

Peran Manajemen Strategi, Inovasi Generasi Z, dan Lingkungan dalam Meningkatkan Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM pada Desa Sunggal Kanan

Annisa Azzaila Hasibuan¹, A Syahputra Sceven Sitorus P², M Ichlasul Amal³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Panca Budi

E-mail: annisaazzaila20@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6598>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 Juni 2026

Revised: 19 Juni 2026

Accepted: 25 Juni 2026

Kata Kunci

Manajemen Strategi, Inovasi
Generasi Z, Lingkungan Usaha,
Pemahaman Pengelolaan
Usaha, UMKM

Keywords

Strategic Management,
Generation Z Innovation,
Business Environment,
Understanding of Business
Management, MSMEs



ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun sebagian besar UMKM di tingkat desa, termasuk di Desa Sunggal Kanan, Kabupaten Deli Serdang, masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai manajemen strategi, inovasi, dan pemanfaatan lingkungan usaha secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Manajemen Strategi (X1), Inovasi Generasi Z (X2), dan Lingkungan Usaha (X3) terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y), baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei terhadap 50 responden pelaku UMKM Generasi Z di Desa Sunggal Kanan, yang dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen valid dan reliabel (Cronbach's Alpha > 0,90). Hasil uji t menunjukkan bahwa Manajemen Strategi (B = 1,136; t = 6,080; sig. = 0,000) dan Inovasi Generasi Z (B = 0,575; t = 8,101; sig. = 0,000) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM, sehingga H1 dan H2 diterima, sedangkan Lingkungan Usaha (B = -0,087; t = -0,482; sig. = 0,632) tidak berpengaruh signifikan secara parsial sehingga H3 ditolak, yang diduga disebabkan oleh multikolinearitas antara X3 dan X1. Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Y (F = 374,142; sig. = 0,000) dengan nilai R Square sebesar 0,961, sehingga H4 diterima. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan pemahaman pengelolaan usaha UMKM di Desa Sunggal Kanan sangat dipengaruhi oleh kapasitas manajemen strategi dan inovasi Generasi Z, sehingga program pemberdayaan UMKM perlu difokuskan pada kedua aspek tersebut

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Indonesian economy. However, most MSMEs at the village level, including those in Sunggal Kanan Village, Deli Serdang Regency, still have limited understanding of strategic management, innovation, and optimal utilization of the business environment. This study aims to analyze the role of Strategic Management (X1), Generation Z Innovation (X2), and the Business Environment (X3) on the Understanding of MSME Business Management (Y), both partially and simultaneously. The study used an associative quantitative approach with a survey method of 50 Generation Z MSME respondents in Sunggal Kanan Village. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, descriptive analysis, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis using SPSS. The results showed that all instruments were valid and reliable (Cronbach's Alpha > 0.90). The t-test results show that Strategic Management (B = 1.136; t = 6.080; sig. = 0.000) and Generation Z Innovation (B = 0.575; t = 8.101; sig. = 0.000) have a positive and significant effect on the Understanding of MSME Business Management, so that H1 and H2 are accepted, while the Business Environment (B = -0.087; t = -0.482; sig. = 0.632) does not have a significant effect partially so that H3 is rejected, which

is thought to be caused by multicollinearity between X3 and X1. The F-test results show that the three variables simultaneously have a significant effect on Y ($F = 374.142$; $\text{sig.} = 0.000$) with an R Square value of 0.961, so that H4 is accepted. This study concludes that improving understanding of MSME business management in Sunggal Kanan Village is significantly influenced by the strategic management and innovation capacity of Generation Z. Therefore, MSME empowerment programs need to focus on these two aspects.



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

How to Cite: Annisa Azzaila Hasibuan et al (2026) Peran Manajemen Strategi, Inovasi Generasi Z, dan Lingkungan dalam Meningkatkan Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM pada Desa Sunggal Kanan <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6598>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang tidak dapat dipandang sebelah mata. Berdasarkan data resmi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2023, jumlah UMKM di seluruh Indonesia telah mencapai 65,1 juta unit usaha, dan secara kolektif menyumbang sebesar 61,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (KemenKopUKM, 2023). Namun di balik kontribusi yang luar biasa tersebut, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih beroperasi dengan cara-cara tradisional yang terbatas. Banyak pelaku usaha, terutama di desa-desa, belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai manajemen strategi, inovasi bisnis, maupun pemanfaatan lingkungan digital sebagai peluang untuk mengembangkan usaha mereka. Desa Sunggal Kanan, yang terletak di wilayah Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, memiliki potensi ekonomi yang cukup besar dengan berbagai jenis usaha mikro yang dijalankan oleh warga setempat, mulai dari sektor kuliner, kerajinan tangan, pertanian, hingga perdagangan kecil. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya tergali karena keterbatasan pemahaman para pelaku UMKM dalam hal strategi pengelolaan usaha yang modern, inovatif, dan berkelanjutan. Kehadiran Generasi Z—mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012—membawa angin segar dalam ekosistem UMKM Indonesia. Penelitian (Situmorang, 2025). menunjukkan bahwa kreativitas dan kemampuan menghadapi tantangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap strategi manajemen UMKM. Tantangan justru menjadi faktor dominan yang mendorong Gen Z untuk terus berinovasi dan menggunakan pendekatan digital, seperti sistem pemesanan online, promosi melalui TikTok, dan kolaborasi dengan layanan pengiriman makanan. Penelitian (Rizky, 2024) di Desa Kwala Serapuh menemukan bahwa hanya 30% dari karyawan UMKM yang memiliki keterampilan digital dasar, sementara 70% lainnya membutuhkan pelatihan intensif. Hambatan utama meliputi kurangnya pemahaman teknologi digital, keterbatasan infrastruktur informasi, resistensi terhadap perubahan, dan keterbatasan anggaran untuk investasi teknologi. Dari perspektif loyalitas pelanggan, (Rahmawansyah & Pane, 2025) membuktikan bahwa konten pemasaran dan media sosial secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Temuan ini sangat relevan bagi pelaku UMKM di Desa Sunggal Kanan yang mulai merambah pemasaran digital. Bertolak dari berbagai temuan empiris tersebut, muncul pertanyaan mendasar: bagaimana peran manajemen strategi, inovasi yang dibawa oleh Generasi Z, dan faktor lingkungan dalam meningkatkan pemahaman pengelolaan usaha UMKM, khususnya di Desa Sunggal Kanan? Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian tersebut, sekaligus memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan UMKM di tingkat desa. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut: (1) Manajemen strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman pengelolaan usaha UMKM (H1); (2) Inovasi Generasi Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman pengelolaan usaha UMKM (H2); (3) Lingkungan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman pengelolaan usaha UMKM (H3); serta (4) Ketiga variabel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman pengelolaan usaha UMKM (H4). Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang suatu organisasi. (Rizki & Rizky, 2024) mendefinisikan strategi sebagai arah dan ruang lingkup suatu organisasi dalam jangka panjang guna mencapai keunggulan melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal dalam lingkungan yang penuh tantangan. (Her, 2024) memperkuat pandangan tersebut

dengan menyatakan bahwa strategi merupakan keputusan dan tindakan mendasar yang diambil oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh level organisasi. Bagi pelaku UMKM, manajemen strategi bukan hanya tentang membuat rencana bisnis formal, tetapi juga tentang membangun kapasitas adaptif dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha. (Situmorang, 2025) menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan UMKM sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang responsif terhadap dinamika pasar. (Rizky, 2024) melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pematang Serai menunjukkan bahwa UMKM yang mendapatkan pendampingan strategi terpadu mengalami peningkatan daya saing yang signifikan, di mana 40% peserta berhasil mengakses tambahan modal melalui platform digital. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan teknologi digital dan arus informasi yang cepat. (Situmorang, 2025) mencatat bahwa sebanyak 72% dari Generasi Z dan milenial bercita-cita untuk memiliki usaha sendiri. Karakteristik unik Generasi Z sebagai digital natives menjadikan mereka memiliki keunggulan komparatif dalam mengadopsi strategi pemasaran digital, membangun brand identity melalui media sosial, dan merespons perubahan preferensi konsumen dengan lebih cepat. Hasil uji statistik dari penelitian (Situmorang, 2025) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan UMKM ($t = 3,149$; $\text{sig.} = 0,003$), sementara tantangan menjadi variabel yang lebih dominan ($t = 4,748$; $\text{sig.} < 0,001$). (Salma & Rizky, 2025) juga menemukan bahwa strategi komunikasi berbasis digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran sosial Generasi Z, dengan program pelatihan yang dirancang interaktif dan berbasis teknologi terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi manajerial. Lingkungan usaha mencakup seluruh faktor eksternal maupun internal yang mempengaruhi keberlangsungan dan perkembangan suatu usaha. (Rizky, 2024) mengidentifikasi sepuluh faktor lingkungan yang mempengaruhi tingkat adopsi digitalisasi UMKM, meliputi infrastruktur digital, literasi digital, akses perangkat digital, kesadaran manfaat digitalisasi, dukungan pemerintah, ketersediaan solusi digital, aspek keuangan, budaya dan pola pikir, keamanan digital, serta ekosistem digital. Digitalisasi telah menjadi tren global yang tak terhindarkan. (Rizky, 2024) mencatat bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Google Business memungkinkan UMKM melakukan promosi dengan biaya terjangkau sekaligus menjangkau konsumen di berbagai wilayah tanpa batasan geografis. (Rahmawansyah & Pane, 2025) membuktikan bahwa konten pemasaran dan media sosial bersifat komplementer dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($F = 84,186$; $p = 0,000$).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif (causal-comparative research), yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan adalah metode survei, yaitu pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sasaran penelitian. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang diperoleh berbentuk angka (skor) hasil pengukuran terhadap variabel-variabel penelitian, yang selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Manajemen Strategi (X1), Inovasi Generasi Z (X2), dan Lingkungan Usaha (X3) terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y) pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Sunggal Kanan. Hubungan antarvariabel tersebut dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda guna mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (uji t) maupun secara simultan (uji F). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berada di Desa Sunggal Kanan, khususnya pelaku usaha yang termasuk dalam kategori Generasi Z (kelahiran sekitar tahun 1997-2012) yang menjalankan berbagai jenis usaha, seperti kuliner, fashion, kerajinan, jasa servis, dan perdagangan. Variabel diukur menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert 1-5, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (TS) = 2, Netral (N) = 3, Setuju (S) = 4, dan Sangat Setuju (SS) = 5. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui Kuesioner (angket), pertanyaan dibagikan kepada 50 responden pelaku UMKM di Desa Sunggal Kanan. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS) melalui beberapa tahapan analisis, yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis

statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manajemen Strategi (X1)	50	19.00	40.00	30.7600	5.39297
Inovasi Generasi Z (X2)	50	27.00	40.00	33.7200	3.30763
Lingkungan (X3)	50	19.00	40.00	29.2800	5.42872
UMKM (Y)	50	26.00	50.00	40.8200	6.91845
Valid N (listwise)	50				

Berdasarkan Hasil analisis statistik deskriptif, Variabel X1 memiliki rata-rata 30,76 dari rentang skor 19-40, menunjukkan tingkat manajemen strategi UMKM yang tergolong cukup baik. Variabel X2 memiliki rata-rata tertinggi secara relatif (33,72) dengan standar deviasi terkecil (3,30763), menunjukkan persepsi responden terhadap inovasi Generasi Z relatif seragam dan cenderung tinggi.

Variabel X3 memiliki rata-rata 29,28, sedikit lebih rendah dibanding variabel lain, mengindikasikan kondisi lingkungan usaha yang masih bervariasi antar pelaku UMKM. Variabel Y memiliki rata-rata 40,82 dengan standar deviasi terbesar (6,91845), menunjukkan tingkat pemahaman pengelolaan usaha UMKM bervariasi cukup luas di antara responden.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan kriteria suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Semakin mendekati nilai 1, maka instrumen dikatakan semakin reliabel.

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,953	8

Variabel Manajemen Strategi (X1) Menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,953. Nilai ini jauh berada di atas ambang batas 0,60, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel Manajemen Strategi dinyatakan sangat reliabel dan konsisten dalam mengukur persepsi responden mengenai penerapan manajemen strategi pada usahanya.

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,967	8

Variabel Inovasi Generasi Z (X2) menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,967, yang merupakan nilai tertinggi kedua di antara seluruh variabel penelitian. Nilai ini menunjukkan bahwa item-item pertanyaan pada variabel Inovasi Generasi Z memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi sehingga instrumen ini sangat reliabel untuk digunakan dalam mengukur tingkat inovasi pelaku UMKM Generasi Z.

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,926	8

Variabel Lingkungan Usaha (X3) menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,926. Meskipun merupakan nilai terendah di antara keempat variabel, nilai tersebut tetap jauh di atas batas minimum 0,60, sehingga instrumen pada variabel Lingkungan Usaha juga dinyatakan sangat reliabel dan layak digunakan untuk mengukur kondisi lingkungan usaha yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

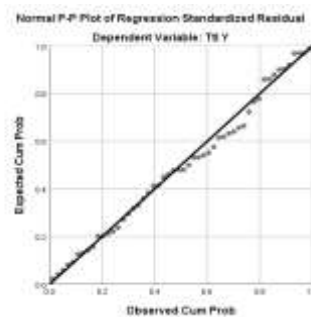
Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,984	8

Variabel Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y) menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,984, yang merupakan nilai tertinggi di antara seluruh variabel penelitian. Nilai ini mengindikasikan bahwa item-item pertanyaan pada variabel Y memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik, sehingga instrumen tersebut sangat reliabel untuk mengukur pemahaman responden terhadap pengelolaan usaha UMKM.

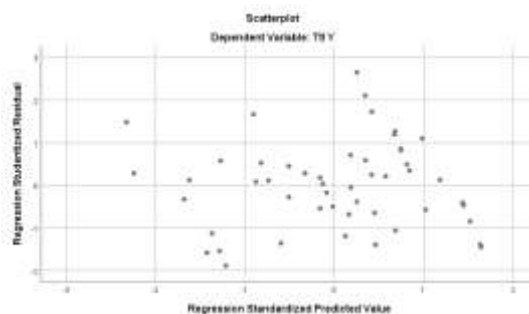
Hasil uji pada Seluruh variabel (X1, X2, X3, dan Y) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 1,000, yang berarti seluruh item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan sangat reliabel karena jauh melampaui ambang batas 0,60. Nilai 1,000 menunjukkan konsistensi internal yang sangat tinggi pada jawaban responden untuk setiap item dalam variabel tersebut, sehingga instrumen kuesioner layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Uji Normalitas



Grafik Normal P-P Plot menunjukkan titik-titik data menyebar mengikuti dan mendekati garis diagonal, tidak ada penyimpangan yang ekstrem dari garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y) berdasarkan variabel Manajemen Strategi (X1), Inovasi Generasi Z (X2), dan Lingkungan Usaha (X3).

Uji Heteroskedastisitas



Grafik Scatterplot menunjukkan titik-titik data menyebar secara acak (tidak membentuk pola tertentu seperti gelombang, mengerucut, atau pola sistematis lainnya) dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Pola penyebaran yang acak ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, atau dengan kata lain varians residual bersifat homogen (homoskedastisitas). Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 ^a	.961	.958	1.41679
a. Predictors: (Constant), Ttl X3, Ttl X2, Ttl X1				
b. Dependent Variable: Ttl Y				

Nilai R sebesar 0,980 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (X1, X2, X3) dengan variabel dependen (Y). Nilai R Square (R^2) sebesar 0,961 menunjukkan bahwa 96,1% variasi pada variabel Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y) dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh Manajemen Strategi (X1), Inovasi Generasi Z (X2), dan Lingkungan Usaha (X3), sedangkan sisanya sebesar 3,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2253.044	3	751.015	374.142	.000 ^b
	Residual	92.336	46	2.007		
	Total	2345.380	49			
a. Dependent Variable: Ttl Y						
b. Predictors: (Constant), Ttl X3, Ttl X2, Ttl X1						

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 374,142 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini berarti secara simultan (bersama-sama), variabel Manajemen Strategi (X1), Inovasi Generasi Z (X2), dan Lingkungan Usaha (X3) berpengaruh signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y). Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak (fit) untuk memprediksi variabel Y.

Uji T (Parsial) dan Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model					t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.957	2.090		-5.242	.000
	X1	1.136	.187	.886	6.080	.000
	X2	.575	.071	.275	8.101	.000
	X3	-.087	.181	-.068	-.482	.632
a. Dependent Variable: Ttl Y						

Variabel X1 (Manajemen Strategi): nilai koefisien B = 1,136 dengan t hitung = 6,080 dan Sig. = 0,000 ($< 0,05$). Artinya, Manajemen Strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM. Setiap kenaikan satu satuan pada Manajemen Strategi akan meningkatkan Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM sebesar 1,136 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hipotesis H1 diterima.

Variabel X2 (Inovasi Generasi Z): nilai koefisien B = 0,575 dengan t hitung = 8,101 dan Sig. = 0,000 ($< 0,05$). Artinya, Inovasi Generasi Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM. Setiap kenaikan satu satuan pada Inovasi Generasi Z akan meningkatkan Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM sebesar 0,575 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hipotesis H2 diterima.

Variabel X3 (Lingkungan Usaha): nilai koefisien B = -0,087 dengan t hitung = -0,482 dan Sig. = 0,632 ($> 0,05$). Artinya, Lingkungan Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM secara parsial. Hipotesis H3 ditolak. Tidak signifikannya variabel ini secara parsial diduga disebabkan oleh adanya gejala multikolinearitas (korelasi tinggi) antara X3 dengan X1, sehingga pengaruh unik X3 terhadap Y menjadi tidak signifikan ketika dikontrol oleh X1 dan X2.

Pembahasan

Pengaruh Manajemen Strategi (X1) terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Manajemen Strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM, dengan nilai koefisien B sebesar 1,136, t hitung sebesar 6,080, dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H1 diterima. Bahkan, variabel ini memiliki kontribusi terbesar dibandingkan variabel lainnya dalam model regresi, yang ditunjukkan oleh nilai Standardized Coefficients (Beta) sebesar 0,886. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik pemahaman dan penerapan manajemen strategi oleh pelaku UMKM, semakin baik pula pemahaman mereka terhadap pengelolaan usaha secara keseluruhan.

Temuan ini sejalan dengan pendapat (Rizki & Rizky, 2024) yang menyatakan bahwa strategi merupakan arah dan ruang lingkup organisasi dalam jangka panjang guna mencapai keunggulan melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal. Hal ini juga didukung oleh hasil pengabdian masyarakat (Rizky, 2024) di Desa Pematang Serai, di mana UMKM yang memperoleh pendampingan strategi terpadu mengalami peningkatan daya saing yang signifikan, termasuk peningkatan akses terhadap permodalan digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemampuan pelaku UMKM di Desa Sunggal Kanan dalam merumuskan dan menerapkan strategi usaha yang terarah—baik dalam hal penetapan target, alokasi sumber daya, maupun respons terhadap perubahan pasar—menjadi faktor kunci yang mendorong pemahaman mereka dalam mengelola usaha secara lebih baik.

Pengaruh Inovasi Generasi Z (X2) terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Inovasi Generasi Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM, dengan nilai koefisien B sebesar 0,575, t hitung sebesar 8,101, dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H2 diterima. Nilai t hitung pada variabel ini bahkan merupakan yang tertinggi di antara seluruh variabel bebas, yang menunjukkan bahwa pengaruh inovasi Generasi Z terhadap pemahaman pengelolaan usaha bersifat sangat konsisten dan dapat diandalkan secara statistik.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian (Situmorang, 2025) yang menunjukkan bahwa kreativitas dan kemampuan menghadapi tantangan berpengaruh signifikan terhadap strategi manajemen UMKM, serta penelitian (Salma & Rizky, 2025) yang membuktikan bahwa strategi komunikasi berbasis digital berpengaruh positif terhadap kesadaran sosial Generasi Z. Karakteristik Generasi Z sebagai digital natives, yang terbiasa dengan teknologi, media sosial, dan pola pikir adaptif terhadap perubahan, menjadikan mereka sebagai agen pembawa ide-ide baru dalam pengelolaan usaha, seperti penerapan sistem pemesanan online, pemasaran melalui media sosial, hingga kolaborasi dengan platform digital. Inovasi-inovasi tersebut secara langsung meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Sunggal Kanan mengenai bagaimana usaha mereka dapat dikelola secara lebih modern dan kompetitif.

Pengaruh Lingkungan Usaha (X3) terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Lingkungan Usaha tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM, dengan nilai koefisien B sebesar -0,087, t hitung sebesar -0,482, dan signifikansi sebesar 0,632 ($> 0,05$), sehingga H3 ditolak. Secara teoritis, hasil ini bertentangan dengan kajian (Rizky, 2024) yang mengidentifikasi berbagai faktor lingkungan—seperti infrastruktur digital, literasi digital, dan dukungan pemerintah—sebagai determinan penting dalam adopsi digitalisasi UMKM.

Hasil ini perlu dimaknai secara hati-hati. Ketidaksignifikanan variabel X3 secara parsial diduga kuat disebabkan oleh adanya gejala multikolinearitas, yaitu korelasi yang tinggi antara Lingkungan Usaha (X3) dengan Manajemen Strategi (X1). Ketika kedua variabel ini saling berkaitan erat, pengaruh unik X3 terhadap Y menjadi “tertutup” atau terserap oleh pengaruh X1 dalam model regresi berganda. Hal ini bukan berarti lingkungan usaha tidak memiliki peran sama sekali, melainkan pengaruhnya terhadap pemahaman pengelolaan usaha lebih banyak bekerja secara tidak langsung, yaitu melalui penguatan manajemen strategi pelaku UMKM itu sendiri. Dengan kata lain, kondisi lingkungan usaha yang kondusif—baik dari segi infrastruktur, dukungan komunitas, maupun akses pasar—akan lebih bermakna apabila diiringi dengan kapasitas manajerial yang memadai dari pelaku usaha.

Pengaruh Manajemen Strategi, Inovasi Generasi Z, dan Lingkungan Usaha secara Simultan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 374,142 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H4 diterima. Hal ini berarti bahwa Manajemen Strategi, Inovasi Generasi Z, dan Lingkungan Usaha secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,961 menunjukkan bahwa 96,1% variasi Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya sebesar 3,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti modal usaha, jejaring sosial, atau faktor psikologis pelaku usaha.

Nilai R Square yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun dalam penelitian ini memiliki daya prediksi yang sangat kuat. Didukung pula oleh hasil uji asumsi klasik—Normal P-P Plot yang menunjukkan residual berdistribusi normal dan Scatterplot yang menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas—maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi syarat kelayakan (BLUE: Best Linear Unbiased Estimator) dan layak digunakan untuk menjelaskan serta memprediksi tingkat Pemahaman Pengelolaan Usaha UMKM berdasarkan ketiga variabel bebas tersebut.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa peningkatan pemahaman pengelolaan usaha UMKM di Desa Sunggal Kanan sangat ditentukan oleh kombinasi antara kapasitas manajemen strategi yang dimiliki pelaku usaha dan kemampuan inovasi yang dibawa oleh generasi muda (Generasi Z), sementara faktor lingkungan usaha berperan secara tidak langsung sebagai pendukung. Disarankan agar program pemberdayaan UMKM di Desa Sunggal Kanan ke depan lebih difokuskan pada pelatihan manajemen strategi yang aplikatif dan pendampingan inovasi digital yang melibatkan generasi muda, agar potensi ekonomi desa dapat dikembangkan secara optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ela Diovera Niel, M. C. (2025). Pengaruh Penggunaan Instagram Marketing Terhadap. *Economics and Digital Business Review*, Volume 6 Issue 2 (2025), 1315-1321.
- Cantika Dwi Salma, M. C. (2025). Creativity, Challenges, and Strategies of Generation Z in MSME Empowerment. *Research Horizon Volume: 05 Issue: 04*, 1099-1110.
- Anggi Ardani Br Situmorang, M. C. (2025). The Role of Creativity, Challenges, and MSME Management Strategies in Empowering Generation Z. *Research Horizon Volume: 05 Issue: 04*, 1089-1098.
- Rizky, M. C. (2024). Human Resource Management in Facing the Challenges of Digitalization in the UMKM Environment of Kwala Serapuh Village. *International Conference Epicentrum of Economic Global Framework*, 134–139., 134–139.
- Chaerul Rizky, Y. A. (2024). STRATEGI PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA PELAKU UMKM DESA MELALUI OPTIMASI PLATFORM DIGITAL DALAM ASPEK PRODUKSI, PEMASARAN DAN PERMODALAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024, 235-241.
- Risky Rahmawansyah, D. N. (2025). Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Platform E-Commerce (Studi Kasus Toko Sajodo Snack di Shopee). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 5 No 1*, 243-254.
- Eric Marfianda Tuegeh, D. N. (2026). The Influence of Product Quality and Brand Image on Generation Z Consumer Loyalty toward iPhone Smartphone Products. *Journal of Management, Economic, and Accounting*, Vol. 5 No. 3 Juli 2026, 1747–1752.
- Nurmasari Pane, D. D. (2024). How Do Quality, Price, Preference, and Safety Affect Purchase Intention? *International Conference Epicentrum of Economic Global Framework*, 617–626.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Hera. (2024). *Manajemen Strategik: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.

KemenKopUKM. (2023). *Data UMKM Indonesia 2023*. kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah republik indonesia.