maka diajukan hipotesis:

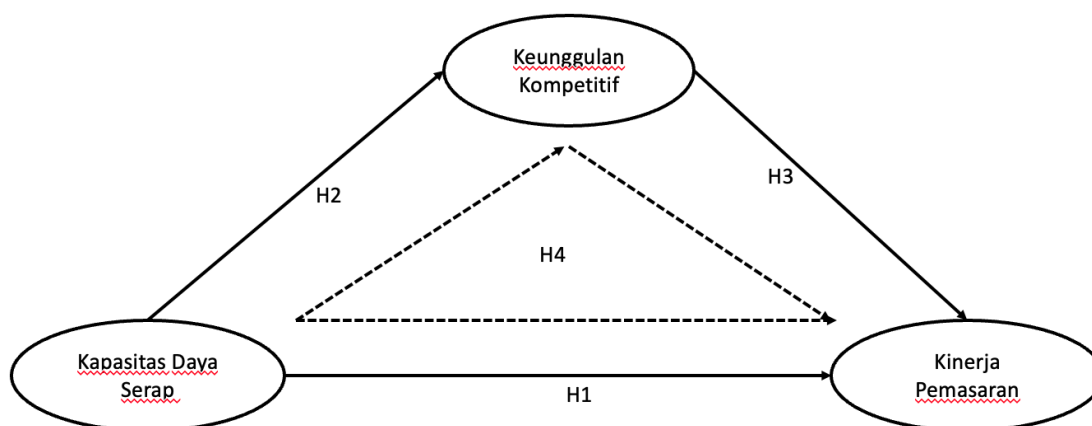
**H3: keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan**

Keunggulan kompetitif berperan sebagai mediator yang menjembatani hubungan antara kapasitas daya serap dan kinerja UMKM dengan memperkuat proses transformasi pengetahuan menjadi keunggulan strategis (Ukm & Prastyawati, 2022). Kapasitas daya serap memungkinkan UMKM untuk mengakuisisi, mengasimilasi, dan memanfaatkan pengetahuan eksternal menjadi inovasi produk dan diferensiasi pasar. Komponen utama dari keunggulan kompetitif dapat meningkatkan daya tawar di pasar, memperluas pangsa pasar, dan meraih loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja UMKM. Hal ini menjadikan keunggulan kompetitif sebagai kunci yang mengonversi kemampuan daya serap menjadi hasil kinerja yang konkret.

Kapasitas daya serap yang tinggi pada UMKM hanya akan menghasilkan kinerja yang optimal jika diikuti dengan pengembangan keunggulan kompetitif yang relevan dengan kebutuhan pasar. Model mediasi ini, keunggulan kompetitif berfungsi sebagai pengaruh penguat yang memungkinkan UMKM menggunakan daya serap untuk mengembangkan keunggulan berbasis inovasi (Andriyanto, 2022). UMKM yang mampu menyerap teknologi baru akan lebih efektif dalam menciptakan produk yang unik dan bernilai tinggi, yang kemudian memberikan keunggulan kompetitif terhadap pesaing. Keunggulan ini berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja. Keunggulan kompetitif sebagai mediator mendorong UMKM memaksimalkan pengetahuan eksternal untuk menciptakan nilai tambah. Keunggulan kompetitif memperkuat hubungan antara daya serap dan kinerja yang signifikan dan berkelanjutan. Berdasarkan kajian literatur diatas, maka diajukan hipotesis:

**H4 : Keunggulan kompetitif dapat memediasi pada hubungan kapasitas daya serap terhadap kinerja perusahaan.**

Berdasarkan kajian literatur dan pengembangan hiptesis diatas, diajukan model empiric di bawah ini:



**Gambar 1. Model Penelitian**

**METODE**

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang didasarkan pada filsafat positivisme. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari populasi sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan melakukan analisis kuantitatif atau statistik dari data yang dikumpulkan (Rusli, 2014) Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data angka, yang dihasilkan dari perhitungan dan pengukuran nilai setiap variabel. Pendekatan penelitian deskriptif (Rusli, 2014) adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah ada variabel mandiri (variabel yang berdiri sendiri) tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain.

**Karakteristik Responden**

Peneliti ini menggunakan responden UMKM (kuliner, hotel, online shop, mebel, dan jasa) yang ada di Kecamatan Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur yang menjalankan usahanya beberapa tahun. Penelitian ini dilaksanakan selama 1 minggu dari tanggal 17 – 24 juli 2024. Data yang diperoleh dari para pelaku usaha UMKM (kuliner, hotel, online shop, mebel, dan jasa) sebanyak 199 responden di Kecamatan Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner di

Kecamatan Kambera dan Kota Waingapu. Data di kumpulkan diolah menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS3).

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

<b>Karakteristik Responden</b>		<b>F</b>	<b>F (%)</b>	<b>Karakteristik Responden</b>		<b>F</b>	<b>F (%)</b>
<b>Umur</b>	20-30	33	16,5	<b>Tahun Beroperasi</b>	<5	99	49,7
	31-40	40	20,1		6-10	80	40,2
	41-50	96	48,2		11-15	10	5,0
	>50	30	15,0		>15	10	5,0
<b>Pendidikan</b>	SD	8	4,0	<b>Jenis Usaha</b>	Kuliner	43	21,1
	SMP	24	12,0		Mebeler	34	17,0
	SMA	119	59,7		Jasa	68	34,1
	S1	43	21,6		Hotel	8	4,0
	S2	5	2,5		Online Shop	46	23,1
<b>Jenis Kelamin</b>	Pria	87	43,7	<b>Wilayah Pemasaran</b>	Lokal	131	65,8
	Wanita	112	56,2		Nasional	68	34,1
<b>Jumlah Tenaga Kerja</b>	<5	132	66,3	<b>Generasi</b>	Generasi 1	160	80,4
	5-10	62	31,1		Generasi 2	39	19,5
	>10	5	2,5				

**Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini berbentuk reflektif, software Smart PLS digunakan untuk memprosesnya. Model reflektif menunjukkan hubungan antara variabel laten dan indikatornya. (Rusli, 2014). Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dimana responden diberikan sejumlah pernyataan tertulis yang ditujukan kepada mereka dan kemudian dijawab. Untuk menganalisis data dan jalur pemodelan dengan variabel laten, pemodelan persamaan struktural (PLS-SEM), yang digunakan dengan Smart PLS versi 3.0, Menurut (Rusli, 2014) Analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub bab model: model pengukuran (dikenal sebagai "outer model") dan model struktural (dikenal sebagai "inner model"). Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau variabel yang diamati mewakili variabel laten untuk diukur, dan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Evaluasi model pengukuran melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability, dan cronbach's alpha) diperoleh, termasuk nilai R 2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Statistik deskriptif variabel penelitian**

Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata atau yang dimaksud mean, maximum, dan minimum dan standar deviasi dari setiap variable. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total nilai rata-rata (*mean*) variabel kapasitas daya serap adalah

sebesar 3.624 dengan nilai rata-rata tertinggi terletak pada dimensi indikator ketiga dengan nilai 3.814. Dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden pelaku UMKM di Kecamatan Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur lebih tinggi dalam menjalankan usaha untuk menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan Usaha. Variabel kengulan kompetitif pada tabel diatas memperoleh sebesar 3.712 artinya dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata baik. Nilai rata-rata responden terhadap variabel kinerja perusahaan memperoleh sebesar 3.536 artinya dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dikatakan cukup baik.

**Evaluasi Model Pengukuran (*Ounter Model*)**

*Ounter model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability, dan cronbach’s alpha) diperoleh, termasuk nilai R 2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.

**Validity Convergent**

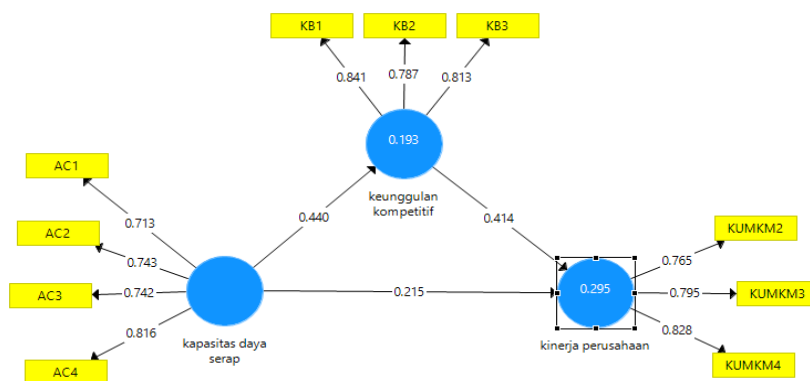
Untuk menguji convergent validity digunakan nilai outer loading atau loading factor. Suatu indikator dinyatakan memenuhi convergent validity dalam kategori baiapabila nilai outer loading > 0,7.

**Tabel 2. Evaluasi Model Pengukuran Outer Loading, Average Variance Extracted (AVE), Cronbach Alpha**

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Ket.
Kapasitas Daya Serap	AC1	0.713	0.569	0.751	0.840	Valid
	AC2	0.743				
	AC3	0.742				
	AC4	0.816				
Keunggulan kompetitif	KB1	0.841	0.662	0.750	0.855	Valid
	KB2	0.787				
	KB3	0.813				
Kinerja Perusahaan	KUMKM1	0.765	0.634	0.712	0.839	Valid
	KUMKM2	0.795				
	KUMKM3	0.828				

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berikut hasil uji Outer model yang menunjukkan nilai *outer loading* dengan menggunakan alat analisis SmartPLS4:



**Gambar 2. Outer Model Penelitian**

Dari gambar 2 diatas dapat diketahui setelah dilakukannya re-estimasi maka di ketahui masing - masing indikator memiliki nilai loading faktor yang meningkat hal ini dikarenakan terdapat beberapa indikator yang telah dikeluarkan atau di hapus. Semua indikator memiliki hubungan positif terhadap masing-masing variabel laten dan loading faktor untuk setiap indikator lebih besar dari 0,7 dan dikatakan cukup tinggi. Pengujian nilai AVE bersifat lebih kritis dari pada composite reliability. Menurut (Ervina et al., 2023) diketahui bahwa Output AVE yang diperoleh masing-masing variabel lebih besar dari 0,5 hal itu menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten sudah dikatakan valid.

**Discriminant Validity**

Merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai yang lain.

**Tabel 3. Cross Loading**

	Kapasitas Daya Serap	Keunggulan Bersaing	Kinerja Perusahaan
AC1	0.713		
AC2	0.743		
AC3	0.742		
AC4	0.816		
KB1		0.841	
KB2		0.787	
KB3		0.813	0.494
KUMKM2			0.765
KUMKM3			0.795
KUMKM4			0.828

Sumber: data diolah (2024)



**Evaluasi Model Struktural (*Inner-Model*)**

**Uji path coefficients**

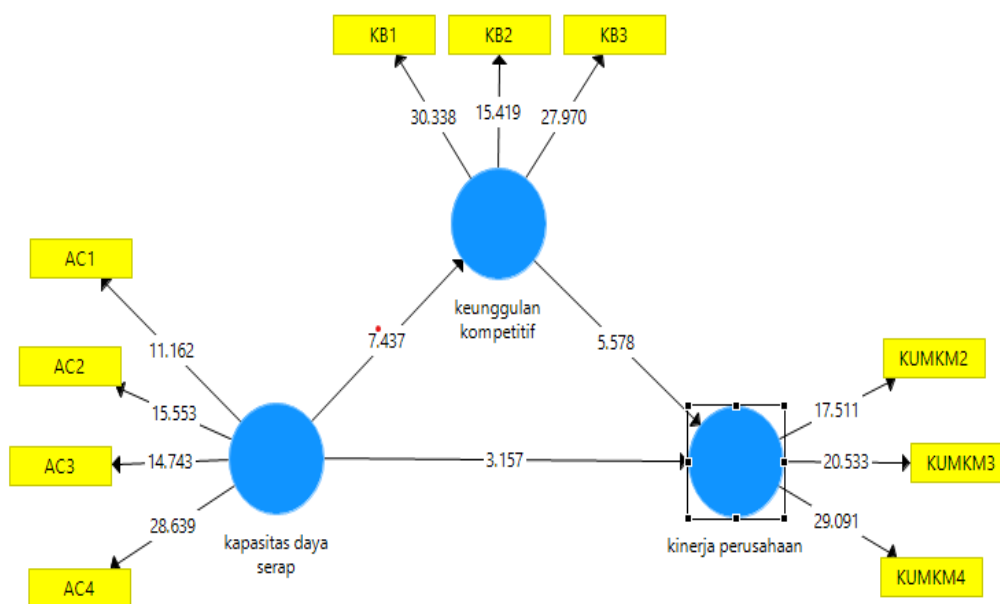
Untuk mengukur koefisien lintasan antara variabel, disesuaikan untuk menguji signifikansi hubungan hipotesis di antara variabel. Semakin banyak korelasi negatif menunjukkan bahwa korelasi tersebut mempunyai nilai negatif. Kapasitas daya serap dan keunggulan kompetitif berkaitan secara positif. Keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan juga berkaitan positif. Sebaliknya, kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif serta kapasitas daya serap memiliki hubungan yang positif

**Tabel 4. Path coefficients**

	Path coefficients
Kapasitas daya serap → Keunggulan bersaing	0,440
Kapasitas daya serap → Kinerja perusahaan	0,215
Keunggulan bersaing → Kinerja perusahaan	0,414

*Sumber: Data diolah (2024)*

**Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)**



**Gambar 3. Bootstrapping**

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai T-Statistics dan nilai P-Values. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai  $t_{tabel} < t_{hitung}$  atau  $P-Values < 0,05$ . Prosedur bootstrapping menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian yang menggunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga tingkat presisi atau batas ketidakakuratan ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05, nilai nilai t-tabelnya adalah 1,96 (Ghozali, 2018).

Tabel 5. *Boostrapping*

	Original Sampel (0)	Sampel Mean (M)	Stadard Deviation (STDEV)	T Statistics (0/STDEV)	P Values
Kapasitas daya serap →Keunggulan bersaing	0.440	0.443	0.059	7,437	0.000
Kapasitas daya serap →Kinerja perusahaan	0.215	0.221	0.068	3,157	0.002
Keunggulan bersaing →Kinerja perusahaan	0.414	0.410	0.074	5,578	0.000

Sumber: Data diolah (2024)

## Hasil Dan Pembahasan

### Pengaruh *Absorptive Capability* terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas daya serap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Bagaskara, 2021). Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan UMKM untuk memperoleh, mengasimilasi, dan memanfaatkan pengetahuan eksternal merupakan faktor penting untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, dan inovasi. Responden yang mayoritas berusia di atas 30 tahun, kemampuan daya serap kemungkinan besar terbentuk dari pengalaman yang lebih matang dan pengetahuan yang mendalam dalam mengelola bisnis. Usia yang lebih dewasa sering kali dikaitkan dengan stabilitas dalam pengambilan keputusan dan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang pasar secara lebih strategis (Andriyanto, 2022). Aspek jenis usaha mayoritas responden, yaitu sektor jasa, mebel, dan kuliner, hasil ini juga relevan dengan sifat bisnis yang bergantung pada interaksi dengan pelanggan dan adaptasi terhadap tren pasar. sektor jasa, kapasitas daya serap membantu pelaku UMKM memahami kebutuhan konsumen yang terus berubah dan menghasilkan layanan yang lebih personal atau bernilai tambah. Sementara itu, dalam sektor mebel, kemampuan daya serap memungkinkan UMKM untuk mengadopsi desain baru, material yang ramah lingkungan, atau teknologi produksi yang lebih efisien. Hal yang sama berlaku untuk sektor kuliner, di mana daya serap berperan penting dalam mengenali preferensi konsumen terhadap cita rasa, kemasan, atau tren makanan sehat yang sedang populer.

### Pengaruh *Absorptive Capability* terhadap Keunggulan Kompetitif

Penelitian menunjukkan bahwa absorptive capability memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Kemampuan untuk mengakuisisi, mengasimilasi, dan menerapkan pengetahuan eksternal menjadi kunci bagi UMKM untuk menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Absorptive capability* berfungsi sebagai dasar yang memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi peluang pasar baru, merespons perubahan dengan cepat, dan mengadaptasi inovasi yang relevan (Pamungkas, 2023). daya serap yang tinggi mendorong UMKM dapat memanfaatkan pengetahuan eksternal untuk mengembangkan keunggulan

kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing, seperti diferensiasi produk. Hal ini juga memungkinkan UMKM untuk menciptakan proposisi nilai yang lebih menarik di mata konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan posisi kompetitif mereka di pasar. Daya serap yang tinggi memungkinkan pelaku usaha untuk mengadopsi tren baru, seperti makanan sehat atau konsep restoran berbasis pengalaman, yang membedakan mereka dari pesaing dan menarik pasar yang lebih luas. UMKM yang memiliki absorptive capability yang tinggi lebih mampu mengidentifikasi perubahan ini dan mengubahnya menjadi peluang. Keunggulan kompetitif yang dibangun melalui adaptasi yang cepat terhadap perubahan ini dapat menciptakan posisi yang lebih kuat di pasar. UMKM di sektor kuliner yang mampu mengidentifikasi tren konsumsi makanan sehat atau keberlanjutan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen, sekaligus memberikan citra brand yang positif. Hal ini akan membedakan dari pesaing yang tidak memiliki keunggulan serupa.

### **Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja UMKM**

Hasil penelitian menunjukkan keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Zhou, Brown, & Dev (2009), Yacob, Octavia, 2017). Keunggulan kompetitif ini memberikan UMKM kemampuan untuk membedakan diri di pasar yang semakin kompetitif dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Keunggulan kompetitif berfungsi sebagai pendorong utama yang mengarahkan UMKM menuju peningkatan kinerja yang berkelanjutan. UMKM yang berhasil menciptakan produk atau layanan yang unik dan lebih bernilai dibandingkan pesaing dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar. Pencapaian keunggulan kompetitif melalui inovasi, diferensiasi, atau efisiensi biaya dapat berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja. UMKM yang mampu menciptakan keunggulan melalui kualitas layanan yang lebih baik atau pengalaman pelanggan yang lebih menarik dapat memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, yang berujung pada kinerja usaha.

Karakteristik mayoritas responden yang berusia di atas 30 tahun dengan jenis usaha yang beragam, seperti jasa, mebel, dan kuliner, menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif sangat relevan dalam meningkatkan kinerja. Pada sektor jasa, UMKM yang mampu menciptakan keunggulan melalui kualitas layanan yang lebih baik atau pengalaman pelanggan yang lebih menarik dapat memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, yang berujung pada kinerja yang lebih baik. Di sektor mebel, keunggulan kompetitif dapat tercipta melalui inovasi desain produk atau efisiensi dalam proses produksi, yang pada gilirannya akan mengurangi biaya dan meningkatkan margin keuntungan. Sementara itu, pada sektor kuliner, keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui diferensiasi produk atau pengalaman yang unik, seperti penerapan konsep restoran yang mengusung tema tertentu atau makanan sehat, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. UMKM perlu fokus pada pengembangan strategi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif mereka, baik melalui inovasi, kualitas, atau diferensiasi, untuk memastikan kinerja yang optimal.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa kapasitas daya serap (*absorptive capability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM, baik secara langsung maupun melalui peran mediasi keunggulan kompetitif. Daya serap yang tinggi memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi dan mengadaptasi pengetahuan eksternal yang relevan, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM. Keunggulan kompetitif yang terbentuk dari

kemampuan tersebut kemudian berfungsi sebagai pendorong utama dalam memperkuat posisi pasar dan mendorong peningkatan kinerja. Hal ini menegaskan bahwa UMKM yang dapat mengelola dan memanfaatkan informasi eksternal dengan baik akan memiliki keunggulan yang lebih kuat di pasar.

Lebih lanjut, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pengembangan kapasitas daya serap sebagai bagian dari strategi jangka panjang UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin dinamis dan penuh persaingan. Keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari daya serap yang efektif memberikan UMKM kemampuan untuk berinovasi dan diferensiasi produk. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk fokus pada peningkatan kapasitas daya serap melalui pelatihan, kolaborasi dengan mitra strategis, serta penerapan teknologi terbaru. Dengan demikian, UMKM dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan pada pasar yang kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- Andriyanto, F. (2022). *Pengaruh Inovasi Kolaboratif, Kapasitas Daya Serap, Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Produk Baru*.
- Avriyanti, S. (2020). Peran e-commerce untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 83–99.
- Bagaskara, G. D. (2021). *Peningkatan Kinerja Bisnis Melalui Knowledge Sharing Capability, Knowledge Absorptive Capability Dan Innovation Capability Ekonomi Program Studi Manajemen Semarang 2021*.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643–650.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(2), 140–153.
- Ernawati, E., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Ervina, E., Ferdinand, F., & Meitiana, M. (2023). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Pos Indonesia Kantor Pos Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 4(2), 144–166. <https://doi.org/10.37304/ej.v4i2.10027>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Udayana University.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54–70.
- Fitrianti, F., Suleman, N., & Sholehah, N. L. H. (2023). Dampak Strategic Agility Bumdes Terhadap Keberhasilan Pengelolaan BUMDes Ditinjau Dari Absorptive Capacity dan Channel Richness Pengurus BUMDes. *Gorontalo Accounting Journal*, 6(1), 119. <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2442>

- Ghozali, I. dan H. L. (2018). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.
- Hendrajaya, H., Samtono, S., Guritno, B., Listyorini, H., Yuliamir, H., & Sukrisno, S. (2022). Peningkatan Kinerja Pengembangan Produk Berkelanjutan Berbasis Budaya Organisasi Lingkungan Dan Kapasitas Daya Serap Keberlanjutan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1039–1050.
- Ifani, W. N. (2023). *Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk*.
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200.
- KUSUMANINGRUM, D. A. Y. U. (2017). *Peran UMKM Sektor Pertanian terhadap PDRB Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Gadjah Mada.
- Kusumawardhany, P. A. (2018). Pengaruh kapasitas absorptif dan situs jejaring sosial terhadap kinerja inovasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 11(1), 71–88.
- Pamungkas, K. A. (2023). *PENGARUH KAPABILITAS INOVASI, KAPASITAS PENYERAPAN, DAN INTEGRITAS RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI PADA INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA)*. Universitas Islam Indonesia.
- Pranatasari, F. D. (2021). Agile Marketing Sebagai Solusi Business Disruption Menuju Kebangkitan Bisnis Umkm Pasca Covid-19. *Modus*, 33(2), 196–211. <https://doi.org/10.24002/modus.v33i2.4662>
- Rahman, N. S., Sunarya, E., & Jhoansyah, D. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapasitas Daya Serap Dan Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ikm Pakaian Jadi Di Kota Sukabumi). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 9262–9269.
- Rusli. (2014). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Situmorang, T. P. (2023). *Market-Based Innovation Capability: A Perspective of Resource Advantage Theory of Competition*.
- Situmorang, T. P., Ferdinand, A. T., & Indriani, F. (2024). Preemptive market exploitability: resource advantage theory of competition perspective. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 252–262.
- Srivastava, R. K., Fahey, L., & Christensen, H. K. (2001). The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage. *Journal of Management*, 27(6), 777–802.
- Sulaiman, S. (2018). Pengaruh Resource Based View dan Dynamic Capability Terhadap daya Saing Strategis dan Kinerja Ekspor di Sulawesi-Selatan. *Disertasi*.
- Taufik, M. M. (2019). Pengaruh Strategi Inovasi, Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di SMESCO indonesia). *Disertasi -- Universitas Brawijaya Malang*, 1–228.

- Ukm, I., & Prastyawati, E. E. (2022). *Trend Seminar Online Kewirausahaan; Kapabilitas Daya Serap Pengetahuan sebagai Mediasi Knowledge Sharing Anggota UKM dalam Menciptakan Inovasi UKM di Sidoarjo*. 8(1), 75–86.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–8.
- Wahyuni, N. D. W. N. D., & Kusumasari, I. R. (2023). Peran Kreativitas dan Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Sandalku Handmade. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 282–298.
- Zhou, Brown, & Dev (2009), Yacob, Octavia, M. & H. (2017). (2017). Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(2), 111–131. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss2.art1>