

Manajemen dan Inovasi dalam Bisnis Kecil: Tinjauan Kritis Terhadap Faktor Keberhasilan

Nasir¹, Yuslinaini^{2*}

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universita Serambi Mekah, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

^{2*} Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Universita Serambi Mekah, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

Email: nasir.ibrahim@serambimekkah.ac.id¹, yuslinaini@serambimekkah.ac.id^{2*}

Histori Artikel:

Dikirim 13 Sep 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 25 September 2024; *Diterima* 11 Oktober 2024; *Diterbitkan* 1 November 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil, dengan fokus pada usaha mikro di Bamenda, Kamerun. Menggunakan pendekatan metode campuran, penelitian ini memadukan data kuantitatif dari survei terhadap 200 manajer usaha kecil dengan wawancara kualitatif mendalam pada 15 manajer terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun faktor keberhasilan seperti kompetensi manajerial dan akses terhadap sumber daya keuangan konsisten dengan temuan sebelumnya, terdapat faktor-faktor unik yang berkaitan dengan konteks sosial-ekonomi Bamenda. Jaringan bisnis, inovasi, dan pengelolaan hubungan terbukti menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan usaha kecil di wilayah ini. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya dukungan eksternal, termasuk akses terhadap pembiayaan dan teknologi, yang memfasilitasi pengembangan usaha. Sementara kompetensi manajerial tetap menjadi penentu utama keberhasilan, kolaborasi strategis dalam jaringan bisnis serta kemitraan dengan pemasok juga memainkan peran signifikan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil. Studi ini memberikan kontribusi penting bagi literatur akademis terkait manajemen usaha kecil di negara berkembang, sekaligus memberikan rekomendasi untuk kebijakan yang mendukung pertumbuhan usaha kecil melalui peningkatan akses terhadap sumber daya, pelatihan manajerial, dan penguatan jaringan bisnis.

Kata Kunci: Manajemen Usaha Kecil; Inovasi; Kompetensi Manajerial; Jaringan Bisnis; Pembiayaan Usaha.

Abstract

This study aims to critically examine the factors influencing small business success, focusing on micro-enterprises in Bamenda, Cameroon. Using a mixed methods approach, the study combines quantitative data from a survey of 200 small business managers with in-depth qualitative interviews with 15 selected managers. The results show that while success factors such as managerial competence and access to financial resources are consistent with previous findings, there are unique factors related to the socio-economic context of Bamenda. Business networks, innovation, and relationship management are shown to be critical elements in determining the success of small businesses in this region. In addition, the study highlights the importance of external support, including access to finance and technology, which facilitates business development. While managerial competence remains a key determinant of success, strategic collaboration within business networks and partnerships with suppliers also play a significant role in enhancing the competitiveness and sustainability of small businesses. This study makes an important contribution to the academic literature on small business management in developing countries, while also providing recommendations for policies that support small business growth through improving access to resources, managerial training, and strengthening business networks.

Keyword: Small Business Management; Innovation; Managerial Competence; Business Network; Business Financing.

1. Pendahuluan

Usaha kecil memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pembangunan ekonomi dan sosial di berbagai negara, termasuk Kamerun. Di negara ini, usaha kecil memainkan peran yang signifikan dengan mencakup sekitar 90% dari total perusahaan yang beroperasi, memberikan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan investasi, serta mendorong produk domestik bruto (PDB) nasional (Lubis, 2023). Peran ini tidak hanya terbatas pada penciptaan peluang ekonomi, tetapi juga mendorong stabilitas sosial dengan menyediakan sumber penghidupan bagi jutaan orang, terutama di sektor informal. Usaha kecil seringkali menjadi tulang punggung perekonomian, khususnya di negara-negara berkembang seperti Kamerun, di mana akses terhadap lapangan kerja formal sering kali terbatas. Pengakuan atas pentingnya sektor usaha kecil dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan tidak hanya berasal dari kalangan akademisi, tetapi juga dari para pembuat kebijakan dan organisasi internasional. Mereka menekankan bahwa sektor ini memiliki peran strategis dalam mengurangi kemiskinan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mempersempit kesenjangan ekonomi (Bagis, 2024). Di tengah tantangan globalisasi dan perubahan iklim ekonomi, usaha kecil mampu memberikan solusi inovatif untuk adaptasi dan mitigasi dampak-dampak tersebut, dengan menyerap tenaga kerja lokal dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien. Dalam jangka panjang, penguatan sektor usaha kecil diharapkan dapat meningkatkan daya saing nasional dan regional. Namun, meskipun peran dan potensi yang dimiliki usaha kecil sangat besar, mereka masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang cukup signifikan, terutama di Bamenda, salah satu wilayah penting di Kamerun. Usaha kecil di Bamenda beroperasi dalam lingkungan yang sering kali penuh tantangan, mulai dari persaingan yang ketat hingga kondisi sosial-ekonomi yang kurang mendukung (Safitri, 2024). Tantangan-tantangan tersebut meliputi akses yang terbatas terhadap modal, infrastruktur yang kurang memadai, serta kurangnya dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan yang kondusif bagi pertumbuhan usaha kecil. Kondisi ini semakin diperparah oleh tingkat literasi keuangan dan manajerial yang rendah di kalangan pemilik usaha kecil, yang sering kali membatasi kemampuan mereka untuk mengelola dan mengembangkan bisnis secara optimal. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya kolaboratif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, serta organisasi non-pemerintah, guna menyediakan dukungan yang lebih baik bagi pengembangan usaha kecil. Dukungan tersebut dapat berupa akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan, pelatihan manajerial, serta fasilitasi akses ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan demikian, usaha kecil di Bamenda diharapkan dapat lebih berdaya saing dan mampu berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi Kamerun secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kunci yang memungkinkan usaha kecil di Bamenda, Kamerun, untuk bertahan dan berkembang meskipun beroperasi dalam lingkungan yang penuh tantangan. Secara umum, usaha kecil menghadapi berbagai kendala eksternal maupun internal, termasuk keterbatasan akses terhadap modal, kurangnya dukungan pemerintah, serta minimnya keterampilan manajerial di kalangan pengusaha kecil. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha kecil dalam kondisi yang sulit menjadi sangat penting. Beberapa faktor utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini mencakup dukungan dari pemerintah, akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan, serta penyediaan pelatihan yang relevan dan efektif (Rachmawati, 2023). Dukungan pemerintah memainkan peran sentral dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan usaha kecil. Misalnya, melalui kebijakan yang dirancang untuk meringankan beban regulasi dan perpajakan, serta menyediakan insentif bagi usaha kecil, pemerintah dapat memfasilitasi pertumbuhan sektor ini. Selain itu, program pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah atau lembaga terkait dapat memberikan manfaat besar bagi para pelaku usaha kecil. Program semacam ini dirancang untuk membantu pengusaha meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, serta kemampuan dalam mengakses pasar yang lebih luas (Pujihartati, 2024). Pelatihan-pelatihan tersebut sangat diperlukan

untuk menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat, terutama dalam era globalisasi dan digitalisasi ekonomi. Selain dukungan dalam bentuk kebijakan dan pelatihan, akses terhadap modal merupakan faktor kunci lain yang memengaruhi keberhasilan usaha kecil. Di banyak negara berkembang, termasuk Kamerun, keterbatasan modal sering kali menjadi hambatan utama bagi pengusaha kecil untuk mengembangkan usahanya. Dengan adanya program kredit mikro atau fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah maupun lembaga keuangan, pengusaha kecil dapat memperoleh modal yang diperlukan untuk ekspansi usaha mereka. Akses modal yang memadai memungkinkan pengusaha untuk melakukan investasi dalam peralatan, bahan baku, serta memperluas jaringan distribusi produk mereka. Di sisi lain, keterbatasan modal sering kali menjadi penyebab stagnasi usaha kecil, mengakibatkan usaha tersebut sulit untuk berkembang lebih lanjut. Faktor penting lainnya adalah keberadaan pusat inkubasi bisnis, yang dapat memberikan dukungan signifikan dalam bentuk akses ke sumber daya dan jaringan yang esensial bagi pertumbuhan usaha kecil (Wahid, 2024). Pusat inkubasi bisnis berfungsi sebagai ekosistem yang memungkinkan pengusaha kecil untuk mendapatkan bimbingan, akses ke mentor, serta peluang untuk terhubung dengan investor atau mitra strategis. Selain itu, pusat inkubasi juga membantu pengusaha kecil dalam memperkuat aspek inovasi dan teknologi, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar. Dengan adanya dukungan holistik yang mencakup akses modal, pelatihan, dan jaringan, usaha kecil di Bamenda memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah berbagai tantangan yang ada.

Faktor eksternal memegang peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan daya tahan usaha kecil, terutama dalam konteks globalisasi dan digitalisasi ekonomi. Salah satu perkembangan signifikan yang memengaruhi usaha kecil adalah kemajuan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Penggunaan teknologi telah membuka berbagai peluang baru bagi pelaku usaha kecil, termasuk dalam hal akses ke platform e-commerce yang memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional (Suhayati et al., 2021). Dengan memanfaatkan platform digital, usaha kecil dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui berbagai alat digital seperti media sosial dan situs web e-commerce. Di era digital saat ini, kemampuan untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi menjadi kebutuhan yang mendesak bagi usaha kecil agar dapat tetap kompetitif dan relevan di pasar yang terus berubah. Kemampuan untuk menggunakan alat digital, seperti sistem manajemen inventaris berbasis cloud, pembayaran digital, dan analitik data, tidak hanya membantu meningkatkan produktivitas usaha kecil tetapi juga memberikan wawasan penting untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan teknologi, usaha kecil dapat lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan tren konsumen dan dinamika pasar, sehingga memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di lingkungan yang kompetitif. Namun, penting untuk diingat bahwa faktor eksternal tidak terbatas pada teknologi semata. Faktor-faktor lain, seperti kondisi ekonomi makro, kebijakan pemerintah, dan lingkungan sosial-budaya, juga memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil. Misalnya, kebijakan fiskal dan regulasi yang diberlakukan oleh pemerintah dapat memengaruhi kemampuan usaha kecil untuk tumbuh dan berkembang. Sementara itu, akses terhadap infrastruktur seperti jaringan internet yang andal dan murah juga menjadi prasyarat penting bagi usaha kecil untuk memanfaatkan peluang digital dengan optimal. Tanpa akses yang memadai ke infrastruktur ini, usaha kecil di daerah terpencil atau tertinggal mungkin mengalami kesulitan untuk bersaing dengan usaha-usaha di kawasan yang lebih maju. Penelitian ini akan mengeksplorasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan usaha kecil di Bamenda, dengan memberikan perhatian khusus pada peran teknologi dan akses terhadap pasar digital. Faktor internal, seperti kompetensi manajerial dan strategi bisnis, akan dianalisis dalam kaitannya dengan bagaimana usaha kecil dapat memanfaatkan peluang yang disediakan oleh lingkungan eksternal. Studi ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh usaha kecil di Bamenda dalam mengakses teknologi dan memanfaatkan pasar digital. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi literatur akademis di bidang

manajemen usaha kecil, serta menjadi dasar bagi pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang mendukung pertumbuhan usaha kecil di masa depan.

Manajemen dan inovasi merupakan dua elemen kunci yang tidak dapat dipisahkan dalam mencapai keberhasilan usaha kecil. Keduanya berperan signifikan dalam menggerakkan roda bisnis serta menjaga kelangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam konteks usaha kecil, manajemen yang efektif tidak hanya terbatas pada pengelolaan sumber daya, tetapi juga mencakup penerapan strategi inovasi yang berkesinambungan. Manajemen yang baik mampu mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan ide-ide baru, menilai risiko, serta merancang kebijakan yang adaptif terhadap dinamika pasar (Wibowo, 2023). Inovasi, di sisi lain, berfungsi sebagai pendorong utama yang memungkinkan usaha kecil untuk tetap kompetitif dan relevan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Penelitian telah menunjukkan bahwa orientasi pasar dan kewirausahaan merupakan faktor signifikan yang memengaruhi kinerja usaha kecil. Inovasi menjadi salah satu elemen penting yang mendorong daya saing dan memperkuat keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Darwis & Utama, 2020). Pengusaha kecil yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang pasar baru, berinovasi dalam produk atau jasa, serta cepat beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini, manajemen yang berkualitas berperan sebagai landasan utama untuk menerapkan inovasi yang strategis, baik dalam hal produk, proses, maupun model bisnis. Dengan demikian, kemampuan untuk terus berinovasi menjadi kunci penting bagi keberhasilan usaha kecil dalam mempertahankan posisi kompetitif di pasar. Inovasi produk menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan usaha kecil. Dengan terus memperbarui dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, usaha kecil dapat mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik pangsa pasar baru. Inovasi tidak hanya terbatas pada aspek teknologi, tetapi juga dapat mencakup inovasi dalam cara pemasaran, distribusi, dan layanan pelanggan. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan memungkinkan usaha kecil untuk terus berkembang, meskipun beroperasi dalam lingkungan yang penuh dengan tantangan. Lebih jauh lagi, inovasi juga harus didukung oleh manajemen yang adaptif. Manajemen harus mampu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung terciptanya inovasi, baik melalui pengembangan kapasitas sumber daya manusia, peningkatan keterampilan, maupun pemanfaatan teknologi. Dalam konteks ini, pelatihan manajemen yang terarah menjadi krusial untuk meningkatkan kompetensi pengusaha dalam mengelola inovasi. Program pelatihan dan pendampingan yang fokus pada peningkatan keterampilan manajerial akan membantu pengusaha kecil dalam merancang dan mengimplementasikan strategi inovasi yang efektif. Penelitian menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan manajemen dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil (Sari et al., 2021). Di sisi lain, dukungan eksternal seperti akses terhadap informasi pasar, teknologi, dan pembiayaan juga sangat penting dalam mendorong inovasi di sektor usaha kecil. Penggunaan teknologi digital, misalnya, telah terbukti memberikan keuntungan kompetitif yang besar bagi usaha kecil, terutama dalam hal perluasan jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, usaha kecil dapat mempercepat proses inovasi dan meningkatkan efisiensi di berbagai aspek bisnis mereka.

Inovasi produk merupakan salah satu aspek fundamental yang memegang peranan penting dalam keberhasilan usaha kecil. Inovasi ini tidak hanya membantu perusahaan dalam beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen, tetapi juga memungkinkan peningkatan kualitas produk yang ditawarkan sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dalam era yang ditandai dengan perubahan tren konsumen yang cepat dan ekspektasi yang terus berkembang, inovasi produk menjadi instrumen vital bagi perusahaan untuk tetap relevan dan memenuhi permintaan pasar secara efektif. Penelitian telah menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki fokus pada inovasi produk cenderung mengalami peningkatan kinerja pemasaran. Hal ini terjadi karena produk yang terus dikembangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen mampu menarik perhatian pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan. Sebagai hasilnya, perusahaan tersebut tidak hanya mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga menarik konsumen baru. Peningkatan kinerja pemasaran yang dihasilkan dari inovasi produk ini pada

gilirannya memberikan dampak positif terhadap hasil keuangan perusahaan, termasuk peningkatan pendapatan dan profitabilitas (Yusnita & Wahyudin, 2019; Nasir, 2019). Namun, inovasi produk bukan satu-satunya aspek yang perlu diperhatikan dalam manajemen usaha kecil. Manajemen yang efektif harus mampu merancang strategi yang tidak hanya berfokus pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses operasional dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Inovasi operasional dapat mencakup penerapan teknologi baru, perbaikan efisiensi proses produksi, serta pengelolaan rantai pasokan yang lebih optimal. Dengan meningkatkan efisiensi operasional, usaha kecil dapat mengurangi biaya produksi dan memberikan produk berkualitas dengan harga yang lebih kompetitif. Selain itu, inovasi dalam layanan juga sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya, dengan menawarkan layanan purna jual yang lebih baik, pengiriman yang lebih cepat, atau pelayanan yang lebih personal, usaha kecil dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Inovasi produk yang berkelanjutan juga membutuhkan dukungan dari lingkungan manajerial yang kondusif. Manajemen perlu menciptakan budaya organisasi yang mendukung inovasi, di mana kreativitas dan ide-ide baru dari seluruh anggota tim dapat berkembang. Pengembangan keterampilan dan pengetahuan juga menjadi faktor penting dalam proses inovasi. Dengan memberikan pelatihan yang tepat, manajemen dapat memastikan bahwa karyawan memiliki kemampuan yang diperlukan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan inovasi yang berkelanjutan. Selain itu, manajemen yang inovatif juga harus berani mengambil risiko yang terukur dan bersedia mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk mendukung proses inovasi.

Selain inovasi, pelatihan manajemen memainkan peranan yang sangat penting dalam memperkuat kapasitas inovatif dan kinerja pelaku usaha kecil. Pelatihan manajemen yang dirancang dengan baik dapat memberikan dorongan signifikan bagi pengusaha kecil dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menerapkan strategi inovasi secara lebih efektif. Dalam konteks usaha kecil, keterampilan manajerial yang mumpuni menjadi fondasi untuk menghadapi berbagai tantangan yang muncul, baik dari lingkungan internal maupun eksternal, serta untuk memaksimalkan potensi inovasi yang dimiliki oleh perusahaan (Sari et al., 2021). Pelatihan manajemen yang difokuskan pada peningkatan keterampilan inovatif berperan tidak hanya dalam memperdalam pemahaman pemilik usaha tentang pentingnya inovasi, tetapi juga dalam memberikan kerangka kerja praktis bagi mereka untuk mengimplementasikan inovasi tersebut dalam aktivitas operasional sehari-hari. Melalui pelatihan ini, pelaku usaha kecil dapat mempelajari berbagai metode dan strategi yang efektif untuk mengelola inovasi, mulai dari fase ideasi hingga implementasi. Pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan ini memungkinkan pemilik usaha untuk lebih adaptif dalam merespons perubahan kebutuhan pasar dan memanfaatkan peluang bisnis baru (Saptono et al., 2016). Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan manajemen yang terstruktur dapat membantu pengusaha dalam mengatasi keterbatasan yang seringkali dihadapi oleh usaha kecil, seperti keterbatasan sumber daya manusia, finansial, dan teknologi. Dengan adanya program pelatihan, pemilik usaha kecil dapat mengembangkan keterampilan dalam perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya, serta pengambilan keputusan yang lebih baik dalam konteks inovasi. Hal ini, pada akhirnya, tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memungkinkan usaha kecil untuk bersaing lebih efektif di pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Investasi dalam program pelatihan manajemen menjadi semakin penting di tengah perkembangan teknologi dan globalisasi ekonomi yang menuntut pelaku usaha kecil untuk lebih tanggap terhadap perubahan. Pelatihan yang komprehensif dapat memberikan wawasan baru bagi pelaku usaha tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital, analisis data, serta tren industri terbaru untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Selain itu, pelatihan manajemen juga berperan dalam memperkuat kepemimpinan dan kemampuan komunikasi pemilik usaha, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi budaya organisasi dan meningkatkan kolaborasi tim dalam proses inovasi.

Faktor eksternal memegang peran krusial dalam menentukan keberhasilan usaha kecil, terutama dalam konteks globalisasi dan transformasi digital yang terus berkembang. Lingkungan bisnis yang mendukung, termasuk akses terhadap informasi pasar yang relevan, teknologi yang mutakhir, dan regulasi yang mendorong pertumbuhan, dapat memperkuat kapasitas inovasi dan

manajemen usaha kecil. Keberadaan lingkungan bisnis yang kondusif memungkinkan pelaku usaha kecil untuk memanfaatkan peluang secara lebih efektif, baik melalui peningkatan efisiensi operasional maupun akses ke pasar yang lebih luas. Salah satu contoh nyata dari pengaruh faktor eksternal terhadap keberhasilan usaha kecil adalah adopsi teknologi, terutama platform e-commerce. Adopsi platform ini terbukti memberikan keuntungan signifikan bagi pelaku usaha kecil dalam memperluas jangkauan pasar mereka, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional dan internasional. Dengan memanfaatkan e-commerce, usaha kecil dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan yang lebih besar (Abadi, 2023). Selain itu, teknologi digital memungkinkan usaha kecil untuk mengurangi biaya operasional, meningkatkan layanan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka melalui analisis data dan pemasaran digital. Penting bagi pemerintah dan pembuat kebijakan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan pengembangan manajemen yang berkelanjutan bagi sektor usaha kecil. Kebijakan yang mendorong akses terhadap teknologi, pembiayaan, dan pelatihan bagi pelaku usaha kecil dapat mempercepat proses transformasi digital dan inovasi. Dukungan regulasi yang jelas dan inklusif, ditambah dengan infrastruktur digital yang memadai, akan menjadi fondasi bagi pertumbuhan usaha kecil yang lebih berkelanjutan dan kompetitif dalam jangka panjang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, yang menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk meningkatkan keakuratan hasil penelitian dengan menggabungkan data yang dapat diukur secara numerik serta perspektif yang berasal dari wawasan narasumber. Penelitian dilaksanakan dalam dua tahap yang saling melengkapi untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Pada tahap pertama, digunakan pendekatan kuantitatif melalui survei yang disebarakan kepada 200 manajer bisnis kecil di Bamenda. Kuesioner yang digunakan bersifat terstruktur, berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang bersifat numerik dan terstandarisasi, sehingga mempermudah analisis perbandingan antara bisnis yang sukses dengan yang kurang sukses. Hasil dari kuesioner dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk mengidentifikasi tren umum serta uji statistik inferensial untuk menguji hipotesis penelitian. Tahap kedua menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada wawancara semi-terstruktur dengan 15 manajer bisnis kecil yang dipilih berdasarkan hasil survei sebelumnya. Pemilihan responden ini dilakukan secara purposif dengan tujuan untuk mendapatkan variasi dalam pengalaman dan pandangan tentang kesuksesan bisnis. Wawancara ini dirancang untuk menggali pemahaman yang lebih luas mengenai persepsi dan strategi manajerial yang berperan dalam mencapai kesuksesan bisnis. Data dari wawancara dianalisis menggunakan metode analisis konten, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari responden dan membuat interpretasi terhadap data yang bersifat naratif. Dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih valid dan dapat diandalkan. Analisis data kuantitatif membantu dalam mengidentifikasi pola-pola umum yang berlaku dalam populasi yang lebih luas, sementara pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai pemahaman individu terkait topik yang diteliti. Kombinasi kedua metode ini memberikan peluang untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis kecil di Bamenda. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan teori maupun praktik dalam bidang manajemen bisnis kecil.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan beberapa faktor utama yang berperan dalam kesuksesan bisnis kecil di Bamenda. Faktor-faktor tersebut meliputi kompetensi manajerial, akses ke sumber daya keuangan, jaringan bisnis, serta beberapa faktor eksternal seperti persaingan dan hubungan dengan pemasok. Semua faktor ini mempengaruhi keberhasilan bisnis dalam berbagai tingkat.

3.1 Kompetensi Manajerial

Kompetensi manajerial merupakan elemen kunci yang berperan signifikan dalam keberhasilan usaha kecil. Kompetensi ini mencakup berbagai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Penelitian menunjukkan bahwa manajer dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi serta pengalaman yang relevan cenderung lebih mampu menghadapi tantangan bisnis dan merancang strategi yang efektif untuk pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana kompetensi manajerial dapat memengaruhi kinerja usaha kecil. Tingkat pendidikan dan pengalaman manajerial memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan bisnis. Menurut Suriansha dan Sasongko (2022), manajer yang menguasai Enterprise Architecture (EA) lebih mampu mengintegrasikan sistem informasi manajemen, yang pada gilirannya mendukung perumusan strategi bisnis yang lebih baik. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam manajemen komunikasi bisnis turut berperan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi, yang merupakan salah satu aspek penting dari kompetensi manajerial (Budianto, 2023). Dengan demikian, pendidikan dan pengalaman yang relevan dapat meningkatkan kemampuan manajerial dan berdampak positif terhadap kinerja bisnis.

Manajer yang efektif umumnya menerapkan pendekatan adaptif dalam mengelola bisnis, yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Pendekatan adaptif ini melibatkan kemampuan manajer untuk secara fleksibel mengubah strategi operasional sesuai dengan perubahan permintaan pasar, teknologi, atau regulasi yang berlaku. Maulana (2023) mengemukakan bahwa proses bisnis yang dirancang secara efisien dan efektif tidak hanya berkontribusi pada peningkatan produktivitas, tetapi juga pada peningkatan kinerja keseluruhan organisasi. Efisiensi dalam proses bisnis memastikan bahwa sumber daya digunakan secara optimal, sementara efektivitas menjamin bahwa tujuan organisasi dapat tercapai secara lebih cepat dan tepat. Pendekatan adaptif juga mendorong inovasi di berbagai lini bisnis. Manajer yang responsif terhadap perkembangan eksternal cenderung lebih berhasil dalam memanfaatkan peluang pasar yang muncul, baik melalui pengembangan produk baru maupun melalui strategi penetrasi pasar yang lebih baik. Dengan demikian, adaptabilitas manajerial menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah persaingan yang ketat. Selain inovasi, pengambilan keputusan yang didasarkan pada Critical Success Factors (CSF) juga sangat penting dalam memastikan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Amalina (2023) mengidentifikasi CSF sebagai elemen kunci yang memengaruhi keberhasilan dalam pengambilan keputusan strategis. Kemampuan manajerial yang mumpuni menjadi salah satu dimensi utama dalam CSF, di mana manajer yang memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor kritis dalam bisnis mereka cenderung lebih mampu membuat keputusan yang tepat dan terukur. Penerapan CSF dalam pengelolaan bisnis memungkinkan manajer untuk lebih terfokus pada pencapaian tujuan strategis, seperti peningkatan pangsa pasar, peningkatan profitabilitas, atau peningkatan kualitas produk atau layanan. Dengan pemahaman yang kuat tentang CSF dan pendekatan adaptif, manajer dapat memastikan bahwa organisasi mereka tidak hanya mampu bertahan di pasar yang kompetitif, tetapi juga mampu berkembang secara berkelanjutan. Inovasi, efisiensi proses, dan pengambilan keputusan yang tepat adalah fondasi dari strategi manajerial yang efektif dan adaptif.

Pelatihan yang tepat memiliki peran strategis dalam meningkatkan kompetensi manajerial, terutama bagi pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Kompetensi manajerial yang baik tidak hanya mencakup keterampilan dasar pengelolaan bisnis, tetapi juga kemampuan untuk mengoptimalkan pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, serta strategi pemasaran. Veronica

(2023) menunjukkan bahwa pelatihan yang berfokus pada manajemen keuangan mampu meningkatkan pemahaman peserta tentang cara mengelola arus kas, menyusun laporan keuangan, serta melakukan perencanaan anggaran yang lebih baik. Peningkatan pemahaman ini berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja keuangan UKM, yang pada gilirannya dapat memperkuat daya saing mereka di pasar. Pelatihan manajemen yang dirancang dengan baik tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diaplikasikan dalam berbagai situasi bisnis. Mashudi et al. (2023) menekankan pentingnya pelatihan yang mencakup administrasi keuangan sebagai salah satu aspek kunci yang dapat meningkatkan efisiensi operasional UKM. Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, pemilik usaha kecil dapat mengidentifikasi peluang untuk mengurangi biaya operasional, mengalokasikan dana dengan lebih efisien, serta membuat keputusan investasi yang lebih cerdas. Selain itu, pelatihan yang berkelanjutan dapat membantu pemilik usaha untuk terus memperbarui keterampilan mereka sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren bisnis. Pelatihan dalam penggunaan teknologi manajemen keuangan, seperti software akuntansi dan analisis data, juga dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi UKM. Penggunaan teknologi ini memungkinkan pemilik usaha untuk membuat keputusan berbasis data yang lebih akurat dan tepat waktu, sehingga meningkatkan efisiensi bisnis dan memaksimalkan keuntungan. Investasi dalam pelatihan dan pengembangan kompetensi manajerial ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kinerja bisnis jangka pendek, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang. Dengan manajemen yang lebih baik, UKM memiliki potensi untuk tumbuh lebih cepat, mengatasi tantangan pasar, dan bertahan dalam jangka panjang.

3.2 Sumber Daya Keuangan

Sumber daya keuangan adalah elemen kunci dalam pengelolaan organisasi, baik di sektor publik maupun swasta. Pengelolaan yang efektif atas sumber daya ini tidak hanya mempengaruhi kinerja keuangan secara langsung, tetapi juga memainkan peran penting dalam memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi. Alokasi yang tepat dari sumber daya keuangan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan produktivitas, inovasi, serta efisiensi operasional dalam berbagai sektor. Dalam hal ini, Ismael (2023) menyoroti peran penting transformasi digital dalam meningkatkan ketersediaan dan pengelolaan sumber daya keuangan, yang terbukti berkontribusi pada keberhasilan proyek-proyek kewirausahaan, khususnya setelah pandemi COVID-19. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya keuangan yang baik dapat memperkuat daya saing organisasi di pasar yang terus berkembang. Tidak hanya terbatas pada sektor kewirausahaan, pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif juga berlaku di sektor pendidikan. Menurut Li (2023), manajemen keuangan yang baik di institusi pendidikan tinggi, terutama dalam hal perencanaan anggaran dan alokasi sumber daya, dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan. Dengan pengelolaan keuangan yang transparan dan efisien, institusi pendidikan mampu mengalokasikan dana untuk penelitian, pengembangan, serta perbaikan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung pembelajaran berkualitas tinggi. Hal ini juga mendukung pencapaian tujuan jangka panjang dari institusi pendidikan dalam mempersiapkan lulusan yang kompeten. Sektor kesehatan juga sangat bergantung pada pengelolaan keuangan yang efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Gong dan Kang (2023) menunjukkan bahwa efisiensi dalam alokasi pengeluaran di sektor ini dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan yang berkualitas. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, penyedia layanan kesehatan dapat memaksimalkan penggunaan dana yang tersedia untuk memperbaiki infrastruktur kesehatan, meningkatkan kualitas peralatan medis, serta menyediakan pelatihan bagi tenaga kesehatan. Ini secara langsung berdampak pada peningkatan kualitas layanan kesehatan yang diberikan kepada masyarakat dan, secara tidak langsung, pada kesejahteraan sosial. Dalam ranah perdagangan internasional, Yi dan You (2017) menekankan bahwa efisiensi alokasi sumber daya keuangan memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi global. Penelitian mereka menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang tepat tidak hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing perusahaan di pasar internasional, tetapi juga mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Di sisi lain, Zhou et al. (2019) mengungkapkan adanya

ketidakseimbangan antara keadilan dan efisiensi dalam alokasi sumber daya keuangan di beberapa negara, seperti di China, yang menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih terukur dalam pengelolaan keuangan untuk memastikan hasil yang adil dan efisien. Pengelolaan sumber daya keuangan yang efektif merupakan elemen penting yang mendasari kesuksesan organisasi di berbagai sektor. Implementasi strategi alokasi yang efisien dan transparan, didukung oleh teknologi modern, memungkinkan organisasi untuk meningkatkan kinerja operasional mereka sekaligus mencapai tujuan jangka panjang. Lebih dari itu, pengelolaan keuangan yang baik juga dapat memberikan dampak positif yang luas, baik dalam skala organisasi, nasional, maupun global. Dengan demikian, penting bagi setiap organisasi untuk terus memperbarui strategi pengelolaan keuangan mereka guna menghadapi dinamika pasar dan memastikan keberlanjutan bisnis di masa depan.

3.3 Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis adalah elemen fundamental dalam pengembangan dan pertumbuhan suatu usaha, baik di tingkat lokal maupun global. Kolaborasi yang terjalin di dalam jaringan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi dan sumber daya, tetapi juga sebagai platform strategis untuk menciptakan sinergi yang dapat mendorong peningkatan daya saing dan inovasi di berbagai sektor. Mastarida (2022) menunjukkan bahwa pengembangan jejaring bisnis dapat meningkatkan kesadaran kewirausahaan di kalangan pelaku usaha, terutama melalui pertukaran pengetahuan yang saling melengkapi antara berbagai disiplin ilmu. Kolaborasi ini berperan dalam memperkaya keterampilan dan wawasan wirausaha, sehingga mampu menciptakan peluang bisnis baru dan memperkuat posisi usaha di pasar. Penelitian lain oleh Venia dan Slamet (2020) menggarisbawahi pentingnya kompetensi jaringan dalam meningkatkan pertumbuhan usaha. Kompetensi strategis yang dimiliki oleh pelaku usaha berdampak langsung pada kemampuan mereka membangun dan memelihara jaringan bisnis yang kuat, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. Dalam konteks ini, jaringan bisnis yang efektif tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi yang relevan, tetapi juga mendukung pengembangan strategi bisnis yang lebih terfokus dan berkelanjutan. Penguatan jaringan bisnis juga penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena dapat memberikan akses kepada sumber daya yang lebih besar dan peluang untuk berkolaborasi dalam inovasi. Sementara itu, Saufi (2023) menyoroti pentingnya kemitraan dalam jaringan bisnis untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata. Kemitraan yang dibangun melalui jaringan bisnis dapat menghasilkan dampak positif terhadap pengembangan destinasi wisata dan peningkatan pendapatan di sektor ini. Dalam kasus ini, kolaborasi antar pelaku usaha dalam jaringan bisnis tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan peluang untuk inovasi layanan yang lebih baik, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya tarik destinasi wisata. Dalam sektor usaha kecil dan menengah (UKM), penelitian Mulyana dan Wasitowati (2021) menegaskan bahwa jaringan bisnis kolaboratif memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha. UKM yang mampu menjalin hubungan yang kuat dengan pemasok, misalnya, dapat memastikan ketersediaan bahan baku yang stabil dan mengurangi biaya produksi. Keuntungan ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional, yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan penjualan dan profitabilitas. Kolaborasi yang dibangun dalam jaringan bisnis juga memungkinkan UKM untuk memperkuat daya tawar mereka di pasar, serta memanfaatkan peluang bisnis yang lebih luas melalui kemitraan strategis. Di sisi lain, penelitian oleh Zacharia et al. (2009) mengungkapkan bahwa kolaborasi dalam rantai pasokan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan mengintegrasikan proses bisnis dan menjalin hubungan yang erat dengan pemasok serta pelanggan, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar dan memanfaatkan peluang baru yang muncul, sehingga mendorong pertumbuhan jangka panjang. Integrasi yang efektif dalam rantai pasokan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membantu perusahaan mencapai tujuan strategis dengan lebih cepat dan efisien. Jaringan bisnis yang kuat dan efektif berperan penting dalam mendukung keberhasilan usaha di berbagai sektor. Dengan

memanfaatkan jaringan ini, organisasi dapat meningkatkan efisiensi, inovasi, serta daya saing, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang.

3.4 Persaingan dan Hubungan dengan Pemasok

Persaingan dalam dunia bisnis dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas hubungan yang terjalin antara perusahaan dan pemasok. Hubungan yang kuat dan sinergis dengan pemasok tidak hanya memberikan keuntungan dalam hal ketersediaan sumber daya, tetapi juga berfungsi sebagai sumber keunggulan kompetitif yang mampu mendorong pertumbuhan dan inovasi. Soosay et al. (2008) mengungkapkan bahwa kolaborasi dalam rantai pasokan, di mana pelanggan dan pemasok berkomitmen untuk melakukan perbaikan berkelanjutan serta berbagi manfaat, dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar serta mendorong inovasi yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kolaboratif dalam mengelola hubungan dengan pemasok berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional sekaligus menciptakan nilai tambah yang mampu bersaing di pasar yang kompetitif. Putri dan Suriyanto (2022) menekankan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan, khususnya dalam konteks bisnis-ke-bisnis (B2B), sangat penting dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan pemasok. Penelitian mereka menunjukkan bahwa hubungan yang solid antara perusahaan dan pemasok dapat berdampak langsung pada loyalitas pelanggan, yang berkontribusi positif terhadap profitabilitas perusahaan. Strategi pemasaran relasional yang diusulkan oleh Sadeli et al. (2017) juga menekankan pentingnya hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan, termasuk pemasok, dalam memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompleks dan penuh tantangan. Faktor budaya, sosial, dan personal juga memiliki pengaruh signifikan terhadap dinamika persaingan pasar. Prasetya (2021) menjelaskan bahwa hubungan yang baik dengan pemasok dapat membantu perusahaan memahami dinamika pasar secara lebih baik dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi, baik dalam hal preferensi konsumen maupun regulasi pasar. Hubungan yang kuat ini juga mempermudah perusahaan dalam beradaptasi terhadap risiko dan ketidakpastian pasar. Purnomo dan Nugroho (2020) menegaskan bahwa penilaian kinerja pemasok yang baik dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap daya saing perusahaan, di mana perusahaan yang mampu menjaga hubungan yang saling menguntungkan dengan pemasok akan lebih siap dalam menghadapi tantangan kompetitif dan lebih responsif terhadap peluang pasar. Selanjutnya, Laulita (2021) menyoroti bahwa integrasi pemasok memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Integrasi yang baik tidak hanya meningkatkan kinerja operasional tetapi juga memperkuat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif. Dalam hal ini, perusahaan yang mampu mengelola hubungan dengan pemasok secara strategis dapat menciptakan efisiensi yang berkelanjutan dalam proses operasionalnya, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya saing perusahaan di pasar. Pemilihan pemasok yang tepat, seperti yang diuraikan oleh Wagimin (2023), juga berperan penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Pemilihan pemasok yang dilakukan melalui analisis yang sistematis dapat memastikan bahwa perusahaan mendapatkan pemasok terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan bahan baku secara efisien dan tepat waktu. Hubungan yang kuat dan efektif antara perusahaan dan pemasok tidak hanya mendukung kelancaran operasional tetapi juga berperan sebagai faktor kunci dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan kolaborasi yang baik dengan pemasok, perusahaan dapat menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan pada akhirnya memperkuat posisinya di pasar yang semakin dinamis dan kompetitif.

3.5 Motivasi Tenaga Kerja

Motivasi tenaga kerja merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kinerja dan produktivitas organisasi. Karyawan yang termotivasi cenderung memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian tujuan strategis perusahaan. Berbagai teori motivasi telah dikembangkan untuk memahami mekanisme di balik perilaku tenaga kerja, salah satunya adalah teori hierarki kebutuhan Maslow. Menurut Maslow, individu memiliki kebutuhan berjenjang yang harus dipenuhi, mulai dari kebutuhan fisiologis dasar hingga kebutuhan

akan aktualisasi diri. Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ini dapat memotivasi individu untuk bekerja lebih keras dan mencapai hasil yang lebih baik (Iqbal, 2023). Dalam kerangka ini, pemberian insentif yang sesuai dengan kebutuhan karyawan dapat mendorong mereka untuk meningkatkan kinerja. Penelitian oleh Sarifuddin et al. (2022) menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi tenaga kerja. Kepemimpinan transformasional, yang dicirikan oleh pemimpin yang mampu menginspirasi dan memberikan visi jangka panjang, memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi. Pemimpin yang mampu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan mendorong inovasi akan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih efisien dan berinovasi dalam pekerjaan mereka. Hal ini selaras dengan penelitian Wulandari (2024), yang menekankan bahwa kepemimpinan yang efektif dan disiplin kerja berperan besar dalam meningkatkan motivasi dan kinerja. Pemimpin yang dapat mengelola organisasi dengan baik dan menciptakan suasana kerja yang kondusif akan mendorong karyawan untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Motivasi juga berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara disiplin, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan. Harahap dan Tirtayasa (2020) menunjukkan bahwa motivasi kerja menghubungkan disiplin dan kepuasan kerja dengan kinerja karyawan. Karyawan yang memiliki motivasi tinggi umumnya lebih disiplin dalam menjalankan tugas-tugas mereka, dan hal ini berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan kerja. Karyawan yang puas dengan pekerjaannya cenderung lebih termotivasi untuk meningkatkan produktivitas dan mencapai target yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, motivasi tidak hanya penting untuk memacu produktivitas, tetapi juga untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif dan harmonis. Di sektor pendidikan, motivasi juga memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas pengajaran dan pembelajaran. Iqbal (2023) mengungkapkan bahwa motivasi yang tinggi di kalangan pendidik dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang mereka tawarkan. Ketika kebutuhan spiritual dan profesional pendidik terpenuhi, mereka lebih cenderung untuk berinovasi dalam metode pengajaran dan lebih berdedikasi dalam mendidik siswa. Hal ini membuktikan bahwa motivasi bukan hanya merupakan faktor penting dalam dunia bisnis, tetapi juga krusial dalam konteks pendidikan, di mana kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu penentu keberhasilan. Lingkungan kerja yang positif juga memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi tenaga kerja. Penelitian oleh Syahiratunnisa et al. (2021) mengungkapkan bahwa lingkungan kerja yang mendukung, komunikasi yang efektif, serta budaya organisasi yang kuat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan motivasi karyawan. Lingkungan kerja yang positif menciptakan suasana di mana karyawan merasa dihargai dan didukung, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi mereka untuk bekerja lebih baik. Komunikasi yang terbuka antara manajemen dan karyawan juga penting dalam memastikan bahwa karyawan merasa terlibat dalam proses pengambilan keputusan, yang meningkatkan rasa kepemilikan mereka terhadap organisasi dan memacu motivasi intrinsik mereka. Motivasi tenaga kerja bukan hanya alat untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga elemen penting dalam membangun budaya organisasi yang kuat dan mendukung. Dengan kepemimpinan yang tepat, budaya kerja yang kondusif, serta lingkungan yang positif, organisasi dapat menciptakan tenaga kerja yang termotivasi dan produktif. Motivasi, dengan demikian, menjadi salah satu pilar utama dalam mencapai keberhasilan jangka panjang dalam berbagai sektor, baik di dunia bisnis maupun di sektor pendidikan.

3.6 Pembahasan

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah faktor penting yang berperan dalam keberhasilan usaha kecil, khususnya di Bamenda, Kamerun. Salah satu faktor utama yang ditemukan adalah kompetensi manajerial, di mana pemilik usaha dengan pendidikan dan pengalaman yang lebih baik cenderung lebih mampu menghadapi tantangan bisnis dan merancang strategi yang efektif untuk pertumbuhan. Kompetensi ini tidak hanya terbatas pada pengelolaan sumber daya, tetapi juga mencakup kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kompetensi manajerial merupakan elemen penting dalam keberhasilan bisnis kecil. Akses terhadap sumber daya keuangan juga diidentifikasi sebagai faktor kunci. Usaha kecil yang memiliki akses yang lebih baik terhadap pembiayaan

cenderung lebih mampu melakukan investasi yang diperlukan, seperti pembelian peralatan, bahan baku, atau ekspansi pasar. Keterbatasan akses ke modal sering kali menjadi hambatan bagi banyak usaha kecil untuk berkembang. Oleh karena itu, penyediaan akses yang lebih luas terhadap fasilitas pembiayaan, baik dari lembaga keuangan maupun pemerintah, menjadi penting untuk mendukung pertumbuhan usaha kecil. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah jaringan bisnis. Kemampuan usaha kecil untuk berkolaborasi dengan mitra bisnis, baik di tingkat lokal maupun global, memfasilitasi pertukaran informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk inovasi dan peningkatan daya saing. Melalui jaringan bisnis yang kuat, usaha kecil dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pelanggan. Dalam konteks ini, kemitraan dengan pemasok juga memainkan peran penting, terutama dalam hal ketersediaan bahan baku yang stabil dan harga yang kompetitif. Persaingan dan hubungan dengan pemasok juga menjadi faktor yang signifikan. Hubungan yang baik dengan pemasok memungkinkan usaha kecil untuk memastikan ketersediaan barang dan mengoptimalkan biaya produksi. Selain itu, kolaborasi dalam rantai pasok dapat memberikan nilai tambah yang memperkuat posisi usaha kecil di pasar yang kompetitif. Temuan lain yang menonjol adalah dukungan eksternal, terutama akses terhadap teknologi dan pelatihan manajerial. Di era digital, penggunaan teknologi menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam mengoptimalkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Teknologi, terutama platform digital seperti e-commerce, memungkinkan usaha kecil menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun internasional. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa keberhasilan usaha kecil tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti kompetensi manajerial, tetapi juga oleh dukungan eksternal yang mencakup akses terhadap pembiayaan, jaringan bisnis, dan teknologi. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor bisnis sangat penting untuk memastikan bahwa usaha kecil dapat bertahan dan berkembang di lingkungan yang penuh tantangan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil, khususnya usaha mikro di Bamenda, Kamerun. Dengan menggunakan pendekatan metode campuran yang melibatkan survei kuantitatif dan wawancara kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kecil sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang paling dominan adalah kompetensi manajerial. Pemilik usaha yang memiliki pendidikan lebih tinggi dan pengalaman yang lebih luas cenderung lebih sukses dalam mengelola bisnis mereka. Kompetensi ini memungkinkan pemilik usaha untuk merancang strategi bisnis yang efektif, mengelola sumber daya dengan efisien, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manajerial melalui pelatihan dan pendidikan berperan penting dalam meningkatkan peluang keberhasilan usaha kecil. Akses terhadap sumber daya keuangan juga memainkan peran penting. Usaha kecil yang memiliki akses yang lebih baik ke modal cenderung lebih mampu mengembangkan bisnis mereka, melakukan investasi yang diperlukan, dan bersaing di pasar yang kompetitif. Keterbatasan modal sering kali menjadi penghambat bagi banyak usaha kecil untuk tumbuh dan bertahan. Oleh karena itu, peningkatan akses ke pembiayaan, baik melalui program kredit mikro atau dukungan dari lembaga keuangan, sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan usaha kecil. Jaringan bisnis terbukti sebagai salah satu penentu utama kesuksesan. Kolaborasi yang kuat dengan mitra bisnis, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya memungkinkan usaha kecil untuk berbagi sumber daya, informasi, dan peluang pasar. Jaringan bisnis yang efektif juga mendukung inovasi dan efisiensi operasional yang diperlukan untuk tetap kompetitif. Penelitian ini juga menyoroti peran penting teknologi dan dukungan eksternal. Penggunaan teknologi, terutama dalam bentuk platform digital, dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing usaha kecil. Dukungan pemerintah dan lembaga keuangan dalam hal pelatihan manajerial, akses teknologi, dan kebijakan yang mendukung sangat diperlukan untuk memastikan bahwa usaha kecil dapat berkembang di lingkungan yang semakin kompleks dan kompetitif.

5. Daftar Pustaka

- Abadi, S. (2023). Determinan faktor keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah: integrasi metode critical success factors (csfs) dan analytic hierarchy process (ahp). *Malcom Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 302-311. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.946>
- Amalina, O. (2023). Analisis critical success factor (csf) untuk implementasi digital bisnis. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(2), 98-108. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i2.167>
- Bagis, A. (2024). Inovasi model pengembangan bisnis umkm era disruption dengan bertumpu pada modal maya. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1003-1011. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1365>
- Budianto, F. (2023). Implementasi teknologi dalam manajemen komunikasi bisnis. *Action Research Literate*, 7(9), 125-130. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i9.167>
- Darwis, H. and Utama, L. (2020). Pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja umkm di jakarta barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 542. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7948>
- Fauziah, L., Windriya, A., & Mege, S. (2023). Pelatihan manajemen dan administrasi keuangan umkm menuju umkm unggul dan berdayasaing. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 30-37. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.20>
- Gong, C. and Kang, H. (2023). Resource allocation efficiency of urban medical and health financial expenditure under the background of employees' health. *Risk Management and Healthcare Policy*, Volume 16, 1059-1074. <https://doi.org/10.2147/rmhp.s412514>
- Harahap, S. and Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh motivasi, disiplin, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan di pt. angkasa pura ii (persero) kantor cabang kulanamu. *Maneggio Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 120-135. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4866>
- Iqbal, N. (2023). Motivasi (self-transcendence) guru ma al-ikhlas addary ddi takkalasi di masa pandemi covid-19. *Educational Leadership Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(2), 153-164. <https://doi.org/10.24252/edu.v2i2.26628>
- Ismael, G. (2023). The mediating role of resource availability and allocation in strengthening the relationship of change strategies in the growth and development of entrepreneurial projects after covid 19. *Koya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 104-120. <https://doi.org/10.14500/kujhss.v6n1y2023.pp104-120>
- Laulita, N. (2021). Pengaruh integrasi pemasok pada kinerja rantai pasok dengan moderasi gaya kepemimpinan transformasional rantai pasok pada perusahaan manufaktur di batam. *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*, 5(1), 20-29. <https://doi.org/10.31289/jime.v5i1.3724>
- Li, H. (2023). Research on financial autonomy and financial management in public higher education. *International Journal of Business Economics & Management*, 6(2), 112-122. <https://doi.org/10.21744/ijbem.v6n2.2126>

- Lubis, P. (2023). Pengembangan ekonomi kreatif di kota tarutung melalui umkm kain tenun ulos. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 13(1), 118. <https://doi.org/10.35448/jequ.v13i1.20552>
- Mastarida, F. (2022). Membangun jejaring bisnis sebagai upaya menumbuhkan kesadaran jiwa berwirausaha di stt samuel elizabeth. *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 413-419. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1855>
- Maulana, Y. (2023). Model perencanaan pemodelan proses bisnis berdasarkan business process management. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 17(1), 73-85. <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2023.17.1.722>
- Mulyana, M. and Wasitowati, W. (2021). The improvement of collaborative networks to increase small and medium enterprises (smes) performance. *Serbian Journal of Management*, 16(1), 213-229. <https://doi.org/10.5937/sjm16-24369>
- Nasir, A. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran industri mebel di kabupaten pasuruan. *Referensi Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 17. <https://doi.org/10.33366/ref.v6i2.528>
- Prasetya, A. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan dan pertumbuhan pasar: budaya, sosial, personal (suatu literature review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 442-462. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.457>
- Pujihartati, S. (2024). Pengembangan bisnis online melalui marketplace sebagai upaya pengembangan potensi lokal di desa sewurejo khdtk uns karanganyar. *Abdi Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 60-64. <https://doi.org/10.24036/abdi.v6i1.549>
- Purnomo, D. and Nugroho, A. (2020). Penilaian kinerja pemasok kayu dengan menggunakan pendekatan metode analytical hierarchy process (ahp). *Kaizen Management Systems & Industrial Engineering Journal*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.25273/kaizen.v3i2.7880>
- Putri, F. and Suriyanto, M. (2022). Strategi mengelola hubungan pelanggan pada kajian business to business pt wakabe indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44-56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Rachmawati, D. (2023). Pelatihan pengelolaan sdm di era digital pada umkm binaan dinas koperasi dan usaha kecil. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 242-247. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i4.168>
- Rikardo, D. and Safi'i, I. (2022). Pengaruh kepemimpinan transformasional, budaya organisasi, dan motivasi terhadap kinerja tenaga pendidik dan kependidikan di politeknik pelayaran banten. *E-Journal Marine Inside*, 1(2), 33-45. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.10>
- Sadeli, A., Utami, H., & Djuwendah, E. (2017). Strategi pemasaran melalui model pemasaran relasional untuk komoditas wortel (studi kasus di klaster agribisnis sayuran). *Sosiohumaniora*, 19(1). <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i1.9573>
- Safitri, F. (2024). Pengaruh sentra industri kecil sumber terhadap kondisi sosial-ekonomi di kelurahan muara rapak, balikpapan. *Ruang*, 10(1), 27-36. <https://doi.org/10.14710/ruang.10.1.27-36>

- Saptono, A., Dewi, R., & Suparno, S. (2016). Pelatihan manajemen usaha dan pengelolaan keuangan ukm bagi tenaga kerja indonesia (tki) purna di sukabumi jawa barat. *Sarwahita*, 13(1), 6-14. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.131.02>
- Sari, P., Rozak, D., & Kasman, K. (2021). Pelatihan manajemen bagi kelompok usaha kecil. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.23.422>
- Saufi, A. (2023). The small tourism enterprise operators' networking in dealing with the changing business environment. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 483-493. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.60161>
- Soosay, C., Hyland, P., & Ferrer, M. (2008). Supply chain collaboration: capabilities for continuous innovation. *Supply Chain Management an International Journal*, 13(2), 160-169. <https://doi.org/10.1108/13598540810860994>
- Suhayati, E., Renali, S., Suherman, S., Matulesy, I., & Saputra, H. (2021). Perkembangan e-commerce untuk usaha kecil. *Journal of Information System Applied Management Accounting and Research*, 5(3), 626. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.477>
- Suriانشa, R. and Sasongko, H. (2022). Enterprise architecture management and its role in corporate strategic management. *Journal of Economics and Business Ubs*, 11(1), 72-78. <https://doi.org/10.52644/joeb.v11i1.83>
- Syahiratunnisa, A., Hidayat, M., & Fatmasari, F. (2021). Pengaruh motivasi, lingkungan kerja, komunikasi, kompetensi, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja asn di lingkungan kantor kecamatan ujung kota parepare. *Nobel Management Review*, 2(3), 346-360. <https://doi.org/10.37476/nmar.v2i3.1972>
- Venia, V. and Slamet, F. (2020). Pengaruh kompetensi strategi dan kompetensi etika terhadap pertumbuhan usaha yang dimediasi oleh kompetensi jaringan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7934>
- Wagimin, W. (2023). Analisis pemilihan pemasok bahan baku soda ash menggunakan metode analytical network process. *Jurnal Intech Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 9(2), 147-154. <https://doi.org/10.30656/intech.v9i2.5976>
- Wahid, K. (2024). Implementasi peran pusat inkubasi bisnis usaha kecil (pinbuk) dalam upaya pengembangan umkm di Indonesia (studi pada umkm di kabupaten kediri). *Iltizamat Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 3(1), 82-88. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v3i1.1747>
- Wibowo, A. (2023). Entrepreneurship dalam perspektif model bisnis.. <https://doi.org/10.31219/osf.io/rh2tf>
- Wulandari, W. (2024). Pengaruh kepemimpinan, disiplin dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai dengan motivasi sebagai variabel intervening di dinas dukcapil kabupaten tanah datar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 4(1), 195-216. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.338>
- Yi, L. and You, Y. (2017). An empirical study on the effect of financial resources allocation efficiency on international trade growth from the perspective of supply side reform. *Destech*

Transactions on Social Science Education and Human Science, (hsmet).
<https://doi.org/10.12783/dtssehs/hsmet2017/16466>

Yusnita, M. and Wahyudin, N. (2019). Strategi peningkatan keunggulan kompetitif umkm melalui kapasitas inovasi dengan perspektif gender. *Econbank Journal of Economics and Banking*, 1(2), 174-183. <https://doi.org/10.35829/econbank.v1i2.44>

Zacharia, Z., Nix, N., & Lusch, R. (2009). An analysis of supply chain collaborations and their effect on performance outcomes. *Journal of Business Logistics*, 30(2), 101-123. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2009.tb00114.x>

Zhou, D., Huang, J., & Yu, S. (2019). Research on the path of regional financial resources allocation considering fairness and efficiency based on the data of 31 provinces of china.. <https://doi.org/10.2991/icoeme-19.2019.41>