

THE INFLUENCE OF EDUCATION LEVEL, BUSINESS CAPITAL, ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS, MARKETING STRATEGIES ON BUSINESS DEVELOPMENT IN MSMEs TAPE IN WRINGIN BONDOWOSO VILLAGE

Miftahul Ariefin¹, Muhammad Naely Azhad², Feti Fatimah³

^{1,2,3}) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: miftahulariefin26@gmail.com, naelyazhad52@gmail.com, fetifatimah@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Artikel History:

Artikel masuk: 17/01/2024

Artikel revisi: 23/04/2024

Artikel diterima: 30/04/2024

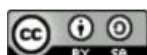
Keywords:

Education Level, Business Capital, Entrepreneurial Characteristics, Marketing Strategy and Business Development.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut kewirausahaan, tingkat pendidikan, modal usaha, dan pendekatan pemasaran terhadap kemajuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Tape yang berlokasi di Desa Wringin Bondowoso. Penelitian ini metodologi kuantitatif dengan mengambil sampel sebanyak 83 orang pelaku usaha UMKM Tape yang berada di Desa Wringin Bondowoso. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran survei kepada para pemilik usaha UMKM Tape. Analisis yang dilakukan meliputi regresi linier berganda, t dan f, serta regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara pengembangan usaha pada UMKM Tape di Desa Wringin Bondowoso dengan kualifikasi, modal usaha, atau strategi pemasaran. Sebaliknya, atribut kewirausahaan terlihat berpengaruh signifikan terhadap kemajuan perkembangan usaha di kalangan UMKM tape di wilayah yang sama. Sebaliknya uji F menunjukkan bahwa atribut kewirausahaan, modal usaha, tingkat pendidikan, dan strategi pemasaran mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha UMKM Tape di Desa Wringin Bondowoso jika ditinjau secara kolektif.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of entrepreneurial attributes, education level, business capital, and marketing approach on the progress of Tape micro, small and medium enterprises (MSMEs) located in Wringin Bondowoso Village. This research is quantitative methodology by taking a sample of 83 Tape MSME business actors in Wringin Bondowoso Village. Data collection is carried out through the distribution of surveys to MSME Tape business owners. The analysis carried out includes multiple linear regression, t and f, and multiple linear regression. The results showed that there was no statistically significant relationship between business development in MSME Tape in Wringin Bondowoso Village and qualifications, business capital, or marketing strategy. Conversely, entrepreneurial attributes are seen to have a significant effect on the progress of business development among tape MSMEs in the same region. On the contrary, test F shows that entrepreneurial attributes, business capital, education level, and marketing strategies have an influence on the development of Tape MSME businesses in Wringin Bondowoso Village if reviewed collectively.



INTRODUCTION

Pada tahun 2000, proporsi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) hanya sebesar 5,67%, sedangkan kontribusinya terhadap ekspor nonmigas sebesar 15%. Kendala dampak tersebut di atas disebabkan oleh berbagai kendala yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM), salah satunya adalah upaya untuk melindungi mereka dari kekuatan persaingan. Terlepas dari tantangan-tantangan ini, data tersebut menggarisbawahi kapasitas laten UKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Organisasi ini menunjukkan kapasitas yang luar biasa dalam menyesuaikan diri dengan keadaan ekonomi yang terus berkembang dan relatif tahan terhadap ketidakstabilan pasar dan keruntuhan sektor keuangan (Fajar Istinganah & Widiyanto, 2020).

Peraturan perundang-undangan tentang UMKM, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, memberikan pengertian usaha mikro. Usaha mikro adalah entitas ekonomi otonom yang dikelola oleh individu atau organisasi yang tidak berafiliasi atau berada di bawah perusahaan besar. Entitas-entitas ini merujuk pada organisasi atau badan hukum yang diatur oleh undang-undang dan memiliki tanggung jawab untuk mematuhi kriteria tertentu yang telah dijelaskan dalam peraturan perundang-undangan. Kriteria tersebut dapat mencakup persyaratan terkait struktur organisasi, tata kelola, keuangan, serta kewajiban dan hak entitas tersebut. Undang-undang sering kali mengatur pembentukan, operasional, dan pengakhiran entitas, yang dapat mencakup perusahaan, organisasi nirlaba, atau lembaga pemerintah. Dalam memenuhi kriteria tertentu, entitas-entitas ini diharuskan untuk mematuhi standar tertentu guna memastikan keberlanjutan operasional mereka sesuai dengan tujuan dan misi yang telah ditetapkan. Beberapa kriteria umum yang diatur dalam undang-undang melibatkan transparansi keuangan, akuntabilitas, kepatuhan terhadap regulasi, dan perlindungan kepentingan pihak-pihak terkait. Pematuhan terhadap kriteria ini menjadi esensial untuk menjaga integritas dan legalitas entitas di mata hukum. Entitas-entitas yang beroperasi di bawah kerangka hukum ini biasanya tunduk pada pengawasan dan audit reguler guna memastikan bahwa mereka tetap memenuhi standar dan kriteria yang telah ditetapkan oleh undang-undang. Dengan memenuhi kriteria ini, entitas-entitas dapat membangun kepercayaan masyarakat, menjaga keberlanjutan operasional, dan memberikan kontribusi positif sesuai dengan peran dan tujuannya dalam masyarakat.

Salah satu contoh (UMKM) yang ada di Desa Wringin adalah usaha yang menangani tape. Tape, makanan leleher yang diproduksi melalui proses fermentasi multigenerasi dengan menggunakan bahan baku singkong, menempati posisi terhormat dalam masyarakat Desa Wringin Bondowoso dan memberikan kontribusi ekonomi yang besar bagi wilayah tersebut. Namun demikian, seperti halnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lainnya, usaha berbasis tape di Desa Wringin Bondowoso juga menghadapi banyak kendala. Hal ini menyoroti kendala pendidikan yang umum terjadi di kalangan pemangku kepentingan dunia usaha di Kabupaten Bondowoso. Keterbatasan landasan pendidikan berdampak negatif pada produktivitas bisnis, menghambat kemajuan dan menghambat upaya untuk

meningkatkan output. Terbatasnya tingkat pendidikan pemilik usaha berkontribusi terhadap kurangnya keahlian, keterampilan, dan pemahaman mereka, sehingga menghambat kapasitas mereka untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan hasil. Perspektif ini konsisten dengan pendirian bahwa (Sumarsono,2016). Pendidikan dan pelatihan berfungsi untuk meningkatkan keterampilan praktis dan memperluas pengetahuan, sehingga mengarah pada peningkatan produktivitas kerja secara umum. Upaya pendidikan ini dianggap sebagai investasi yang menghasilkan keuntungan dalam bentuk peningkatan produktivitas di lingkungan profesional dalam jangka waktu yang lama.

(UMKM) yang bergerak di bidang pembuatan tape berbahan dasar singkong merupakan salah satu sektor ekonomi unggulan di Desa Wringin, Bondowoso, yang memberikan kontribusi besar terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Meskipun Desa Wringin telah mengalami transformasi signifikan menjadi pusat kegiatan komersial, namun industri kaset mengalami fluktuasi perkembangannya dari waktu ke waktu. Berikut ini gambaran perkembangan usaha kecil dan tape di Desa Wringin tahun 2019 hingga tahun 2022.

Tabel 1. Data Perkembangan UMKM Tape di Desa Wringin 2019-2022

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan
	UMKM (Unit)	Ekonomi UMKM Tape
2019	25	5.72%
2020	32	6.42%
2021	41	7.1%
2022	83	8.89%

Sumber : Dinas Koperasi

Laju perkembangan ekonomi Desa Wringin yang berfluktuasi selama empat tahun sebelumnya tergambar pada tabel yang tersedia. Variabilitas yang diamati dianggap sebagai pola yang menguntungkan yang membenarkan kemajuan lebih lanjut, dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berdedikasi pada produksi pita perekat. Tujuan utamanya adalah memberikan dampak besar dan konstruktif terhadap kemajuan perekonomian Desa Wringin. Diasumsikan memberikan kontribusi sebesar 8,89% terhadap mobilisasi ekonomi agregat usaha lokal pada tahun 2022 adalah UMKM.

(UMKM) di Desa Wringin tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi tetapi juga menciptakan lapangan kerja. Tingkat pertumbuhan tahunan penyerapan tenaga kerja di sektor UMKM lokal konsisten. Secara signifikan, terjadi peningkatan jumlah UMKM Tape dari 25 pada tahun 2019 menjadi 83 pada tahun 2022. Hal ini merupakan kemajuan yang baik karena tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga membantu mengurangi masalah pengangguran di Desa Wringin. Meskipun menjamurnya (UMKM) telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Wringin, namun perkembangan UMKM di <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

wilayah tersebut masih mengalami fluktuasi. Dalam skenario ini, (UMKM) menghadapi tantangan yang sangat besar, yaitu dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan aset, sambil berupaya mencapai keseimbangan dalam hal faktor kualitatif. Perkembangan UKM yang sering terjadi adalah kesenjangan antara kuantitas dan kualitas, yang sebagian besar disebabkan oleh rendahnya produktivitas. Tantangan ini diperburuk oleh berbagai faktor, termasuk terbatasnya sumber daya keuangan, tidak memadainya manajemen sumber daya manusia dan organisasi, serta rendahnya kualitas kewirausahaan di kalangan pelaku UKM.

Modal merupakan komponen penting dalam proses produksi dan sangat penting bagi pengusaha yang ingin meluncurkan perusahaan baru atau mengembangkan perusahaan yang sudah ada. Modal yang cukup sangat penting untuk berfungsinya bisnis secara efisien; kekurangannya dapat berdampak buruk pada fungsi organisasi, yang pada gilirannya dapat berdampak pada pendapatan yang dihasilkan. Dana pribadi atau pinjaman dari entitas eksternal, seperti lembaga keuangan, dapat digunakan untuk memperoleh modal. Menurut H. Irwan Bachtiar Rachmat, S.E., M.Si, Wakil Bupati Bondowoso, Jawa Timur, kendala terkait permodalan masih menjadi kendala. Berdasarkan statistik, pinjaman bank hanya dapat diakses oleh sebagian kecil, sekitar 24%, dari perkiraan 3 juta UMKM di Jawa Tengah (voice.com, 2020, diakses 10 Juli 2020).

Di wilayah Desa Wringin, para pemilik usaha sebagian besar bergantung pada modal pribadi yang berdampak pada perkembangan usahanya. Korelasi antara permodalan dan perkembangan usaha tidak dapat disangkal, mengingat peningkatan modal memudahkan perluasan dan kemajuan badan usaha.

Unsur berat yang kedua adalah rendahnya tingkat pendidikan yang berdampak pada kualitas personel, seperti yang ditunjukkan oleh terbatasnya prestasi pendidikan para pelaku (UMKM) di Desa Wringin. Statistik pendidikan terkini mengenai pemilik usaha kecil dan menengah di desa menunjukkan bahwa beberapa individu hanya menyelesaikan pendidikan tingkat dasar. Hal ini menunjukkan masih minimnya persiapan akademis di kalangan pelaku usaha yang berada di Desa Wringin. Keterbatasan infrastruktur pendidikan mempunyai dampak buruk terhadap efisiensi dunia usaha, menghambat kemajuan mereka dan menghambat peningkatan produktivitas secara keseluruhan. Kurangnya pendidikan yang dimiliki oleh pemilik UKM disebabkan oleh kurangnya keahlian, pemahaman praktis, dan kemahiran. Hal ini sejalan dengan pandangan Riyan Latifahul Hasnah pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa pengembangan sumber daya manusia sangat bergantung pada pendidikan dan pelatihan. Pentingnya pendidikan dan pelatihan berasal dari manfaat ganda yaitu menambah keterampilan praktis dan memajukan pengetahuan, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas kerja secara keseluruhan.

Karakteristik wirausaha menjadi faktor ketiga yang dihadapi para pelaku (UMKM) di Desa Wringin, selain kendala modal usaha yang belum memadai dan tingkat pendidikan yang terbatas. Atribut, perilaku, atau sikap pribadi terhadap tantangan hidup dan pencarian kepuasan batin dan lahiriah disebut sebagai

karakteristik. Ciri-ciri kewirausahaan terdiri dari perilaku dan pola pikir yang ditunjukkan oleh individu yang menjalankan bisnis dalam pengelolaan perusahaannya. Saat ini persepsi yang berlaku bahwa atribut kewirausahaan para pelaku UMKM tape di Desa Wringin tergolong sedang. Hal ini terlihat dari kurangnya rasa percaya diri, ketajaman kepemimpinan, pandangan ke depan, dan terbatasnya kreativitas serta konsep inovatif yang dimiliki para pelaku usaha. Selain itu, perusahaan mereka tidak memiliki keunggulan kompetitif yang nyata dibandingkan dengan bisnis serupa. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (Anisa & Mustofa, 2021), atribut kewirausahaan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap kemajuan suatu usaha. Kualitas kewirausahaan yang kuat memungkinkan individu untuk mengatur dan memperluas usaha mereka dengan efisien. Pengusaha harus berinvestasi besar-besaran pada kapasitas untuk mengembangkan bisnisnya agar dapat maju dan mencapai kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini. Pengembangan bisnis sangatlah penting; ini didefinisikan sebagai proses dan tindakan yang diambil untuk memfasilitasi transisi dari lingkup kecil ke lingkup besar. Sebaliknya, proses membangun bisnis sejak awal atau memulai operasi dari awal untuk mencapai ekspansi besar sebenarnya merupakan upaya yang berat. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) menghadapi banyak tantangan ketika mencoba membangun dan mengembangkan operasi mereka.

Sebagai peserta aktif dalam domain bisnis, sangat penting untuk memiliki kualitas kewirausahaan. Atribut-atribut yang disebutkan di atas terdiri dari kualitas-kualitas seperti kecenderungan mengambil risiko, rasa percaya diri yang tinggi, dedikasi yang teguh terhadap upaya, kemampuan mengenali peluang, kesiapan menerima kemunduran, dan kemauan untuk berinvestasi di masa depan—semuanya merupakan kualitas-kualitas yang dimiliki oleh setiap individu. penting bagi kemajuan suatu bisnis. (UKM), yang merupakan bagian besar dari sektor usaha, mempunyai dampak besar terhadap kemajuan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, peningkatan (UMKM) perlu dilakukan secara konsisten agar tetap dapat menjamin kontribusinya terhadap kemajuan perekonomian masyarakat pedesaan. Untuk mencapai daya saing yang lebih besar, setiap usaha kecil dan menengah (UKM) harus melakukan upaya berdedikasi terhadap pengembangan diri.

Penentu utama dampak adalah strategi pemasaran yang menjamin kelancaran transisi produk pita UMKM dari produsen ke konsumen di Desa Wringin. Tantangan yang menonjol dalam strategi pemasaran UMKM tape di Desa Wringin adalah keharusan bagi para pelaku UMKM tape di Desa Wringin untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan teknologi yang selalu berubah. Meskipun perdagangan elektronik memberikan kemudahan dalam bidang pemasaran, sebagian besar (UMKM) di Desa Wringin menghadapi tantangan dalam upaya menerapkannya. Selain perdagangan elektronik, perusahaan-perusahaan ini juga dapat memanfaatkan platform media sosial termasuk namun tidak terbatas pada Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp. Validitas memasukkan strategi pemasaran online ke dalam pengembangan bisnis didukung oleh penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 oleh Nur Huri Mustofa. Studi ini mengusulkan bahwa sistem pemasaran konvensional,

yang bergantung pada perantara seperti pengecer dan pedagang, tidak efektif dalam memberikan dampak langsung terhadap pertumbuhan bisnis karena tidak adanya keterlibatan langsung konsumen dalam proses pemasaran dan ketergantungan pada perantara untuk pengemasan dan pelabelan.

Berdasarkan analisis berbagai pendapat ahli dan penelitian sebelumnya, tidak dapat disangkal bahwa pertumbuhan perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak variabel. Namun demikian, dari sekian banyak faktor, ada aspek-aspek tertentu yang dianggap memiliki dampak signifikan terhadap kemajuan bisnis. Unsur-unsur penting tersebut di atas terdiri dari strategi pemasaran, prestasi pendidikan, atribut kewirausahaan, dan modal usaha. Pemahaman komprehensif tentang hubungan rumit antara variabel-variabel ini sangat penting untuk memahami potensi kontribusi (UMKM) yang terlibat dalam produksi pita perekat di Desa Wringin Bondowoso terhadap perekonomian lokal, kesejahteraan masyarakat, dan pada akhirnya, kinerja unggul dibandingkan UMKM lain di sektor yang sama.

LITERATURE REVIEW

Perkembangan Usaha

Musa (2019) mendefinisikan pengembangan pengembangan bisnis sebagai proses pembentukan kekuatan untuk ekspansi dan pemeliharaan melalui arahan, regulasi, dan bimbingan. Menurut Anoraga (2017), kewajiban utama setiap pengusaha adalah melakukan pengembangan usaha, yang memerlukan penerapan pandangan ke depan, motivasi, dan inovasi. Usaha dapat berupa bisnis skala kecil, menengah, atau besar yang terlibat dalam berbagai sektor ekonomi, seperti industri, perdagangan, jasa, atau pertanian.

Usaha melibatkan berbagai elemen, termasuk perencanaan, manajemen, produksi, pemasaran, dan keuangan. Pada tingkat dasar, usaha dimulai dengan ide atau konsep bisnis yang kemudian diwujudkan melalui proses perencanaan bisnis. Hal ini mencakup penentuan sasaran, analisis pasar, serta perhitungan modal dan keuntungan yang diharapkan. Selanjutnya, usaha melibatkan kegiatan operasional seperti produksi barang atau penyediaan jasa, pemasaran produk atau layanan kepada konsumen, dan manajemen sumber daya manusia dan keuangan. Tujuan utama dari usaha adalah mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan, yang diukur melalui keberhasilan finansial, penguasaan pasar, dan kontribusi terhadap masyarakat. Usaha dapat dijalankan oleh individu, kemitraan, atau korporasi, dan memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Kesuksesan usaha sering kali tergantung pada inovasi, manajemen yang efisien, pemahaman terhadap pasar, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi dan lingkungan bisnis.

Tingkat Pendidikan

Penyampaian prinsip-prinsip dan standar-standar ini kepada generasi berikutnya dengan tujuan mendorong pertumbuhan kehidupan mereka melalui proses pendidikan (Fuad, 2015). Terlepas dari derajat peradaban yang dicapai suatu

masyarakat, pendidikan tetap menjadi aspek hakiki yang melambangkan perjuangan manusia untuk mempertahankan eksistensinya. Namun, pendidikan juga dapat terjadi di luar lingkungan sekolah, melibatkan pembelajaran mandiri, pelatihan kerja, atau pengalaman sehari-hari.

Selain transfer pengetahuan dan keterampilan, pendidikan juga berfungsi untuk membentuk karakter, membantu pengembangan kepribadian, dan mempersiapkan individu untuk berperan aktif dalam masyarakat. Melalui pendidikan, individu diberikan pemahaman tentang nilai-nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Pendidikan bukan hanya tentang akuisisi informasi, tetapi juga tentang pembangunan kritis dan pemikiran kreatif. Pendidikan memberikan landasan bagi perkembangan intelektual, sosial, dan emosional individu, serta berperan dalam menciptakan warga negara yang berkontribusi positif terhadap masyarakat dan dunia secara luas.

Modal Usaha

Menurut Venture Capital Listyawan (2017), modal usaha terdiri dari properti/kekayaan (uang, produk, jasa, dll) yang dimanfaatkan untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dan menambah kekayaan, atau pinjaman atau dana yang digunakan untuk biaya perdagangan awal. Dalam kewirausahaan, modal usaha merupakan komponen yang sangat diperlukan yang bekerja sama dengan ekonomi, sumber daya manusia, teknologi, kerangka organisasi atau hukum, dan teknologi. Modal usaha merujuk pada jumlah uang atau nilai ekonomi yang diperlukan untuk memulai, mengembangkan, dan menjalankan suatu bisnis. Modal ini merupakan fondasi utama yang mendukung aktivitas operasional perusahaan, termasuk pembelian peralatan, stok barang, biaya operasional, dan segala kebutuhan lainnya yang diperlukan dalam kegiatan sehari-hari perusahaan.

Ada dua jenis modal utama: modal awal dan modal kerja. Modal awal diperlukan untuk memulai bisnis, mencakup pembelian aset fisik, penyewaan tempat usaha, dan segala investasi awal yang diperlukan. Sumber modal usaha dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk tabungan pribadi, pinjaman bank, investor, atau bentuk pendanaan lainnya. Penting bagi pemilik usaha untuk memiliki perencanaan modal yang baik guna memastikan ketersediaan dana yang cukup untuk menjaga kelancaran operasional dan pertumbuhan bisnis. Dengan pengelolaan modal yang bijak, perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja dan mencapai tujuan bisnisnya.

Karakteristik Wirausaha

Rizky dkk. (2022) mendefinisikan wirausaha sebagai individu yang melakukan pendirian, pengelolaan, pengembangan, dan pelebagaan usahanya sendiri. Pengusaha memiliki kapasitas untuk secara efektif mengawasi, memelihara, dan memperluas perusahaan untuk memastikan ekspansi yang berkelanjutan (Machfoedz, Ircham, Suryani, 2017). Pengusaha mengasumsikan akuntabilitas ketika menetapkan, mengawasi, dan menghadapi risiko yang melekat dalam bidang kewirausahaan. Wirausaha adalah individu yang memiliki karakteristik khusus yang

membedakannya dalam dunia bisnis. Salah satu karakteristik utama wirausaha adalah inovasi, yaitu kemampuan untuk menciptakan ide baru, produk, atau layanan yang memenuhi kebutuhan pasar atau menyelesaikan masalah tertentu. Kreativitas dan keberanian untuk mengambil risiko juga menjadi ciri khas wirausaha, karena mereka sering kali harus menghadapi ketidakpastian dalam lingkungan bisnis.

Selain itu, ketekunan dan motivasi tinggi merupakan karakteristik penting wirausaha. Proses membangun dan mengembangkan bisnis tidak selalu mulus, dan wirausaha perlu memiliki kemampuan untuk tetap fokus dan melewati tantangan dengan semangat tinggi. Kemampuan untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan juga menjadi karakteristik yang vital dalam dunia bisnis yang dinamis. Wirausaha juga dikenal memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat. Mereka tidak hanya mengelola bisnis mereka sendiri, tetapi juga dapat memimpin dan memotivasi tim mereka. Keterampilan interpersonal, seperti kemampuan berkomunikasi dan bekerjasama, menjadi penting dalam membangun hubungan yang sukses dengan pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan.

Strategi Pemasaran

Menurut Fajar Istinganah dan Widiyanto (2020), strategi pemasaran terdiri dari mengidentifikasi dan mengevaluasi pasar sasaran. Seperti yang didefinisikan oleh Citra dkk. (2020), strategi pemasaran berkaitan dengan pelaksanaan pendekatan dan metodologi dengan tujuan menghasilkan keuntungan finansial di bidang pertukaran produk atau komoditas.

Strategi pemasaran melibatkan analisis pasar yang cermat untuk memahami tren, preferensi konsumen, dan aktivitas pesaing. Pemilihan saluran distribusi, penentuan posisi merek, dan pengembangan kampanye pemasaran yang efektif juga merupakan bagian integral dari strategi pemasaran. Fleksibilitas dan adaptabilitas juga menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran, karena pasar dapat berubah secara cepat. Strategi pemasaran yang sukses mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan, seperti peningkatan pangsa pasar, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pendapatan. Oleh karena itu, merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif adalah langkah krusial dalam mencapai keberhasilan bisnis jangka panjang.

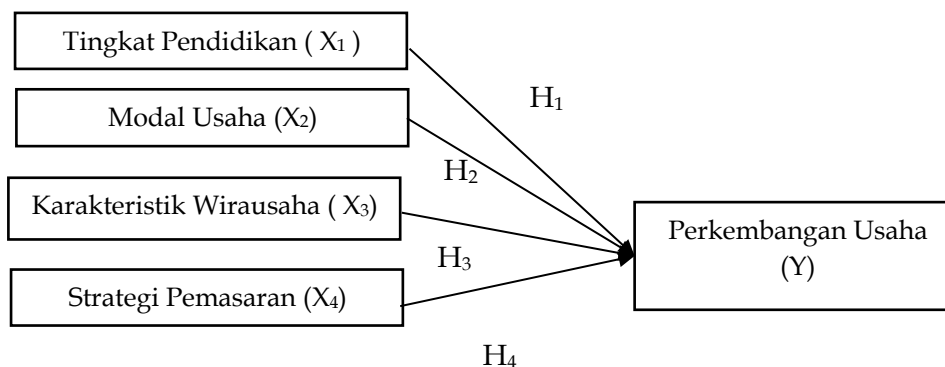
UMKM

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian karena mereka menciptakan lapangan pekerjaan, merangsang pertumbuhan ekonomi lokal, dan memberikan kontribusi terhadap inovasi dan diversifikasi ekonomi. UMKM dapat ditemukan di berbagai sektor, termasuk manufaktur, jasa, perdagangan, dan sektor lainnya. Batasan jumlah karyawan, besaran investasi, serta omset tahunan dapat bervariasi di setiap negara, namun ciri khas utama UMKM adalah skala operasionalnya yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Pemerintah dan lembaga keuangan sering kali memberikan dukungan khusus kepada UMKM melalui berbagai program dan kebijakan, termasuk akses mudah terhadap pembiayaan, pelatihan, dan fasilitas lainnya. Dengan demikian, UMKM memegang

peranan strategis dalam mengembangkan ekonomi lokal dan menciptakan kesempatan bagi wirausaha untuk berkembang.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan pemikiran tersebut, kerangka penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Tingkat Pendidikan (X_1), Modal Usaha (X_2), Karakteristik Wirausaha (X_3) dan Strategi Pemasaran (X_4) terdapat variabel dependen yaitu Perkembangan Usaha (Y) digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

- H1 : Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kemajuan usaha UMKM tape di Desa Wringin Bondowoso.
- H2: Pengaruh aksesibilitas modal usaha terhadap pertumbuhan dan kemajuan usaha UMKM tape di Desa Wringin Bondowoso cukup besar.
- H3 : Pengaruh atribut kewirausahaan terhadap pertumbuhan dan kemajuan usaha UMKM tape di Desa Wringin Bondowoso adalah signifikan.
- H4: Pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap pertumbuhan usaha UMKM tape di Desa Wringin Bondowoso adalah signifikan.

METHODS

Saat merumuskan penelitian, dua kategori yang dikenal luas adalah penelitian eksploratif dan konklusif, yang kemudian dibagi lagi menjadi penelitian kausal dan deskriptif. Terhadap variabel-variabel, khususnya variabel independen dan dependen, penelitian ini tergolong penelitian kausal. Tujuan utama penelitian kausal adalah untuk menilai besaran dan orientasi hubungan antara dua variabel atau lebih, sehingga menyelidiki prinsip sebab dan akibat (Sugiyono, 2015). Populasi penelitian berjumlah 83 UMKM tape yang beroperasi di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso yang semuanya bergerak di bidang produksi tape berbahan dasar singkong. Dengan menggunakan sampling jenuh, seluruh populasi dimasukkan ke dalam sampel. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Dalam penelitian sampel jenuh atau sensus, seluruh pelaku usaha UMKM Tape di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso terwakili dalam penelitian ini (total 83 responden). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online yang dikelola Kwiksveys yang diisi oleh responden.

RESULTS

Uji Kualitas Instrumen Data

1. Uji Validitas data

Dengan mengevaluasi kualitas data primer, uji validitas memastikan apakah pertanyaan penelitian masuk akal. Tujuannya adalah untuk menilai ketepatan dan kesesuaian pertanyaan yang dimasukkan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Data Instrumen Penelitian

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengaruh Tingkat Pendidikan (X1)	X1.1	0,925	>0,215	Valid
	X1.2	0,794	>0,215	Valid
Modal Usaha (X2)	X2.1	0,798	>0,215	Valid
	X2.2	0,833	>0,215	Valid
	X2.3	0,508	>0,215	Valid
	X2.4	0,735	>0,215	Valid
Karakteristik Wirausaha (X3)	X3.1	0,638	>0,215	Valid
	X3.2	0,537	>0,215	Valid
	X3.3	0,668	>0,215	Valid
	X3.4	0,643	>0,215	Valid
	X3.5	0,712	>0,215	Valid
Strategi Pemasaran (X4)	X4.1	0,687	>0,215	Valid
	X4.2	0,726	>0,215	Valid
	X4.3	0,779	>0,215	Valid
	X4.4	0,655	>0,215	Valid
Perkembangan Usaha (Y)	Y1	0,729	>0,215	Valid
	Y2	0,771	>0,215	Valid
	Y3	0,350	>0,215	Valid
	Y4	0,852	>0,215	Valid

Sumber : Data Primer yang Diperoleh, Oktober 2023

nilai r tabel (0,215) dengan margin of error sebesar 5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap barang telah disahkan sah.

2. Uji Reliabilitas

Sebagai metode untuk menilai kualitas data primer, pengujian reliabilitas berupaya menentukan apakah semua pertanyaan penelitian konsisten atau tidak.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar T Alpha	Keterangan
Tingkat Pendidikan	0,623	>0,60	Reliabel
Modal Usaha	0,697	>0,60	Reliabel
Karakteristik Wirausaha	0,640	>0,60	Reliabel
Strategi Pemasaran	0,676	>0,60	Reliabel
Perkembangan Usaha	0,655	>0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang di peroleh, Oktober 2023

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel di atas, terlihat nilai Cronbach's Alpha melampaui angka 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan (X3), strategi pemasaran (X4), tingkat pendidikan (X1), dan modal usaha (X2) dianggap mampu mempengaruhi variabel-variabel tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Selanjutnya data akan diolah dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,135	1,208		2,594	0,011
	Tingkat Pendidikan	.275	.149	.219	1.852	.038
	Modal Usaha	.478	.188	.505	2.550	.017
	Karakteristik Wirausaha	.484	.092	.536	2.292	.001
	Strategi Pemasaran	0,509	0,115	0,553	4,411	0,043

a. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

Sumber : Data Primer yang diperoleh, Oktober 2023

Berdasarkan tabel diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$= 3,135 + 0,275 X_1 + 0,478 X_2 + 0,484 X_3 + 0,509 X_4 + e$$

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Berikut ini merupakan hasil uji normalitas :

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas dengan One-Sample Komolgrov-Smirnov Test

Asymp. Sig. (2-tailed)	Unstandardized Residual
	.200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer yang diperoleh, Oktober 2023

signifikansi 5% atau 0,05. berdistribusi normal jika nilai Asymp.Sig dua sisinya adalah 0,200, yang lebih besar dari 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Berikut ini merupakan hasil uji multikolinieritas:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Tingkat Pendidikan	0,441	2,432	Tidak Ada Multikolinieritas
Modal Usaha	0,471	2,401	Tidak Ada Multikolinieritas
Karakteristik Wirausaha	0,558	1,791	Tidak Ada Multikolinieritas
Strategi Pemasaran	0,932	1,072	Tidak Ada Multikolinieritas

Sumber : Data Primer yang Diperoleh, Oktober 2023

Dari hasil tabel uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat indikasi adanya multikolinieritas antar variabel independennya.

<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas sering kali melibatkan analisis pola residual atau grafik residual terhadap nilai-nilai prediksi. Jika terlihat pola yang jelas dari kesalahan yang tidak terdistribusi secara merata, ini dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Selain

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Variabel	Sign.	Keterangan
Tingkat Pendidikan	0,494	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Modal Usaha	0,937	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Karakteristik Wirausaha	0,746	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Strategi Pemasaran	0,169	Tidak Ada Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer yang Diperoleh, Oktober 2023

Artinya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Uji T

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah digunakan uji parsial (uji T).

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	t hitung	Signifikansi	Keterangan
Tingkat Pendidikan	3,852	0,038	Signifikan
Modal Usaha	2,250	0,017	Signifikan
Karakteristik Wirausaha	2,292	0,001	Signifikan
Strategi Pemasaran	4,411	0,043	Signifikan

Sumber : Data Primer yang Diperoleh, Oktober 2023

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel, dapat disimpulkan nilai T untuk setiap variabel sebagai berikut:

- Nilai T yang dihitung untuk variabel Tingkat Pendidikan sebesar 3,852. Nilai T yang dihitung ternyata lebih rendah dari nilai T kritis dari tabel ($3,852 < 1,99$), sehingga mengakibatkan penolakan H_0 dan adopsi H_a .
- Nilai T yang dihitung untuk variabel Modal Usaha adalah sebesar 2,250. Karena fakta bahwa nilai T yang dihitung berada di bawah nilai T kritis dari tabel ($2,250 < 1,99$), H_0 ditolak dan digantikan oleh H_a . Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pengembangan bisnis memang dipengaruhi oleh modal bisnis.
- Terhadap variabel Karakteristik Kewirausahaan, nilai T yang dihitung sebesar 2,292. Nilai T hitung dalam hal ini melebihi nilai T dari tabel ($2,292 > 1,99$), sehingga terjadi penolakan H_0 dan diterimanya H_a .
- Nilai T yang diperoleh untuk variabel Strategi Pemasaran sebesar 4,411. Nilai T hitung dalam hal ini melebihi nilai T dari tabel ($4,411 > 1,99$), sehingga menyebabkan ditolaknya H_0 dan diadopsinya H_a . Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki dampak besar terhadap keputusan terkait pengembangan bisnis.

Uji R²

Berikut ini merupakan hasil uji R²:

<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.529	1.69355

Sumber : Data Primer yang diperoleh, Oktober 2023

(R^2) sebesar 0,529 atau 52,9%. Dengan demikian, variabel tingkat pendidikan, modal usaha, karakteristik kewirausahaan, dan strategi pemasaran menyumbang sekitar 52,9% varian dampak terhadap pengembangan usaha. Porsi sisa, yaitu sebesar 47,1% (100% dikurangi 52,9%), disebabkan oleh variabel tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Tape
Hasil disimpulkan bahwa tingkat pendidikan tidak memberikan dampak besar terhadap kemajuan dunia usaha. Ada faktor lain yang dianggap lebih penting dalam mempengaruhi perkembangan bisnis dibandingkan dengan pencapaian pendidikan.
2. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Tape
Modal usaha dianggap bukan faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan perkembangan usaha jika dibandingkan dengan variabel lainnya.
3. Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Tape
Variabel karakteristik kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha pada UMKM Tape yang ditunjukkan dengan nilai koefisiennya. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas kewirausahaan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pertumbuhan usaha UMKM.
4. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Tape
Strategi pemasaran tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kemajuan usaha. Dalam konteks pengembangan bisnis, faktor-faktor tambahan dianggap lebih penting dibandingkan dengan strategi pemasaran.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Hasil uji T menunjukkan bahwa tingkat pendidikan, modal usaha, dan strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap pengembangan usaha UMKM Tape di Desa Wringin Bondowoso, berdasarkan temuan penelitian. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa atribut kewirausahaan memang mempunyai pengaruh terhadap kemajuan usaha pada UMKM Tape yang berlokasi di Desa Wringin Bondowoso.

Berdasarkan temuan analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan rekomendasi sebagai berikut: 1) Untuk mendorong pertumbuhan usaha, para pengusaha usaha kecil dan menengah di Desa Wringin, Bondowoso, yang dihadapkan pada keterbatasan modal usaha, harus menyusun rencana untuk mendapatkan sumber pendanaan tambahan. 2) Pengusaha

sangat dianjurkan untuk mengikuti berbagai program pelatihan guna menambah keahlian dan pemahamannya demi kemajuan usahanya. 3) Disarankan agar pemilik usaha kecil dan menengah di Desa Wringin, Bondowoso, mengembangkan sifat-sifat seperti rasa percaya diri yang kuat, kemampuan kepemimpinan yang efektif, kecenderungan mengambil risiko yang diperhitungkan, dan kegigihan untuk mendukung pertumbuhan usahanya.

BIBLIOGRAPHY

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–111.
- Anoraga, P. (2017). *Psikologi Manajemen*. Bandung: Rineka Cipta
- Anisa, A. & Nur Huri Mustofa. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 82–98. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687>
- Citra, Fatimah, F, & Santoso (2020). Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran pada Kafe Kolong dengan Menggunakan Metode SWOT. Universitas Muhammadiyah Jember : 1-8.
- Fajar Istinganah, N., & Widiyanto. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Ukm. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 438–455. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39293>
- Fuad, K. 2015. Pengaruh Independensi, Kompetensi, dan Prosedur Audit Terhadap Tanggung Jawab Dalam Pendeteksian Fraud. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 7(1)
- Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Ukm Di Kabupaten Purbalingga. *Kinerja*, 17(2), 305–313.
- Ibdari dan langenberg (2017). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Inflasi Terhadap Pengangguran Terbuka dan Kemiskinan Di Kota Samarinda. *EkonomikaBisnis* Vol. 5 No.2 Bulan Juli Tahun 2014. Hal 173-182 , 173-182.
- Listyawan, A. N. (2017). Pengaruh Modal Usaha. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Machfoedz I, Suryani E. (2009). Pendidikan Kewirausahaan dari Promosi eknologi Terhadap Kinerja UMKM Yogyakarta: Fitramaya
- Musa. (2019). Pengaruh Faktor Usia, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha Terhadap Literasi Keuangan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2)
- Putri, K., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 313–322.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan Dan

- Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM Di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376. <https://doi.org/10.31949/Entrepreneur.V3i1.1680>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. PT Alfabet.
- Tambunan, T. (2020). *Politik Ekonomi UMKM dan Pariwisata Dimasa Pandemi Covid-19*. Jakarta: LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial).