

Pengaruh Legalitas Usaha, Umur Usaha dan Tingkat Pendidikan terhadap Volume Penjualan Pada UMKM Pangan Olahan di Kabupaten Majene

¹Arman

²Husna

^{3*}Fitri

⁴Muhammad Arhim

¹²³⁴Jurusan Agribisnis, Universitas Sulawesi Barat,
Indonesia

¹arman.amran@unsulbar.ac.id

²parkhusna614@gmail.com

³fitriagri@unsulbar.ac.id

⁴muhammadarhim@unsulbar.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh legalitas usaha, umur usaha, dan tingkat pendidikan terhadap volume penjualan pada UMKM pangan olahan di Kabupaten Majene. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 40 pelaku UMKM. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, legalitas usaha, umur usaha, dan tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Legalitas usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jaringan pemasaran. Umur usaha berkontribusi terhadap peningkatan penjualan karena berkaitan dengan pengalaman dan kestabilan usaha. Sementara itu, tingkat pendidikan pelaku usaha berpengaruh terhadap kemampuan manajerial dan adopsi strategi pemasaran modern.

Kata Kunci: Legalitas usaha; umur usaha; tingkat pendidikan; volume penjualan; UMKM pangan olahan

Wanatani

Vol. 5, No. 2, 2025

ISSN 2808-7704 (Online)

Corresponding Email

Corresponding author's

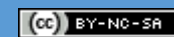
Arman

arman.amran@unsulbar.ac.id

Copyright © 2025

The Author(s)

This article is licensed under
CC BY-NC-SA 4.0 License



Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam kemajuan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keberadaan sektor UMKM mengurangi jumlah pengangguran yang tidak dapat diserap oleh pasar kerja. Pertumbuhan usaha ini menjadi pendorong utama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. UMKM secara signifikan mampu menopang perekonomian Indonesia, dengan kontribusi lebih dari 60 persen terhadap PDB nasional, penyerapan tenaga kerja sekitar 97 persen, dan jumlah unit usaha yang telah melebihi 64 juta (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025).

UMKM menjadi bagian penting dari sistem perekonomian Indonesia, karena jumlah unit usahanya jauh lebih banyak dibandingkan dengan usaha berskala besar (Cano et al., 2017). Dalam konteks ini, terdapat berbagai jenis kelompok UMKM, di antaranya UMKM olahan pangan. UMKM olahan pangan termasuk dalam agribisnis. Sektor ini berperan penting dalam memenuhi kebutuhan bahan baku untuk industri makanan dan minuman. Pemanfaatan produk pangan lokal sebagai penggerak perekonomian masyarakat khususnya dalam pemberdayaan UMKM didasarkan pada ketersediaan bahan pangan yang mudah diperoleh, berkelanjutan, dan dapat diolah dengan teknologi sederhana (Widiati & Azkia, 2023).

Salah satu UMKM yang tidak lekang oleh waktu dan selalu diminati di berbagai wilayah adalah usaha makanan dan minuman. Bisnis ini menyasar pasar dari segala rentang umur dan kelompok masyarakat yang mengonsumsi makanan dan minuman, baik dalam skala besar maupun kecil. Kondisi terkini menunjukkan bahwa sektor UMKM makanan dan minuman memiliki prospek pertumbuhan yang kuat, mengingat besarnya peluang ekonomi dan tingkat keuntungan yang dapat diperoleh para pelaku usaha (Yunita et al., 2023).

Kabupaten Majene merupakan salah satu kabupaten yang kondisi geografisnya sangat mendukung pertanian dan memiliki potensi alam yang melimpah sehingga Potensi untuk mengembangkan usaha mikro produk pangan olahan di Majene juga besar. Kabupaten Majene memiliki potensi usaha yang signifikan tercatat pada tahun 2022 terdapat 9.848 unit UMKM di kabupaten Majene. Dari jumlah tersebut, terdiri dari 7.185 unit usaha mikro, 2.654 unit usaha kecil, dan 9 unit usaha menengah. Namun, dari total 9.848 unit UMKM di Kabupaten Majene, sebanyak 5.829 unit UMKM belum memiliki legalitas atau izin usaha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene, 2025).

Berdasarkan hasil observasi awal, sejumlah pelaku UMKM di Kabupaten menghadapi berbagai kendala yang menghambat peningkatan penjualan. Salah satu permasalahan utama yaitu masih banyak yang belum memiliki legalitas resmi. Kondisi ini disebabkan oleh keterbatasan informasi yang dimiliki para pelaku usaha terkait prosedur pengurusan legalitas. Permasalahan legalitas usaha menjadi isu krusial yang perlu segera diatasi agar UMKM di Kabupaten Majene dapat berkembang secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah, khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Majene, dalam mendorong dan memfasilitasi pelaku UMKM untuk mengurus legalitas usaha, sehingga proses pembinaan, pengawasan, dan pemberian dukungan dapat dilakukan secara lebih efektif.

Kedua, rendahnya tingkat pendidikan pelaku UMKM, khususnya mereka yang hanya menamatkan pendidikan dasar, diduga menjadi salah satu faktor penyebab kurangnya pemahaman dan penerapan strategi promosi yang efektif. Kondisi tersebut menyebabkan para pelaku usaha masih bergantung pada metode promosi tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut, sehingga pemanfaatan

platform digital dan media sosial belum optimal. Sebaliknya, pelaku UMKM dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, seperti lulusan perguruan tinggi, umumnya memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya strategi promosi modern. Hal ini memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan penjualan.

Ketiga, penulis menemukan bahwa UMKM pangan olahan di Kabupaten Majene masih tergolong usaha mikro dengan umur usaha yang relatif baru, menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya. Keterbatasan ukuran usaha, seperti modal dan kapasitas produksi yang terbatas, menghalangi mereka untuk bersaing dengan usaha yang lebih besar. Selain itu, faktor usaha yang masih baru membuat produk mereka belum dikenal luas oleh konsumen, sehingga penjualan mereka belum maksimal.

Untuk menjembatani antara observasi awal penulis dengan hasil penelitian yang relevan, perlu dipaparkan hubungan logis antara permasalahan yang dihadapi UMKM di Kabupaten Majene dan temuan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penulis merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh variabel-variabel yang menjadi penyebab terhadap pertumbuhan UMKM di berbagai daerah.

Hakim et al. (2022) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa legalitas usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk UMKM di Kecamatan Cilacap Selatan, Kabupaten Cilacap. Selanjutnya, Puspaningrum (2019) menyatakan bahwa masa beroperasi usaha, dan legalitas usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UKM di wilayah tersebut. Hasil penelitian (Hera, 2022) juga menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan ukuran usaha merupakan faktor yang sangat berpengaruh penting yang menentukan tinggi rendahnya peningkatan pertumbuhan laba.

Meskipun topik serupa telah banyak diteliti, penelitian ini tetap memiliki relevansi empiris dan kontekstual. Relevansi tersebut didasarkan pada asumsi bahwa karakteristik UMKM dapat bervariasi antarwilayah, meskipun secara umum menunjukkan kesamaan dalam struktur dan profil usahanya. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengidentifikasi serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi volume penjualan pada UMKM. Fokus penelitian diarahkan pada UMKM pangan olahan yang beroperasi di Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

Metode

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dan pengaruh antarvariabel berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai pengaruh legalitas usaha, umur usaha, dan tingkat pendidikan terhadap volume penjualan pada UMKM pangan olahan di Kabupaten Majene.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2022). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM produk pangan olahan di Kabupaten Majene.

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Adapun kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini, yaitu (1) pemilik usaha produk pangan olahan yang berlokasi di Kabupaten Majene, (2) produk yang dijual merupakan hasil produksi sendiri, (3) usaha telah berjalan minimal 1 tahun.

Tidak ada kejelasan data yang menampilkan jumlah UMKM olahan pangan yang ada di Kabupaten Majene sehingga ukuran sampel ditentukan berdasarkan pendapat (Peduzzi et al., 1996) bahwa jumlah minimum sampel setidaknya 10 kali jumlah variabel. Adapun jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 4, maka ukuran sampel yang dipilih adalah 40.

Jenis dan Sumber Data

Sebagai elemen utama dalam proses penelitian, sumber data berperan penting untuk menjawab pertanyaan penelitian, menguji hipotesis, dan mendukung pencapaian tujuan penelitian. Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung oleh peneliti dengan melakukan penyebaran kuesioner dan wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui wawancara langsung kepada responden yaitu pelaku UMKM pangan olahan.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Kuesioner, yaitu melalui penyebaran daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang merupakan pelaku UMKM pangan olahan di Kabupaten Majene. Instrumen ini digunakan untuk memperoleh data primer mengenai karakteristik responden dan usaha serta faktor-faktor yang memengaruhi volume penjualan.
2. Wawancara, yaitu melalui percakapan terarah dengan responden terpilih guna memperdalam informasi yang diperoleh dari kuesioner

Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengaruh, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal dari residual merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier. Jika residual berdistribusi normal, maka model regresi dianggap valid untuk digunakan dalam penarikan kesimpulan. Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka data berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan hasil estimasi koefisien regresi menjadi tidak akurat atau tidak stabil. Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Jika nilai Tolerance < 0,10 atau VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians residual bersifat homoskedastisitas (sama pada setiap nilai prediksi). Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis ini adalah alat statistik untuk menentukan bagaimana pengaruh antara satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Tujuannya adalah untuk mencari pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Volume penjualan

α = Konstanta (intercept)

X_1 = Legalitas Usaha

X_2 = Umur usaha

X_3 = Tingkat pendidikan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi X_1, X_2, X_3

e = Error of Term

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh legalitas usaha, ukuran usaha, umur usaha, dan Tingkat pendidikan, terhadap volume penjualan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Parsial

1) Jika nilai t hitung > t tabel atau sig < alpha maka H_0 diterima

2) Jika probabilitas t tes $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima

a. Pengaruh Simultan

1) Jika probabilitas F tes > 0,05 maka H_0 diterima

2) Jika probabilitas F tes $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam kasus hubungan regresi linear. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai $R^2 = 0$, berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $R^2 = 1$, maka variabel independen memiliki pengaruh penuh terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, di mana terdapat lebih dari satu variabel independen, digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi untuk mengoreksi dan menyesuaikan model regresi.

Hasil

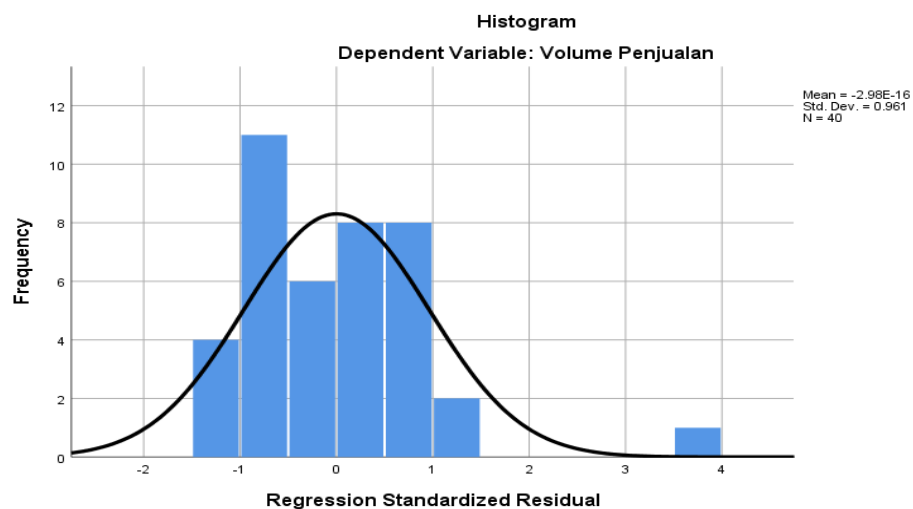
Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 orang pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor pangan olahan yang tersebar di Kabupaten Majene. Berdasarkan jenis kelamin, pelaku usaha didominasi oleh perempuan sebanyak 28 orang atau 70%, sedangkan laki-laki berjumlah 12 orang atau 30%. Dilihat dari segi usia, mayoritas responden berada pada kelompok umur produktif, yakni 21–30 tahun dengan jumlah 16 orang (40%). Sebagian besar pelaku UMKM memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Responden yang berpendidikan Strata Satu (S1) mencapai 35% atau sebanyak 14 orang, diikuti oleh lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 12 orang (30%). Berdasarkan umur usaha, mayoritas UMKM tergolong baru berdiri, sebanyak 15 usaha (37,5%) berumur kurang dari 5 tahun, sisanya terdiri dari usaha yang telah beroperasi 11–15 tahun (12,5%), 16–20 tahun (10%), dan lebih dari 20 tahun (2,5%). Dari aspek legalitas, sebanyak 30 pelaku usaha (75%) telah memiliki izin usaha, sementara 10 pelaku (25%) belum mengantongi legalitas formal. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memahami pentingnya aspek legal dalam keberlangsungan usaha, meskipun masih terdapat sebagian kecil yang perlu didorong untuk melengkapi izin usahanya.

Uji Asumsi Klasik

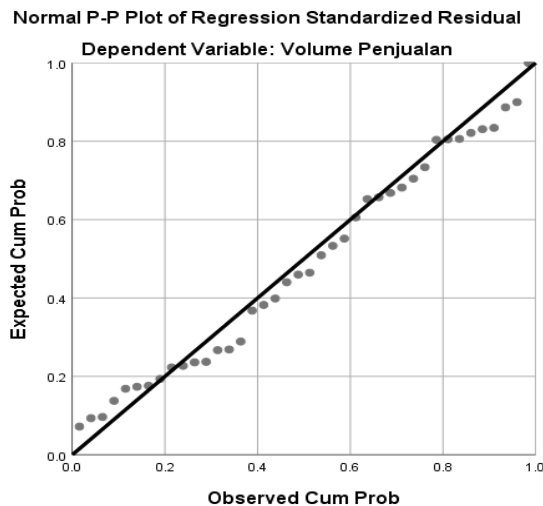
1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan melalui tiga pendekatan yaitu histogram, normal probability plot (P-P Plot), dan Kolmogorov-Smirnov Test.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Uji normalitas yang pertama menggunakan histogram. Sesuai yang ditunjukkan pada Gambar 1 berupa hasil uji normalitas grafik histogram, menunjukkan bahwa grafik berbentuk lonceng (*bell-shaped*) dan titik puncaknya berada tepat di tengah. Grafik tidak menunjukkan penyimpangan baik ke kiri maupun ke kanan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa histogram menunjukkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Hasil Uji Normal Probability Plot

Uji normalitas yang kedua menggunakan normal probability plot. Gambar 2 menunjukkan hasil uji normal probability plot. Titik-titik residual terlihat menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran residual mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, normal probability plot menunjukkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5482.927744
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.064
Test Statistic		.094
Asymp. Sig (2-tailed)		.2000 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors Significance Correction		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data primer diolah (2025)

Uji normalitas ketiga dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 5.4, nilai Exact Sig. (2-tailed) dari residual menunjukkan angka lebih dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal dan model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi di antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Suatu model regresi dianggap baik apabila tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Indikasi adanya multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka model regresi tersebut dikatakan bebas dari multikolinearitas, sehingga tidak terdapat hubungan antar variabel bebas. Nilai Tolerance dan VIF dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11625.836	5410.729		-2.149	.038		
	Legalitas Usaha	6466.845	2151.426	.404	3.006	.005	.882	1.133
	Umur Usaha	587.516	204.262	.470	2.876	.007	.597	1.676
	Tingkat Pendidikan	1145.577	344.344	.561	3.327	.002	.561	1.783

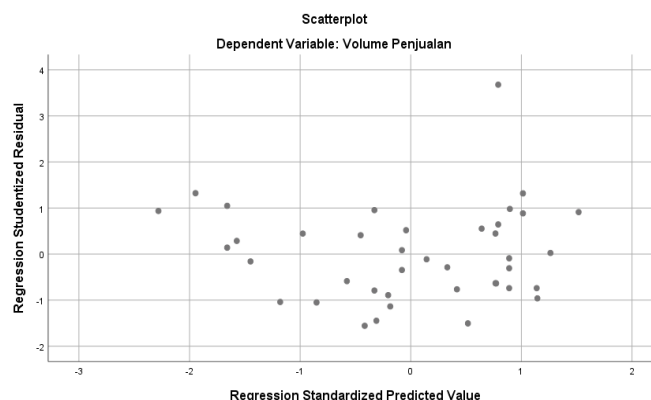
a. Dependent variable: volume penjualan

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil *coefficients* di atas, diketahui bahwa nilai VIF masing-masing variabel adalah 1,133 untuk (Legalitas Usaha), 1,676 untuk (Umur Usaha), dan 1,783 untuk (Tingkat Pendidikan). Ketiga variabel tersebut dinyatakan tidak mengalami masalah multikolinearitas karena seluruhnya memiliki nilai tolerance di atas 0,10 serta VIF di bawah angka 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Uji ini dilakukan melalui grafik scatterplot antara residual dan nilai prediksi (ZPRED).



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa penyebaran data berada di sekitar titik nol dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dan data dinyatakan memenuhi persyaratan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dengan kata lain, regresi linier berganda diterapkan ketika penelitian melibatkan lebih dari satu variabel independen yang diuji terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11625.836	5410.729		-2.149	.038
	Legalitas Usaha	6466.845	2151.426	.404	3.006	.005
	Umur Usaha	587.516	204.262	.470	2.876	.007
	Tingkat Pendidikan	1145.577	344.344	.561	3.327	.002

a. Dependent variable: volume penjualan

Sumber: Data primer diolah (2025)

Output coefficients digunakan dalam penggambaran persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -11625,836 + 6466,845 + 587,611 + 1145,577$$

Volume Penjualan = -11625,836 + 6466,845 (Legalitas Usaha) + 587,611 (Umur Usaha) + 1145,577 (Tingkat Pendidikan)

1. Konstanta sebesar -11.625,836

Nilai konstanta sebesar -11.625,836 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen (Legalitas Usaha, Umur Usaha, dan Tingkat Pendidikan) dianggap konstan atau bernilai nol, maka Volume Penjualan diperkirakan bernilai negatif sebesar 11.625,836. Nilai negatif ini dapat diartikan bahwa tanpa pengaruh dari ketiga variabel tersebut, volume penjualan akan berada pada kondisi yang sangat rendah atau bahkan tidak eksis dalam konteks penelitian ini.

2. Koefisien Regresi Variabel Legalitas Usaha (X1) sebesar 6.466,845

Koefisien regresi untuk variabel Legalitas Usaha adalah 6.466,845, dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 (< 0,05), yang berarti signifikan secara statistik. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada legalitas usaha akan meningkatkan volume penjualan sebesar 6.466,845 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hubungan ini bersifat positif dan signifikan, menunjukkan bahwa legalitas usaha memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan volume penjualan.

3. Koefisien Regresi Variabel Umur Usaha (X2) sebesar 587,516

Koefisien regresi untuk variabel Umur Usaha adalah 587,516, dengan nilai signifikansi 0,007 ($< 0,05$), artinya juga signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa setiap tambahan umur usaha sebesar 1 tahun atau satuan yang digunakan, akan meningkatkan volume penjualan sebesar 587,516 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama usaha berdiri, maka cenderung volume penjualannya semakin meningkat.

4. Koefisien Regresi Variabel Tingkat Pendidikan (X3) sebesar 1.145,577

Koefisien regresi untuk Tingkat Pendidikan adalah 1.145,577, dengan nilai signifikansi 0,002 ($< 0,05$). Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu tingkat pendidikan (misalnya dari SMA ke S1), akan meningkatkan volume penjualan sebesar 1.145,577 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung berkorelasi dengan pengelolaan usaha yang lebih baik, termasuk strategi penjualan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

1. Pengujian Hipotesis 1

Mengacu pada Tabel 3 didapatkan nilai signifikansi variabel Legalitas Usaha (X1) sebesar 0,005. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel Legalitas Usaha (X1) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian parsial ini Legalitas Usaha (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan Tabel 3 didapatkan nilai signifikansi variabel Umur Usaha (X2) sebesar 0,007. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel Umur Usaha (X2) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian parsial ini Umur Usaha (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

3. Pengujian Hipotesis 3

Menurut hasil analisis (Tabel 3) nilai signifikansi variabel Tingkat Pendidikan (X3) sebesar 0,002. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel Tingkat Pendidikan (X3) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian parsial ini Tingkat Pendidikan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka hipotesis yang telah diajukan dapat diterima. Sebaliknya, jika F hitung lebih kecil dari F tabel, maka hipotesis tersebut tidak dapat diterima atau ditolak. Selain itu, pengambilan keputusan juga bisa didasarkan pada perbandingan nilai signifikansi (sig.) dengan batas signifikansi 0,05 atau 5%, sebagaimana ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	.Regression	870755590.8	3	290251863.6	8.912	.000b
	Residual	1172437369	36	32567704.70		
	Total	2043192960	39			
a. Dependent Variable: Volume Penjualan						
b. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan, Legalitas Usaha, Umur Usaha						

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan nilai signifikansi variabel Legalitas Usaha (X1), Umur Usaha (X2) dan Tingkat Pendidikan (X3) sebesar 0,000. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji F variabel Legalitas Usaha (X1), Umur Usaha (X2) dan Tingkat Pendidikan (X3) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima sehingga bisa disebutkan bahwa secara simultan Legalitas Usaha (X1), Umur Usaha (X2) dan Tingkat Pendidikan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji koefisien diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,378. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Legalitas Usaha, Umur Usaha, dan Tingkat Pendidikan mampu menjelaskan 37,8% variabel yang terjadi pada Volume Penjualan. Sementara itu, 62,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh legalitas usaha terhadap volume penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Legalitas Usaha (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y), baik secara simultan maupun parsial. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 secara simultan dan 0,005 secara parsial, yang keduanya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa legalitas usaha memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan pengamatan lapangan, mayoritas pelaku UMKM pangan olahan di Kabupaten Majene menyadari pentingnya legalitas usaha dalam mendorong peningkatan volume penjualan. Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) dinilai mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, mempermudah kerja sama dengan pihak toko dan instansi, serta membuka akses terhadap pelatihan dan program pemerintah. Beberapa pelaku usaha mengalami peningkatan pemasaran setelah mengantongi legalitas usaha, misalnya produk mereka lebih mudah diterima oleh toko oleh-oleh, koperasi sekolah, maupun panitia bazar. Selain itu, legalitas usaha juga memungkinkan pelaku UMKM mengikuti kegiatan promosi resmi dan memperoleh pesanan dalam jumlah besar.

Namun demikian, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memiliki legalitas usaha. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman prosedur perizinan, anggapan bahwa prosesnya rumit, atau persepsi bahwa legalitas belum dibutuhkan karena usaha masih melayani pasar lokal. Ada pula pelaku usaha yang baru mengurus legalitas jika diminta oleh mitra kerja atau saat akan mengikuti kegiatan resmi.

Dengan demikian, legalitas usaha terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong peningkatan volume penjualan. Pelaku usaha yang telah memiliki legalitas cenderung memperoleh kepercayaan lebih dari konsumen, mitra usaha, dan lembaga pemerintah maupun swasta, serta memiliki peluang yang lebih luas untuk memasarkan produk. Sebaliknya, pelaku usaha yang belum memiliki legalitas relatif tertinggal dari segi peluang pasar, sehingga ruang gerak mereka dalam memperluas distribusi dan meningkatkan volume penjualan menjadi terbatas.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Witjaksono, 2024), yang menunjukkan bahwa keberadaan legalitas usaha memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan omset UMKM. Legalitas tersebut dianggap mampu membangun kepercayaan konsumen sekaligus membuka peluang untuk mengikuti berbagai program pengembangan usaha. Dukungan serupa juga ditemukan dalam studi (Putri & Isamuddin, 2023), yang mengungkapkan bahwa legalitas usaha secara nyata berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk UMKM, terutama pada sektor kuliner.

2. Pengaruh umur usaha terhadap volume penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Umur Usaha (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y), baik secara simultan maupun parsial. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 secara simultan dan 0,007 secara parsial, yang keduanya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin lama usaha berdiri, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan hasil pengamatan lapangan, pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya selama beberapa tahun umumnya memiliki pelanggan tetap, sistem produksi yang lebih efisien, dan strategi pemasaran yang lebih terarah. Mereka juga memiliki pengalaman dalam menghadapi tantangan pasar, seperti fluktuasi permintaan maupun persaingan harga. Usaha dengan umur yang lebih panjang juga memiliki kesempatan lebih besar untuk berinovasi, memperbaiki kualitas produk, serta memperluas jaringan distribusi. Konsumen cenderung menaruh kepercayaan lebih pada usaha yang telah lama berdiri karena dianggap stabil dan konsisten dari segi kualitas produk.

Meskipun demikian, pelaku usaha yang tergolong baru juga menunjukkan potensi pertumbuhan yang positif, terutama bagi mereka yang aktif berinovasi dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Beberapa di antaranya mampu menarik perhatian pelanggan melalui pemasaran daring yang intensif, perbaikan kemasan, dan peningkatan kualitas layanan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umur usaha memiliki hubungan positif dengan peningkatan volume penjualan. Usaha yang telah berdiri lebih lama memiliki keunggulan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, mengoptimalkan proses produksi, serta lebih siap menghadapi perubahan kondisi pasar dibandingkan usaha yang baru berdiri.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2023) yang mengungkapkan bahwa umur usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, termasuk dalam aspek peningkatan penjualan. Usaha yang telah beroperasi dalam jangka waktu lama cenderung lebih stabil karena telah membangun loyalitas pelanggan, memahami dinamika pasar, serta memiliki pengalaman dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Dukungan serupa juga terlihat dalam studi (Methasari, 2023), yang menunjukkan bahwa durasi berdirinya usaha secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan

pendapatan UMKM di sektor industri Kabupaten Ponorogo. Hal ini disebabkan oleh kemampuan pelaku usaha yang lebih berpengalaman untuk berinovasi, menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, dan meningkatkan mutu produk maupun layanan. Dengan demikian, kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin lama suatu usaha berjalan, maka semakin besar peluangnya dalam meningkatkan volume penjualan.

3. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap volume penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Tingkat Pendidikan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y), baik secara simultan maupun parsial. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 secara simultan dan 0,002 secara parsial, yang keduanya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pelaku usaha turut berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan hasil pengamatan lapangan, pelaku UMKM dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan manajerial yang lebih baik, lebih cepat memahami strategi pemasaran, dan lebih mampu memanfaatkan teknologi untuk promosi usaha. Pelaku usaha yang menempuh pendidikan hingga jenjang menengah atau tinggi umumnya lebih adaptif terhadap perubahan, aktif mengikuti pelatihan, dan terbuka terhadap pemanfaatan media sosial serta platform penjualan daring. Kemampuan tersebut memberikan keuntungan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan mengembangkan pasar.

Sebaliknya, pelaku usaha dengan tingkat pendidikan rendah sering kali menghadapi kendala dalam memahami dokumen administratif atau mengikuti pelatihan yang berbasis teknologi. Beberapa di antaranya mengandalkan bantuan keluarga dalam proses digitalisasi maupun pengurusan perizinan. Meskipun demikian, hal ini tidak sepenuhnya menghambat perkembangan usaha, karena beberapa pelaku dengan pendidikan rendah tetap dapat berkembang melalui pengalaman lapangan dan dukungan lingkungan sekitar.

Meskipun pendidikan bukan satu-satunya penentu keberhasilan, temuan ini memperkuat bahwa tingkat pendidikan berperan dalam mempercepat kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perkembangan dunia usaha. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin besar peluangnya untuk memanfaatkan teknologi, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta meningkatkan volume penjualan secara lebih terencana dan berkelanjutan.

Hal ini juga sejalan dalam penelitian (Ardini et al., 2024) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa pendidikan memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Dukungan serupa juga ditemukan dalam studi Sinurat (2025), yang menunjukkan bahwa Pelaku usaha yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memahami dan menerapkan strategi pemasaran, melakukan pencatatan keuangan secara sistematis, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Kepemilikan izin usaha meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka akses pasar yang lebih luas, serta mempermudah pelaku UMKM mengikuti program pembinaan pemerintah.

2. Umur usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Usaha yang telah beroperasi lebih lama cenderung memiliki pengalaman, pelanggan tetap, dan sistem produksi yang lebih stabil.
3. Tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Pelaku usaha dengan pendidikan yang lebih tinggi memiliki kemampuan manajerial, pemahaman strategi promosi, dan pemanfaatan teknologi yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Ardini, N., Ekonomi, A. R.-I. J., & 2024, undefined. (2024). Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnaluniv45sby.Ac.IdAFS Ardini, AN RachmanInisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2024•*jurnaluniv45sby.Ac.Id*.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/download/2544/2122>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene. (2025). *Kabupaten Majene Dalam Angka* 2024.
<https://majenekab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/3fab6ca49a13906ff2780321/kabupaten-majene-dalam-angka-2024.html>
- Cano, J. I., Rahmini, Y., Sekolah, S., Ilmu, T., & Balikpapan, E. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia*. 6(1).
- Hakim, Pamungkas, M. R., Setiawan, Y. A., Hapsari, N., & Dewi, M. T. (2022). *Pengaruh Legalitas Usaha, Packaging Produk dan Labelisasi Halal MUI terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Cilacap Selatan Kabupaten Cilacap*. 16(1).
- Hera, W. R. (2022). *Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Ukuran Usaha Terhadap Pertumbuhan Laba Umkm Dalam Perspektif Akuntansi Syariah (Studi Pada UMKM Kerajinan Tungku di Desa Braja Luhur Kecamatan Braja Selehah)*. Uin Raden Intan Lampung.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, January). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*.
https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia?utm_source=chatgpt.com
- Methasari, Y. N. (2023). *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Ponorogo* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo].
<https://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/11766>
- Nurhayati, S., Indrawati, H., Asmit Program Studi Pendidikan Ekonomi, B., & Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, J. (2023). Pengaruh Umur Usaha, Kualitas Produk, dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu dan Tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 2549–2284. <https://doi.org/10.23969/OIKOS.V7I2.7614>
- Peduzzi, P., Concato, J., Kemper, E., Holford, T. R., & Feinstein, A. R. (1996). A simulation study of the number of events per variable in logistic regression analysis. *Journal of Clinical Epidemiology*, 49(12), 1373–1379. [https://doi.org/10.1016/S0895-4356\(96\)00236-3](https://doi.org/10.1016/S0895-4356(96)00236-3)
- Puspaningrum, A. (2019). The Role of Business Size, Business Duration, Credit Facilities and Business Legalities on SME's Growth. *European Journal of*

- Research and Reflection in Management Sciences*, 7(3).
www.idpublications.org
- Putri, R. A., & Isamuddin. (2023). Pengaruh Legalitas Usaha, Labelisasi Halal, Citra Merek dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Makanan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Giri Purno Kecamatan Rimbo Ilir Kabupaten Tebo. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 5(2), 82–99.
<https://doi.org/10.51311/ISTIKHLAF.V5I2.536>
- Rahmawati, M. A., & Witjaksono, G. B. (2024). Peran Legalitas Usaha dan Digital Marketing Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Omset Penjuala UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Wilayah Kelurahan Bongkaran). *AT TARIIZ: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(03), 184–203.
<https://doi.org/10.62668/ATTARIIZ.V3I03.1228>
- Sinurat J.C. (2025). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Makanan Di Desa Mendalo Indah Kecamatan Jambi Luar Kota* [Universitas Jambi].
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Faktor-Faktor+Yang+Mempengaruhi+Pendapatan+Pedagang+Kaki+Lima+Makanan+Di+Desa+Mendalo+Indah+Kecamatan+Jambi+&btnG=
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (29th ed.). CV ALFABETA BANDUNG.
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 398–406.
<https://doi.org/10.46984/SEBATIK.V27I1.2275>
- Yunita, E., Annas, F., & Putri, A. (2023). Meningkatkan Kualitas Produk UMKM Makanan Untuk Meningkatkan Peminat Konsumen dan Melakukan Pemasaran Digital di Kabupaten Solok-Selatan. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 2(1), 217–233.
<https://doi.org/10.57255/JOVISHE.V2I1.540>