

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Banyumas

Habib Mahfudz
Program Studi Teknik Industri
Telkom University

Purwokerto, Kab. Banyumas, Indonesia
habibmahfudz@student.telkomuniversity.ac.id

Aiza Yudha Pratama
Program Studi Teknik Industri
Telkom University

Purwokerto, Kab. Banyumas, Indonesia
Aizayp@telkomuniversity.ac.id

Muhammad Iqbal Faturrohman
Program Studi Teknik Industri
Telkom University

Purwokerto, Kab. Banyumas, Indonesia
iqbalfaturrohman@telkomuniversity.ac.id

Abstrak - UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Namun, banyak UMKM di Kabupaten Banyumas menghadapi kesulitan dalam mempertahankan usahanya karena keterbatasan pengalaman wirausaha, pengetahuan yang rendah, dan strategi pemasaran yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi keberhasilan UMKM di Kabupaten Banyumas, dengan fokus pada pengalaman wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan strategi pemasaran. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS)*. Data dikumpulkan dari 277 pelaku UMKM melalui kuesioner terstruktur. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji menggunakan perangkat lunak SPSS dan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM, dengan nilai R^2 sebesar 0,790. Artinya, 79% variasi keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh pengalaman, pengetahuan, dan strategi pemasaran. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan dan dukungan kebijakan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Kata kunci — UMKM, pengalaman wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, strategi pemasaran, keberhasilan usaha, SEM-PLS, Banyumas

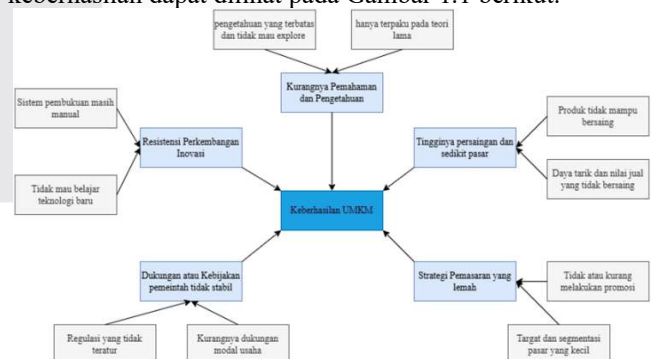
I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian nasional sangat penting dan strategis untuk pertumbuhan ekonomi, baik di Indonesia maupun di negara lain. Selain itu, adanya UMKM juga dapat membantu mengatasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat [1]. Industri skala menengah berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat, terutama melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan kesenjangan, dan penurunan kemiskinan [2].

Munculnya berbagai kelompok UMKM menjadikan sektor ini penting karena usaha kecil mudah dijangkau dan dijalankan oleh masyarakat luas [3]. Pada periode 2018 hingga 2019, jumlah UMKM meningkat sebesar 1.271.440 unit, mencapai total 64.601.352 unit. Khusus usaha menengah, terjadi peningkatan dari 60.702 unit pada 2018 menjadi 65.465 unit pada 2019 [4]. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2018, UMKM berperan besar dalam peningkatan PDB sebesar 61.97% atau 8.573,89 triliun rupiah serta mampu menyerap 97% tenaga

kerja [5]. Kemenkopukm (2022) mengungkapkan bahwa Provinsi Jawa Tengah menempati urutan kedua dalam jumlah UMKM terbanyak setelah Jawa Barat, jumlah UMKM Jawa Tengah tahun 2022 sebanyak 1.457.126 unit.

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu daerah yang perkembangan sektor UMKM terbilang cepat (Berliliana dkk., 2020). Perkembangan UMKM ini dipengaruhi oleh pertumbuhan dari berbagai jenis UMKM yang begitu signifikan, peran dan strategi dalam memajukan UMKM sangat dibutuhkan bagi pelaku usaha (Berliliana dkk., 2020). Pada tahun 2021, tercatat 84.350 UMKM di Kabupaten Banyumas yang tersebar dalam 9 sektor usaha. Jumlah ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha, sehingga pengetahuan dan pemahaman berwirausaha menjadi kunci penting untuk menghadapi persaingan [8]. Banyak pemilik UMKM belum menyadari pentingnya ilmu kewirausahaan, padahal kesuksesan usaha ditentukan oleh kompetensi berupa pengetahuan, keahlian, dan sikap [9]. Banyak UMKM gagal bertahan karena ketatnya persaingan dan rendahnya kepercayaan diri pelaku usahanya. Sekitar 78% usaha kecil gagal, dan 80% bisnis baru tidak melewati lima tahun pertama. UMKM sendiri adalah usaha milik individu dengan kriteria tertentu sesuai Undang-Undang [10]. Permasalahan yang dihadapi UMKM dalam mencapai keberhasilan dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut.



GAMBAR 1.

(MIND MAPPING PERMASALAHAN KEBERHASILAN UMKM)

Gambar 1. menggambarkan hierarki permasalahan UMKM menuju keberhasilan yang mencakup lima hambatan utama: (1) resistensi terhadap inovasi karena masih menggunakan sistem lama, (2) kurangnya dukungan kebijakan pemerintah yang tepat, terutama terkait pembiayaan dan pelatihan, (3) rendahnya pengetahuan kewirausahaan, (4) ketatnya persaingan pasar, dan (5) lemahnya strategi pemasaran.

Semua ini menuntut strategi alternatif yang efektif agar UMKM dapat bersaing dan berkembang.

II. KAJIAN TEORI

A. Pengalaman Wirausaha

Pengalaman merupakan faktor kunci dalam kewirausahaan karena mencakup pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh seiring waktu. Hal ini meningkatkan efektivitas, membentuk perilaku wirausaha, serta mendorong sikap dan niat untuk terus berusaha. Indikatornya meliputi latar belakang, minat dan bakat, dorongan internal, kemampuan analisis, serta penguasaan keterampilan teknis [14]. Pengalaman berperan penting dalam menerapkan ilmu kewirausahaan karena membantu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan fokus kerja. Melalui pengalaman, wirausahawan dapat mengembangkan keahlian yang relevan dengan usahanya [15].

B. Pengetahuan Wirausaha

Pilihan berwirausaha dipengaruhi oleh minat dan pengetahuan kewirausahaan yang membentuk pola pikir dan sikap wirausaha. Namun, keputusan ini juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan, pengalaman, dan motivasi pribadi [16]. Pengetahuan berwirausaha penting sebagai sumber utama dalam mengelola usaha dan memahami peluang serta tantangan. Pengetahuan ini mencakup pengalaman, data, kualitas, kapasitas, dan mentalitas yang mendukung pengambilan keputusan yang tepat dalam menjalankan usaha [17].

C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana dinamis yang bertujuan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang menguntungkan. Strategi ini mencakup tujuan dan kebijakan pemasaran yang disusun berdasarkan harapan pelanggan dan kondisi pasar yang terus berubah. [18]. Strategi pemasaran mencakup keputusan anggaran dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan. Keberhasilan usaha juga ditentukan oleh analisis dan pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya. [19].

D. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah pencapaian tujuan bisnis. Bagi UMKM, hal ini mencakup peningkatan modal, produksi, jumlah pelanggan, ekspansi usaha, perluasan pasar, perbaikan fasilitas, dan peningkatan pendapatan [20]. Keberhasilan UMKM ditandai dengan kemampuan berkembang dan bersaing. Hal ini dicapai melalui strategi pengelolaan yang tepat, termasuk penerapan Knowledge Management. Di tengah persaingan ketat, pemahaman pengelolaan usaha menjadi kunci keberlangsungan dan pencapaian tujuan [21].

III. METODE

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu menganalisis faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM yang berada di kawasan Kabupaten Banyumas. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SEM-PLS. Jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 277 responden. Pengambilan data penelitian menggunakan kuisioner dengan penggunaan skala likert 1 sampai 5 untuk mengukur tingkat akuratnya.

B. Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan kuisioner yang diisi oleh pelaku UMKM. Sementara data sekunder berasal dari studi literatur penelitian sebelumnya. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk mewakili populasi secara keseluruhan.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Penjelasan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah atau Total Populasi

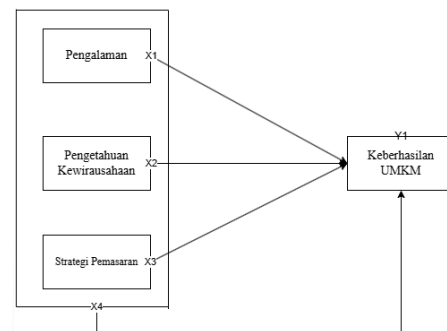
e = Batas Toleransi Kesalahan (7% atau 0,07)

Diperoleh hasil perolehan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{89.477}{1 + 89.477(0,05)^2} = 277 \quad (2)$$

Berdasarkan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan 7%, jumlah sampel yang diperoleh adalah 277 responden dari total populasi UMKM di Kabupaten Banyumas sebanyak 89.477. Sampel ini diharapkan mewakili populasi secara representative.

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel utama dengan indikator yang dirancang berdasarkan referensi terdahulu.



GAMBAR 2.
(MODEL KERANGKA PENELITIAN)

X1: Pengetahuan secara langsung dan signifikan mempengaruhi terhadap keberhasilan dari UMKM

X2: Pengalaman wirausaha memberikan intensitas baik terhadap keberhasilan dari UMKM.

X3: Strategi pemasaran meningkatkan peluang keberhasilan UMKM

X4: Pengalaman, Pengetahuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran secara bersamaan mempengaruhi keberhasilan UMKM.

C. Analisa Data

1. Uji SEM-PLS

Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS) merupakan alat statistik untuk menyelesaikan model multilevel secara bersamaan dengan persamaan regresi linear. SEM-PLS dapat dipakai untuk menyelesaikan persamaan model lebih dari satu variabel dependen serta efek rekursif [30].

a. Uji Validitas Konstruk

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai AVE dan Communality, di mana indikator dianggap valid jika loading standar > 0,5. Sementara itu, uji validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk dengan korelasi antar variabel; valid jika akar AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk, dan cross loading > 0,7.

- b. Uji Reliabilitas
- Proses mengukur nilai konsistensi alat ukur pada konselor SEM-PLS dengan melakukan uji reliabilitas. Nilai dinyatakan reliabel apabila nilai konstruk hasil pengujian harus lebih dari 0.6 untuk nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* lebih dari 0.7.
- c. Pengujian Model *Structural*
- Model dikembangkan lewat penentuan variabel, uji reliabilitas ($CR, \alpha \geq 0,7$), validitas ($AVE \geq 0,5$), dan evaluasi struktural ($t > 1,96, R^2 \geq 0,10$). Kualitas diuji dengan SRMR ($< 0,08$). Jika hasil belum optimal, model diperbaiki dan dilaporkan.

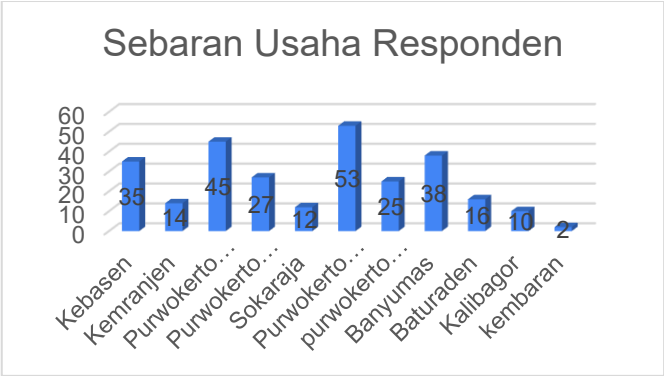
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Demografi dan Sebaran Responden

Demografi responden mencakup identitas seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, penghasilan. Data ini digunakan sebagai pertimbangan dalam analisis.

TABEL 1
(DEMOGRAFI RESPONDEN)

Katareristik		Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	126	45.5%
	Perempuan	151	54.5%
Umur	15 thn – 25 thn	106	38.27%
	25 thn – 35 thn	89	32.13%
	35 thn – 45 thn	58	20.94%
	Lebih dari 45 thn	24	8.66%
Jenis Usaha	Makanan dan Minuman	167	60.3%
	Barang	90	32.5%
	Jasa	20	7.2%
Lama Menjalankan Usaha	1 tahun – 5 tahun	114	41.2%
	6 tahun – 10 tahun	79	28.5%
	11 tahun – 15 tahun	48	17.3%
	16 tahun – 20 tahun	24	8.7%
	21 tahun – 25 tahun	7	2.5%
	26 tahun – 30 tahun	3	1.1%
	Lebih dari 30 tahun	2	0.7%
Pendidikan	SD - SMA	165	59.5%
	D3/S1/S2/S3	112	40.5%
Pendapatan Perbulan	Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000	38	13.72%
	Rp. 1. 500.000 – Rp. 2.500.000	14	5.05%
	Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000	67	24.19%
	Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000	131	47.29%
	Lebih dari Rp. 1.500.000	24	8.66%
	Tidak Menentu	3	1.08%



GAMBAR 3.
(GRAFIK SEBARAN USAHA RESPONDEN)

Lokasi usaha responden merupakan tempat responden melakukan usahanya. Pada penelitian ini yang berfokus di Kabupaten Banyumas yang terdiri dari 27 kecamatan. Namun, pada hasil diketahui diperoleh lokasi usaha responden yang digunakan terdiri dari 11 kecamatan.

B. Hasil Uji SEM-PLS

Nilai faktor pengisian harus lebih besar dari 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Nilai AVE di atas 0,5 menunjukkan bahwa struktur tersebut mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator yang terkait, sehingga dapat dianggap valid secara konvergen (Rasoolimanesh., 2022).

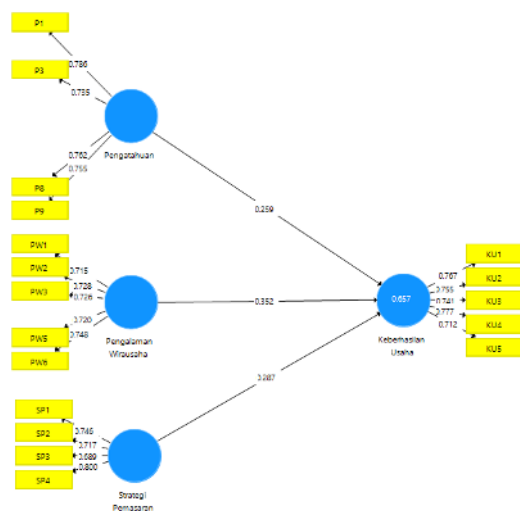


GAMBAR 4
(TAHAPAN AWAL UJI KONSTRUK)

TABEL 2
(NILAI OUTER LOADING AWAL)

Kode	KU	PW	P	SP	Keterangan
KU1	0,766				Sangat Baik
KU2	0,755				Sangat Baik
KU3	0,740				Sangat Baik
KU4	0,779				Sangat Baik
KU5	0,713				Sangat Baik
P1			0,728		Sangat Baik
P2			0,662		Baik
P3			0,639		Baik
P4			0,575		Cukup
P5			0,508		Cukup
P6			0,657		Baik

P7		0,599	Cukup
P8		0,710	Sangat Baik
P9		0,725	Sangat Baik
PW1	0,693		Baik
PW2	0,702		Sangat Baik
PW3	0,718		Sangat Baik
PW4	0,667		Baik
PW5	0,711		Sangat Baik
PW6	0,752		Sangat Baik
SP1		0,747	Sangat Baik
SP2		0,704	Sangat Baik
SP3		0,671	Baik
SP4		0,765	Sangat Baik
SP5		0,702	Sangat Baik



GAMBAR 5
(MODEL FINAL SEM-PLS)

TABEL 3
(NILAI OUTER LOADING FINAL)

Kode	KU	PW	P	SP	Keterangan
KU1	0,767				Sangat Baik
KU2	0,755				Sangat Baik
KU3	0,741				Sangat Baik
KU4	0,777				Sangat Baik
KU5	0,712				Sangat Baik
P1			0,786		Sangat Baik
P3			0,735		Sangat Baik
P8			0,762		Sangat Baik
P9			0,755		Sangat Baik
PW1		0,715			Sangat Baik
PW2		0,728			Sangat Baik
PW3		0,726			Sangat Baik
PW5		0,720			Sangat Baik
PW6		0,748			Sangat Baik
SP1				0,746	Sangat Baik
SP2				0,717	Sangat Baik

SP3			0,689	Baik
SP4			0,800	Sangat Baik

Uji validitas menilai variansi indikator terhadap variabel. Dari 25 indikator, 7 dieliminasi (P2, P4, P5, P6, P7, PW4, SP5) karena memiliki outer loading terendah, meski awalnya semuanya $>0,6$, demi memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

C. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Model

Tahap awal uji model struktural menggunakan R-Square (R^2) untuk menilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai $R^2 \geq 0,75$ menunjukkan model kuat, sekitar 0,50 sedang, dan $< 0,25$ lemah. Uji ini menilai sejauh mana model menjelaskan variansi data (Risdiyanto dkk., 2024).

TABEL 4
(UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS MODEL)

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
KU	0.806	0.806	0.866	0.564
PW	0.778	0.770	0.849	0.529
P	0.756	0.756	0.845	0.578
SP	0.723	0.729	0.828	0.547

Berdasarkan Tabel 4, semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Nilai AVE $>0,5$ dan composite reliability $>0,7$ menunjukkan representasi konstruk yang baik dan reliabilitas tinggi. Nilai rho_A dan Cronbach's alpha $>0,7$ mengindikasikan konsistensi internal yang kuat. Uji Fornell-Larcker juga menunjukkan validitas diskriminan terpenuhi.

TABEL 5
(NILAI FORNELL-LACKER CRITERION)

Variabel	KU	PW	P	SP
KU	0,751			
PW	0,741	0,728		
P	0,720	0,704	0,760	
SP	0,633	0,722	0,743	0,739

Uji Fornell-Larcker menunjukkan tiga konstruk (Keberhasilan Usaha, Pengalaman Wirausaha, dan Pengetahuan) memenuhi validitas diskriminan. Namun, Strategi Pemasaran tidak lolos karena nilai akar AVE-nya (0,739) lebih rendah dari korelasinya dengan Pengetahuan (0,743).

a. Hasil Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Goodness of Fit (GoF) merupakan proses evaluasi untuk menilai sejauh mana model statistik sesuai dengan data yang diamati. Tahapan dalam uji ini mencakup berbagai indikator kecocokan model yang digunakan sebagai dasar evaluasi.

1. Uji F-Square (f^2)

TABEL 6
(NILAI HASIL UJI R-SQUARE)

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Keberhasilan Usaha	0.657	0.653

Hasil uji f-square menunjukkan bahwa pengaruh social influence & norms subjective (0,006), food literacy (0,091), food choice (0,089), dan food ordering routine (0,004) terhadap intention to reduce food waste tergolong rendah (efek kecil). Sebaliknya, intention to reduce food waste terhadap food waste behaviour memiliki efek besar (0,406).

2. Uji F-Square (f^2)

Pengujian f-Square digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [33]. Nilai f-square dibagi tiga: kecil ($\geq 0,02$ – $< 0,15$), sedang ($\geq 0,15$ – $< 0,35$), dan besar ($\geq 0,35$), menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen..

TABEL 7
(NILAI F-SQUARE)

	KU	PW	P	SP
KU				
PW	0.150			
P	0.076			
SP	0.088			

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengalaman Wirausaha memiliki efek sedang ($f^2 = 0,150$), sementara Pengetahuan (0,076) dan Strategi Pemasaran (0,088) memiliki efek kecil. Ini menandakan Pengalaman Wirausaha berkontribusi paling besar dan menjadi faktor dominan dalam keberhasilan usaha.

3. Uji Model Fit

Analisis model fit menilai kesalahan prediksi, fokus pada SRMR ($< 0,08$ = perfect fit; $< 0,1$ = layak) dan NFI (0–1; makin dekat 1 = makin baik). Berikut hasil uji model fit disajikan dalam tabel.

TABEL 8
(NILAI UJI MODEL FIT)

	Saturated	Estimated Model
SRMR	0.068	0.068
d_ ULS	0.786	0.786
d_ G	0.271	0.271
Chi-Square	409.816	409.816
NFI	0.805	0.805

Hasil uji model fit menunjukkan model sesuai dan layak. Nilai SRMR 0,068 ($< 0,08$), d_ ULS 0,786, dan d_ G 0,271 menandakan residual rendah dan perbedaan minimal. Chi-Square 409,816 tetap dapat diterima meski bukan acuan utama PLS-SEM. NFI 0,805 menunjukkan fit yang cukup baik.

4. Uji Nilai Q-Square

Nilai Q-Square digunakan untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi data asli. Sesuai kaidah praktis, $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa variabel konstruk eksogen memiliki relevansi prediktif terhadap variabel endogen.

TABEL 9
(NILAI Q-SQUARE)

Variabel	SSO	SSE	$Q^2 (=1 - SSE/SSO)$
Keberhasilan Usaha	1385.000	890.782	0.357
Pengalaman Wirausaha	1385.000	1385.000	
Pengetahuan	1108.000	1108.000	
Strategi Pemasaran	1108.000	1108.000	

Berdasarkan uji Q-Square (Q^2), nilai Q^2 untuk variabel Keberhasilan Usaha sebesar 0,357 menunjukkan kemampuan prediktif model yang kuat. Nilai ini menunjukkan bahwa model dapat memprediksi variabel dependen dengan baik. Sementara itu, Q^2 untuk variabel Pengalaman Wirausaha,

Pengetahuan, dan Strategi Pemasaran adalah nol karena merupakan variabel independen yang tidak diprediksi dalam model. Dengan demikian, model ini terbukti memiliki prediksi yang relevan dan kuat terhadap Keberhasilan Usaha sebagai variabel utama.

5. Uji Nilai Goodness of Fit (GoF)

Uji *Goodness of Fit* digunakan untuk menilai sejauh mana model yang diajukan sesuai dengan data penelitian serta untuk melihat kekuatan model tersebut. Nilai *Goodness of Fit* > 0.1 menunjukkan kekuatan rendah, > 0.25 menunjukkan kekuatan sedang dan > 0.36 menunjukkan kekuatan tinggi.

TABEL 10
(HASIL GOODNESS OF FIT (GOF))

Rata-Rata Average Variance Extracted (AVE)	Rata-Rata R-Square	Goodness of Fit
0.5545	0.653	0.601738

Hasil perhitungan menunjukkan nilai Goodness of Fit (GoF) sebesar 0,6017, yang berasal dari rata-rata AVE sebesar 0,5545 dan rata-rata R-Square sebesar 0,653. Nilai ini masuk dalam kategori GoF besar ($> 0,36$), menandakan bahwa model memiliki kualitas tinggi secara keseluruhan baik dari segi validitas konstruk maupun kemampuan prediktif. Dengan demikian, model dalam penelitian ini dinyatakan sangat layak dan kuat secara struktural maupun pengukuran.

b. Hasil Uji Model Konstruktif

Pengujian koefisien jalur dan hipotesis didasarkan pada analisis *Inner Model*, meliputi R-square, koefisien parameter, dan T-Statistic. Hipotesis diterima jika T-Statistic > 1.96 , P-Value < 0.05 , dan koefisien beta positif serta signifikan, sesuai dengan aturan praktis yang digunakan dalam penelitian (Widiyanti dkk., 2023).

TABEL 11
(MODEL KONSTRUK UJI HIPOTESIS)

Hipotesis		T-Statistic (O/STDEV)		P-Value		Ket
		standar	Hasil	standar	Hasil	
H1	PW → KU	> 1.96	5.446	< 0.05	0.000	Diterima
H2	P → KU	> 1.96	4.045	< 0.05	0.000	Diterima
H3	SP → KU	> 1.96	3.502	< 0.05	0.001	Diterima

Hipotesis 1 (H1): Hasil uji menunjukkan pengalaman wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dengan t-statistic 5.446 dan p-value 0.000. Semakin tinggi pengalaman, semakin besar peluang usaha untuk berhasil.

Temuan ini sejalan dengan penelitian. Novianty dan Handoyo (2025), Firdarini (2020), Wijaya. (2023) dan Candra (2022) menegaskan bahwa pengalaman wirausaha berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM di berbagai sektor dan wilayah. Namun, Nabiya dan Hardiningsih (2022) menemukan hasil berbeda di Kabupaten Rembang, di mana modal dan pengetahuan akuntansi lebih dominan. Sementara itu, Ependi dan Winarso (2019) mencatat bahwa hanya pengalaman yang berpengaruh pada pelaku industri

pascapanen, sedangkan faktor lain seperti pengetahuan dan mental kewirausahaan tidak signifikan.

Hipotesis 2 (H2): Pengalaman wirausaha memberikan intensitas baik terhadap keberhasilan dari UMKM.

Hasil uji menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dengan t-statistic 4.045 dan p-value 0.000. Artinya, semakin tinggi pengetahuan pelaku usaha, semakin besar kemampuannya dalam mengelola bisnis secara efektif dan mencapai kesuksesan.

Berbagai studi menunjukkan bahwa pengalaman wirausaha umumnya berdampak positif terhadap keberhasilan UMKM. Yanti (2020) dan Soomro (2024) menemukan bahwa pengalaman membantu pengambilan keputusan dan meningkatkan daya saing UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman. Taleb dkk (2023) di Malaysia juga menegaskan bahwa pengalaman memediasi hubungan kepemimpinan dengan performa bisnis. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Rita Utomo (2019) dan Sari dkk (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman tidak selalu berpengaruh signifikan; faktor seperti akses permodalan, regulasi, strategi bisnis, dan lingkungan justru lebih dominan. Hipotesis 3 (H3): Strategi pemasaran meningkatkan peluang keberhasilan UMKM.

Hasil uji menunjukkan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, dengan t-statistic 3.502 dan p-value 0.001. Artinya, pengusaha yang menerapkan strategi pemasaran yang tepat cenderung lebih berhasil mencapai target usahanya.

Berbagai studi menunjukkan bahwa strategi pemasaran dapat berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Nur Faizah dan Majid (2024) dan Sugiyanti dkk (2022) menegaskan bahwa strategi seperti promosi digital, harga kompetitif, dan pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan daya saing, pendapatan, dan jangkauan pasar. Harini dan Yulianeu (2019) juga menyatakan bahwa loyalitas konsumen dan promosi kreatif berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha.

Hipotesis 4 (H4): Pengalaman, Pengetahuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran secara bersamaan mempengaruhi keberhasilan UMKM.

Penelitian Lestari dkk (2024) dan Sukmapriyanti dan Dharmayasa (2024) menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan pengetahuan wirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Sinergi pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran yang tepat mampu meningkatkan penghasilan dan kinerja UMKM. Namun, hasil berbeda ditemukan dalam studi Elys Sastika Tambunan (2020) yang menyebutkan bahwa variabel modal usaha, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran hanya memberikan kontribusi sebesar 37,2% terhadap keberhasilan usaha, sehingga menunjukkan adanya faktor lain yang lebih dominan.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM di Kabupaten Banyumas, dengan fokus pada tiga variabel utama, yaitu pengalaman wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan strategi pemasaran. Hasil analisis menggunakan metode Structural Equation Modeling dengan pendekatan Partial Least Square (SEM-PLS) menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan dan parsial memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Pengalaman wirausaha tercatat sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keberhasilan, diikuti oleh pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran. Nilai R-Square sebesar 0,657 mengindikasikan bahwa 65,7% variasi dalam keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai Goodness of Fit (GoF) sebesar 0,6017 menunjukkan bahwa model memiliki kualitas pengukuran dan struktural yang tinggi, dengan kemampuan prediksi yang kuat. Dengan demikian, model yang dibangun dalam penelitian ini dinyatakan layak digunakan dan valid dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

REFERENSI

- [1] N. W. Nur Wahyuni, F. D. Farah Diba, A. B. Anindhyta Budiarti, and F. Farida, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran," *Ikraith-Ekonomika*, vol. 6, no. 1, pp. 87–97, 2022, doi: 10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2471.
- [2] E. Merdekawati and N. Rosyanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Bogor)," *JIAFE (Jurnal Ilm. Akunt. Fak. Ekon.*, vol. 5, no. 2, pp. 165–174, 2020, doi: 10.34204/jiafe.v5i2.1640.
- [3] V. Windasari and A. Wilandari, "Identifikasi Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Kinerja Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19," *J. Ekon.*, vol. 14, no. 01, pp. 189–204, 2022, doi: 10.35334/jek.v14i01.2504.
- [4] U. Suci Andini, Y. Nur Farida, and H. Rokhyati, "Evolusi Ekonomix : Jurnal Akuntansi Modern Evolusi Ekonomix : Jurnal Akuntansi Modern," *Evolusi Ekon. J. Akunt. Mod.*, vol. 6, no. 3, pp. 37–57, 2024.
- [5] A. H. Aliyah, "Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Welf. J. Ilmu Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 64–72, 2022, doi: 10.37058/wlfr.v3i1.4719.
- [6] Kemenkopukm, "Kementrian UKM dan Koperasi Republik Indonesia," Kementrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- [7] Berliana, R. Utami, and W. Maulana Baihaqi, "Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan," *Matrix J. Manaj. Teknol. dan Inform.*, vol. 10, no. 3, pp. 87–93, 2020, doi: 10.31940/matrix.v10i3.1930.
- [8] Wiga Maulana Baihaqi, Christoper Prima, and Nabella Putri Widiyanto, "Pelatihan dan Pendampingan Pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Banyumas," *Soc. J. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 68–74, 2021, doi: 10.37802/society.v2i1.176.
- [9] M. Hariyanto and M. Ie, "Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial

- terhadap Keberhasilan Usaha UMKM,” *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 2, pp. 511–518, 2023, doi: 10.24912/jmk.v5i2.23422.
- [10] M. Y. Ali and D. S. Kodrat, “Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi,” *PERFORMA J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 124–131, 2022.
- [11] A. Badawi and L. Nugroho, “Keberlangsungan Usaha Melalui Peningkatan Kualitas SDM Untuk Menciptakan Prilaku Inovatif Dalam Pengembangan Produk Pada UMKM Kelurahan Meruya Utara,” *Akunt. dan Hum. J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 140–144, 2022, doi: 10.38142/ahjpm.v1i2.348.
- [12] M. Izwan Sepriyadi *et al.*, “Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang,” *J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, pp. 2270–2281, 2023, [Online]. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- [13] A. F. S. Ardini and A. N. Rachman, “Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo,” *Inisiat. J. Ekon. Akunt. dan Manaj.*, vol. 3, no. 3, pp. 305–313, 2024.
- [14] K. A. Iskandar and A. S. Safrianto, “Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan,” *J. Ekon. dan Ind.*, vol. 21, no. 1, pp. 14–20, 2020, doi: 10.35137/jei.v21i1.403.
- [15] N. Falah and N. Marlina, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Pengalaman Prakerin Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK,” *J. PTK dan Pendidik.*, vol. 8, no. 1, 2022, doi: 10.18592/ptk.v8i1.6453.
- [16] I. Fahmi, Y. Agustina, T. Zulfikar, Jalaluddin, and Zakaria, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Universitas Serambi Mekkah Kota Banda Aceh,” *J. EMT KITA*, vol. 7, no. 3, pp. 684–687, 2023, doi: 10.35870/emt.v7i3.1182.
- [17] N. Nurdiana, R. Rahmatullah, M. Hasan, N. Nurjannah, and F. Fitriani, “Pengetahuan Wirausaha, Motivasi Berwirausaha, Kondisi Sosial Ekonomi Dan Lingkungan Keluarga, Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Ibu Rumah Tangga,” *PROMOSI (Jurnal Pendidik. Ekon.)*, vol. 10, no. 2, pp. 50–63, 2022, doi: 10.24127/pro.v10i2.6558.
- [18] A. S. Sope, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan,” *JIBEMA J. Ilmu Bisnis, Ekon. Manajemen, dan Akunt.*, vol. 1, no. 2, pp. 87–100, 2023, doi: 10.62421/jibema.v1i2.56.
- [19] D. N. S. Rambe and N. Aslami, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global,” *El-Mujtama J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 213–223, 2022, doi: 10.47467/elmujtama.v1i2.853.
- [20] R. E. Diansari and R. Rahmantio, “Faktor keberhasilan usaha pada UMKM industri sandang dan kulit di Kecamatan Wirobrajan Kota Yogyakarta,” *J. Bus. Inf. Syst. (e-ISSN 2685-2543)*, vol. 2, no. 1, pp. 55–62, 2020, doi: 10.36067/jbis.v2i1.60.
- [21] T. A. Milenia, “Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keberhasilan UMKM Dengan Kompetensi Sebagai Variabel Intervening (Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo),” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, 2020.
- [22] Muhammad Nusrang, Muh. Fahmuddin, and Hardianti Hafid, “Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia,” *Semin. Nas. Dies Natalis* 62, vol. 1, pp. 543–548, 2023, doi: 10.59562/semnasdies.v1i1.1088.
- [23] A. Mayasari, N. Mufliah, Fatma Ayu Nuning F.A., and I. Ummah, “Pengembangan Usaha Batik Jatipalem Jombang Menggunakan Partial Least Square (PLS) dan Structural Equation Model (SEM),” *Cyber-Techn.*, vol. 14, no. 02, pp. 1–9, 2020.
- [24] A. Irwanto and M. Ie, “Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B di Jakarta Barat,” *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 259–267, 2023, doi: 10.24912/jmk.v5i1.22674.
- [25] M. Merline and O. H. Widjaja, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanagara,” *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 2, p. 435, 2022, doi: 10.24912/jmk.v4i2.18243.
- [26] K. C. Firdarini, “Pengaruh Pengalaman Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Keberhasilan Usaha,” *J. Ris. Manaj. Sekol. Tinggi Ilmu Ekon. Widya Wiwaha Progr. Magister Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 27–39, 2020, doi: 10.32477/jrm.v6i1.333.
- [27] Intan Maharani Hartanti Candra and Muhammad Shaleh Z, “Pengaruh Karakteristik Wirusaha, Pengalaman dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM,” *MANDAR Manag. Dev. Appl. Res. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 139–143, 2022, doi: 10.31605/mandar.v5i1.1865.
- [28] E. Purwanti, “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, 2021.
- [29] R. A. Syafawati, “Pengaruh Karateristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun,” *ethetes.ianponorogo*, 2023.
- [30] I. Kurniawan and A. E. Husin, “Analisis Faktor – Faktor yang Berpengaruh dalam Implementasi Konsep Green Untuk Peningkatan Kinerja Biaya menggunakan Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS),” *Teknik*, vol. 44, no. 1, pp. 57–69, 2023, doi: 10.14710/teknik.v44i1.49522.
- [31] S. M. Rasoolimanesh, “Discriminant validity assessment in PLS-SEM: A comprehensive composite-based approach,” vol. 3, no. February, pp. 1–8, 2022.
- [32] C. F. Risdiyanto, D. I. Inan, R. N. Wurarah, and O. A. Fenetiruma, “Analisis Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Beralih Mengadopsi Mobile Banking di Papua Barat Memanfaatkan PLS-SEM

- dan Perspektif Status Quo Bias,” *MALCOM Indones. J. Mach. Learn. Comput. Sci.*, vol. 4, no. 2, pp. 637–646, 2024, doi: 10.57152/malcom.v4i2.1289.
- [33] A. A. Alkatili, B. M. Purwaamijaya, and M. R. Nugraha, “YUME: Journal of Management Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Repurchase Intention Menggunakan Fitur Lazada Paylater (Studi pada Generasi Milenial),” vol. 8, no. 1, pp. 407–417, 2025.
- [34] L. Widiyanti, H. Ali, and D. T. Untari, “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Analisis: Kualitas Produk Dan Promosi Pada Marketplace Shopee,” *J. Econ.*, vol. 2, no. 11, pp. 3289–3301, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i11.972.
- [35] Novianty and S. Edy Handoyo, “Pengaruh pengalaman berwirausaha, inovasi, dan efikasi diri terhadap kinerja usaha,” *repository.unja.ac.id*, vol. 07, no. 01, pp. 224–232, 2025.
- [36] R. S. Wijaya, “濟無No Title No Title No Title,” pp. 1–23, 2023.
- [37] I. M. H. Candra, “Pengaruh Karakteristik Wirusaha, Pengalaman dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM,” *MANDAR Manag. Dev. Appl. Res. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 139–143, 2022, doi: 10.31605/mandar.v5i1.1865.
- [38] S. Z. Nabiya and P. Hardiningsih, “JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi),” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 6, no. 3, pp. 38–51, 2022.
- [39] A. Ependi and B. S. Winarso, “Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan ngaglik kabupaten sleman,” *J. Publ. Univ. Ahmad Dahlan*, pp. 1–12, 2019.
- [40] N. Yanti, “Usaha Kecil dan Menengah,” vol. VI, no. 1, pp. 24–36, 2020.
- [41] R. B. Soomro, “Impact of entrepreneurial knowledge , skills , and competencies on MSME performance : an evidence from a developing country,” 2024, doi: 10.1108/APJIE-04-2023-0071.
- [42] T. S. T. Taleb, N. Hashim, and N. Zakaria, “Entrepreneurial Leadership and Entrepreneurial Success: The Mediating Role of Entrepreneurial Opportunity Recognition and Innovation Capability,” *Sustain.*, vol. 15, no. 7, 2023, doi: 10.3390/su15075776.
- [43] M. R. Rita and M. N. Utomo, “An entrepreneurial finance study: MSME performance based on entrepreneurial and financial dimensions,” *J. Keuang. dan Perbank.*, vol. 23, no. 2, pp. 217–234, 2019, doi: 10.26905/jkdp.v23i2.3076.
- [44] I. A. Sari, D. N. Rahmantika, and M. Y. -, “the Effect of Firm Characteristics and Entrepreneur Characteristics on the Success of Msme Business in Central Java Province,” *J. Manaj. Dayasaing*, vol. 23, no. 1, pp. 26–35, 2021, doi: 10.23917/dayasaing.v23i1.12593.
- [45] L. O. Alimusa, S. Z. Ma'mun, A. Rahman, A. M. Nuryadi, and S. D. H. Latif, “Exploring Factors Determining the Business Performance of Micro and Small Enterprises: Reality in Indonesian Muslim Entrepreneurs,” *J. Manaj. Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 277–288, 2022, doi: 10.18196/mb.v13i2.13930.
- [46] E. Nur Faizah and A. Majid, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm,” *Media Komun. Ilmu Ekon.*, vol. 40, no. 2, pp. 54–64, 2024, doi: 10.58906/melati.v40i2.130.
- [47] L. Sugiyanti, M. Z. Rabbil, K. C. Oktavia, and M. Silvia, “Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM SHIBIRU,” *J. Din. Manaj.*, vol. 14, no. 1, pp. 111–123, 2022, [Online]. Available: <http://jdm.unnes.ac.id>
- [48] C. Harini and Yulianeu, “Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Kota Semarang melalui Strategi Penetrasi Pasar,” *Ikraith-ekonomika*, vol. 2, no. 1, pp. 59–66, 2019.
- [49] S. Sulistiyani, A. Pratama, and S. Setiyanto, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 2, p. 31, 2020, doi: 10.32493/jpkpk.v3i2.4029.
- [50] Fadilla Rindiani, Heni Melani Putri, Nur Rhositawati, and Carmidah Carmidah, “Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha,” *Profit J. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 2, no. 2, pp. 01–14, 2023, doi: 10.58192/profit.v2i2.711.
- [51] I. Septiani *et al.*, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Home's Cafe Tana Tidung Kalimantan Utara),” *J. Ilm. Feasible*, vol. 3, no. 2, pp. 126–135, 2021.
- [52] P. A. Lestari, I. Baidlowi, M. S. Hidayat, and J. Timur, “Pengaruh Strategi Pemasaran , Kemampuan dan Pengetahuan Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Mojokerto,” vol. 2, no. 4, 2024.
- [53] N. K. Sukmapriyanti and I. P. A. Dharmayasa, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan di Desa Tampaksiring,” vol. 12, no. 1, pp. 67–72, 2024.
- [54] Elys Sastika Tambunan, “Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Pasar Tiban Sunday Morning Ugm,” *J. Pendidik. dan Ekon.*, vol. 9, no. 3, pp. 239–247, 2020.
- [55] R. F. Daud and I. F. Edrisy, “Pengaruh Jiwa Wirausaha Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Agrowisata Lembah Bambu Kuning,” *JIKE J. Ilmu Komun. Efek*, vol. 5, no. 1, pp. 89–103, 2021, doi: 10.32534/jike.v5i1.2504.

