



Terbit *online* pada laman web jurnal : <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/>

**Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**

ISSN (Print) 2086-5031 | ISSN (Online) 2615-3300 | DOI 10.31317



## Kajian Perkembangan UMKM Di Kota Padang

Sari Surya <sup>1)</sup> Arif Hbaib Triherzaki <sup>2)</sup>

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas

### INFORMASI ARTIKEL

#### Sejarah Artikel:

Diterima Redaksi: 14 September 2022  
 Revisi Akhir: 23 September 2022  
 Diterbitkan *Online*: 27 September 2022

### KATA KUNCI

UMKM, Kajian dan Perkembangan Usaha

### KORESPONDENSI

Telepon:

E-mail: [arifhabibtriherzaki22@gmail.com](mailto:arifhabibtriherzaki22@gmail.com)  
[sarisurya@gmail.com](mailto:sarisurya@gmail.com)

### A B S T R A C T

Ditengah kuatnya persaingan bisnis pada tingkatan UMKM yang mampu mempengaruhi ekonomi daerah terutama kota Padang dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran karakteristik UMKM di Kota Padang dan mengetahui arah pengembangan UMKM di Kota Padang. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Survei dilakukan pada UMKM di Kota Padang. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 115 UMKM di Kota Padang yang ditentukan dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik dan arah pengembangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Padang.

### PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu unit usaha yang menjadi prioritas dalam perkembangan ekonomi nasional di Indonesia. UMKM menjadi tulang punggung dalam sistem ekonomi kerakyatan yang terbagi menjadi 4 manfaat untuk mengurangi masalah kemiskinan, penyerapan tenaga kerja, pemerataan ekonomi, penghasil devisa (modalrakyat.id, 2022). Semakin berkembangnya UMKM diharapkan mampu memperluas basis dan tingkat ekonomi serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki pengaruh yang cukup besar pada tingkat kesejahteraan masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi sebuah negara.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan pertumbuhan UMKM yang cepat (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2020). Unit usaha UMKM pada 2018 mencapai 99,99% dari total unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 97,0% dari total tenaga kerja. UMKM juga berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, tercermin dari pangsa terhadap pembentukan PDB yang mencapai 61,1% (Bank Indonesia, 2020). Hal ini tidak terlepas dari karakteristik produk UMKM yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, bahan baku dan sumber daya dari domestik. UMKM juga menunjukkan fleksibilitas dalam model bisnisnya, salah satunya faktornya adopsi teknologi digital, yang tercermin dari tren digitalisasi pada UMKM. Karakteristik tersebut menjadikan UMKM dapat mendorong kinerja pada sektor yang berkontribusi besar dalam

perekonomian, dan menyerap banyak tambahan tenaga kerja informal yang berdampak perlambatan ekonomi.

Menurunnya jumlah UMKM memberikan pengaruh signifikan untuk perekonomian daerah maupun nasional. Hal ini sangat disayangkan karena UMKM memainkan peranan penting dalam meningkatkan ekonomi lokal dan nasional. Selain itu, sektor ini mampu meningkatkan pendapatan per kapita atau PDB masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak (Harsono, 2014).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia tersebar ke berbagai provinsi, salah satunya Provinsi Sumatera Barat. Sumatera Barat termasuk salah satu provinsi yang memiliki UMKM dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia (Bank Indonesia, 2020). Kehadiran UMKM di Sumatera Barat telah menyerap banyak tenaga kerja dan mendominasi kegiatan ekonomi masyarakat karena para pemangku kepentingan UMKM tersebar hingga ke pelosok pedesaan. Ini terutama ditujukan untuk pasar domestik seperti; kuliner, jasa, kerajinan tangan, konveksi, bordir. Dari semua kota yang ada di Sumatera Barat, Kota Padang Memiliki UMKM dengan jumlah terbanyak dengan total 100.712 pada tahun 2020.

Dengan tersebarnya UMKM di Kota Padang pada setiap bidang, seharusnya memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia khususnya di Kota Padang. Tetapi, perkembangan jumlah UMKM di Kota Padang justru mengalami fluktuasi populasi selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2020) jumlah UMKM yang ada di Kota Padang pada tahun 2019 mencapai 100.712, jumlah ini menurun dibandingkan dengan jumlah tahun sebelumnya 2018 yaitu sebanyak 108.588. Pada tahun 2016-2018 populasi UMKM mengalami peningkatan, pada tahun 2016 total UMKM sebanyak 78.298 dan tahun 2017 sebanyak 89.699.

Diketahui dari data pertumbuhan UMKM yang terdapat di Kota Padang tahun 2019

mengalami penurunan yang signifikan di Kota Padang pada beberapa tahun terakhir, menunjukkan kurang kemampuan UMKM dalam bersaing dan bertahan dalam tingkat persaingan yang ketat, hal ini disebabkan karena UMKM yang mampu bertahan hingga sekarang yang cukup dominan dalam menguasai pasar, sehingga membuat para UMKM yang tidak kuat dari segi internal, seperti omset, SDM, pengalaman dan lainnya harus rela tersingkir dari persaingan usaha.

Namun, dari sekian UMKM yang tersingkir, banyak juga UMKM yang mampu bertahan pada ketatnya persaingan hingga saat sekarang ini. Tentu saja UMKM tersebut merupakan UMKM yang memiliki karakteristik usaha yang sangat baik dari segi internalnya, sehingga mereka dapat mampu bertahan dan meningkatkan kinerja usaha mereka hingga saat sekarang ini. Untuk menghadapi fluktuasi pertumbuhan populasi UMKM yang ketat tersebut, UMKM perlu mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu pemain di industri dengan berbagai strategi untuk menjalankan industri tersebut. UMKM diyakini dapat menghilangkan pemborosan dan inefisiensi dalam kegiatan operasional dibandingkan dengan usaha besar dengan manfaatnya. Karena ukurannya yang kecil, UMKM dapat berkembang dengan belajar, berubah dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Kinerja usaha UMKM menjadi salah satu faktor penentu apakah perusahaan tersebut mampu bertahan di era global ini. Kinerja perusahaan adalah hasil kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu yang terkait dengan kriteria tertentu. Kinerja perusahaan juga harus dapat diukur dan kondisi perusahaan harus digambarkan secara empiris sesuai standar yang disepakati (Herman et al., (2018). Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kinerja UMKM, salah satunya terkait dengan peningkatan produksi, kualitas produk, dan perluasan jangkauan pasar.

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam menentukan pilihan pembelian konsumen yang terlibat dalam mempengaruhi kualitas kinerja

suatu perusahaan. Kualitas atau kualitas produk adalah tingkat kesadaran konsumen terhadap penampilan suatu produk. Kesadaran akan kualitas produk yang lebih tinggi juga mengarah pada penjualan dan kinerja yang lebih tinggi. Perusahaan perlu menetapkan standar kualitas sejak awal dan mempertahankan tingkat kualitas ini dalam jangka panjang. Penelitian sebelumnya oleh (Paramita, 2015) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Kualitas produk juga berperan penting dalam memenangkan persaingan bisnis. Kualitas produk mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan karena kualitas produk yang dihasilkan perusahaan sangat baik dan ditentang oleh konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan UMKM di Kota Padang berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, dan menjelaskan perkembangan UMKM berdasarkan perkembangan UMKM berdasarkan analisis penyebaran (*Crosstab*). Penelitian ini menggunakan wilayah objek penelitian yaitu para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM yang berada di Kota Padang yang mampu bertahan dengan kondisi menurunnya jumlah populasi umkm di Kota Padang. Peneliti memilih UMKM di Kota Padang yang masih bertahan ditengah persaingan bisnis antar pelaku usaha yang semakin tinggi persaingan, sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kinerja bisnis yang baik pada usahanya.

## LANDASAN TEORI

### Perkembangan UMKM

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Pengembangan usaha merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan usahanya. Suatu pengembangan dilakukan sebagai upaya pelaku bisnis untuk memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Jika akan dilakukan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolaan, pemasaran, SDM, teknologi, dan lain – lain. Tahapan dalam pengembangan usaha yaitu: Identifikasi peluang, merumuskan alternatif usaha, selektif alternatif, pelaksanaan alternatif pilihan, dan evaluasi. Tahapan dalam pengembangan usaha tersebut dilakukan untuk mengurangi risiko dalam kegiatan usaha (Natasya, 2021).

Keunggulan UMKM di Indonesia perlu mendapat perhatian khusus karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat besar (Pakpahan & Aknolt, 2020). Ada tiga peran UMKM yang sangat penting dalam kehidupan kecil, menengah dan kecil sebagai sarana pengentasan kemiskinan, pemerataan kemiskinan dan penyumbang devisa Negara Prasetyo et al., (2019).

UMKM membutuhkan kompetensi kewirausahaan karena berhubungan dengan karakteristik dalam diri pemilik UMKM yang melibatkan sikap dan perilaku. Dengan ini dapat membantu usaha mencapai keunggulan kompetitif karena seorang pemilik dengan cermat menganalisa dan mengidentifikasi produk yang ingin ditawarkan

ke pelanggan serta mengembangkan hubungan kepercayaan dengan pelanggan yang membuat pelanggan ingin datang kembali untuk membeli (Eunike, 2021).

### **Kinerja Usaha**

Menurut Hati (2017), bahwa kinerja usaha adalah suatu prestasi atau pencapaian kerjapada suatu perusahaan. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja usaha adalah: (1) Pertumbuhan penjualan meningkat, (2) Pertumbuhan modal meningkat, (3) Penambahan tenaga kerja setiap tahun, (4) Pertumbuhan pasar dan pemasaran, (5) Keuntungan/laba usaha.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metoda analisis deskriptif terhadap karakteristik UMKM dan arah perkembangan UMKM. Jenis investigasi *descriptive study* untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Objek yang akan diteliti dari penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM yang berada di Kota Padang. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuisioner kepada sampel objek penelitian. Horizon waktudari penelitian ini adalah tipe one-shot atau cross-sectional. Penelitian *one-shot* atau *cross-sectional* merupakan penelitian yang pengumpulan datanya hanya dilakukan satu kali, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2017). Unit analisis dari penelitian ini adalah individu, yaitu individu atau pribadi dari pemilik atau pengelolaUMKM di Kota Padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Padang. Terdapat 100.712 unit UMKM yang menjadi populasi dalam objek penelitian. Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, namun disesuaikan menjadi 115 responden. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya data error dan mempermudah dalam

pengelolaan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *probability sampling*, yaitu untuk melakukan pengambilan sampel dimana populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data kuantitatif dan data

sekunder. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner, yang merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternative yang didefinisikan dengan jelas (Sugiyono, 2017).

**HASIL PENELITIAN**

**Deskripsi karakteristik UMKM di Kota Padang**

**Tabel 1.**  
**Crosstab Arah Pengembangan UMKM Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Kinerja	Pendidikan Terakhir			
		SMA	D3	S1	S2
1	Peningkatan Penjualan	25	2	19	1
2	Pertumbuhan Modal	18	1	16	1
3	Peningkatan Jumlah Konsumen	21	3	22	1
4	Peluasan Jangkauan Pasar	23	2	18	2
5	Peningkatan Profit Usaha	27	3	17	1
6	Peningkatan Gaji Karyawan	15	1	10	2
7	Peningkatan Produksi	25	3	19	1
8	Peningkatan Kualitas Produk	20	4	18	0

Berdasarkan analisa deskriptif menggunakan crosstab spss ditemukan bahwa penyebaran arah pengembangan UMKM berdasarkan pendidikan terakhir, dapat disimpulkan indikator “Peningkatan

profit usaha” memiliki nilai tertinggi dengan total 27 pada tamatan SMA, serta “peningkatan kualitas produk” memiliki nilai terendah dengan total 0 pada tamatan S2.

**Tabel 2.**  
**Crosstab Arah Pengembangan UMKM Berdasarkan Kepemilikan Usaha**

No	Kinerja	Kepemilikan Usaha			
		PO	CV	PIRT	Lainya
1	Peningkatan Penjualan	32	2	2	12
2	Pertumbuhan Modal	24	2	1	8
3	Peningkatan Jumlah Konsumen	30	4	1	12
4	Peluasan Jangkauan Pasar	31	4	1	10
5	Peningkatan Profit Usaha	29	4	2	18
6	Peningkatan Gaji Karyawan	21	1	0	7
7	Peningkatan Produksi	30	5	1	14
8	Peningkatan Kualitas Produk	26	4	1	15

Berdasarkan analisa deskriptif menggunakan crosstab SPSS ditemukan bahwa penyebaran arah pengembangan UMKM berdasarkan kepemilikan usaha, dapat disimpulkan indikator “Peningkatan

penjualan” memiliki nilai tertinggi dengan total 32 badan usaha PO, serta “peningkatan gaji karyawan” memiliki nilai terendah dengan total 0 pada badan usaha PIRT.

**Tabel 3.**  
**Crosstab Arah Pengembangan UMKM Berdasarkan Jenis Usaha**

No	Kinerja	Jenis Usaha			
		Kuliner	Barang Harian	Jasa	Furniture
1	Peningkatan Penjualan	32	7	4	1
2	Pertumbuhan Modal	20	6	3	2
3	Peningkatan Jumlah Konsumen	28	6	3	3
4	Peluasan Jangkauan Pasar	26	5	5	3
5	Peningkatan Profit Usaha	33	4	5	3
6	Peningkatan Gaji Karyawan	18	4	3	2
7	Peningkatan Produksi	28	6	4	4
8	Peningkatan Kualitas Produk	24	6	4	1

Berdasarkan analisa deskriptif menggunakan crosstab SPSS ditemukan bahwa penyebaran arah pengembangan UMKM berdasarkan jenis usaha, dapat disimpulkan indikator “Peningkatan profit usaha” memiliki nilai tertinggi dengan total 33 pada

jenis usaha kuliner, serta “peningkatan penjualan dan peningkatan kualitas produk” memiliki nilai terendah dengan masing-masing total 1 pada tamatan jenis usaha *furniture*.

**Tabel 4.**  
**Crosstab Arah Pengembangan UMKM Berdasarkan Umur Usaha**

No	Kinerja	Umur Usaha			
		1-5 Tahun	6-10 Tahun	11-15 Tahun	16-20 Tahun
1	Peningkatan Penjualan	13	16	7	6
2	Pertumbuhan Modal	13	12	6	3
3	Peningkatan Jumlah Konsumen	14	19	7	3
4	Peluasan Jangkauan Pasar	16	18	9	2
5	Peningkatan Profit Usaha	14	21	9	5
6	Peningkatan Gaji Karyawan	14	5	5	3
7	Peningkatan Produksi	17	18	7	4
8	Peningkatan Kualitas Produk	14	14	8	3

Berdasarkan analisa deskriptif menggunakan crosstab SPSS ditemukan bahwa penyebaran arah pengembangan umkm berdasarkan umur usaha, dapat disimpulkan indikator “Peningkatan profit

usaha” memiliki nilai tertinggi dengan total 21 pada umur usaha 6-10 tahun, serta “perluasan jangkauan pasar” memiliki nilai terendah dengan total 2 pada umur usaha 16-20 tahun.

**Tabel 5.**  
**Crosstab Arah Pengembangan UMKM Berdasarkan Jumlah Karyawan**

No	Kinerja	Jumlah Karyawan			
		0-5	6-10	11-15	16-20
1	Peningkatan Penjualan	42	8	1	1
2	Pertumbuhan Modal	32	5	1	0
3	Peningkatan Jumlah Konsumen	40	8	1	1
4	Peluasan Jangkauan Pasar	39	9	1	0
5	Peningkatan Profit Usaha	44	8	1	1
6	Peningkatan Gaji Karyawan	27	2	1	1
7	Peningkatan Produksi	41	10	1	1
8	Peningkatan Kualitas Produk	40	6	1	0

Berdasarkan analisa deskriptif menggunakan crosstab spss ditemukan bahwa penyebaran arah pengembangan umkm berdasarkan jumlah karyawan, dapat disimpulkan indikator “Peningkatan profit usaha” memiliki nilai tertinggi

dengan total 44 pada jumlah karyawan 0-5, serta “pertumbuhan modal, peluasan jangkauan pasar dan peningkatan kualitas produk” memiliki nilai terendah dengan masing-masing total 0 pada jumlah karyawan 16-20.

**Tabel 6.**  
**Crosstab Arah Pengembangan UMKM Berdasarkan Jumlah Karyawan**

No	Kinerja	Rata-rata Omset			
		10 - 100jt	110 - 200 jt	210 – 300jt	310 – 400jt
1	Peningkatan Penjualan	47	5	0	0
2	Pertumbuhan Modal	37	1	0	0
3	Peningkatan Jumlah Konsumen	46	4	0	0
4	Peluasan Jangkauan Pasar	46	3	0	0
5	Peningkatan Profit Usaha	52	4	0	0
6	Peningkatan Gaji Karyawan	28	3	0	0
7	Peningkatan Produksi	48	5	0	0
8	Peningkatan Kualitas Produk	45	2	0	0

Berdasarkan analisa deskriptif menggunakan crosstab spss ditemukan bahwa penyebaran arah pengembangan umkm berdasarkan rata-rata omset, dapat disimpulkan indikator “Peningkatan produksi” memiliki nilai tertinggi dengan total 48 pada omset 10-100jt, serta “semua indikator pada omset 210-300jt dan 310-400jt” masing-masing memiliki nilai terendah dengan total 0.

Penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Kota Padang mengalami peningkatan kinerja usaha dilihat melalui karakteristik usaha melalui faktor pengembangan usaha. Hal ini bisa dilihat dari karakteristik usaha seperti; Pendidikan Terakhir, Jenis Usaha, Umur Usaha, Kepemilikan Usaha, Jumlah Karyawan, Omset Rata-rata, dengan pengukuran peningkatan penjualan, peluasan jangkauan pasar, peningkatan kualitas prosuk, pertumbuhan omset, peningkatan gaji karyawan,

**Pembahasan**

peningkatan profit usaha dan peningkatan produksi. Disimpulkan dari deskriptif data diatas peningkatan kualitas produk, peningkatan produksi, perluasan jangkauan pasar dan peningkatan hasil profit menjadi hasil tertinggi dalam penunjang kemajuan kinerja usaha pada UMKM di Kota Padang. Adanya karakteristik UMKM tersebut dapat memicu peningkatan kinerja usaha yang dapat membantu perusahaan bertahan dan mampu bersaing pada tingkatan persaingan bisnis yang ketat.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Iskandara et al., (2020) penelitian yang mengatakan bahwa karakteristik UMKM mampu mendorong kinerja usaha pada UMKM, serta menerapkan karakteristik kewirausahaan sebagai bentuk pengembangan usaha pada UMKM. Sependapat dengan penelitian ini, karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemampuan kewirausahaan yang diketahui karakteristik kewirausahaan yang kuat meningkatkan kemampuan kewirausahaan yang dibutuhkan pelaku UMKM (Dhamayantie, 2017).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada penelitian mengenai Membangun UMKM kota padang; analisis deskriptif terhadap arah pengembangan usaha UMKM di Kota Padang dapat di simpulkan bahwa tujuan penelitian untuk mengetahui kinerja UMKM berdasarkan analisis deskriptif berdasarkan karakteristik UMKM yang terdapat pada UMKM di Kota Padang yang dinilai berdasarkan Pendidikan terakhir, kepemilikan usaha, jenis usaha, umur usaha, jumlah karyawan dan rata-rata omset. Temuan penelitian ini bahwa karakteristik UMKM yang dimiliki merupakan faktor penting yang harus diperhatikan pengembangan usaha guna meningkatkan kinerja UMKM. Oleh karena itu, karakteristik usaha perlu dijaga secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adomako, S., Danso, A., Damoah, J. O. (2015). The moderating influence of financial literacy on therelationship between access to finance and firm growth in Ghana. *Venture Capital*.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. (2020). *provinsi Sumatera Barat dalam angka 2020*. Badan PusatStatistik Sumatera Barat.
- Bank Indonesia. (2020). *Bersinergi Membangun Optimisme Pemulihan Ekonomi*. Bank Indonesia.
- Dhamayantie, E., Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 1.
- Harsono, B. (2014). *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. Jakarta: Gramedia.
- Hati, S. W., Irawati, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). International Journal of Science and Engineering Invention The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 8–21.
- Iskandara, Y., Zulfainarni, N., Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)* Vol 4 No 1
- Natasya, V., Hardiningsih, P. (2021). Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 141-148.
- Pakpahan, Aknolt, K. (2020). COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan



Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.

- Paramita, C. (2015). Pengaruh Kompetensi Individu, Orientasi Kewirausahaan dan Pesaing dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk Studi pada UKM Furnitur di Kota Semarang. *In DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen Vol.10*, 124-137.
- Prasetyo, Anton, Huda, Miftahul. (2019). Analisis Peranan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Penyerahan Tenaga Kera Di Kabupaten Kebumen. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi Vol 18 No.1*, 26-35.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.