

PENGARUH STRUKTUR MODAL, STRATEGI PEMASARAN DAN JARINGAN PENJUALAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PADA UMKM MADU HUTAN TANJUNGSARI

Kokom Komalasari, Junedi

Universitas Pelita Bangsa Bekasi, Indonesia

Email: kkomalasari720@gmail.com, junedi@pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 16 November 2022 Direvisi 17 November 2022 Disetujui 18 November 2022 Kata kunci: Kewirausahaan, UMKM, Usaha Madu Hutan.	Madu merupakan komoditas unggulan bagi ketersediaan bahan baku penunjang produk hasil olahan pada bidang kesehatan yang dihasilkan dari lebah. Dalam menjalankan kegiatan usaha Madu Hutan ini masih dijumpai beberapa kendala berupa pembiayaan hingga strategi penjualan. Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana peranan ketersediaan belanja modal kerja, cara melakukan penjualan hasil komoditas yang dihasilkan, dan jaringan penjualan terhadap perkembangan usaha pada UMKM Madu Hutan Tanjungsari Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer serta metode survey lapangan langsung sebanyak 55 responden. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisa menggunakan regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel struktur modal tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha, sedangkan variabel strategi pemasaran, dan jaringan penjualan berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha.
<i>Keywords:</i> <i>Entrepreneurship,</i> <i>MSMEs, Forest Honey</i> <i>Business.</i>	ABSTRACT <i>Honey is a leading commodity for the availability of supporting raw materials for processed products in the health sector produced from bees. In carrying out Forest Honey business activities, there are still several obstacles in the form of financing to sales strategies. This study aims to examine the role of the availability of working capital expenditures, how to sell the products produced, and the sales network on business development at the Tanjungsari Forest Honey UMKM, Bogor Regency. This study uses a quantitative descriptive approach using primary data and direct field survey methods as many as 55 respondents. Furthermore, the data obtained were analyzed using multiple linear regression with the SPSS application. The results of this study indicate that the capital structure variable has no effect on business development, while the marketing strategy and sales network variables have a positive effect on business development.</i>

How to cite:

Kokom Komalasari & Junedi (2022). Pengaruh Struktur Modal, Strategi Pemasaran dan Jaringan Penjualan Terhadap Perkembangan Usaha Pada UMKM Madu Hutan Tanjungsari. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(11).

<https://doi.org/10.46799/jsa.v3i11.511>

E-ISSN:

2722-5356

Published by:

Ridwan Institute

Pendahuluan

Usaha kecil menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju (Nurbaiti, 2020). Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, kemampuan UKM untuk tetap bertahan di masa krisis ekonomi adalah bukti bahwa sektor UKM merupakan bagian dari sektor usaha yang cukup tangguh (Tyas et al., 2022).

Sejak diumumkan pada Bulan Maret 2020 kasus pandemi covid-19 telah masuk ke Indonesia, perhatian masyarakat atas kesehatan khususnya pada imunitas pun meningkat. Berbagai vitamin baik yang dibuat dari kimia hingga herbal pun mulai bermunculan di pasar obat-obatan di Indonesia. Madu merupakan satu diantara primadona obat-obatan herbal yang sedang naik daun (Al Falih et al., 2019). Mengonsumsi madu yang kaya akan kandungan antioksidan yang bermanfaat bagi kinerja sistem pencernaan tubuh karena dipercaya mengandung nutraceuticals yang mampu melawan radikal bebas dalam tubuh. Selain itu madu bisa diminum secara langsung dan bisa pula dijadikan bahan olahan minuman herbal.

Menurut data yang dikeluarkan oleh database Badan Pusat Statistik, produksi madu Indonesia sangat berfluktuasi dari tahun 2016 hingga 2020. Pada 2016, total produksi madu nasional mencapai 362.200 liter. Pada 2017 angka itu turun 85% menjadi 54.300 liter. Produksi madu nasional naik 171,3% menjadi 147.300 liter pada tahun 2018. Setahun kemudian angka tersebut meningkat lagi secara signifikan sebesar 238,1% menjadi 498.000 liter. Namun pada tahun 2020, produksi madu nasional akan turun lagi sebesar 89,7% menjadi hanya 51.340 liter pada tahun lalu (Databoks, 2020). Madu, produk perlembahan, memiliki berbagai khasiat obat karena sifat antioksidan dan antimikroba dari senyawa bioaktifnya (Nayaka et al., 2020). Madu merupakan sumber obat karena di dalamnya terkandung berbagai jenis komponen antara lain karbohidrat, asam amino, mineral, enzim, vitamin dan air (Samarghandian et al., 2017). Madu sangat dipengaruhi oleh asal bunga atau nektar terhadap sifat antioksidan dan fisikokimia (Hailu & Belay, 2020).

Berdasarkan survey lapangan masih banyak dijumpai pengusaha UMKM Madu Hutan Tanjungsari memasarkan produknya secara curah menggunakan jerigen tanpa melalui proses pengemasan dan pemasaran yang baik sehingga tidak memiliki daya saing. Untuk itu penelitian dilakukan melalui pendekatan: 1). Struktur Modal (SM) yaitu perusahaan lebih suka menggunakan dana internal karena dianggap murah, bila dana internal tidak mencukupi, maka perusahaan dapat memilih dana eksternal sebagai alternatif yaitu menerbitkan hutang (Mahdiah, 2021); 2). Strategi Pemasaran (SP) yaitu bidang pemasaran mengembangkan ide, konsep, dan teori yang fokus utamanya adalah studi pemasaran dengan sumber ide-ide baru yang luar biasa (Zeithaml et al., 2020), strategi pemasaran menjadi jantung konseptual dari strategi bidang pemasaran (Morgan et al., 2019); dan 3). Jaringan Penjualan (JP) yaitu kerangka manajemen rantai pasokan dengan mengintegrasikan produsen, pengusaha, gudang dan tempat penyimpanan lainnya sehingga pendistribusian dapat berjalan dengan efisien (Praswati & Aji, 2017). Dengan memperhatikan peran tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal, strategi pemasaran dan jaringan pemasaran terhadap perkembangan usaha pada UMKM Madu Hutan Tanjungsari. Penelitian sebelumnya variabel modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM (Vijaya & Irwansyah, 2018); strategi pemasaran berpengaruh secara positif dan

signifikan terhadap perkembangan usaha (Dewanti, 2022). Untuk menambahkan dan mengembangkan penelitian, maka jaringan penjualan ditambahkan sebagai variabel ketiga (Herman & Nohong, 2022) yang menyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Metode Penelitian

Penelitian yang dikembangkan yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif serta membuat desain penelitian korelasional yang meliputi seberapa besar pengaruhnya struktur modal, strategi pemasaran dan jaringan penjualan yang masing-masing sebagai variabel independen terhadap perkembangan usaha sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM Madu Hutan di Desa Tanjungsari Kabupaten Bogor. Selanjutnya pengumpulan data menggunakan metode cluster random sampling dengan membuat kuesioner terstruktur yang diberikan kepada 55 responden untuk mengisi pertanyaan yang telah disediakan menggunakan skala likert 1-5, dengan kriteria 1 sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju. Dengan demikian responden dapat memberikan jawaban aktual untuk mendapatkan verifikasi data empiris, berikutnya data akan disajikan berupa angka dengan menggunakan analisis statistik (Memon et al., 2020), dengan menggunakan pendekatan: 1) uji validitas dan reliabilitas, 2). uji asumsi, 3). uji model dan 4). uji hipotesis.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Struktur Modal (SM)	SM.1. Modal Pribadi	Interval 1-5
	SM.2. Modal Pinjaman	
	SM.3. Modal Ketrampilan	
Strategi Pemasaran (SP)	SP.1. Produk Unggul	Interval 1-5
	SP.2. Penetapan Harga	
	SP.3. Promosi Penjualan	
Jaringan Penjualan (JP)	JP.1. Layanan Pelanggan	Interval 1-5
	JP.2. Peningkatan Pasar	
	JP.3. Keunggulan Bersaing	
Perkembangan Ushaa (PU)	PU.1. Peningkatan Pendapatan	Interval 1-5
	PU.2. Peningkatan Pelanggan	
	PU.3. Peningkatan Kualitas Produk	
	PU.4. Peningkatan Tenaga Kerja	

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis uji instrumen validitas dan reliabilitas

Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka kuesioner dianggap valid, sebaliknya jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Pada taraf signifikansi 5%, R tabel jumlah responden $N = 55$ adalah 0,265.

Tabel 2. Validitas - Reliabilitas

Variable; Indikator	Cronbach's; r-hitung	Nilai Kritis	Keterangan
Perkembangan Ushaa (PU):	0.630	0.600	Reliabel
PU.1. Peningkatan Pendapatan	0.695	0.265	Valid
PU.2. Peningkatan Pelanggan	0.678	0.265	Valid
PU.3. Peningkatan Kualitas Produk	0.426	0.265	Valid
PU.4. Peningkatan Tenaga Kerja	0.588	0.265	Valid
Struktur Modal (SM):	0.616	0.600	Reliabel
SM.1. Modal Pribadi	0.727	0.265	Valid
SM.2. Modal Pinjaman	0.693	0.265	Valid
SM.3. Modal Ketrampilan	0.857	0.265	Valid
Strategi Pemasaran (SP):	0.674	0.600	Reliabel
SP.1. Produk Unggul	0.770	0.265	Valid
SP.2. Penetapan Harga	0.764	0.265	Valid
SP.3. Promosi Penjualan	0.806	0.265	Valid
Jaringan Penjualan (JP):	0.652	0.600	Reliabel
JP.1. Layanan Pelanggan	0.793	0.265	Valid
JP.2. Peningkatan Pasar	0.751	0.265	Valid
JP.3. Keunggulan Bersaing	0.760	0.265	Valid

uji tabel 2 diatas diketahui indikator pada setiap variabel > r-tabel sehingga dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data selanjutnya. Nilai Cronbach Alpha (α) > 0.600, sehingga data penelitian yang berasal dari kuesioner dalam penelitian ini dianggap reliabel.

B. Analisis uji asumsi analisis regresi linier ganda

Uji asumsi normalitas, dengan menguji variabel residual kriteria sig (signifikansi) > 0,05, untuk memastikan data tabel uji normal dan data berdistribusi normal.

Tabel 3. Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Komponen Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Sig. Residu	Test Statistic	DW
Struktur Modal (SM)	0.987	1.1013	0.457	.315	
Strategi Pemasaran (SP)	0.990	1.0100	0.290	2.998	2.073
Jaringan Penjualan (JP)	0.981	1.0190	0.759	1.000	

Tabel 3 di atas menunjukkan nilai statistik uji variabel SM sebesar 0,315, SP sebesar 2,998, dan JP sebesar 1,000, semua variabel tersebut >0,05 sehingga data berdistribusi normal atau memenuhi asumsi pertama. Asumsi kedua terpenuhi karena nilai SM tolerance 0,987 > 0,10 dan nilai VIF 1,1013 < 10,00, sehingga tidak terjadi multikolinearitas, tolerance SP 0,990 > 0,10 dengan nilai VIF 1,0100 < 10,00 Hal ini tidak akan menyebabkan multikolinearitas Linear; toleransi JP 0,981 > 0,10, nilai VIF 1,0190 <

10,00, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Tidak terdapat heteroskedastisitas pada data yang diuji, karena signifikansi masing-masing variabel diatas 0,05 yaitu signifikansi SM 0,457 > 0,05, signifikansi SP 0,290 > 0,05, dan signifikansi JP 0,759 > 0,05. Untuk uji autokorelasi Durbin-Watson, dengan nilai $t = 55$; $k = 4$ berdasarkan tabel $dl = 1,45232$; $du = 1,68149$ dengan nilai $dw = 2,073$, maka nilai $(4-d) = 1,927$. Melalui deteksi autokorelasi positif $dw = 2,073 > du = 1,68149$, maka tidak ditemukan autokorelasi positif. Berikutnya deteksi autokorelasi negatif $(4-dw) = 1,927 > du = 1,68149$; maka tidak ditemukan autokorelasi negatif, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak dijumpai autokorelasi positif maupun negatif sama sekali dari pengujian di atas.

C. Analisis uji model

Kekuatan model didasarkan pada nilai R Square (koefisien determinasi). Lulus uji F-test, dimana keputusan didasarkan pada jika F-hitung > F-tabel maka itu penting.

Tabel 4. Ringkasan Analisis Regresi Berganda

R Square	Adj. R Square	F-Hitung	Sig.F
0.291	0.247	6.688	0.001
Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig
Konstanta:	8.763	4.666	0.000
Struktur Modal (SM)	0.098	1.149	0.256
Strategi Pemasaran (SP)	0.320	3.448	0.001
Jaringan Penjualan (JP)	0.238	2.088	0.042
Dependent Variable : Perkembangan Usaha (PU)			

Nilai R Square pada tabel di atas adalah 0,291 dan adj. R-kuadrat adalah 0,247. Nilai tersebut menunjukkan bahwa SM, SP, dan JP memiliki pengaruh sebesar 29,1% terhadap PU. Nilai F yang dihitung adalah 6688 dan probabilitasnya adalah Sig. 0,001. F hitung $6,688 > F$ tabel $2,786$ dan probabilitas Sig.F $0,000 < \text{taraf uji penelitian } 0,05$, signifikan, dapat menjelaskan SM, SP, JP dapat menjelaskan 29,1% variabel PU, sehingga model penelitian dapat menjelaskan hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis hubungan.

D. Analisis uji hipotesis

Nilai koefisien regresi melalui pengujian menggunakan uji-t. Nilai koefisien regresi dibentuk dengan persamaan regresi yaitu: $PU = 8.763 + 0.098SM + 0.320SP + 0.238JP$. SM mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.256 (signifikansi > α yaitu 0.05) maka SM tidak berpengaruh terhadap PU. SP mempunyai signifikansi sebesar 0.001 (signifikansi < α yaitu 0.05) maka SP berpengaruh positif terhadap PU. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. JP mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.042 (signifikansi < α yaitu 0.05) maka JP berpengaruh positif terhadap PU. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Struktur modal dalam penelitian ini tidak mempengaruhi perkembangan usaha Madu Hutan Tanjungsari, dengan kata lain perkembangan usaha tersebut tidak ditentukan besar kecilnya modal usaha yang dimiliki. Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya (Vijaya & Irwansyah, 2018), bisa saja dipengaruhi sikap pelaku usaha masih

menggunakan sumber pembiayaan swadaya dan belum melakukan ekspansi produksi secara besar. Strategi pemasaran dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha, temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Dewanti, 2022), pemasaran dapat dilakukan secara langsung maupun promosi melalui sosial media yang rutin dan berkala sehingga dikenal masyarakat luas. Jaringan penjualan dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha, temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Herman & Nohong, 2022), untuk meningkatkan penjualan maka diperlukan peningkatan jaringan penjualan sehingga dapat memberikan layanan terhadap pasar yang lebih luas.

Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan bahwa hipotesis SM ditolak, dengan demikian SM tidak berpengaruh signifikan terhadap PU, berikutnya hipotesis terhadap SP diterima, dengan pengaruh signifikan terhadap PU, serta hipotesis JP diterima, dengan berpengaruh signifikan terhadap PU. Pada hipotesis SM tidak memiliki pengaruh secara signifikan, tetapi pada indikator SM.3. Modal Keterampilan memiliki r -hitung $0.857 > r$ tabel 0.265 hal ini memberikan gambaran bahwa kegiatan usaha masih mengandalkan keterampilan dan pengalaman konvensional. Mengingat pengusaha UMKM Madu Hutan Tanjungsari Kabupaten Bogor masih dikelola secara tradisional, maka perlu dukungan pemerintah, akademisi serta masyarakat sekitar agar kapasitas produksi naik serta memiliki daya saing yang tinggi sehingga perkembangan usaha dapat meningkat. Selanjutnya untuk pengembangan penelitian berikutnya dapat menambah jumlah responden, jenis variabel dan daerah penelitian lainnya. Misalkan peran pemerintah dalam peningkatan kapasitas pengusaha UMKM Madu.

BIBLIOGRAFI

- Al Falih, M. S. H., Rizqi, R. M., & Ananda, N. A. (2019). Pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha pada usaha mikro kecil menengah (Studi kasus pada UMKM Madu Hutan Lestari Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.302>. [Google Scholar](#)
- databoks. (2020). Produksi Madu Nasional Fluktuatif pada 2016-2020. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2024.
- Dewanti, M. A. (2022). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm Di Kabupaten Buleleng*. 8(1), 236–242. [Google Scholar](#)
- Hailu, D., & Belay, A. (2020). Melissopalynology and antioxidant properties used to differentiate *Schefflera abyssinica* and polyfloral honey. *PLoS ONE*, 15(10 October), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240868>. [Google Scholar](#)
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>. [Google Scholar](#)
- Mahdiah, R. &. (2021). *Pengaruh Likuiditas Terhadap Struktur Modal*. 2504, 1–9. [Google Scholar](#)
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx. [https://doi.org/10.47263/jasem.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/jasem.4(2)01). [Google Scholar](#)
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>. [Google Scholar](#)
- Nayaka, N. M. D. M. W., Fidrianny, I., Sukrasno, Hartati, R., & Singgih, M. (2020). Antioxidant and antibacterial activities of multiflora honey extracts from the Indonesian Apis cerana bee. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 15(3), 211–217. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2020.04.005>. [Google Scholar](#)
- Nurbaiti, N. (2020). *Pengaruh Keterampilan dan Pengalaman SDM terhadap Pengelolaan UMKM Produk Madu dan Kurma Sahara di Sukoharjo*. Universitas Muhammadiyah Pringsewu. [Google Scholar](#)
- Praswati, A. N., & Aji, B. D. (2017). Identification of Distribution Channels to Create Sustainable Vegetable Prices. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(2), 69. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v1i2.31>. [Google Scholar](#)
- Samarghandian, S., Farkhondeh, T., & Samini, F. (2017). Honey and health: A review of recent clinical research. *Pharmacognosy Research*, 9(2), 121–127.

<https://doi.org/10.4103/0974-8490.204647>. [Google Scholar](#)

Tyas, A. A. P., Ummanah, U., & Wahyuningsih, D. (2022). IPTEK Pelatihan Pengelolaan Keuangan Sederhana Pada UMKM Ciledug Prima di Kecamatan Ciledug Tangerang Banten. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(3), 479–488. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i3.828>. [Google Scholar](#)

Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2018). Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Startegi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Umkm Di Kecamatan Buleleng Tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v5i1.15571>. [Google Scholar](#)

Zeithaml, V. A., Jaworski, B. J., Kohli, A. K., Tuli, K. R., Ulaga, W., & Zaltman, G. (2020). A Theories-in-Use Approach to Building Marketing Theory. *Journal of Marketing*, 84(1), 32–51. <https://doi.org/10.1177/0022242919888477>. [Google Scholar](#)

Copyright holder :

Kokom Komalasari, Junedi (2022)

First publication right :

Jurnal Syntax Admiration

This article is licensed under:

