

FAKTOR-FAKTOR YANG MENGHAMBAT PERTUMBUHAN USAHA MIKRO JAJANAN TRADISIONAL DI SURABAYA

¹Endang Siswati*; ²Juliani Pudjowati

¹²Departemen Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya
E-mail: endang@ubhara.ac.id*

ABSTRACT

The purpose of this study was to evaluate several factors that hinder business growth, included capital constraints, quality of human resources, marketing capabilities, access to information, and partnerships in Surabaya. Respondents in this study were traditional micro snack entrepreneurs that used purposive sampling instrument like a Likert scale. In this study, the data analysis was used multiple linear regression. The findings in this study were the variables of capital, quality of human resources, marketing ability, access to information, and partnerships did not affect business growth. However, partially the capital variable did not have a significant effect on the growth of micro-businesses, while the variable of marketing ability increases negatively on the growth of micro-businesses, however, consumers can buy directly by visiting the business premises. The variable access to information has a significant and most dominant effect on business growth with a regression coefficient is 1.603 with a significance level of 0.013. The partnership variable has a significant effect on the growth of micro-businesses. In the development of MSME businesses, the presence of partners was very helpful and increased business growth.

Keywords: *limited capital; quality of human resources; marketing capabilities; information access; partnerships*

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengevaluasi beberapa faktor yang menghambat pertumbuhan bisnis antara lain kendala permodalan, kualitas sumber daya manusia, kapabilitas pemasaran, akses informasi, dan kemitraan di Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha jajanan mikro tradisional dengan menggunakan instrumen *purposive sampling* dengan menggunakan skala likert. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Temuan dalam penelitian ini yaitu variabel permodalan, kualitas sumber daya manusia, kemampuan pemasaran, akses informasi, dan kemitraan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Namun, secara parsial variabel modal tidak memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan usaha mikro, sedangkan variabel kemampuan pemasaran meningkat negatif terhadap pertumbuhan usaha mikro, namun konsumen dapat membeli langsung dengan mengunjungi tempat usaha. Variable akses informasi berpengaruh signifikan dan paling dominan terhadap pertumbuhan usaha dengan koefisien regresi =1,603 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013. Variabel kemitraan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro, dalam mengembangkan usaha UMKM kehadiran mitra sangat membantu dan meningkatkan pertumbuhan usaha.

Kata Kunci: keterbatasan modal; kualitas SDM; kemampuan pemasaran; akses informasi; kemitraan

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi, semua dituntut serba maju dan canggih di berbagai bidang. Inovasi dan kreativitas merupakan dua hal yang tak terpisahkan dan harus dikedepankan untuk memenangkan persaingan. Era persaingan yang semakin tajam saat ini harus dihadapi oleh berbagai negara dibelahan dunia manapun termasuk Indonesia. Pertumbuhan usaha makin hari mengalami peningkatan karena bisnis baru yang bermunculan mulai dari bisnis dalam skala mikro hingga bisnis yang berhasil mendunia, dari bisnis yang menggunakan pemasaran secara *offline* hingga bisnis dengan pemasaran secara *online*. Salah satu usaha yang patut disoroti yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pertumbuhan usaha mikro di Indonesia dijamin pesat sebagai bentuk dari dinamika pertumbuhan perdagangan dan bisnis (Artaya & Muchayan, 2020). UMKM mempunyai peran penting dalam membangun perekonomian di Indonesia (Telaumbanua, 2021). UMKM saat ini yang sedang tumbuh dan berkembang mewarnai pasar di Indonesia salah satunya ialah usaha jajanan pasar tradisional. Sampai saat ini jajanan tradisional ini masih banyak disukai oleh masyarakat terkhusus di Surabaya yang merupakan pasar potensial bagi usaha mikro khususnya jajanan tradisional, bahkan ada suatu komunitas yang dinamakan komunitas pedagang kue yang terletak di Rungkut Lor II (Widyastuti *et al*, 2020), sehingga prospek dan peluangnya cukup baik. Meskipun begitu, dalam mengembangkan usaha ini seringkali ditemukan hambatan-hambatan yang cukup berarti. Contoh yang sering ditemukan yaitu minimnya informasi dan pemahaman

mengenai digitalisasi dan potensi web, sebagai sarana dalam promosi (Hendrawan, dkk, 2021). Presiden Joko Widodo mengatakan jumlah UMKM di Indonesia sangat besar, demikian pula permasalahan yang dihadapi yang menyebabkan menurunnya daya saing Diperlukan adanya perhatian dari berbagai macam pihak seperti pemerintah maupun pengusaha agar usaha jajanan pasar tradisional terus menjaga eskistensinya. Perkembangan UMKM yang kini memang menjadi pusat perhatian memunculkan perlunya adanya evaluasi dan analisa tentang kemampuan UMKM dalam mengelola usaha sesuai perkembangan daya saing (Novitawati & Fajarwati, 2018), untuk mencapai kinerja diperlukan aspek finansial maupun nonfinansial (Kunaiifi & Gunawan, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi beberapa faktor yaitu keterbatasan modal, kualitas SDM, kemampuan pemasaran, akses informasi, dan kemitraan serta untuk mengetahui manakah variable yang paling dominan pengaruhnya dalam menghambat pertumbuhan usaha mikro jajanan tradisional di kota Surabaya.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan instrumen berskala likert. Teknik pengambilan dan pengumpulan data, untuk data primer diambil dari responden, sedangkan data sekunder diambil melalui orang lain atau dokumen UMKM, sedangkan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, selanjutnya teknik

analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini usaha jajanan tradisional banyak kita jumpai di mana-mana, termasuk di kota Surabaya. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM, yang dimaksud usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00. Usaha mikro jajanan tradisional ini merupakan usaha yang banyak diminati oleh berbagai usia. Uji

validitas yang dilakukan menunjukkan bahwa semua pertanyaan menunjukkan hasil valid dimana R hitung menunjukkan $>$ dari R tabel, sedangkan uji reliabilitas menunjukkan hasil reliable dimana koefisiensi cronbach alpha $>$ dari 0,6 artinya pertanyaan semua variabel tersebut adalah reliabel. Selanjutnya besarnya pengaruh dari variabel terbatasnya modal, rendahnya kualitas SDM, keterbatasan kemampuan pemasaran, keterbatasan akses informasi, dan belum terjalin kemitraan terhadap variabel pertumbuhan usaha digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil Model Summary pada Uji Regresi Linier Berganda

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.888 ^a	.789	.745	.287	1.626

a. Predictors: (Constant), KMITRA, KSDM, KTINFO, KMKTG, KMODAL

b. Dependent Variable: PTUMBUH

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa R Square = 0,789 memiliki nilai F = 0,000, dengan nilai $F < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$, berarti pengaruh simultan variable bebas terhadap variable terikat adalah signifikan. Hal ini membuktikan adanya pengaruh modal, kualitas SDM, kemampuan

pemasaran, akses informasi, dan kemitraan secara bersama-sama terhadap pertumbuhan usaha. Dari nilai koefisien determinasi ganda dapat dijelaskan bahwa 78,9% variasi Y di pengaruhi secara bersama-sama oleh variable bebas. Koefisien determinasi pada persamaan regresi disajikan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Koefisien Determinasi Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig
1	(Constant)	.200	.397		.503	.619
	KMODAL	-.562	.341	-.502	-1.646	.113
	KSDM	-.197	.209	-.216	-.943	.355
	KMKTG	-.482	.219	-.431	-2.207	.037
	KTINFO	.574	.184	.532	3.129	.005
	KMITRA	1.603	.601	1.350	2.668	.013

Pengaruh variable modal (X1) terhadap pertumbuhan usaha (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi X1 sebesar $b_1 = -0,562$, koefisien regresi X1 sebesar $-0,562$ yang memiliki probabilitas signifikan $t = 0,113$. Pengaruh variable bebas sumber daya manusia (X2) terhadap pertumbuhan usaha (Y) ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X2 sebesar $b_2 = -0,197$, koefisien regresi X2 sebesar $-0,197$ memiliki nilai probabilitas signifikan $t = 0,355$. Karena probabilitas t hitung X1 dan X2 lebih besar dari pada taraf uji penelitian ($\text{signifikan } t > \alpha$) maka tidak terdapat pengaruh antara variabel modal dan variable sumber daya manusia terhadap variable pertumbuhan usaha jajanan tradisional. Pengaruh variable independen kemampuan pemasaran (X3) terhadap pertumbuhan usaha (Y) memiliki nilai X3 sebesar $b_3 = -0,482$, koefisien regresi X3 sebesar $-0,482$ memiliki nilai probabilitas signifikan $t = 0,037$. Pengaruh variable bebas X4 terhadap pertumbuhan usaha (Y) diperoleh koefisien regresi X4 yaitu sebesar $b_4 = 0,574$, koefisien regresi variable akses informasi (X4) sebesar $0,574$ memiliki nilai probabilitas signifikan $t = 0,05$. Pengaruh variable bebas kemitraan (X5) terhadap Y diperoleh koefisien regresi X5 sebesar $b_5 = 1,603$, koefisien regresi X5 sebesar $1,603$ memiliki nilai probabilitas signifikan $t = 0,013$. Karena probabilitas t hitung X3, X4 dan X5 lebih kecil dari pada taraf uji penelitian ($\text{sig } t > \alpha$) maka ada pengaruh X3, X4 dan X5 terhadap Y. Nilai negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variable bebas (X) maka semakin rendah variable terikat (Y), sedangkan nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variable bebas (X) maka semakin tinggi pula nilai variable terikat (Y).

Berdasarkan hasil Uji T table diatas menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh modal terhadap pertumbuhan usaha mikro jajanan tradisional, dimana hasil penelitian ini bertolak dengan hasil riset Prihatminingtyas (2019) dan Islami (2017) yaitu dengan menunjukkan bahwa modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan, dimana merupakan uang yang digunakan sebagai modal awal membantu pedagang berjalan. Namun dari hasil wawancara diketahui bahwa sistem kerjasama yang dilakukan oleh usaha mikro dengan para pemasok adalah sistim konsinyasi, sehingga tanpa modalpun bisa melakukan kegiatan usaha jajanan tradisional, bisa juga dengan melakukan usaha patungan sehingga modal yang diperlukan tidak terlalu besar.

Rendahnya kualitas SDM juga tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha, hasil temuan ini tidak sama dengan temuan Rahmini (2018), bahwa kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan merupakan factor yang mempengaruhi pengembangan usaha. Adhinta dan Supriono (2018) juga menyatakan bahwa diperlukan kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran sehingga diperlukan peningkatan SDM untuk memperluas pasarnya. Irfan (2016) juga menyatakan bahwa peningkatan kemampuan manajerial juga diperlukan karena menghasilkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dan tidak hanya one man show.

Keterbatasan akses informasi juga berpengaruh terhadap variabel pertumbuhan usaha. Khoiruddin dan Aslichah (2017) turut menganalisis faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah seperti

permodalan, kemudahan akses produksi, pendidikan dan pelatihan serta pameran hasil produksi mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan, dimana salah satu peran pemerintah yang diterapkan adalah akses informasi usaha. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Hilyah dan Syafrul (2018), teknologi informasi dapat memperlancar transaksi bisnis terutama pemanfaatan media online secara maksimal seperti *E-commerce*. Belum terjalannya kemitraan juga mempengaruhi pertumbuhan usaha, dimana menurut Rinawati dan Sadewo (2019) dan Suci (2016) perusahaan mitra sangat penting untuk mengembangkan usaha UMKM, dimana apabila semua *stakeholder* tersebut saling bersinergi dan mengoptimalkan perannya masing-masing, maka sangat mungkin terjadi peningkatan kemitraan UMKM dengan usaha sedang dan besar, dengan pemerintah sebagai regulator sekaligus fasilitator mengevaluasi, menghimpun data, hingga menganalisis pelaksanaan kegiatan.

Faktor yang paling mempengaruhi adalah akses informasi yang merupakan variable teringgi yaitu koefisien regresi = 1,603 yang memiliki probabilitas signifikansi = 0,013. Salah satunya adalah penggunaan *e-commerce* dengan bobot mencapai 33,2% (Hilyah dan Syafrul, 2018), dimana dapat memperlancar transaksi bisnis dengan *e-commerce* yang juga turut mempengaruhi faktor pemasaran untuk bekerjasama antara semua sektor industri kreatif baik dengan pemerintah maupun dengan swasta (Amin dan Dwi, 2017).

SIMPULAN

Secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan antara modal, kualitas

SDM, kemampuan pemasaran, akses informasi, dan kemitraan terhadap pertumbuhan usaha. Secara parsial variable: (1) modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro jajanan tradisional, dimana usaha mikro sudah terbiasa berusaha dengan system konsinyasi atau bisa juga dengan system usaha patungan. (2) Kualitas SDM tidak ada pengaruh terhadap pertumbuhan usaha mikro, dari hasil wawancara diketahui rata-rata pendidikan maksimal SMA, (3) Kemampuan pemasaran berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan usaha mikro, namun konsumen biasanya membeli secara langsung dengan mendatangi tempat usaha, (4) akses informasi berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha, akses informasi sangat diperlukan untuk memperluas jaringan, (5) kemitraan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro jajanan tradisional, dalam mengembangkan usaha UMKM kehadiran mitra sangat membantu dan meningkatkan pertumbuhan usaha. Variabel akses informasi merupakan variable yang berpengaruh paling signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro. Akses informasi berpengaruh paling signifikan terhadap pengembangan usaha mikro jajanan tradisional, sehingga pelaku usaha bisa menggunakan akses informasi untuk mencari kemitraan baik kemitraan pemasok jajanan tradisional maupun perusahaan kecil dan besar melalui CSR sehingga bisa mendongkrak pertumbuhan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Adhinta & Supriono. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Pasar UMKM ke Kawasan Asia Tenggara Dalam Menghadapi Kebijakan Mea

- (studi pada kawasan sentra industri tempe dan keripik tempe sanan kota malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol. 62 No. 1
- Amin & Dwi, S. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis industri kreatif di kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol X Jilid X.
- Artaya, I. P., & Muchayan, A. (2020). Stimulan Peningkatan Usaha Mikro di masa Pandemi Covid 19. *E-Jurnal Spirit Pro Patria*, 6(2), 90-101.
- Hendrawan, R. A., Nurkasanah, I., Suryani, E., Er, M., Mudjahidin, M., Aristio, A. P., & Saputra, N. A. (2021). Pengembangan eCommerce Multi Kanal untuk UMKM Jajanan & Minuman Produk Lokal di Surabaya. *Sewagati*, 5(1), 93-99.
- Telaumbanua, E. (2021). Kajian Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Taman Jajanan Pasar Kota Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1045-1058.
- Prihatminingtyas, B. (2019), Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar Landungsari, Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol. 7, No.2, Hal 69-75.
- Rinawati, H.S & Sadewo, S. (2019), Pengembangan Model Kemitraan UMKM dengan Usaha Skala Sedang dan Besar di Jawa Timur Melalui Program Corporate Social Responsibility(CSR), *Jurnal Inovasi Kebijakan Matra Pembaruan* 3 (2): 67-77
- Islami, A. C., Kunaifi, A., & Gunawan, J. (2017). Ragam Pengukuran Kinerja pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), D168-D171.
- Khoiruddin dan Aslichah. 2017. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kabupaten Jombang. *Jurnal @Trisula LP2M Undar* edisi 5 Vol.1
- Hilyah, M & Syafrul. (2018). Analisis Faktor – Faktor Pendukung atau Penghambat Pelaku Bisnis UMKM di Bangka Belitung dalam Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Optimasi Sistem Industri* Vol. 17 No. 1
- Novitawati, RAD., & Fajarwati, Y.E. (2018), Analisa UMKM di bidang pertanian di desa Pandansari kec. Ngantang, Kab. Malang (dengan pendekatan IE matrix). *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi* Vol 6, No 1
- Suci, Y.R. (2016). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 No. 1
- Widyastuti, M. (2020). Pengembangan Pedagang Kue Melalui Networking di Kampung Kue Rungkut Lor, Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 2(03), 27-33.