

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Pada Pelaku UMKM Kota Salatiga

Ahmad Zaenuri¹, Edwin Zusrony², Widya Nurcahyaningstih³

¹Program Studi Kewirausahaan Universitas Sains dan teknologi Komputer

e-mail: ahmadzaenuri@stekom.ac.id

²Program Studi Bisnis Universitas Sains dan teknologi Komputer

e-mail: edwin.zusrony@stekom.ac.id

³Program Studi Kewirausahaan Universitas Sains dan teknologi Komputer

e-mail: widyanrcy@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 12 Februari 2022

Received in revised form 23 Maret 2022

Accepted 21 April 2022

Available online 30 Mei 2022

ABSTRACT

This study wants to see the effect of entrepreneurial characteristics, quality of human resources, and marketing strategies on business development, in this case MSMEs in the city of Salatiga, Central Java. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis method. The population is SMEs in the city of Salatiga and obtained 60 respondents with a sampling technique using purposive sampling. The results of the partial test showed that all independent variables had a significant effect on the dependent variable with a significance above 0.005. The contribution of the entrepreneurial characteristics variable, the quality of human resources, and the marketing strategy based on the simultaneous test is 75% of the business development variable (Y). Characteristics of entrepreneurs is the independent variable that most dominantly affects the dependent variable with a t-count value of 4.217.

Keywords: *Characteristics of Entrepreneurs, Quality of Human Resources, Marketing Strategy, Business Development, Salatiga City*

Abstrak

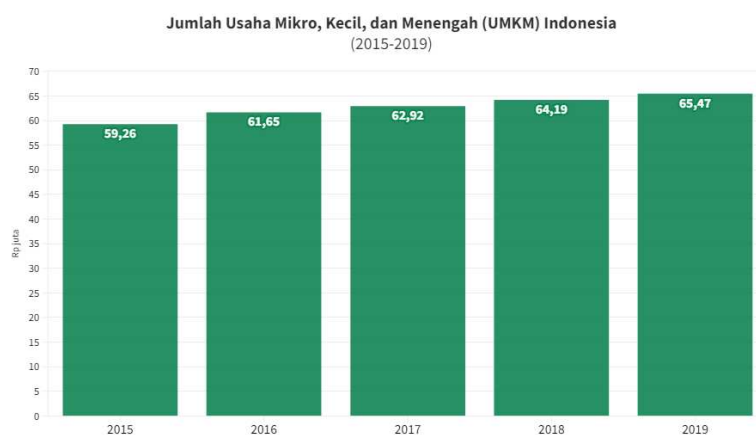
Penelitian ini ingin melihat pengaruh karakteristik wirausaha, kualitas SDM, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha dalam hal ini UMKM di kota Salatiga, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Populasinya merupakan pelaku UMKM di kota Salatiga dan didapatkan 60 orang responden dengan teknik sampling menggunakan purposive sampling. Hasil pengujian secara parsial didapatkan seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan signifikansi diatas 0,005. Kontribusi variabel karakteristik wirausaha, kualitas SDM, dan strategi pemasaran berdasarkan uji simultan sebesar 75% terhadap variabel perkembangan usaha (Y). Karakteristik wirausaha merupakan variabel independen yang paling dominan mempengaruhi variabel dependen dengan nilai t-hitung sebesar 4,217.

Kata Kunci : Karakteristik Wirausaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Perkembangan Usaha, Kota Salatiga

Received Februari 12, 2022; Revised Maret 23, 2022; Accepted April 21, 2022

1. PENDAHULUAN

UMKM memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi perekonomian Indonesia dimana per Maret tahun 2021 memiliki kontribusi terhadap PDB mencapai 61,07% dengan nominal 8,67 triliun rupiah, kemudian menyerap total tenaga kerja sebesar 97% serta bisa mengumpulkan 61,07% dari keseluruhan nilai modal tetap atau investasi [1]. Pada saat pandemi covid-19 di tahun 2021 membuat banyak UMKM terpukul karena beberapa kebijakan yang membuat akses terbatas dunia usaha untuk menghindari dan meminimalisir penyebaran virus corona. Sejak pemberlakuan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan ditengah kondisi daya beli masyarakat yang rendah serta perekonomian yang tidak menentu, banyak pelaku usaha khususnya UMKM berjuang agar tetap bertahan hidup. Berdasarkan data dari KEMENKOPUKM jumlah UMKM yang ada di negara Indonesia saat ini berjumlah 65,47 juta unit pada tahun 2019 dengan usaha mikro mendominasi sebanyak 64,6 juta unit (98,67%), sehingga bisa dikatakan UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena sekitar 99,99% dari keseluruhan jumlah usaha yang ada di Indonesia. Data perkembangan UMKM di Indonesia dari tahun 2015-2019 dapat dilihat pada gambar satu [2].



Gambar 1. Perkembangan UMKM Indonesia 2015-2019
Sumber : KEMENKOPUKM

Lembaga BAPPENAS, BPS, dan Bank Dunia memperlihatkan banyak UMKM mengalami beberapa masalah pelunasan pinjaman, bayar gaji karyawan, gas, dan listrik. Bahkan adanya covid-19 banyak membuat para pengusaha melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) agar usahanya masih bisa bertahan. Pemerintah berupaya menjaga agar UMKM tetap bisa bertahan di era pandemi covid-19 dengan memberikan kebijakan restrukturisasi pinjaman, dukungan pembiayaan lainnya, menambah bantuan modal, meringankan skema bayar tagihan listrik dan memberikan insentif untuk UMKM melalui sebuah program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dengan total keseluruhan 121,90 triliun rupiah [1].

Kota Salatiga merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Tengah berdasarkan data dari KRJogja.com yang terdaftar di Dinas Koperasi UMKM per Mei 2021 memiliki UMKM dengan jumlah 14.440 dan jumlahnya meningkat pesat ketika masa pandemi covid-19 dengan usaha kuliner mendominasi hampir 80% [3]. Salah satu stimulus yang diberikan pemerintah kota Salatiga yaitu dengan direalisasikannya Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) bagi para pelaku usaha di kota Salatiga [4]. Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) disalurkan dua kali, yaitu pada tahun 2020 (8.012 UMKM) dengan nominal 2,4 juta rupiah dan di tahun 2021 (6.057 UMKM) dengan nominal sebesar 1,2 juta rupiah [3].

Dewanti [5] dalam risetnya memberikan gambaran terkait pengaruh karakteristik wirausaha serta strategi pemasaran dalam mempengaruhi variabel perkembangan UMKM di kabupaten Buleleng, provinsi Bali. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel karakteristik wirausaha yang terdiri dari komponen seperti kemampuan dalam inovasi, mengelola SDM dengan baik serta kemampuan membuat produk yang baik ternyata memiliki positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini juga variabel strategi pemasaran seperti melakukan online marketing dan ternyata juga memiliki positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha adalah penjelasan kecakapan individual, kecakapan sosial, maupun aktualisasi karakteristik yang terwujud dalam budaya organisasi (perusahaan), tingkah laku, perilaku yang memiliki ciri khas dalam pengelolaan usaha [6]. Kebutuhan akan kesuksesan, percaya diri, keingin dalam mengambil resiko serta keinginan yang sangat kuat untuk melakukan bisnis [7]. Karakteristik yang dimiliki seorang wirausaha terdiri dari memilih sebuah resiko yang moderat, memiliki hasrat untuk bertanggung jawab setiap saat terhadap sosial dan bisnis, komitmen pada tugas, secara cepat melihat sebuah peluang, merahasiakan kompetensi untuk sukses, toleransi terhadap sebuah ambisi, selalu melakukan flashback prestasi di masa lalu, memiliki orientasi pada masa depan, kemampuan dalam organisasi, sikap serakah terhadap uang serta tingginya tingkat fleksibilitas [8].

2.2. Kualitas Sumber Daya Manusia

Sedarmayanti [9] berpendapat pengertian dari kualitas sebagai sebuah ukuran yang memperlihatkan sejauh mana telah terpenuhinya spesifikasi, persyaratan, dan harapan. Sedangkan SDM menurut Willey dalam penelitian Yuliawati, Woro dan Subijanto [10], didefinisikan sebagai tentang sekumpulan tenaga manusia yang berada didalam organisasi serta tidak hanya sekedar penjumlahan beberapa karyawan.

2.3. Strategi Pemasaran

Atmoko [11] dalam Kristiutami dan Raharjo [12], menjelaskan strategi sebagai keseluruhan konsep cara suatu perusahaan dalam mengatur secara independen serta semua aktivitas yang tujuannya keberhasilan sebuah bisnis, melakukan kompetisi, serta melakukan imbal hasil pada pemegang saham. Kotler & Armstrong [13] mendefinisikan strategi pemasaran sebagai *marketing logic* yang dipakai oleh perusahaan dan berharap tujuan perusahaan bisa tercapai melalui unit bisnisnya.

Berikut merupakan faktor-faktor yang memberikan pengaruh pada strategi pemasaran Indrasari [14], diantaranya :

- a. Segmentasi pasar;
- b. Prospek dan Pemasaran;
- c. Keinginan, kebutuhan dan permintaan pasar;
- d. Produk;
- e. Kepuasan atau nilai;
- f. Jaringan kerja dan hubungan kerja;
- g. Persaingan;
- h. *Marketing mix*.

2.4. Perkembangan UMKM

UMKM merupakan sebuah usaha yang kepemilikannya oleh perseorangan atau sebuah kelompok yang diperhitungkan berdasarkan perolehan pendapatan serta banyaknya karyawan pada perusahaan tersebut [15]. Tingkat produktivitas rendah tidak membuat UMKM tidak berkontribusi pada perekonomian, dimana UMKM dikenal mempunyai daya tahan yang kuat menghadapi krisis ekonomi. Dengan upaya mengembangkan UMKM bisa meningkatkan penghasilan serta mengurangi angka kemiskinan [16]. Lingkungan yang kondusif untuk UMKM tersebar pada beberapa instansi, dimana dibutuhkan koordinasi, persuasi dan advokasi agar tercipta tumbuhnya suasana kondusif bagi UMKM [17].

3. METODOLOGI PENELITIAN

Riset menggunakan model penelitian dengan pendekatan kuantitatif, dimana berisi keseluruhan informasi yang berupa angka, interpretasi pada data, pengumpulan data serta hasil dari analisis data. Tujuan riset untuk mendeskripsikan pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen) dengan mengujinya melalui teknik regresi linier berganda dengan memakai program aplikasi SPSS for windows. Populasi dalam riset melibatkan seluruh pelaku UMKM di kota Salatiga, Jawa Tengah. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* biasa dipakai dalam riset kuantitatif, dimana dalam memilih sampel didasarkan pada beberapa pertimbangan peneliti [18]. Riset ini menggunakan 60 responden sebagai sampelnya. Pengukuran hasil riset berdasarkan sumber data utama, yaitu melalui angket yang sudah diberikan beberapa butir pertanyaan terkait variabel riset.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Pengujian kualitas data maka sebuah data penelitian perlu diuji validitas. Selanjutnya dalam penelitian ini dari total konstruk semua butir pertanyaan yang terkait variabel independen dan variabel dependen, didapatkan hasil nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sehingga data dinyatakan valid [19].

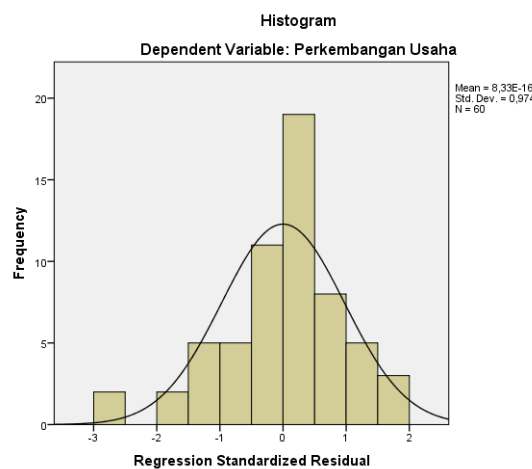
4.2 Uji Reliabilitas

Sementara lainnya pengujian kualitas data selanjutnya adalah uji reliabilitas. Sebuah konstruk dinyatakan *reliable* apabila mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas data dari penelitian ini menunjukkan data yang *reliable* [19].

4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dapat dilihat pada sebaran data yang ada disekitar garis diagonal yang mengikuti arah garis diagonal / grafik histogram dan bisa dikatakan data memiliki distribusi normal serti yang tampak pada gambar dua dibawah ini.



Gambar 2. Histogram

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada riset ini diketahui terdapat hubungan linier yang ditampilkan diantara variabel X (independen), seperti terlihat pada tabel dua. Dengan memakai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), bisa dilihat ketiga variabel X (independen) mempunyai nilai VIF kurang dari 10 sehingga bisa diambil kesimpulan tidak ada multikolonieritas yaitu nilai 10.

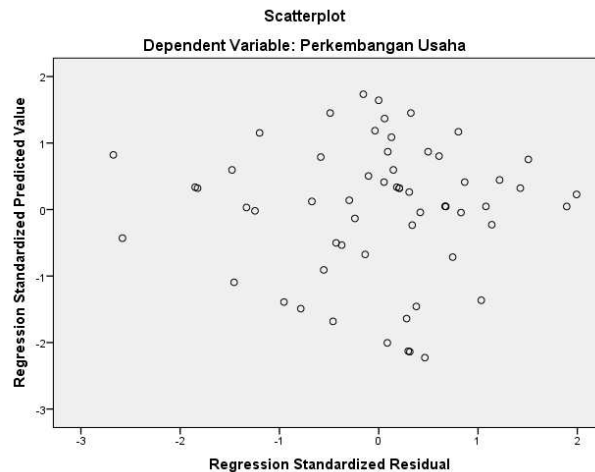
Tabel 2. Hasil Uji Regeresi dan Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4,078	1,738		-2,346	,023		
	Karakteristik Wirausaha	,382	,091	,346	4,217	,000	,658	1,519
	Kualitas SDM	,416	,124	,346	3,369	,001	,421	2,375
	Strategi Pemasaran	,380	,113	,323	3,348	,001	,476	2,102

a. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian Heteroskedastisitas memakai grafik *scatterplot* seperti yang terlihat pada gambar tiga yang menunjukkan semua titik menyebar secara random dan tidak menyebar diatas serta dibawah angka nol (0). Kesimpulannya hasil pengujian memperlihatkan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. *Scatterplot*

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil persamaan dalam analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dua. Dimana regresi linier berganda untuk melakukan pengujian tentang ketergantungan variabel tidak terikat dengan dua atau lebih variabel terikat untuk melakukan prediksi pada rata-rata populasi [19].

4.5 Uji F

Uji simultan menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (perkembangan usaha), dimana pada tabel empat menunjukkan pada signifikansi 5% didapatkan hasil nilai F_{hitung} sebesar 56,477 lebih besar daripada F_{tabel} . Kesimpulan yang bisa ditarik dari hasil analisa ini adalah H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel karakteristik wirausaha (X_1), variabel kualitas SDM (X_2), dan variabel strategi pemasaran (X_3) secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel perkembangan usaha (Y).

Tabel 4. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1026,403	3	342,134	56,477	,000 ^b
	Residual	339,247	56	6,058		
	Total	1365,650	59			

a. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha, Kualitas SDM

4.6 Uji t

Pengujian parsial (uji t) menunjukkan variabel karakteristik wirausaha (X_1) berpengaruh signifikan pada variabel perkembangan usaha (Y) dengan nilai signifikansi dibawah 0,005 yaitu sebesar 0,000. Selanjutnya uji t juga menunjukkan variabel kualitas SDM (X_2) berpengaruh signifikan pada variabel perkembangan usaha (Y) dengan nilai signifikansi dibawah 0,005 yaitu sebesar 0,001. Pengujian parsial yang terakhir

menunjukkan variabel strategi pemasaran (X_3) berpengaruh signifikan pada variabel perkembangan usaha (Y) dengan nilai signifikansi dibawah 0,005 yaitu sebesar 0,001.

4.7 Uji Koefisien determinasi (R^2)

Uji R_{Square} (koefisien determinasi) dalam riset ini memiliki tujuan dalam melakukan pengukuran terhadap kemampuan variabel Karakteristik Wirausaha (X_1), variabel Kualitas SDM (X_2), serta variabel Strategi pemasaran (X_3) dapat menerangkan terkait variabel Perkembangan Usaha (Y). Hasilnya seperti yang terlihat pada tabel 5, dimana variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen senilai 75,2%, sedangkan selebihnya senilai 24,8% bisa dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terobservasi di riset ini.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,867 ^a	,752	,738	2,461	1,412

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha, Kualitas SDM

b. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Karakteristik wirausaha, kualitas SDM, dan strategi pemasaran semuanya berdampak pada perkembangan usaha pelaku UMKM di kota Salatiga. Menurut temuan tersebut, perkembangan usaha meningkat secara tidak langsung ketika paara pelaku UMKM memiliki karakteristik wirausaha, didukung oleh kualitas SDM yang mumpuni, dan ada strategi pemasaran yang tepat, efektif dan efisien.

SARAN

Para pelaku UMKM di kota Salatiga harus mendorong hal ini dengan membuat berbagai strategi pemasaran yang baik, meningkatkan selalu kualitas SDM dengan salah satunya banyak mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan bisnisnya dan senantiasa selalu memiliki karakter yang kuat dalam berwirausaha. Kedepan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik wirausaha, kualitas SDM, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha dalam hal ini UMKM, penelitian ini bisa diperluas dengan menambah variabel dan menambah jumlah indikator yang digunakan. Temuan-temuan baru yang belum ditemukan atau diselesaikan diharapkan dapat muncul sebagai akibat dari penambahan variabel dan beberapa indikator baru. Kedepan pelaku UMKM diharapkan bisa lebih mempersiapkan berbagai inovasi pada produk, meningkatkan kualitas SDM nya dengan berbagai cara serta inovasi pada strategi pemasaran melalui berbagai kemudahan media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Deviyana, "Kaleidoskop 2021: Meski Tertekan, Sektor UMKM Paling Tahan Banting," *medcom.id*, 2021. [Online]. Available: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/zNPmMogb-kaleidoskop-2021-meski-tertekan-sektor-umkm-paling-tahan-banting>. [Accessed: 15-Mar-2022].
- [2] M. I. Mahdi, "Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?," *dataindonesia.id*, 2022. [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>. [Accessed: 15-Mar-2022].
- [3] D. Widiyanto, "UMKM di Salatiga Capai 14.440 Tempat," *kr.jogja.com*, 2021. [Online]. Available: <https://www.krjogja.com/berita-lokal/jateng/semarang/umkm-di-salatiga-capai-14-440-tempat/>. [Accessed: 15-Mar-2022].
- [4] W. Pranandana, "Pendaftaran Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) Salatiga Telah Dibuka, UMKM Salatiga Bisa Segera Mendaftar," *https://salatigaterkini.pikiran-rakyat.com/*, 2021. [Online]. Available: <https://salatigaterkini.pikiran-rakyat.com/salatiga/pr-1582316827/pendaftaran-bantuan-produktif-usaha-mikro-bpum-salatiga-telah-dibuka-umkm-salatiga-bisa-segera-mendaftar?page=2>. [Accessed: 15-Mar-2022].

- [5] M. A. Dewanti, "Pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di kabupaten buleleng 1," vol. 8, no. 1, pp. 236–242, 2022.
- [6] F. A. S. Tupamahu, D. Balik, and E. Y. Tamaela, "Karakteristik Wirausaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Usaha sebagai Penentu Keberhasilan Bisnis Pariwisata di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil," *J. Maneksi*, vol. 10, no. 1, pp. 76–84, 2021.
- [7] E. Purwanti, "Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga," *Among Makarti*, vol. 5, no. 1, 2013.
- [8] A. Wijayanto, "Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha: Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobokan Semarang," *J. Ilmu Sos.*, vol. 12, no. 1, pp. 16–28, 2013.
- [9] Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Cetakan Ke-5)*, vol. 5. 2011.
- [10] E. Yuliatwati, W. Utari, and Subijanto, "Pengaruh Kualitas SDM, Disiplin Kerja dan Kreativitas Guru Terhadap Prestasi Kerja Guru di MTS," *J. Manaj. dan Adm. Publik*, vol. 3, no. 1, pp. 112–128, 2020.
- [11] T. P. H. Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta," *J. Indones. Tour. Hosp. Recreat.*, vol. 1, no. 2, pp. 83–96, 2018.
- [12] Y. P. Kristiutami, "Strategi Pemasaran Hotel Grand Asrilia di Masa Pandemi Covid-19," *Media Wisata*, vol. 19, no. 1, pp. 1–10, 2021.
- [13] G. Kotler, Philip & Armstrong, "Principles of Marketing (11 ed.)," *New York Pearson Int.*, 2016.
- [14] M. Indrasari, *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [15] J. E. Sihaloho, A. Ramadani, and S. Rahmayanti, "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3)," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 17, no. 2, pp. 287–297, 2020.
- [16] L. M. Hamza and D. Agustien, "Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia," *J. Ekon. Pembang.*, vol. 8, no. 2, pp. 127–135, 2019.
- [17] H. Hartono and D. D. Hartomo, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta," *J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 14, no. 1, p. 15, 2016.
- [18] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D," in *ke-26*, 2018, p. 334.
- [19] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. 2016.