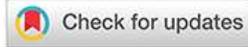


PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM (Studi Pada UMKM Tenun Ikat di Kabupaten Sumba Barat Daya, NTT)



¹Abas Kasim, ²Juita L.D. Bessie, ³Anthonius B. Messakh, ⁴Thomas W. Isliko

*^{1,2,3,4}Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nusa Cendana - Indonesia*

e-mail:

¹abaskasim@staf.undana.ac.id

^{2*}juitabessie@staf.undana.ac.id (*corresponding author*)

³anthoniusmessakh@staf.undana.ac.id

⁴thomasisliko@staf.undana.ac.id

ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of entrepreneurial characteristics, capital, and marketing strategies simultaneously or partially on the development of MSMEs in Ikat weaving in SBD Regency. The sample in this study was Ikat MSMEs in SBD Regency, totaling 55 MSMEs. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis and hypothesis testing through the *t* test and *F* test. The results of the study show that entrepreneurial characteristics and capital have a significant effect on business development, while marketing strategy has not significant effect. For this reason, MSMEs in SBD Regency must improve their marketing strategy so that they can determine the right market segment and take advantage of advances in internet technology to promote products with low promotional costs but a wide reach.*

Keywords: *Ikat Weaving; Entrepreneurial Characteristics; Capital; Marketing Strategy; Development of MSMEs*

Diterima (Received) : 04-07-2023

Direvisi (Revised) : 24-10-2023

Disetujui (Approved) : 25-10-2023

Dipublikasi (Published) : 01-11-2023



©2023 Copyright (Hak Cipta) : Penulis (Authors)

Diterbitkan oleh (Published by) : Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Cendana, Kupang – Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi (This is an open access article under license) :

CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Berkembangnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang produktif sangat membantu perekonomian suatu negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini memiliki kemampuan untuk menggerakkan roda perekonomian di suatu negara. Tumbuhnya sector UMKM/swasta yang melebihi jumlah sektor publik menjadi indikator suatu Negara dikategorikan Negara maju atau berkembang (ekon.go.id, 2021). Di banyak negara yang sedang berkembang, sektor UMKM menjadi *prime mover* yang penting bagi pertumbuhan ekonomi (Nugraha, 2011).

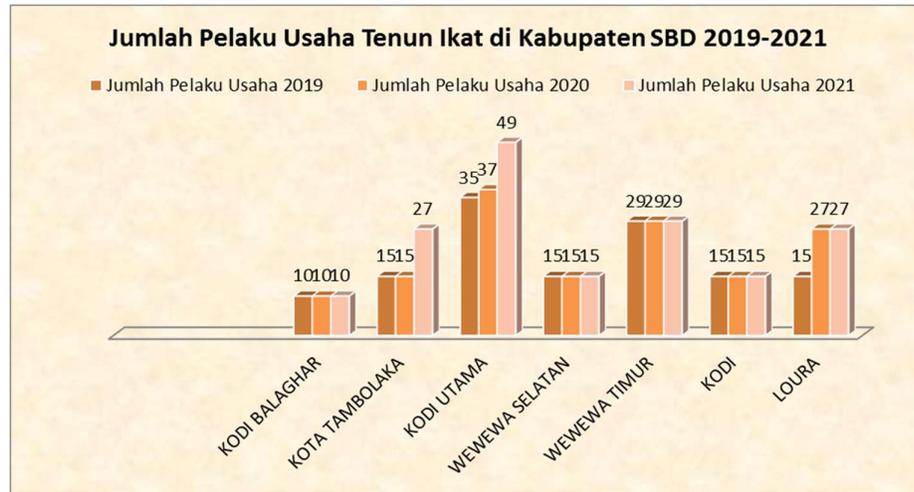
Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia. Di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) sendiri pertumbuhan UMKM cukup signifikan. Ekonomi NTT berkembang lebih cepat dari pertumbuhan nasional karena kontribusi sektor UMKM dan pariwisata, menurut data publikasi Bank Indonesia (2016). Jumlah pelaku UMKM di NTT adalah 104.157 perusahaan yang tersebar di 22 kabupaten/kota. (nttonlinenow.com, 2019).

Salah satu UMKM yang berkembang adalah kerajinan tenun ikat. Setiap pulau di NTT memiliki corak dan ragam hias tenun ikat yang memiliki karakteristik yang unik. Kain tenun dari Pulau Sumba memiliki ciri khas dan beragam motif pada masing-masing kain tenun ikatnya. Ada yang bermotif polos, berwarna-warni, tumbuhan, hewan, dan manusia. Motif manusia, tumbuhan, dan hewan kebanyakan di gunakan oleh suku-suku yang ada di Sumba Timur, sedangkan Sumba Barat, dan Sumba Barat Daya (SBD) lebih dominan menggunakan motif polos, simetris, dan berwarna (Setiawan & Suwarnigdyah, 2014).

Pulau Sumba merupakan salah satu Pulau di NTT yang memiliki kekayaan wisata yang komplit, baik wisata alam, minat khusus maupun budaya yang cukup populer tidak hanya bagi wisatawan domestik tetapi juga dunia (wisatasumba.co.id, 2022). Sektor pariwisata Sumba yang begitu maju, menjadi magnet bagi aktivitas perekonomian untuk berkembang pesat disana (antaranews.com, 2018). Salah satunya adalah bisnis UMKM kain tenun ikat. Sentra bisnis ini berkembang pesat di salah satu kabupaten di Pulau Sumba, yaitu Kabupaten Sumba Barat Daya (SBD). Data Dinas Koperasi UKM Perdagangan & Perindustrian Kabupaten SBD tahun 2022, menunjukkan jumlah pelaku UMKM tenun ikat di kabupaten tersebut. Data pada Gambar 1 menunjukkan pertumbuhan pelaku UMKM tenun ikat di Kabupaten SBD terutama di Kecamatan Kodi Utama mengalami pertumbuhan dari tahun 2019 yang terus bahkan meningkat signifikan hingga tahun 2021. Hal tersebut juga senada dengan Kecamatan Tambolaka dan Kecamatan Loura.

Dalam dinamika perjalanan usahanya, ada beberapa UMKM yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Indarti dan Langenberg (2004) di Yogyakarta, ada beberapa komponen yang memengaruhi kesuksesan UMKM. Karakteristik wirausaha, pemasaran, teknologi, dan modal semua memberikan dampak positif pada kesuksesan bisnis. Hal yang sama terjadi dalam perkembangan usaha UMKM tenun ikat di Kabupaten SBD. Hal ini perlu dilakukan penelitian mengenai tentang Pengaruh Karakteristik Witausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha UMKM Tenun Ikat di Kabupaten SBD.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana karakteristik wirausaha, modal usaha, dan modal usaha secara bersamaan dan parsial mempengaruhi pertumbuhan bisnis UMKM tenun ikat di Kabupaten SBD.



Sumber : Dinas Koperasi UKM Perdagangan & Perindustrian Kabupaten SBD, 2022

Gambar 1
Jumlah Pelaku Usaha Tenun Ikat di Kabupaten SBD 2019-2021

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS

Kewirausahaan

Menurut Saiman (2009:43), kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan metode kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Menurut Drucker (1959), kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan unik (*ability to create the new and different*). Beberapa faktor yang mempengaruhi kesuksesan kewirausahaan yaitu : karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan perkembangan usaha (Purwanti, 2012).

Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha menurut McClelland dalam Wiratmo (2001:24) adalah: “keinginan untuk berprestasi, keinginan untuk bertanggung jawab, referensi kepada risiko-risiko menengah, persepsi pada kemungkinan berhasil, rangsangan oleh umpan balik, aktivitas enerjik, orientasi ke masa depan, ketrampilan dalam pengorganisasian, dan sikap terhadap uang”. Karakteristik seorang wirausaha belum sepenuhnya ada pada pelaku UMKM. Salah satunya adalah ketrampilan pengorganisasian usaha. Pendapatan dari hasil usaha mereka belum dapat dipisahkan antara pemenuhan sehari-hari dan keuntungan untuk perputaran modal usaha (Purwanti, 2012).

Modal Usaha

Menurut Sukirno (2009: 76), “pengeluaran untuk membeli peralatan produksi dan barang modal dengan tujuan meningkatkan modal dalam kegiatan ekonomi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dikenal sebagai modal usaha atau investasi”. Modal usaha dapat bersumber dari modal sendiri, pinjaman maupun modal patungan (Nugraha, 2011). Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM tenun

2. Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha UMKM Tenun Ikat di Kabupaten Sumba Barat Daya.
3. Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Perkembangan Usaha UMKM Tenun Ikat di Kabupaten Sumba Barat Daya.
4. Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha UMKM Tenun Ikat di Kabupaten Sumba Barat Daya secara bersama.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 5 UMKM Tenun Ikat (dimana dari 11 kecamatan yang ada di Kabupaten SBD, diambil 5 UMKM) di Kabupaten SBD. Pengambilan sampel 5 UMKM ini didasarkan pada pertimbangan waktu, tenaga & dana, sehingga jumlah ini dianggap representatif untuk penelitian ini. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menarik sampel dalam penelitian. Penelitian ini mengumpulkan semua data melalui kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan output aplikasi program SPSS IBM V.21, didapati hasil persamaan regresi :

$$Y = -19.575 + 0.824 X_1 + 0.28 X_2 + 0.157 X_3$$

Dimana:

- Y : Perkembangan UMKM
- X₁ : Karakteristik Wirausaha
- X₂ : Modal Usaha
- X₃ : Strategi Pemasaran

Hasil Uji Hipotesis

Uji Kontribusi Variabel (Uji t)

Data Tabel 1 menunjukkan nilai sig X₁ pada α 0.05 sebesar 0,00 < sig 0,05 artinya Karakteristik Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 1
Uji Kontribusi Variabel

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-19.575	6.764		-2.894	0.006
	Karakteristik Wirausaha	0.824	0.147	0.533	5.613	0,000
	Modal Usaha	0.28	0.071	0.34	3.924	0,000
	Strategi Pemasaran	0.157	0.109	0.136	1.435	0.157

a. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

Sumber : data diolah peneliti , 2022

Berdasarkan data pada Tabel 1, diketahui bahwa nilai sig X2 pada α 0.05 sebesar $0,000 < \text{sig } 0,05$ artinya Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Nilai sig X3 pada α 0.05 sebesar $0,157 > \text{sig } 0,05$ artinya Strategi pemasaran berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap perkembangan usaha.

Uji Kebaikan Model (Uji F)

Data pada tabel 2 menunjukkan nilai sig pada α 0.05 sebesar $0,000 < \text{sig } 0,05$ artinya Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 2
Uji Kebaikan Model

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	1254.755	3	418.252	48.813	,000 ^b
1	Residual	436.991	51	8.568		
	Total	1691.745	54			

a. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Modal Usaha , Karakteristik Wirausaha

Sumber : data diolah peneliti , 2022

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kontribusi variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2014).

Tabel 3
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,861 ^a	0.742	0.726	2.92719

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Modal Usaha , Karakteristik Wirausaha

Sumber : data diolah peneliti , 2022

Data pada tabel 3-menunjukkan nilai R 0.861 mendekati nilai 1, sehingga dapat dikatakan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini baik. Sedangkan nilai adjusted R^2 menunjukkan 0,726 atau 72,6% perkembangan usaha dipengaruhi oleh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran, sedangkan sisanya 27,4% merupakan variabel lain di luar cakupan penelitian ini.

Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Perkembangan Usaha

Nilai sig X1 pada α 0.05 sebesar $0,00 < \text{sig } 0,05$ artinya karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Impikasinya adalah semakin karakteristik sebagai seorang wirausaha tertanam dan nampak dari para pelaku UMK

tenun ikat di Kabupaten SBD ini kuat, kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha mereka juga semakin tinggi.

Menurut Wahyudi (2012: 47-48), "karakteristik sebagai seorang yang terdiri dari *passion* (semangat menjalankan usaha tanpa terasa dibebani), mandiri (mampu bertindak dan membuat keputusan sendiri), sikap peka dalam menangkap dan menciptakan peluang di pasaran, kreatif dan inovatif, berani mengambil resiko dan mengantisipasi kegagalan, gigih dan tidak mudah putus asa serta mengutamakan etika ketika berhadapan dengan pelanggan", diperlukan bagi setiap pelaku usaha dalam hal ini pelaku usaha tenun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indarti dan Langenberg (2004) di Yogyakarta, yang menemukan bahwa beberapa komponen mempengaruhi kesuksesan UMKM; ini termasuk karakteristik wirausaha, pemasaran, teknologi, dan modal, yang masing-masing secara positif dan signifikan mempengaruhi kesuksesan bisnis.

Pengaruh Modal Usaha terhadap Perkembangan Usaha

Nilai sig X2 pada α 0.05 sebesar 0,00 < sig 0,05 artinya modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Impikasinya adalah dengan modal usaha yang memadai maka kemampuan untuk mengembangkan usaha semakin tinggi.

Mayoritas para pelaku usaha di SBD memiliki sumber permodalan usaha tenun ikat dari modal sendiri. Sumber permodalan mandiri memiliki kelebihan diantaranya : "tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan, tidak tergantung pada pihak lain, tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama, modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain" (Sukirno, 2009: 76).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Indarti dan Langenberg (2004) bahwa kesuksesan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya karakteristik wirausaha, pemasaran, teknologi serta modal mempengaruhi kesuksesan bisnis secara positif & signifikan.

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa nilai sig X3 pada α 0.05 sebesar 0,157 > sig 0,05 artinya Strategi pemasaran berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap perkembangan usaha. Hal ini berimplikasi bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pelaku UMKM kain tenun di SBD belum mampu meningkatkan usahanya secara signifikan.

Pengaruh yang tidak signifikan tersebut dikarenakan beberapa kelemahan dalam penerapan strategi pemasaran disana. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran, dalam hal menentukan segmen, target pasar, saluran distribusi yang tepat serta bauran promosi yang efektif untuk memasarkan produk dengan biaya minim namun efektif. Misalnya dari segi penentuan segmen pasar yang masih bias, serta promosi untuk memperkenalkan produknya yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Distribusi yang dilakukan juga hanya menjual produk di lokasi usaha yang berfungsi sebagai rumah. Dengan metode seperti para pelaku UMKM hanya mampu menunggu pembeli datang.

Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha

Data pada tabel 2 di atas menunjukkan nilai sig pada α 0.05 sebesar $0,000 < \text{sig} < 0,05$. Oleh sebab itu Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha.

Hubungan yang signifikan ini juga ditunjukkan dari nilai adjusted R2 sebesar 0,726 atau 72,6% perkembangan usaha dipengaruhi oleh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran, sedangkan sisanya 27,4% dipengaruhi variable lain di luar cakupan penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini terdapat beberapa kesimpulan yaitu variabel karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Impikasinya adalah semakin karakteristik sebagai seorang wirausaha tertanam dan nampak dari para pelaku UMKM tenun ikat di Kabupaten SBD ini kuat kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha mereka juga semakin tinggi. Variabel modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Impikasinya adalah dengan modal usaha yang memadai maka kemampuan untuk mengembangkan usaha semakin tinggi. Variabel Strategi pemasaran berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap perkembangan usaha. Hal ini berimplikasi bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pelaku UMKM kain tenun di SBD belum mampu meningkatkan usahanya secara signifikan. Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha, dimana besar kontribusi ketiga variable bebas tersebut terhadap perkembangan UMKM tenun ikat di Kabupaten SBD sebesar 72,6%.

Saran untuk pelaku UMKM tenun ikat di Kabupaten SBD agar kegiatan pemasaran lebih ditingkatkan lagi dengan menentukan segmen pasar yang tepat serta dapat memanfaatkan kemajuan teknologi internet untuk mempromosikan produk dengan *cost* promosi yang rendah namun berdaya jangkau luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. (2022). Pulau Sumba NTT: Destinasi Wisata Sejarah dan Budaya yang Menakjubkan. <https://wisatasumba.co.id/pulau-sumba-ntt-destinasi-wisata-sejarah-dan-budaya-yang-menakjubkan.html>. Tanggal akses 07 Juni 2022.
- Lewokeda, A. (2018). Pulau Sumba Unggulan Baru Pariwisata NTT. <https://www.antaraneews.com/berita/693848/pulau-sumba-unggulan-baru-pariwisata-ntt>. Tanggal akses 25 Maret 2021
- Dinas Koperasi UKM Perdagangan & Perindustrian. (2022). Data Jumlah Pelaku Usaha UMKM Tenun Ikat di Sumba Barat Daya. Tambolaka : Dinas Koperasi UKM Perdagangan & Perindustrian, SBD.
- Drucker, P. (1959). Landmarks of Tomorrow. New York: Harper & Brothers.
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2004). Factors Affecting Business Success Among SMES: Empirical Evidences from Indonesia, The Second Bi-Annual European Summer University 2004, University of Twente, Enschede, The Netherlands, September, 19-21st.
- Kurtz, D. L. & Boone, L. E. (2008). Pengantar Bisnis Kontemporer, buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Limanseto, H. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Tanggal akses : 19 Juni 2022
- Nugraha, A. (2011). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendapatan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri. Skripsi. Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*. Vol.5 No.9. pp 13-28.
- Saiman. (2009). *Kewirausahaan, Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiawan, B. & Suwarnigdyah, N.R.R. (2014). Strategi Pengembangan Tenun Ikat Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Vol. 20, Nomor 3, pp 353-367.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukirno, S. (2009). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wahyudi, S. (2012). *Entrepreneurial Branding and Selling, Road Map Menjadi Entrepreneur Sejati*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiratmo. (2001). *Pengantar Kewiraswataan*. Yogyakarta : BPFE.