

## PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA, SKALA USAHA DAN SALURAN PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Irvan Kurniawan,<sup>✉</sup> Syamsu Hadi, Wijang Sakitri

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima Oktober 2018  
Disetujui Januari 2019  
Dipublikasikan Februari 2019

*Keywords:*

*Learning Facility; Learning Motivation; Parental Attention; Reward Giving; Teacher Communication;*

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan dan parsial antara kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha di UMKM Getuk Goreng Sokaraja Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Objek penelitian adalah UMKM Getuk Goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sumua populasi. Metode pengumpulan data dengan angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif presentase, analisis uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan partial kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran berpengaruh pada keberhasilan usaha sebesar 70,0 %. Secara parsial variabel kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha sebesar 46,1 %, skala usaha pada keberhasilan usaha sebesar 42,4% ,dan saluran pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan usaha sebesar 15,0 %. Saran yang dapat peneliti berikan yaitu Bagi wirausaha sebaiknya memperhatikan kompetensi berwirausaha ketika memulai usahanya, sedangkan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain selain variabel yang diteliti.

### Abstract

*The objective of this research is to find out the impact of entrepreneurial competence, scale enterprises, and marketing channel simultaneously and partially towards the success of UMKM Getuk Goreng Sokaraja's business in Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. The object of this research is the UMKM Getuk Goreng Sokaraja in Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. The sampling technique used in this research is the whole population. The researcher used the questionnaire as the method for collecting the data. Meanwhile, the percentage descriptive analysis, classical assumption test analysis, multiple linear regression analysis, and the hypothesis test with the help of SPSS program are the techniques used by the researcher in analyzing the data. The result shows that simultaneously entrepreneurial competence, enterprises scale, and the marketing channel influenced success of business for 70.0%. The partial influence entrepreneurial competence toward success of business was 46,1 %, enterprises scale toward success of business was 42,4 %, and marketing channel toward success of business was 15,0 %. The researcher's suggestions are that would be better if the entrepreneurs can give more attention to the entrepreneurial competence when they start their business., and also for the next researcher will be able to add some more variables except those variables which had analyzed in this study.*

© 2019 Universitas Negeri Semarang

<sup>✉</sup>Alamat korespondensi:

Gedung L1 Lantai 1 FE Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
E-mail: [irvan\\_kurniawan63@yahoo.com](mailto:irvan_kurniawan63@yahoo.com)

p-ISSN 2252-6544

e-ISSN 2502-356X

## PENDAHULUAN

Sektor UMKM mempunyai peran yang sangat strategis bagi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2014 jumlah populasi UMKM telah mencapai 57,7 juta unit usaha. Bahkan selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (profil bisnis UMKM oleh LPPI dan BI tahun 2015).

Bahkan, berdasarkan survei HSBC pada 2009 lalu, di tengah krisis finansial, sektor UMKM justru mencatat pertumbuhan yang baik. Dalam survei tersebut dinyatakan bahwa indeks kepercayaan UMKM di Indonesia masih di atas rata-rata. Indeks kepercayaan sektor ini masih berada di angka 101 poin atau satu tingkat di atas indeks netral sebesar 100 poin. Hal ini membuat UMKM menjadi level usaha

yang paling banyak mendominasi dunia usaha di Indonesia, dan semakin mengukuhkan kekuatannya terhadap krisis.

Di balik kontribusi UMKM yang cukup baik terhadap perekonomian nasional, ternyata sektor ini masih menyimpan segudang permasalahan yang sangat mendasar. UMKM, masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan (Adiningsih, 2001). Melihat peran UMKM yang sangat strategis timbul pertanyaan: "Mengapa masih banyak usaha yang sulit berkembang?"

Berbagai kajian menunjukkan masih ada beberapa kendala yang dialami oleh pengusaha mikro, kecil, dan menengah. Kendala ini terutama berkaitan dengan sejumlah persyaratan yang sulit dipenuhi oleh usaha kecil. Di bawah ini terdapat kelemahan-kelemahan UMKM yang dikemukakan oleh (Ariawati,2005).

**Tabel 1.** Kelemahan UMKM

No	Bidang	Kelemahan
1.	Pendidikan	Pendidikan yang dimiliki oleh pelaku UMKM relatif kurang tinggi
2.	Kompetensi, Keterampilan, & Keahlian	Profesionalisme, kemampuan teknis dan manajerial yang rendah
3.	Kemampuan penetras pasar	Kemampuan penetrasi pasar yg rendah karena produk yang inferior dan skala produksi yang kecil
4.	Permodalan	Modal usaha kecil dan sulit akses pada lembaga keuangan
5.	Teknologi industri	Lemah karena tidak ada akses pada lembaga keuangan
6.	Jaringan usaha/saluran pemasaran	Terbatas pada produk inferior dan jumlahnya terbatas
7.	Iklm usaha	Kurang menunjang karena adanya persaingan
8.	Sarana & Prasarana	Belum memiliki sarana dan prasarana

Sumber: Arinawati (2005)

Berbagai permasalahan di atas, pada kenyataannya saling terkait dan berinteraksi satu sama lain. Pemahaman secara mikro terhadap kondisi internal UMKM yang lebih mendalam diperlukan pihak pembina agar pembinaan tidak hanya terfokus pada satu sisi saja misalnya: kompetensi wirausaha, skala usaha, strategi pemasaran dan lain-lain. Tanpa memperhatikan

serta melakukan pembinaan terhadap berbagai faktor yang saling terkait di atas pengalaman telah membuktikan bahwa hanya kegagalan yang akan terjadi. Pembinaan yang hanya menekankan pada penyediaan pembiayaan usaha saja akan menemui kegagalan termasuk pengalaman kegagalan yang dialami sektor perbankan kita dalam membina UMKM pada masa lalu.

**Tabel 2.** Perkembangan UMKM Banyumas

No.	Kondisi	Tahun				
		2008	2009	2010	2011	2012
1.	Jumlah UMKM (unit)	580.023	580.536	581.049	581.049	581.351
2.	Jumlah tenaga kerja UMKM (orang)	874.869	875.412	875.925	875.925	876.227
3.	Jumlah UMKM yang telah mempunyai ijin usaha	1.970	2.905	3.883	4.880	5.672
4.	Jumlah UMKM yang mendapatkan pembinaan dan bantuan (unit)	612	1.447	1.846	1.490	1.559
5.	Jumlah UMKM yang telah memperoleh fasilitas permodalan	446	1.154	1.406	1.386	1.195

Sumber: Badan Pusat Statistik. Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia

Perkembangan UMKM di Banyumas relatif menunjukkan perkembangan yang baik. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah UMKM, terserapnya tenaga kerja, pembinaan, dan pemberian fasilitas permodalan. Namun meningkatnya kuantitas dari UMKM tidak selalu di barengi dengan peningkatan kualitas UMKM. Banyak dari UMKM di Banyumas yang masih stagnan tidak berkembang, bahkan banyak juga UMKM yang mengalami kemunduran. Sehingga banyak UMKM yang tidak berhasil dan gulung tikar. Hal ini menjadi permasalahan klasik yang terjadi pada UMKM.

UMKM sektor pertanian dan perikanan memegang peran penting dalam menyumbang PDRB Kabupaten Banyumas. Gula kelapa merupakan salah satu komoditas andalan Banyumas dengan produksi pada tahun 2012 sebanyak 63.102 ton dengan jumlah unit usaha sebanyak 31.812. Kemudian minyak atsiri yang merupakan produk ekspor. Selain itu produk yang menjadi andalan di Banyumas dan memiliki ke khasan di bandingkan dengan daerah lainnya adalah getuk goreng Sokaraja. Jumlah produksinya mencapai 3000 ton/bulan. Unit usaha nya pun mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya.

**Tabel 3.** Komoditi Andalan Kabupaten Banyumas

No	Komoditas	PRODUKSI	
		2011	2012
1	Gula Kelapa	59.360,35 ton	63.102,35 ton
	Minyak Atsiri		
	Minyak Nilam	52.125 kg	52.125 kg
2	Minyak Cengkeh	218.200 kg	218.250 kg
	Fraksinasi Nilam	1.300 kg	1.500 kg
	Fraksi. Cengkeh	750.000 kg	1.380.000 kg
3	Tepung Tapioka	14.474,8 ton/ bln	17.496 ton / bln
4	Getuk Goreng Sokaraja	3.000 ton/bln	3.055 ton/bln
5	Tahu	11.304 ton	11.304 ton
6	Susu	875 ton	1.855 ton
7	Mebel Kayu	67.200 set	67.301 set
8	Bio Etanol	3.760 kg/hr	3.760 kg/hr

Sumber : Badan Pusat Statistik. UMKM Indonesia 2013

Dari data tersebut kita dapat mengetahui Kabupaten Banyumas mempunyai produk UMKM yang unik dibandingkan dengan daerah lain dan menjadi komoditas unggulan yaitu Getuk Goreng Sokaraja.

Makanan khas Banyumas yang terbuat dari bahan utama singkong yang sudah terkenal tidak hanya di daerah Banyumas dan sekitarnya, akan tetapi sudah merambah ke berbagai daerah Indonesia. Meski dibuat tanpa pengawet, kuliner dengan ciri khas dibungkus dengan anyaman bambu atau dikenal dengan besek ini dapat bertahan sepuluh hari. Inilah alasan mengembangkan usaha dalam bidang pangan, baik berupa produk mentah, bahan setengah jadi maupun produk jadi merupakan kegiatan yang memiliki prospek sangat baik karena selama manusia hidup akan selalu memerlukan pangan untuk kebutuhan fisiknya. Jadi usaha dalam bidang pangan orientasinya bisa seumur hidup.

Berdasarkan hasil wawancara dilapangan diperoleh temuan tentang beberapa alasan

mengapa sektor makanan lebih diminati oleh masyarakat di wilayah marginal dan pedesaan antara lain: kemudahan akses terhadap bahan baku, tidak memerlukan keahlian khusus saat pengolahan serta kemudahan dalam pemasaran karena produk makanan khas memiliki permintaan yang tinggi (perputaran uang yang sangat cepat). Namun demikian sifat usaha yang hanya berorientasi jangka pendek yaitu menjual dipasar lokal yang hasil penjualan digunakan untuk konsumsi sehari-hari mayoritas pengusaha makanan tidak memiliki perencanaan untuk pengembangan produk ke pasar nasional maupun ekspor.

Terlebih lagi dengan kompetensi yang minim dilihat dari jenjang pendidikan wirausaha getuk goreng yang rendah yang rata-rata adalah lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) menjadikan usaha getuk goreng tidak berkembang bahkan mengalami kemunduran pada beberapa tahun terakhir. Hal tersebut bisa dilihat dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 4.** Perkembangan industri Getuk Goreng Sokaraja Banyumas

Unit Usaha				Jumlah Tenaga Kerja				Volume Produksi (Satuan Ton)			
2012	2013	2014	2016	2012	2013	2014	2016	2012	2013	2014	2016
69	73	68	37	587	554	523	386	3.055	4.242	3.525	2.750

Sumber: Disperindagkop Kabupaten Banyumas 2016

Tabel 4 menunjukkan bahwa industri getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas apabila dilihat dari unit produksi, volume produksi, dan jumlah tenaga kerja pada tahun 2016 mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan yang terjadi disebabkan oleh keadaan ekonomi pengrajin yang tidak menentu karena adanya persaingan usaha lain, jumlah produk yang dibeli konsumen, dan bahan baku yang sulit diperoleh. Hal ini pastinya berdampak kepada laba yang diperoleh oleh pengusaha. Laba dapat keberhasilan usaha berskala kecil dan daya saingnya para pengusaha dituntut untuk mengembangkan sumber daya internal secara superior, yang tidak transparan, sukar ditiru,

dijadikan indikator kuantitatif dari keberhasilan usaha perusahaan yang dapat menciptakan manfaat karena laba merupakan alat penting bagi dan kepuasan bagi para pemilik kepentingan. Hal ini sesuai dengan pendapat Widjaja (dalam Suryana, 2006:168) bahwa "Laba perusahaan masih merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran keberhasilan, tetapi bukan tujuan akhir dari perusahaan.

Teori *resource based strategy* dari Mahoney dan Pandian. Teori ini menggambarkan bahwa untuk meningkatkan inovatif dan memiliki strategi harga yang baik serta member daya saing jangka panjang (*futuristic*) yang kuat dan melebihi tuntutan masa kini di pasar dan situasi eksternal yang

bergejolak. Untuk memperoleh keuntungan yang berkesinambungan perusahaan harus mencari dan menumbuhkan kapabilitas khusus dari semua sumber daya yang mungkin belum dimanfaatkan secara optimal dan dapat diubah menjadi peluang produktif yang unik, melalui pencarian ide-ide baru atau wawasan manajemen yang lebih luas secara terus menerus. Menurut teori ini perusahaan yang berhasil meraih keuntungan dikarenakan menggunakan sumber daya yang lebih baik misalnya pola organisasi dan administrasi. Perpaduan *asset fisik tangible* (sumber daya manusia dan alam) dan *asset intangible* seperti kebiasaan berfikir kreatif termasuk kemahiran manajerial, budaya perusahaan proses kerja dan penyesuaian yang cepat atas tuntutan baru. (J.T. Mahoney dan J.R. Pandian 1992: jurnal volume.13 No.5).

Menurut Suyatno (2010; 179) keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan.

Menurut Ina Primiana (2009:49) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Tambunan (2002:14) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sumberdaya manusia, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Indikator keberhasilan usaha dari beberapa ahli adalah sebagai berikut:

Suryana (2003:285), mengemukakan keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya yaitu dengan

meningkatnya modal, pendapatan, volume penjualan, jumlah produksi dan tenaga kerja. Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya (Lestari, 2011).

Menurut Saboet (1994:15), kriteria keberhasilan usaha meliputi adanya peningkatan volume produksi, adanya tambahan tenaga kerja, adanya tambahan alat produksi dengan berharap adanya peningkatan kemampuan produksi serta adanya tambahan modal yang berasal dari laba di tahan.

Kasmir (2006:172), berpendapat bahwa keberhasilan usaha ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, meningkatnya jumlah produksi, meningkatnya keuntungan atau laba berkembang.

Sementara Lindrayanti (2003), mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha ditandai dengan dua hal yaitu bertambahnya jumlah karyawan dan meningkatnya jumlah omset.

Selanjutnya dalam bukunya Triton PB yang dikutip dari A. Kuriloff, John M, Jr dan Douglas

Cloud yang diakses dari ([www.puskur.net](http://www.puskur.net)): Terdapat 4 kompetensi utama dimiliki seorang wirausaha :

*Technical Competence*, memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun (*know-how*) sesuai bentuk usaha yang dipilih. Misalnya kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi.

*Marketing Competence*, memiliki kompetensi dalam bidang pemasaran, menemukan peluang pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

*Financial Competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, seperti mengatur pembelian dan penjualan perusahaan, pembukuan, dan perhitungan laba rugi perusahaan.

*Human Relation competence*, yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan.

Sementara itu skala usaha menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

Skala usaha merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya dengan melihat berapa jumlah karyawan yang dipekerjakan dan berapa besar pendapatan yang diperoleh dalam satu periode (Nicholas dan Holmes, 1989).

Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan tersebut. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Suharli, 2006). Adapun indikator skala usaha menurut Nicholas dan Holmes yaitu :

#### Jumlah dan Pendidikan Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja dapat menunjukkan berapa kapasitas perusahaan dalam mengoperasikan usahanya, semakin besar jumlah tenaga kerja semakin besar kompleksitas perusahaan. Apabila perusahaan

memiliki karyawan dengan sumber daya manusia yang tinggi maka dapat meningkatkan mutu output barang/jasa yang dihasilkan.

#### Peralatan dan Mesin Yang Dimiliki

Peralatan dan mesin yang dimiliki dapat menunjukkan berapa kapasitas perusahaan dalam mengoperasikan usahanya, semakin besar jumlah peralatan dan mesin yang dimiliki semakin besar kompleksitas perusahaan. Ketika suatu perusahaan memiliki mesin produksi sendiri hal ini tentunya akan menghemat pengeluaran produksi. Apabila kebutuhan akan jumlah peralatan dan mesin sudah terpenuhi maka dapat meningkatkan jumlah output yang dihasilkan. Modal dan persediaan bahan baku. Modal dan persediaan bahan baku yang dimiliki dapat menunjukkan berapa kapasitas perusahaan dalam mengoperasikan usahanya, semakin besar Modal dan persediaan bahan baku yang dimiliki semakin besar kompleksitas perusahaan. Besarnya modal yang dimiliki oleh wirausahawan pastinya akan berpengaruh terhadap usaha yang nanti akan di jalankan.

**Tabel 5.** Kriteria Skala Usaha

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	> 500 juta – 10 M	2,5 M – 50 M
Usaha Besar	> 10 M	> 50 M

Sumber: UU No 20 tahun 2008

Kementerian Koperasi dan UMKM mengelompokkan usaha mikro kecil dan menengah menjadi 3 (tiga) kelompok berdasarkan total asset, total penjualan tahunan, dan status usaha dengan kriteria sebagai berikut:

Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Hasil

penjualan bisnis tersebut paling banyak Rp. 100 juta.

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria antara lain:

Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 milyar. Usaha

yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar. Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Dibawah ini dikemukakan pengertian saluran distribusi : Pengertian marketing channel atau distribution channel menurut Fandy Tjiptono (2008; 185) yaitu: Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan).

Indikator saluran pemasaran menurut Keegan (1996:123) terbagi menjadi 3 yaitu: Informasi pasar, saluran distribusi dan daerah jangkauan pemasaran.

Informasi pasar adalah kumpulan data hal hal, kejadian, transaksi di perekonomian pasar yang sudah dikelompokkan dan memiliki nilai dan makna bagi perusahaan untuk dapat melakukan bisnis. Informasi ini yang digunakan oleh wirausaha untuk mengidentifikasi bagaimana keadaan pasar pada saat itu dan digunakan untuk mengambil langkah selanjutnya.

### Saluran Distribusi

Saluran distribusi inilah yang menjadi perantara khusus para produsen dengan para konsumen. Artinya, tanpa adanya saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen.

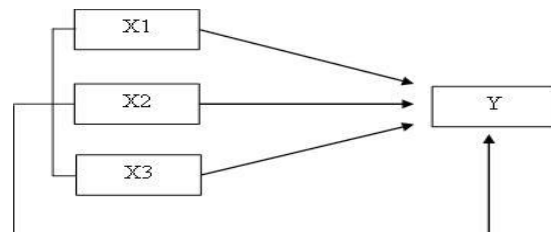
### Jangkauan Daerah Pemasaran

Jangkauan daerah pemasaran adalah seberapa jauh jangkauan wilayah produk/jasa yang telah pasarkan dapat diterima oleh konsumen. Artinya, semakin luas daerah jangkauan pemasaran barang/jasa yang produksi maka akan semakin besar juga output

barang/jasa yang dihasilkan yang nantinya akan berdampak kepada peningkatan laba.

### METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2013:15) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian yang data-datanya berbentuk angka. Senada dengan pernyataan ini Sriningsih (2000) juga berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif artinya analisisnya dilakukan terhadap data berbentuk angka. Penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif. Digunakannya pendekatan ini karena kegiatannya berupa pengumpulan data dalam rangka menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian (Sevilla 1993:71). Selain menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian ini juga menggunakan analisis inferensial. Penelitian ini adalah penelitian hubungan kausal. Penelitian ini untuk mencari pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*).



**Gambar 1.** Desain penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan teknik pengambilan sampel (teknik sampling) *Nonprobability sampling* dengan sampling Jenuh. Peneliti menggunakan teknik sampling Jenuh karena jumlah populasi sebanyak 37 yang tergolong kecil. Menurut Riduwan (2012:64), "Sampling Jenuh adalah teknik pengambilan apanila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal dengan istilah sensus. Sampling jenuh dilakukan bila populasinya kecil, kurang dari 30 atau mendekatinya.

Variabel Y dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha. Menurut Suryana (2003:285) mengemukakan keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatnya modal, pendapatan, volume penjualan, jumlah produksi dan tenaga kerja.

Sementara untuk variabel X1 yaitu kompetensi wirausaha dengan indikator menurut suryana 2003:5 yaitu *technical competences, marketing competence, financial competence, human relation competence*.

Variabel X2 yaitu skala usaha dengan indikator menurut (Nicholas dan Holmes, 1989) yaitu jumlah tenaga kerja, peralatan dan mesin produksi, dan modal.

Variabel X3 dalam penelitian ini adalah saluran pemasaran menurut (keegan 1996:123) dengan indikator yaitu informasi pasar, saluran distribusi, dan jangkauan daerah pemasaran.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner atau angket. Kuesioner tersebut ditujukan untuk wirausaha getuk goreng yang terdapat di Kecamatan Sokaraja Banyumas. Kuesioner yang digunakan telah teruji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS 21. Analisis yang digunakan adalah menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Model statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Y : keberhasilan usaha  
 $\alpha$  : Konstanta  
 $b_1, b_2, b_3$  : Koefisien persamaan regresi prediktor kompetensi wirausaha, skala, saluran  
 $X_1$  : Kompetensi wirausaha  
 $X_2$  : Skala usaha  
 $X_3$  : Saluran pemasaran  
 $e$  : Standar error

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. (Arikunto, 2000:64). Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kompetensi wirausaha, Skala usaha dan Saluran pemasaran dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.

H2: Kompetensi wirausaha dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.

H3: Skala usaha dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.

H4: Saluran pemasaran dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian digunakan untuk membuktikan serta menjawab hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan hasil data dari masing-masing variabel penelitian yaitu empat variabel independen, diantaranya kompetensi wirausaha ( $X_1$ ), skala usaha ( $X_2$ ), saluran pemasaran ( $X_3$ ), dan satu variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y) UMKM Getuk Goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten banyumas

**Tabel 6.** Hasil Analisis Deskriptif Persentase

Variabel	Presentase	Keterangan
Kompetensi wirausaha	70,9 %	Baik
Skala usaha	73,6 %	Baik



Saluran pemasaran

64,3 %

Baik

Sumber : data primer, diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat di simpulkan bahwa variabel bebas (kompetensi wirausaha, skala usaha, dan saluran pemasaran) memiliki presentase dengan kategori baik. Hal tersebut berarti sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel

bebas (kompetensi wirausaha, skala usaha, dan saluran pemasaran) yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau tidak. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah 10 dan nilai *tolerance* diatas 0,1. Berikut ini hasil pengolahan menggunakan program SPSS 21:

Tabel 7. Uji Multikolinieritas

## Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-30.605	6.734		-4.545	.000		
X1	.461	.087	.492	5.320	.000	.973	1.028
X2	.554	.112	.489	4.932	.000	.847	1.180
X3	.421	.175	.239	2.412	.022	.848	1.180

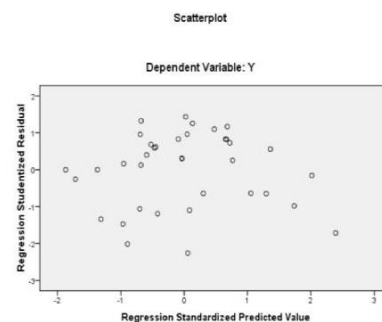
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel kompetensi wirausaha, skala usaha, saluran dan pemasaran.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji sama atau tidaknya varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, maka disebut terjadi homokedastisitas, dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi

heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat berdasarkan grafik Scatterplots berikut ini:



Gambar 2. Uji Hetersokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *Scatterplots* dengan

pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y.

Berdasarkan grafik *Scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar secara baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model ini layak digunakan untuk memprediksi keberhasilan usaha berdasarkan variabel kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi

normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal terlihat dari sebaran data yang bergerombol di sekitar garis uji dan tidak ada data yang terletak jauh dari sebaran data. Kenormalan data dapat dilihat dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* berdasarkan nilai *unstandardized residual* (e). Data dianalisis dengan bantuan komputer program SPSS versi 21. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka data penelitian berdistribusi normal. Hasil output SPSS versi 21 adalah sebagai berikut:

**Tabel 8.** Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	0000000
	Std. Deviation	2.43506032
Most Extreme Differences	Absolute	120
	Positive	077
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		733
Asymp. Sig. (2-tailed)		656

Sumber : Data primer, diolah tahun 2017

$H_0$  diterima jika nilai *sig (2-tailed)*  $> 5\%$ . Besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pengelolaan SPSS adalah 0,94 dan nilai signifikan 0,34  $> 0,05$ , hal ini berarti  $H_0$  diterima yang berarti data terdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kompetensi Wirausaha ( $X_1$ ), Skala Usaha ( $X_2$ ), Saluran pemasaran ( $X_3$ ), dan Keberhasilan usaha (Y). Hipotesis yang disusun dalam penelitian ini empat, yaitu:

Kompetensi wirausaha, Skala usaha dan Saluran pemasaran dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas

Kompetensi wirausaha dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.

Skala usaha dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.

Saluran pemasaran dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 21. Hasil analisis disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 9.** Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-30.605	6.734		-4.545	.000
X1	.461	.087	.492	5.320	.000
X2	.554	.112	.489	4.932	.000
X3	.421	.175	.239	2.412	.022

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer, diolah tahun 2017

Tabel analisis regresi linier berganda di atas menunjukkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -30,605 + 0,461X_1 + 0,554X_2 + 0,421X_3 + e.$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

Konstanta = -30,605

Jika variabel kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran bernilai 0, maka variabel keberhasilan usaha bernilai -6,928.

Koefisien  $X_1 = 0,46$  Jika variabel kompetensi wirausaha mengalami kenaikan 1%, sementara variabel skala usaha dan saluran pemasaran tetap, maka akan menyebabkan kenaikan variabel keberhasilan usaha sebesar 0,461. Harga koefisien regresi menunjukkan bahwa pengaruh kompetensi wirausaha pada keberhasilan usaha adalah positif, artinya setiap kenaikan 1% kompetensi wirausaha, maka diikuti kenaikan keberhasilan usaha sebesar 0,461 pada konstanta -30,605 dan sebaliknya.

Koefisien  $X_2 = 0,554$

Jika variabel skala usaha mengalami kenaikan 1%, sementara variabel kompetensi wirausaha dan saluran pemasaran tetap, maka akan menyebabkan kenaikan variabel keberhasilan usaha sebesar 0,554. Harga koefisien regresi positif menunjukkan bahwa pengaruh skala Koefisien saluran pemasaran mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel kompetensi wirausaha dan skala usaha tetap, maka akan menyebabkan kenaikan keberhasilan usaha sebesar 0,421. Harga koefisien regresi positif menunjukkan bahwa pengaruh saluran pemasaran adalah positif, artinya setiap kenaikan 1% saluran pemasaran, maka diikuti kenaikan keberhasilan usaha sebesar 0,421 pada konstanta -30,605.

Uji simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha secara bersama-sama. Hasil uji F dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 10.** Uji Simultan

Model	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	563.456	3	187.819	29.036	.000 <sup>a</sup>
Residual	213.463	33	6.469		
Total	776.919	36			

Sumber: Data primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 21 menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar

29.036 dengan signifikansi 0,000 karena signifikansi  $< 0,05$ , menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh signifikan. Sehingga

hipotesis 1 ( $H_1$ ) yang diuji dalam penelitian ini yaitu “Kompetensi wirausaha, Skala usaha, dan Saluran pemasaran dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas.” **diterima**, yang berarti bahwa kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran

pemasaran secara bersama-sama dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Uji R<sup>2</sup> dilakukan untuk mengetahui seberapa besar usaha atau kontribusi yang diberikan oleh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen secara simultan Hasil koefisien determinasi simultan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan tabel berikut ini:

**Tabel 11.** Uji Koefisien Determinasi Simultan

<b>Model</b>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	.852 <sup>a</sup>	.725	.700	2.54334

Sumber: Data primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21 diperoleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* = 0,700 kemudian dikalikan 100% untuk mengetahui besarnya R<sup>2</sup> yaitu sebesar 70,0%, berarti kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran secara bersama-sama dapat meningkatkan keberhasilan usahasebesar 70,0%, kemudian sisanya 30,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan

diatas, dapat disimpulkan bahwa sebesar 70,0% keberhasilan usaha UMKM Getuk Goreng Sokaraja Banyumas dipengaruhi oleh kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran. Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas, yaitu kompetensi wirausaha (X<sub>1</sub>), skala usaha (X<sub>2</sub>), dan saluran pemasaran (X<sub>3</sub>). Hasil uji parsial (t) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 12.** Uji Parsial ( Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Zero orde	Partia	Part
1(Constant)	-30.605	6.734		-4.545	.000			
X1	461	087	.492	5.320	.000	.592	.679	.485
X2	554	112	.489	4.932	.000	.648	.651	.450
X3	421	175	.239	2.412	.022	.492	.387	.220

Sumber Data primer, diolah tahun 2017

#### **Pengujian Hipotesis 2 H<sub>2</sub>**

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 21 menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel kompetensi wirausaha (X<sub>1</sub>) dengan uji t diperoleh  $t_{hitung} = 5,320$  dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi

yang diperoleh  $<0,05$ , menunjukkan bahwa nilai  $t$  yang diperoleh tersebut signifikan. Sehingga hipotesis 1 ( $H_1$ ) yang diuji dalam penelitian ini, yaitu “Kompetensi wirausaha dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas” diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi kompetensi wirausaha, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat.

### Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ )

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 21 menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel skala usaha ( $X_2$ ) dengan uji  $t$  diperoleh  $t_{hitung} = 4,932$  dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi yang diperoleh  $<0,05$ , menunjukkan bahwa nilai  $t$  yang diperoleh tersebut signifikan. Sehingga hipotesis 2 ( $H_2$ ) yang diuji dalam penelitian ini, yaitu “Skala usaha dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas” **diterima**. Hal ini berarti, semakin tinggi skala usaha, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat.

### Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ )

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 21 menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial untuk variabel citra saluran pemasaran ( $X_3$ ) dengan uji  $t$  diperoleh  $t_{hitung} = 2,412$  dengan signifikansi 0,022 karena signifikansi yang diperoleh  $<0,05$ , menunjukkan bahwa nilai  $t$  yang diperoleh tersebut signifikan. Sehingga hipotesis 3 ( $H_3$ ) yang diuji dalam penelitian ini, yaitu “Saluran pemasaran dapat meningkatkan secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas” **diterima**. Hal ini berarti, semakin tinggi saluran pemasaran, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat.

Uji determinasi parsial digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen (kompetensi wirausaha, skala usaha, dan saluran pemasaran) pada variabel dependen (keberhasilan usaha). Uji determinasi parsial ( $r^2$ ) diperoleh dari hasil pangkat 2 nilai *correlation partial*. Hasil uji determinasi parsial masing-masing variabel ditampilkan pada tabel berikut:

**Tabel 13.** Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
(Constan								
t)	-30.605	6.734		-4.545	.000			
X1	.461	.087	.492	5.320	.000	.592	.679	.485
X2	.554	.112	.489	4.932	.000	.648	.651	.450
X3	.421	.175	.239	2.412	.022	.492	.387	.220

Sumber: Data primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) pada tabel 4.16, maka kontribusi variabel kompetensi wirausaha pada

keberhasilan usaha sebesar  $(0,679)^2 \times 100\% = 46,1\%$ , dengan asumsi variabel kompetensi wirausaha dianggap tetap. Kontribusi variabel skala usaha sebesar  $(0,651)^2 \times 100\% = 42,4\%$ ,

dengan asumsi variabel skala usaha dianggap tetap. Kontribusi variabel saluran pemasaran sebesar  $(0,387)^2 \times 100\% = 15,0\%$ , dengan asumsi variabel saluran pemasaran dianggap tetap. Hasil perhitungan analisis deskriptif presentase diperoleh hasil bahwa kompetensi wirausaha termasuk dalam kriteria baik, dilihat dari skor rata-rata sebesar 70,9%. Besarnya pengaruh kompetensi wirausaha dapat dilihat berdasarkan hasil uji hipotesis koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) sebesar 46,1 %. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nina Marlina dengan judul “Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra Ukm Boneka Paris Van Java Di Bandung”. Kompetensi wirausaha dan orientasi pasar secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar (0,730) dengan arah positif, terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung sebesar 53,3% menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang terdiri dari kompetensi wirausaha dan orientasi pasar secara simultan mampu menerangkan perubahan yang terjadi pada kinerja bisnis. Kompetensi wirausaha secara parsial memberikan pengaruh sebesar 22,8% terhadap kinerja bisnis, sementara orientasi pasar secara parsial memberikan pengaruh sebesar 35,4% terhadap kinerja bisnis. Koefisien kompetensi wirausaha bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi wirausaha akan meningkatkan kinerja bisnis. Kemudian koefisien orientasi pasar juga positif menunjukkan bahwa semakin jelas orientasi pasar akan meningkatkan kinerja bisnis. Hal tersebut semakin memperjelas keterkaitan kompetensi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha sesuai teori dari Suryana (2006:5), mengemukakan bahwa kompetensi kewirausahaan diartika sebagai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu (personality) yang langsung berpengaruh pada kinerja bisnis. Dimana kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang selalu ingin dicapainya yaitu adalah keberhasilan usaha. Kesimpulan hasil temuan dari penelitian ini sesuai dengan

Teori *resource based strategy* dari Mahoney dan Pandian. Menurut teori ini perusahaan yang berhasil meraih keuntungan dikarenakan menggunakan sumber daya yang lebih baik misalnya pola organisasi administrasi, dan memaksimalkan kompetensi wirausaha. Perpaduan aset fisik tangible (sumber daya manusia dan alam) dan aset intangible seperti kebiasaan berfikir kreatif termasuk kemahiran manajerial, budaya perusahaan, proses kerja, dan penyesuaian yang cepat atas tuntutan baru. Teori ini dinilai potensial untuk memelihara keberhasilan usaha suatu perusahaan kecil ketika berada dalam kondisi eksternal yang bergejolak seperti krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti di Indonesia beberapa waktu lalu. Dari teori berbasis sumber daya tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konteks persaingan bebas seperti saat ini. Wirausaha harus menggunakan strategi pengelolaan usahanya dimana sumber daya internal yang paling penting adalah wirausaha.

Hasil perhitungan analisis deskriptif presentase diperoleh hasil skala usaha termasuk dalam kategori baik, dilihat dari skor rata-rata sebesar 73,6%. Besarnya pengaruh skala usaha dapat dilihat berdasarkan hasil uji hipotesis koefisien determinasi parsial yaitu ( $r^2$ ) sebesar 42,4%. Hasil penelitian yang sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endang Purwanti (2012) dengan judul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan usaha UMKM di Desa Dayaan Kalilondo Salatiga” terbukti bahwa skala usaha secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,08 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat di simpulkan bahwa temuan penelitian ini juga sesuai dengan teori produksi oleh teori Sukirno (2005) input atau sumber daya yang di gunakan dalam proses produksi disebut faktor-faktor produksi yakni Manusia (Tenaga Kerja), Modal, Kewirausahaan. Sukirno (2005) Untuk menghasilkan barang atau jasa guna menunjang keberhasilan usaha diperlukan

faktor-faktor produksi seperti bahan baku tenaga kerja, modal, dan keahlian pengusaha.

Hasil perhitungan analisis deskriptif presentase diperoleh hasil saluran pemasaran termasuk dalam kategori baik, dilihat dari skor rata-rata saluran pemasaran sebesar 64,3%. Besarnya pengaruh saluran pemasaran dapat dilihat berdasarkan hasil uji hipotesis koefisien determinasi parsial yaitu ( $r^2$ ) sebesar 15,0%. Hasil penelitian yang sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endang Purwanti (2012) dengan judul "Pengaruh Karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha Umkm Di Desa Dayaan Kalilondo Salatiga" menunjukkan terdapat pengaruh yang positif namun tidak signifikan faktor saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha dengan nilai  $t$  hitung sebesar 0,502 dan sig 0,619 lebih besar dari alpha 0,05. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sesuai dengan dengan teori yang dikemukakan oleh Harper, Arville dan Jean Claude (2000:204) mengatakan bahwa keberhasilan perusahaan ditentukan oleh dua aspek kecocokan strategis. Pertama, strategi pemasarannya harus cocok dengan kebutuhan dan hambatan-hambatan dari lingkungan pasar. Kedua, perusahaan harus mampu dengan efektif menerapkan strategi itu. Sedangkan teori lain yang memperkuat adalah teori dari Never and Slater (1990), Jaworski dan Kohli (1993), dan Deshpande et.al (1993) dalam Blankson dan Stokes (2002) menyebutkan bahwa usaha-usaha kecil menghadapi kendala dalam hal orientasi pasar untuk mendukung keberhasilan usaha mereka. Kelemahan usaha kecil antara lain adalah kurangnya riset, aktivitas usaha yang tidak terencana dengan baik, lebih menggantungkan pada intuisi dan energi dari pemilik usaha, menempatkan pemasaran pada prioritas yang rendah dibanding aspek usaha lainnya.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan, dapat disimpulkan berikut. Kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan pada keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng

Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Hal ini berarti semakin tinggi kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin rendah kompetensi wirausaha, skala usaha, dan saluran pemasaran maka keberhasilan usaha akan semakin menurun.

Kompetensi wirausaha dapat berpengaruh secara positif dan signifikan pada keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Hal ini berarti semakin tinggi kompetensi wirausaha, maka keberhasilan usaha akan meningkat. Sebaliknya, semakin rendah kompetensi wirausaha, maka keberhasilan usaha akan semakin menurun.

Skala usaha dapat berpengaruh secara positif dan signifikan pada keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Hal ini berarti semakin tinggi skala usaha, maka keberhasilan usaha akan meningkat. Sebaliknya, semakin rendah skala usaha, maka keberhasilan usaha akan semakin menurun. Saluran pemasaran dapat berpengaruh secara positif dan signifikan pada keberhasilan usaha UMKM Getuk goreng Sokaraja di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Hal ini berarti, semakin tinggi saluran pemasaran, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin rendah saluran pemasaran, maka keberhasilan usaha akan semakin menurun.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis dengan segenap kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Faturrokhman, M. Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang, kepada Dr. Wahyono, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas negeri Semarang, terima kasih juga kepada Dr. Ade Rustiana, M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang, selanjutnya peneliti sampaikan kepada Drs. Syamsu Hadi, M.Si dan Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd. yang telah membimbing dan mendidik penulis, kepada

Bapak dan Ibu yang telah berjuang dalam memberikan pendidikan yang terbaik kepada penulis, dan juga kepada bapak Amin saefudin, ST atas nama kepala Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Banyumas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. 2001. Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 5 April 2017.
- Ariawati. 2005. Usaha kecil dan peluangkerja, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 3 Maret 2017.
- Disperindagkop Kabupaten Banyumas 2016
- Arikunto, Suharmini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, edisi revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia
- Ina, Primiana. 2009. *Menggerakkan sektor riil UKM & industri*. Bandung:Alfabeta.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kuriloff, Arthur H., John M. Memphil, Jr. Douglas Cloud. 1993. *Starting And Managing The Small Business 3rd ed*, New York :Mc Graw Hill.
- Lindrayanti, P. 2003. Sikap Kewirausahaan Dalam Hubungannya Dengan keberhasilan usaha pedagang buah di pasar Guntur Garut. *Skripsi*. Bandung: UPI.
- Mahoney,J.T, J.R.Pandian.1992. *TheResource Based View Within Conversation of Strategic Managemen. Journal* Vol.13, No.5
- Nicholson, Walter. 2002. *Microeconomic Theory.Basic Principle and Extensions*. New York: Harcourt Brace Colege Publishers.
- Saboet, H.V. 1994. *Pentingnya Informasi Akuntansi Dalam Kehidupan Manajemen Majalah Ekonomi* No. 11 – TH. 111-1994.
- Sevilla, Consuelo et, Al. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sriningsih, RS. 2000. *Statistika Inferensial*. Semarang: IKIP Semarang.
- Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suyatno Purnama, Chamdan. 2010. *Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, pp. 177-184
- Tulus, Tambunan. 2002. *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: LP3ES