

PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM GULA JAWA DI DESA JONGGLOSARI KECAMATAN LEKSONO KABUPATEN WONOSOBO

Ahmad Buchori¹, Irkham Auladi², Ridho Ferinudin³, Adelia Puspita⁴, Dwi Rizki Pengesti⁵, Luk Lui Kafita⁶, Dian Rahmawati⁷, Arba'atul Husna⁸, Annisa Azzahra⁹, Dini Khoirunnisak¹⁰, R. Aj. Endang Apriliani^{*11}

¹²³⁴⁶⁷program studi teknik sipil, ⁵program studi manajemen, ⁸⁹program studi PAI, ¹⁰program studi pendidikan fisika, ¹¹ fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas Sains Al-Quran (UNSIQ) Jawa Tengah
di Wonosobo

*Penulis Koresponden:

apriliani.yeni@yahoo.com.

Abstrak

Karakteristik kewirausahaan mempunyai peran yang penting bagi seorang wirausaha dalam memulai suatu usaha, menjalankan usaha, berkreasi dan berinovasi sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan. Modal usaha merupakan modal utama bagi seorang wirausaha untuk mendirikan usahanya serta memiliki peran penting untuk kelanjutan dan pengembangan usaha menjadi lebih besar. Strategi pemasaran harus dimiliki bagi setiap wirausaha guna menciptakan usaha yang mandiri dan berdaya saing di pasar. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM gula jawa, sedangkan modal usaha memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM gula

jawa, dan strategi pemasaran tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

Kata kunci: karakteristik kewirausahaan, modal usaha, strategi pemasaran, perkembangan UMKM gula jawa.

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif barang maupun jasa yang dimiliki perseorangan maupun badan usaha yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Di Indonesia sendiri keberadaan UMKM sangatlah penting sebab memiliki sumbangsih besar terhadap perekonomian Bangsa Indonesia. Pentingnya keberadaan UMKM di Indonesia yaitu (1) kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja produktif, (2) sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi, (3) sering diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal pada usaha besar. (Berry dalam Fauzi 2014).

Perkembangan UMKM di Indonesia setiap tahunnya semakin mengalami pertumbuhan yang pesat di buktikan dengan banyaknya usaha produktif pangan yang semakin inovatif dan kreatif banyak bermunculan di sekeliling kita. Terus berkembangnya UMKM berjalan lurus dengan meningkatnya perkembangan ekonomi nasional, oleh sebab itu pemerintah gencar meningkatkan jumlah UMKM dengan memberikan pelatihan-pelatihan berwirausaha dan bantuan berupa sumbangan dana. Kemajuan ekonomi nasional bukan hanya semata-mata tanggung jawab dari pemerintah namun seluruh masyarakat Indonesia. Dengan berwirausaha menjadikan masyarakat lebih mandiri dan memiliki sifat berdaya saing yang lebih tinggi. Wirausaha mandiri diperlukan para individu yang siap tempur berwirausaha karena usaha berpeka pada hati nurani dan naluri bisnis yang tajam untuk menembus pangsa pasar yang kompetitif (R Bawsir, 1997).

Sedikitnya modal yang dibutuhkan dan keuntungan yang menjanjikan menjadikan masyarakat memiliki minat untuk mendirikan usaha milik sendiri. Meningkatnya minat berwirausaha juga disebabkan sedikitnya lapangan pekerjaan yang tersedia dan rendahnya tingkat pendidikan, sehingga banyak yang berminat untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Di Desa Jonggolsari, Kec. Leksono, Kab. Wonosobo kesadaran akan pentingnya pendidikan masih tergolong rendah yang mengakibatkan

susahnya bersaing dalam mendapatkan pekerjaan. Potensi alam pada wilayah ini sangatlah banyak, tanahnya yang subur menghasilkan tanaman yang unggul dan berkualitas, antara lain pohon salak, pohon duku, dan pohon kelapa. Dengan adanya potensi tersebut masyarakat memanfaatkan hasil dari tanaman tersebut salah satunya yaitu air nira dari pohon kelapa. Air nira ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membuat gula jawa.

Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Desa Jonggolasri adalah pegeerajin gula jawa. Gula jawa Desa Jonggolsari terkenal dengan kualitas yang unggul dan terjamin keasliannya sehingga memiliki daya saing kuat di pasar. Namun walau di tunjang dengan beberapa faktor unggul tersebut kegiatan berwirausaha pengrajin gula jawa tidak lepas dari berbagai permasalahan yang ada. Rendahnya pendidikan dalam berwirausaha tentu memiliki pengaruh dalam perkembangan usaha pengrajin gula jawa, sebab untuk bisa bertahan dan berkembang di tengah kerasnya persaingan dipasaran tentu harus memiliki strategi berwirausaha yang kuat.

Keterbatasan modal tentu saja menjadikan salah satu penghambat perkembangan suatu usaha, apalagi untuk membeli bahan baku dan alat-alat produksi untuk memperlancar proses produksi. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Bambang Riyanto,2001). Untuk memasarkan produk supaya mudah di kenal dan disukai konsumen juga harus memiliki strategi tersendiri apalagi di zaman sekarang teknologi digital semakin berkembang, jika bisa memanfaatkan hal tersebut maka pemasaran produk akan lebih mudah dan lebih luas lingkup pemasarannya. Dengan adanya permasalahan tersebut penulis melakukan penelitian yang berjudul *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jonggolsari, Kec. Leksono, Kab. Wonosobo.*

Rumusan Masalah

Permasalahn dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa di Desa Jonggolasri?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa di Desa Jonggolsari?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan

UMKM gula jawa di Desa Jonggolsari?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa di Desa Jonggolsari.
2. Untuk mengetahui apakah modal berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa di Desa Jonggolsari.
3. Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa di Desa Jonggolsari.

Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Haniyah Safitri, Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd dengan judul pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. Dalam penelitian ini peneliti menambahkan satu variabel yaitu strategi pemasaran, sehingga judul penelitian ini yaitu Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jonggolsari, Kec. Leksono, Kab. Wonosobo.

Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini bagi peneliti sendiri memberikan pengetahuan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan UMKM, memberikan masukan bagi pelaku usaha pengerajin gula jawa tentang strategi untuk perkembangan usahanya, dan bagi instansi pemerintah yang terkait untuk lebih memperhatikan para UMKM pengerajin gula jawa sebab di Desa Jonggolsari sendiri memiliki potensi yang besar dan perlu di kembangkan sehingga perekonomian masyarakat bisa berkembang.

Tinjauan Pustaka

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) terdiri dari milik perseorangan dan milik bersama atau persekutuan seperti firma dan CV. Adapun perseroan terbatas (PT) merupakan salah satu dari UMKM yang dikategorikan mejadi 3 macam berdasarkan jumlah asset dan omzet

perusahaan sebagaimana tercantum pada Undang-Undang No. 70 tahun 2008 tentang UMKM, Usaha Menengah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar.

Karakteristik Wirausaha

Wirausaha mandiri diperlukan para individu yang siap tempur berwirausaha karena usaha berpeka pada hati nurani dan naluri bisnis yang tajam untuk menembus pangsa pasar yang kompetitif (Bawsir, 1997) dalam Purwanti (2012). Karakteristik wirausaha dapat berpengaruh terhadap perkembangan usahanya, karakteristik wirausaha kebutuhan akan keberhasilan, keinginan mengambil resiko, percaya diri dan keinginan kuat untukberbisnis.

Wirausaha umumnya mempunyai sifat yang sama, mereka adalah orang yang mempunyai tenaga, keinginan untuk terlibat dalam petualangan inovatif, kemauan untuk menerima tanggung jawab pribadi dalam mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi. Geoffrey Crowther menambahkan sikap optimis dan kepercayaan terhadap masa depan (Wiratmo, 2001) dalam Purwanti (2012). (Wiratmo, 1996:4) menambahkan meskipun imbalan dalam kewirausahaan menggiurkan, tapi ada juga biaya yang berhubungan dengan kepemilikan bisnis tersebut. Memulai dan mengoperasikan bisnisnya sendiri, memerlukan kerja keras, menyita banyak waktu dan membutuhkan kekuatan emosi. Wirausaha mengalami tekanan pribadi yang tidak menyenangkan seperti kebutuhan untuk menginvestasikan lebih banyak waktu dan tenaganya. Banyak wirausaha menggambarkan kariernya menyenangkan, tetapi sangat menyita segalanya. Kemungkinan gagal dalam bisnis adalah ancaman yang selalu ada bagi wirausaha, tidak ada jaminan kesuksesan, tantangan yang berupa kerja keras, tekanan emosional, dan resiko meminta tingkat komitmen dan pengorbanan.

Wiraswastawan mempunyai karakteristik umum serta berasal dari kelas yang sama, Schumpeter menulis bahwa wiraswastawan tidak membentuk suatu kelas sosial tetapi berasal dari semua kelas.

Wiraswastawan umumnya mempunyai sifat yang sama. Mereka adalah orang yang mempunyai tenaga, keinginan untuk terlibat dalam peualangan inovatif, kemauan untuk menerima tanggung jawab pribadi dalam mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi. Geoffry Crowther menambahkan sikap optimis dan kebercayaan terhadap masa depan (M.Wiratmo,2001).

Menurut McClelland dalam buku (M. Wiratmo;2001) karakteristik wiraswastawan adalah sebagai berikut:

1. *Keinginan untuk berprestasi.*

Kebutuhan ini didefinisikan sebagai keinginan atau dorongan dalam diri orang yang memotivasi perilaku kearah pencapaian tujuan. Pencapaian tujuan merupakan tantangan dari bagi individu.

2. *Keinginan untuk bertanggung jawab.*

Wiraswastawan menginginkan tanggung jawab pribadi bagi pencapaian tujuan. Mereka memilih menggunakan sumber daya sendiri dengan cara bekerja sendiri untuk mencapai tujuan dan bertanggung jawab sendiri terhadap hasil yang dicapai.

3. *Referensi kepada risiko-risikomenengah.*

Wiraswastawan bukanlah penjudi, mereka memilih menetapkan tujuan-tujuan yang membutuhkan tingkat kinerja yang tinggi, suatu tingkatan yang mereka percaya akan menuntut usaha keras tetapi yang dipercaya bisa mereka penuhi.

4. *Persepsi pada kemungkinan berhasil.*

Keyakinan pada kemampuan untuk mencapai keberhasilan adalah kualitas kepribadian wiraswastawan yang penting. Ketika semua fakta tidak sepenuhnya tersedia, mereka berpaling pada sikap percaya diri mereka yang tinggi dan melanjutkan tugas-tugas tersebut.

5. *Rangsangan oleh umpanbalik*

Wiraswastawan ingin mengetahui bagaimana hal mereka kerjakan,apakah umpan baliknya baik atau buruk. Mereka dirangsang untuk mencapai hasil kerja yang lebih tinggi dengan mempelajari seberapa efektif usaha mereka.

6. *Aktivitas enerjik*

Wiraswastawan menunjukkan energi yang jauh lebih tinggi dibandingkan rata-rata orang. Mereka bersifat aktif mempunyai proporsi waktu yang besar dalam mengerjakan tugas dengan cara baru. Mereka sangat menyadari perjalanan waktu. Kesadaran ini merangsang mereka untuk terlibat secara mendalam pada kerja yang mereka lakukan.

7. *Orientasi ke masa depan*

Wiraswastawan melakukan perencanaan dan berpikir kedepan, mencari dan mengantisipasi kemungkinan yang terjadi jauh di masa depan.

8. *Ketrampilan dalam pengorganisasian.*

Wiraswastawan menunjukkan ketrampilan dalam mengorganisasi kerja dan orang-orang dalam mencapai tujuan. Mereka sangat obyektif di dalam memilih individu-individu untuk tugas tertentu. Mereka akan memilih yang ahli dan bukannya teman agar pekerjaan bisa dilakukan dengan efisien.

9. *Sikap terhadap uang*

Keuntungan finansial adalah nomor dua dibandingkan arti penting dari prestasi kerja mereka. Mereka hanya memandang uang sebagai lambang kongkret dari tercapainya tujuan sebagai pembuktian bagi kompetensi mereka.

Modal Usaha

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu, diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakkan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan, baik bank dan lembaga keuangan nonbank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan memengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Riyanto, 2001).

Dalam arti lain, modal meliputi bentuk uang maupun dalam bentuk barang. Menurut Tjiptono (2002: 3), bahwa strategi dibedakan atas dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif apa yang organisasi ingin

lakukan (intend to do) dan apa yang organisasi akhirnya lakukan (eventually does). Berdasarkan perspektif yang pertama, Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah para manager memainkan peran yang aktif, sadar, dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respons organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manager yang bersikap reaktif, artinya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya Bennett dalam Fandy Tjiptono (2008). Sementara itu Tull dan Kahle dalam Fandy Tjiptono (2008) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi. Menurut Corey dalam Fandy Tjiptono (2008) strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang sangat berkaitan. Kelima elemen tersebut adalah :

1. *Pemilihan pasar yaitu memilih pasar yang akan dilayani keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor:*
 - a. *Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.*
 - b. *Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.*

- c. *Pengalaman komulatif yang didasarkan pada trial and error didalam menanggapi peluang dan tantangan.*
 - d. *Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi*
2. *Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.*
 3. *Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.*
 4. *Sistem distribusi yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.*
 5. *Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, personel selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relations.*

Perkembangan UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha yang memiliki modal awal sedikit, sedikit nilai kekayaan (asset) serta jumlah tenaga kerja yang sedikit (terbatas), nilai modal (asset) atau jumlah tenaga kerja sesuai dengan definisi yang diberikan oleh otoritas publik atau instansi lain dengan tujuan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yakni usaha yang termasuk dalam skala usaha kecil atau terbatas dengan modal awal yang sedikit dan jumlah tenaga kerja yang masih terbatas. Akan tetapi UMKM berupaya terus menerus mempertahankan kepuasan pelanggan (Alimudin et al. 2019).

Menurut (Suci 2017) UMKM dapat menjadi salah satu cara dalam upaya menanggulangi kemiskinan di Indonesia, karena UMKM merupakan salah satu sektor yang berkontribusi cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Pasal 1 Usaha

Mikro Kecil Menengah dibagi menjadi beberapa pengertian yakni :

- a. *Usaha mikro adalah usaha komersial yang dimiliki individu atau organisasi atau badan usaha yang memenuhi syarat untuk Usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.*
- b. *Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang komersial dan berdikari, dijalankan oleh individu atau organisasi perusahaan yang tidak termasuk dalam anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan atau telah berubah menjadi bagian langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi syarat usaha mandiri sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.*
- c. *Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang komersial dan berdikari, serta dikerjakan oleh individu atau badan usaha dengan total aset bersih atau transaksi penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.*
- d. *Usaha besar adalah usaha ekonomi yang komersial dan dilakerjakan oleh elemen usaha dengan total aset bersih atau transaksi penjualan tahunan lebih besar daripada usaha menengah, yang menggabungkan usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha bersama dan usaha asing yang menempati kegiatan ekonomi di Indonesia.*
- e. *Dunia usaha yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang menempati aktivitas ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.*

UMKM menjadi salah satu andalan dari banyaknya elemen pertumbuhan ekonomi bagi Negara sehingga UMKM harus mendapatkan kesempatan, dukungan, jaminan perlindungan dan peningkatan seluas-luasnya sebagai bentuk keterpihakan terhadap ekonomi rakyat. (Purnomo, Saputra, dan Simarmata 2020) Dalam UU No 20 Tahun 2008 Pasal 6 yang saat ini diadopsi oleh UU Cipta Kerja dan kemudian kini diatur dalam Undang-Undang No 11 Tahun 2020 mengenai kriteria UMKM diusulkan agar tetap sebagaimana diatur dalam UU No 20 Tahun 2008. Dijelaskan kriteria UMKM dalam bentuk permodalan seperti berikut ini :

- a. *Kriteria Usaha Mikro :*
 1. *Memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000 ini belum termasuk dengan tanah dan bangunan yang ditempati.*
 2. *Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 –*

Rp 300.000.000

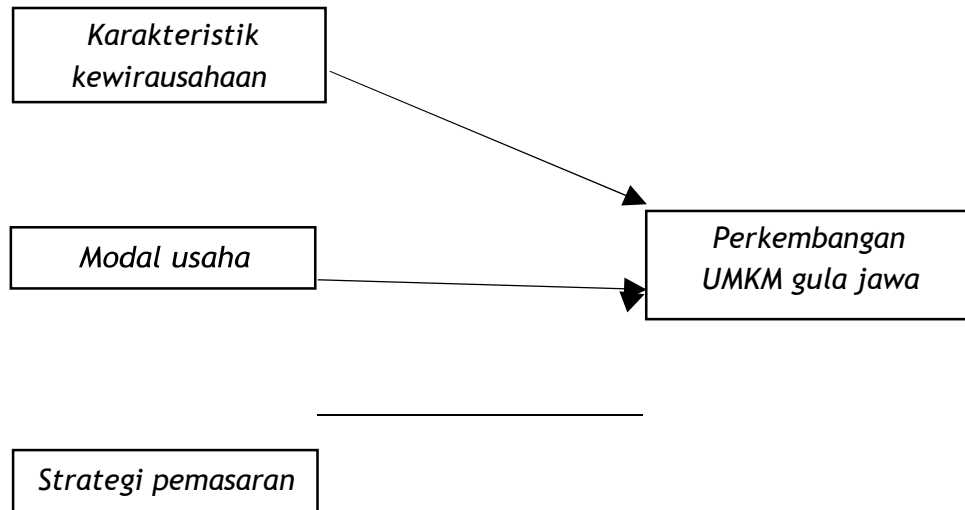
b. *Kriteria Usaha Kecil :*

1. *Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000 belum termasuk dengan tanah dan bangunan yang ditempati.*
2. *Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 – 2.500.000.000*

c. *Kriteria Usaha Menengah :*

1. *Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 – Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan yang ditempati.*
2. *Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 – 50.000.000.000*

Kerangka Konseptual



Pengembangan Hipotesisi

Dari uraian relevansi teori yang digunakan, maka penelitian ini merumuskan hipotesis:

1. *Karakteristik Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM gula jawa di desa Jonggolsari.*

2. *Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM gula jawa di desa Jonggolsari.*
3. *Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM di desa Jonggolsari.*

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian Kuantitatif Kausalitas. Karena dilihat dari tujuan utama dari variabel yang akan diteliti ini adalah untuk melihat hubungan sebab akibat dari fenomena atau pemecahan masalah yang diteliti untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa (Umar 2005:35).

Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel merupakan bagian terkecil dari populasi (Umar, 1997).

Populasi dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah gula jawa di desa Jonggolsari. Dalam mengumpulkan jumlah sampel penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 60, sebanyak 56 terisi dengan lengkap dan 4 yang di anggap gugur sebab informasi yang kurang lengkap.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data primer yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner ke UMKM gula jawa yang berada di desa Jonggolsari. Disamping data primer penelitian ini juga menggunakan data kepustakaan yaitu data yang bersumber dari teori-teori yang berada di jurnal terdahulu yang digunakan dalam penelitian.

Pengukuran dalam penelitian ini variabel yang dianalisis dibedakan menjadi variabel dependen dan variabel independen. Variabel karakteristik wirausaha, Modal Usaha, Strategi pemasaran, Perkembangan UMKM gula jawa akan diuji pengaruhnya, dimana variabel Karakteristik Wirausaha (X1), Modal Usaha (X2), Startegi Pemasaran (X3) sebagai independent variabel dan Kinerja Finansial (Y) sebagai dependent variabel.

Metode dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Teknik dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 for windows untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan. Menurut Sugiyono (2014: 187) persamaan model analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Hasil Analisis Data Dan Pembahasan

a) Uji validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali 2001). Ghozali (2006) mendefinisikan uji validitas sebagai alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Variabel Karakteristik Kewirausahaan mempunyai kisaran korelasi antara 0,503 sampai 0,503 dengan signifikansi pada tingkat 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang Karakteristik Kewirausahaan yang mengukur variabel Karakteristik Kewirausahaan dapat dinyatakan valid. Variabel Modal Usaha mempunyai kisaran korelasi antara 0,467 sampai 0,669 dengan signifikansi pada tingkat 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang Modal Usaha yang mengukur variabel Modal Usaha dapat dinyatakan valid. Variabel Strategi Pemasaran mempunyai kisaran korelasi antara 0,407 sampai 0,816 dengan signifikansi pada tingkat 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang Strategi Pemasaran yang mengukur variabel Strategi Pemasaran dapat dinyatakan valid. Variabel Perkembangan UMKM gula jawa mempunyai kisaran korelasi antara 0,529 sampai 0,627 dengan signifikansi pada tingkat 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang Perkembangan UMKM gula jawa yang mengukur variabel UMKM gula jawa dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

| Variable | Kisaran Korelasi | Signifikasi | Keterangan |
|----------|------------------|-------------|------------|
|----------|------------------|-------------|------------|

| | | | |
|-----------------------------|-----------------|------|--------|
| Karakteristik Kewirausahaan | 0,503**-0,747** | 0,05 | Vailed |
| Modal Usaha | 0,467**-0,669** | 0,05 | Vailed |
| Strategi Pemasaran | 0,407**-0,816** | 0,05 | Vailed |
| Perkembangan UMKM gula jawa | 0,529**-0,627** | 0,05 | Vailed |

b) Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Sesuatu reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Instrumen penelitian dapat dikatakan andal bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Arikunto 2006).

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,636 | 16 |

Dari hasil perhitungan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,638 yang berarti lebih besar dari 0,6. Yang berarti Sehingga seluruh pertanyaan yang berkaitan dengan variable karakteristik kewirausahaan, modal usaha, strategi pemasaran dan perkembangan UMKM gula jawa adalah reliabel.

c) Pengujian Good Of Fit Model (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 16,766 | 3 | 5,589 | 10,900 | ,000 ^b |
| | Residual | 26,662 | 52 | ,513 | | |
| | Total | 43,429 | 55 | | | |

a. Dependent Variable: perkembangan UMKM

b. Predictors: (Constant), strategi pemasaran, modal usaha, karakteristik kewirausahaan

Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung = 10,900 > F tabel = 0,779, maka Ho ditolak atau Ha diterima, artinya ada pengaruh secara simultan antara motivasi (X1), kompensasi (X2), disiplin kerja (X3) terhadap kinerja karyawan (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa

model penelitian baik dan memenuhi kriteria *Good of fit*.

d) **Uji Asumsi Klasik**
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|--|-----------------------|--------------------------------|
| N | | 56 |
| Normal Parameters^{a,b} | <i>Mean</i> | ,0000000 |
| | <i>Std. Deviation</i> | ,69625169 |
| Most Extreme Differences | <i>Absolute</i> | ,113 |
| | <i>Positive</i> | ,113 |
| | <i>Negative</i> | -,071 |
| Test Statistic | | ,113 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,073 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test memiliki probabilitas tingkat signifikasi di atas batas $\alpha = 0,05$ yaitu 0,073. Hal ini berarti dalam model regresi terhadap variabel residual atau variabel pengganggu yang terdistribusi secara normal.

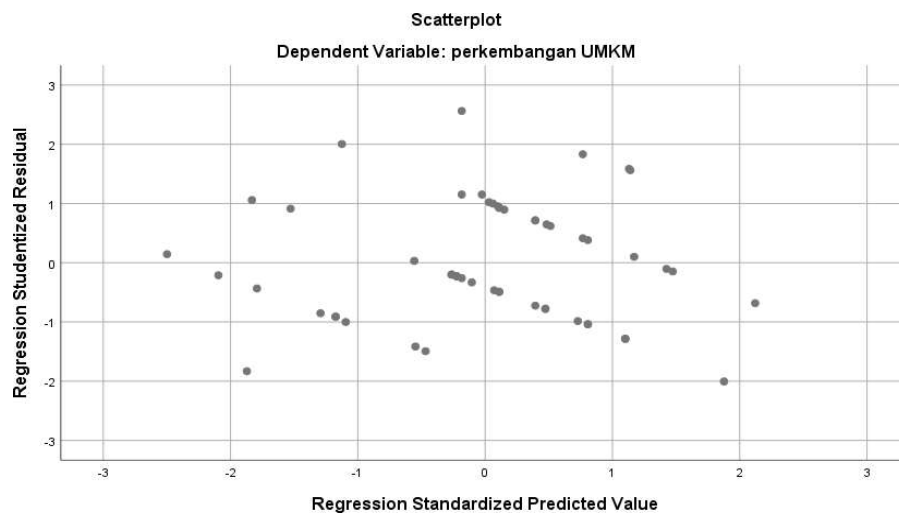
Uji Multikolenieritas

| Variable | Colinearity | Statistik | Kesimpulan |
|------------------------------------|--------------------|------------------|------------------------------------|
| Independen | Tolerance | VIF | |
| <i>Karakteristik kewirausahaan</i> | .853 | 1.172 | <i>Tidak ada multikolinieritas</i> |
| <i>Modal usaha</i> | .862 | 1.160 | <i>Tidak ada multikolinieritas</i> |
| <i>Strategi pemasaran</i> | .984 | 1.017 | <i>Tidak ada multikolinieritas</i> |

Berdasarkan pada tabel uji multikolenieritas , diperoleh bahwa

semua variabel bebas memiliki angka VIF < 10 dan angka tolerance > 0,1. Melihat hasil VIF pada semua variabel penelitian yaitu < 10, maka data-data penelitian digolongkan tidak terdapat gangguan multikolinearitas dalam model regresinya.

Uji Heteroskedastisitas



Dalam gambar di atas (scatter plot) terlihat tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

e) Analisis Regresi Berganda

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 7,782 | 1,875 | | 4,151 | ,000 |
| | karakteristik kewirausahaan | ,184 | ,086 | ,252 | 2,143 | ,037 |
| | modal usaha | ,363 | ,088 | ,485 | 4,144 | ,000 |
| | strategi pemasaran | -,022 | ,073 | -,033 | -,300 | ,766 |

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program

statistik komputer SPSS 25 for Windows diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,782 + 0,184 X_1 + 0,363 X_2 + (-0,22) X_3$$

Interpretasi koefisien regresi

- $a = 7,782$
artinya apabila karakteristik kewirausahaan (X_1), modal usaha (X_2), Strategi pemasaran (X_3) sama dengan nol, maka perkembangan UMKM gula jawa (Y) akan meningkat sebesar 7,782 dengan asumsi variabel lain adalah konstant.
- $X_1 = 0,184$
Koefisien regresi variabel karakteristik kewirausahaan (X_1) sebesar 0,184 artinya jika karakteristik kewirausahaan (X_1) meningkat satu satuan, maka perkembangan UMKM gula jawa meningkat sebesar 0,184 dengan ketentuan variabel modal usaha (X_2), strategi pemasaran (X_3) konstant.
- $X_2 = 0,363$
Koefisien regresi variabel modal usaha (X_2) sebesar 0,363 artinya jika modal usaha (X_2) naik satu satuan, maka perkembangan UMKM gula jawa (Y) akan meningkat sebesar 0,363 dengan ketentuan variabel karakteristik kewirausahaan (X_1), strategi pemasaran (X_3) konstan.
- $X_3 = -0,22$
Koefisien regresi variabel strategi pemasaran sebesar -0,22 artinya jika strategi pemasaran (X_3) sama dengan nol, maka perkembangan UMKM gula jawa turun sebesar -0,22 dengan ketentuan variabel karakteristik kewirausahaan (X_1), modal usaha (X_2) konstan.

f) **Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis 1,2,3, yaitu dugaan adanya pengaruh antara variabel independen karakteristik kewirausahaan (X_1), modal usaha (X_2), strategi pemasaran (X_3) secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen perkembangan UMKM gula jawa (Y). Berikut ini pengujian untuk masing-masing variabel independen:

1. Pengujian pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

Dari hasil olahan data pada Tabel *Coefficients*^a dapat diketahui nilai T hitung adalah 2,143. Apabila koefisien tersebut diuji dengan cara membandingkan T hitung dengan T tabel ($\alpha = 5 \text{ persen} = 0,05$, $df = n - k - 1 = 52$), maka didapatkan

hasil bahwa T hitung (2,143) > T tabel (2,000) yang berarti Hipotesis diterima. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,037, dimana > dari 0,05 yang berarti berpengaruh signifikan. Artinya bahwa variabel karakteristik kewirausahaan secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja karyawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan motivasi berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

2. Pengujian pengaruh modal usaha terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

Dari hasil olahan data pada Tabel *Coefficients^a* dapat diketahui nilai T hitung adalah 4,144. Apabila koefisien tersebut diuji dengan cara membandingkan T hitung dengan T tabel ($\alpha = 5$ persen = 0,05, $df = n-k-1 = 52$), maka didapatkan hasil bahwa T hitung (4,144) > T tabel (2,000) yang berarti Hipotesis diterima. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,00, dimana < dari 0,05 yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Artinya bahwa variabel modal usaha secara individu mempunyai pengaruh namun tidak signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM gula jawa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan motivasi berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

3. Pengujian pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM gula jawa

Dari hasil olahan data pada Tabel *Coefficients^a* dapat diketahui nilai T hitung adalah -0,33. Apabila koefisien tersebut diuji dengan cara membandingkan T hitung dengan T tabel ($\alpha = 5$ persen = 0,05, $df = n-k-1 = 52$), maka didapatkan hasil bahwa T hitung (-0,33) < T tabel (2,000) yang berarti Hipotesis ditolak. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,766, dimana > dari 0,05 yang berarti berpengaruh signifikan. Artinya bahwa variabel strategi pemasaran usaha secara individu tidak mempunyai pengaruh namun signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM gula jawa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan motivasi berpengaruh negatif terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

- g) **Pengujian R^2 (Koefisien Determinasi)**

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan secara komprehensif terhadap variabel dependen. Nilai Koefisien

Determinasi (R^2) mempunyai range antara 0-1. Semakin besar R^2 mengindikasikan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,621 ^a | ,386 | ,351 | ,716 | 2,194 |

a. Predictors: (Constant), strategi pemasaran, modal usaha, karakteristik kewirausahaan

b. Dependent Variable: perkembangan UMKM

Pada tabel menunjukkan besarnya koefisien determinasi yaitu Adjusted R Square sebesar 0,351 yang berarti sebesar 35,1 % (persen) perubahan perkembangan UMKM gula jawa dijelaskan oleh perubahan karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran. Sedangkan 64,9 % (persen) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hipotesisi pertama

Penelitian yang dilakukan pada UMKM gula jawa di desa Jonggolsari, Kec, Leksono, Kab. Wonosobo di rumuskan hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

Berdasarkan olahan data statistik menggunakan aplikasi SPSS pada uji regresi linear berganda dapat diketahui nilai uji statistik T dengan nilai T hitung sebesar (2,143) sedangkan untuk nilai T tabel sebesar (2,000), maka dapat disimpulkan bahwa $T_{hitung} (2,143) > T_{tabel} (2,000)$ dan nilai signifikan 0,37 dimana nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa hubungan antara karakteristik kewirausahaan dengan perkembangan UMKM gula jawa mempunyai arah positif dan signifikan sehingga apabila setiap terjadi peningkatan karakteristik kewirausahaan akan meningkatkan perkembangan UMKM gula jawa. Oleh karena itu, hipotesis ini diterima terhadap perkembangan UMKM gula jawa di desa Jonggolsari.

Hipotesisi kedua

Penelitian yang dilakukan pada UMKM gula jawa di desa Jonggolsari, Kec, Leksono, Kab. Wonosobo di rumuskan hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal usaha terhadap

perkembangan UMKM gula jawa.

Berdasarkan olahan data statistik menggunakan aplikasi SPSS pada uji regresi linear berganda dapat diketahui nilai uji statistik T dengan nilai T hitung sebesar (4,144) sedangkan untuk T tabel sebesar (2,000), maka dapat di simpulkan bahwa T hitung (4,144) > T tabel (2,000) dan nilai signifikan 0,00 dimana nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa hubungan antara modal usaha dengan perkembangan UMKM gula jawa mempunyai arah positif namun tidak signifikan sehingga apabila setiap terjadi peningkatan modal usaha akan meningkatkan perkembangan UMKM gula jawa. Oleh karena itu, hipotesis ini diterima terhadap perkembangan UMKM gula jawa di desa Jonggolsari.

Hipotesis ketiga

Penelitian yang dilakukan pada UMKM gula jawa di desa Jonggolsari, Kec, Leksono, Kab. Wonosobo di rumuskan hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM gula jawa.

Berdasarkan olahan data statistik menggunakan aplikasi SPSS pada uji regresi linear berganda dapat diketahui nilai uji statistik T dengan nilai T hitung sebesar (-,033) sedangkan untuk T tabel sebesar (2,000), maka dapat di simpulkan bahwa T hitung (-0,033) < T tabel (2,000) dan nilai signifikan 0,766 dimana nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa hubungan antara strategi pemasaran dengan perkembangan UMKM gula jawa mempunyai arah negatif dan signifikan sehingga tidak mempengaruhi perkembangan UMKM gula jawa. Oleh karena itu, hipotesis ini ditolak terhadap perkembangan UMKM gula jawa di desa Jonggolsari.

Kesimpulan

dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM gula jawa di desa Jonggolsari dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Hipotesis pertama yang di ajukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa (H1 diterima). Pengetahuan mengenai kewirausahaan yang dimiliki pemilik UMKM gula jawa terbukti dapat meningkatkan usaha yang dimiliki. Pemerintah setempat di harapkan bisa membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai kewirausahaan dengan cara mensosialisaikan maupun pelatihan-pelatihan yang ada.*

2. *Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa (H2 diterima). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak modal yang dimiliki maka akan meningkatkan perkembangan UMKM gula jawa. Dengan adanya modal usaha yang lebih besar maka pemilik UMKM dapat mengembangkan usahanya dari berbagai bidang.*
3. *Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM gula jawa (H3 ditolak). Tidak adanya pengaruh disebabkan karena pemasaran yang dilakukan pemilik UMKM gula jawa yaitu dengan menjual produk kepada pengepul yang ada di desa Jonggolsari sehingga menutup kemungkinan pemilik UMKM untuk meluaskan dan mempromosikan produknya di pasaran.*

Saran

setelah mengetahui hasil penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat direkomendasikan adalah sebagai berikut:

1. *Di karenakan karakteristik kewirausahaan mempengaruhi perkembangan UMKM maka pemerintah setempat yang ahli dalam bidang kewirausahaan dapat menyalurkan ilmu yang dimiliki kepada maskarakat pemilik UMKM gulajawa.*
2. *Di karenakan inovasi mengenai produk gula jawa yang kurang berkembang dan hanya beberapa pemilik UMKM gula jawa yang melakukan inovasi, maka kreativitas dan pengetahuan mengenai inovasi gula jawa perlu di tingkatkan lagi.*

Daftar Pustaka

- Bambang Riyanto, 1996 ,Pembelanjaan Perusahaan, BPFE, Yogyakarta.*
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Purnomo, Agung, Didin Hadi Saputra, dan Janner Simarmata. 2020. Kewirausahaan Dan Umkm. 1st Ed. Ed. Alex Rikki. Medan: Yayasan Kita Menulis.*
- Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. Jurnal Among Makarti. Vol.5, No.9.*
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. "Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia." 6(1): 51–58.*
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Pertama. Ed. Sutopo. Bandung: Alfabeta.*
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi VI. Yogyakarta*
- Wiratmo, Masykur. 1996. Pengantar Kewiraswastaan. Yogyakarta: BPFE-*

Yogyakarta.

Lampiran



Menjalin Silaturahmi @kknunsiqjongsari43
UNSIQ
Kuliah Sambil Ngaji ke Unsiq Aja!



