

Strategi Kompetitif Petani Dan Inovasi UMKM Terhadap Peningkatan Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Elisabet Jessika Manurung¹, Anaria Zendrato², Jesika Melina Simamora³

¹⁻³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mars, Indonesia

Corresponding Author: Elisabet Jessika Manurung, e-mail: iskmnrng@gmail.com

Published: Januari 2026

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of competitive farmer strategies and Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) innovation on the advancement of modern food businesses. The agricultural sector is currently undergoing a significant transformation toward modernization, necessitating continuous innovation to maintain competitiveness in an increasingly stringent market. Employing a quantitative research methodology, this study utilized 30 consumer respondents as the primary sample. Data were collected through questionnaires and interviews, subsequently analyzed using SPSS 25 software through multiple linear regression analysis, validity and reliability tests, and classical assumption tests. The research findings indicate that the farmer variable partially exerts a significant influence on modern food business progress, with a significance value of 0.001. Similarly, the MSME innovation variable proved to provide a significant partial contribution, also yielding a significance value of 0.001. Simultaneously, the F-test results produced a significance value of 0.001 and an F-statistic of 120.235, which exceeds the F-table value of 3.34. These findings confirm that combined farmer strategies and MSME innovations possess a positive and significant impact on driving modern food business growth. This study concludes that the synergy between appropriate farmer strategy implementation and unique MSME innovation development is the primary key to accelerating the advancement of the modern food sector.

Keywords: Competitive Strategy, MSME Innovation, Farmer, Modern Food Business, Quantitative Analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi kompetitif petani dan inovasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap peningkatan kemajuan bisnis pangan modern. Sektor pertanian saat ini sedang mengalami transformasi signifikan menuju modernisasi, yang menuntut inovasi berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin ketat. Menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini melibatkan 30 responden konsumen sebagai sampel utama. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 25 melalui uji regresi linier berganda, uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel petani secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kemajuan bisnis pangan modern dengan nilai signifikansi 0,001. Demikian pula, variabel inovasi UMKM terbukti memberikan kontribusi signifikan secara parsial dengan nilai signifikansi 0,001. Secara simultan, hasil uji F menghasilkan nilai signifikansi 0,001 dan nilai F-hitung sebesar 120,235, yang melampaui F-tabel sebesar 3,34. Temuan ini menegaskan bahwa strategi petani dan inovasi UMKM secara bersama-sama memiliki dampak positif dan signifikan dalam mendorong pertumbuhan bisnis pangan modern. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara penetapan strategi petani yang tepat dan pengembangan inovasi UMKM yang unik merupakan kunci utama dalam akselerasi kemajuan sektor pangan modern.

Kata Kunci: Strategi Kompetitif, Inovasi UMKM, Petani, Bisnis Pangan Modern, Analisis Kuantitatif.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pada perjalanan panjang peradaban manusia, pertanian telah menjadi landasan bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan ekonomi. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, pertanian mengalami transformasi yang signifikan, membuka pintu gerbang menuju era modern yang penuh dengan dinamika dan inovasi. Di tengah kompleksitas tantangan yang dihadapi, penekanan pada inovasi

menjadi sangat penting, menjadi pendorong utama untuk peningkatan produktivitas pertanian. Dengan memahami dinamika perubahan dan nilai signifikan inovasi, kita dapat membuka mata terhadap potensi besar yang terletak di depan, sambil menjaga keberlanjutan dan kesejahteraan petani serta sistem pertanian secara keseluruhan. Transformasi pertanian merupakan perubahan mendalam dalam metode, teknologi, dan paradigma yang membawa sektor pertanian menuju era modern. Dalam konteks ini, pertanian tidak lagi dipandang sebagai kegiatan tradisional semata, melainkan sebagai bagian integral dari ekonomi global yang terus berkembang. Transformasi ini terjadi sebagai respons terhadap berbagai faktor, termasuk pertumbuhan populasi, perubahan iklim, urbanisasi, dan perkembangan teknologi. (Masliani et al., 2024)

Membangun usaha memerlukan kesiapan yang matang yang mampu menghadapi setiap kondisi yang terjadi. Permasalahan yang terjadi dalam membangun usaha adalah strategi pemasaran yang kurang tepat sehingga pendapatan Kemajuan Bisnis Pangan Modern cenderung menurun, persaingan pasar semakin ketat kemudian mempertahankan minat konsumen bagaimana cara pelaku usaha mampu menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen terhadap usaha. Globalisasi dapat menambah semakin kuatnya persaingan di bidang kuliner, kondisi seperti ini tentu mengharuskan para pelaku usaha untuk menghadapi persaingan dan membangun strategi yang tepat agar mampu bertahan. Adanya pendapat sebagian beberapa orang yang mengartikan bahwa pemasaran dan Kemajuan Bisnis Pangan Modern adalah dua hal yang sama namun ternyata berbeda karena Kemajuan Bisnis Pangan Modern merupakan sesuatu konsep Kemajuan Bisnis Pangan Modern Petani yang berfokus pada membuat produk sesuai keinginan pelaku usaha sedangkan konsep dari kegiatan pemasaran lebih kepada pertimbangan keinginan konsumen (Siti Malihah et al., 2024)

Seiring berkembangnya zaman, segala aspek di dunia ini mengalami kemajuan yang mulanya tradisional menjadi lebih modern. Hal ini berlangsung secara signifikan dan berkesinambungan dari hal-hal yang baik terus berkembang menjadi lebih baik lagi dengan inovasi-inovasi yang tentunya lebih relevan dengan perkembangan yang terjadi di masa kini (Suryanto, 2021). Dengan adanya fenomena perkembangan ini maka harus ada sebuah pembaharuan yang terus menerus demi mengikuti alur perkembangan zaman, tak terkecuali pelaku UMKM yang harus melakukan sebuah inovasi dalam meningkatkan hasil produksinya untuk mampu menyaingi dunia pasar yang sedang marak (KIROM et al., 2022) (Garcia et al., 2021)

UMKM adalah badan usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan masyarakat. Karena UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. UMKM telah terbukti pada saat terjadinya krisis moneter pada tahun 1998 banyak badan usaha besar yang bangkrut akan tetapi UMKM tetap bertahan dan semakin bertambah jumlahnya. UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang sudah memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana yang telah di atur dalam Undang-Undang. UMKM bermanfaat sebagai mesin pertumbuhan ekonomi yang mampu untuk meningkatkan devisa Negara, mendorong pertumbuhan ekonomi secara merata, membuka lapangan pekerjaan, menopang kebutuhan masyarakat dan dapat memicu ekonomi masyarakat yang sedang kritis

UMKM atau usaha kecil yang banyak di gemari oleh masyarakat dan banyak di kembangkan di Indonesia. Banyak para ahli berpendapat tentang UMKM tentang perusahaan kecil dan menengah. Usaha mikro kecil ini banyak di lakukan oleh orang berumah tangga maupun bisa juga di lakukan individual yang melakukan usaha ini (Riofita, 2025). Salah satunya di bidang pangan kemasan modern.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah populasi paling besar setelah Cina, India, dan USA. Hal ini tentu menjadi peluang yang baik pada sektor Industri Pangan. Semua masyarakat memiliki kebutuhan pangan yang sama dan ini akan terjadi secara kontinyu.

Besarnya potensi di Industri Pangan yang juga didukung oleh kekayaan sumber daya alam yang ada juga dapat terlihat dari perkembangan produk pangan yang ada di Indonesia dari zaman terdahulu

sampai saat ini. Mulai dari produk pangan tradisional sampai modern. Hal ini menunjukkan bahwa produsen pangan terus melakukan inovasi agar produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tren saat ini, salah satunya penggunaan kemasan.

Penggunaan kemasan produk sudah ada sejak zaman prasejarah. Contohnya penggunaan daun-daun, kulit buah, kulit kayu, pelepah, batu-batuan, kerang dan kulit binatang yang mana fungsi dari penggunaan bahan sederhana ini juga memiliki fungsi sederhana yaitu untuk membawa sisa makanan yang belum habis ke daerah lain (Mardhiah et al., 2023). Akibat pergeseran zaman yang berdampak pada gaya hidup dan kebutuhan, fungsi dan jenis kemasan saat ini sangat berbeda dengan zaman prasejarah. Kemasan tidak hanya digunakan sebagai wadah, namun juga sebagai sumber informasi konsumen yang ingin menggunakan atau membeli produk tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi. Statistika inferensi mendasarkan diri pada dua konsep dasar, populasi sebagai keseluruhan data baik nyata maupun imajiner, dan sampel sebagai bagian dari populasi yang digunakan untuk melakukan inferensi (pendekatan/penggambaran) terhadap populasi tempatnya berasal.

Menurut (Paramita et al., 2021) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang berjumlah 30 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mewawancarai tiga pemilik usaha dengan melibatkan interaksi langsung kepada semua pihak yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk mengungkap fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Dalam wawancara, peneliti melakukan pertanyaan dan mendengarkan jawaban dari responden. Metode yang dilakukan menggunakan wawancara tidak terstruktur, lebih fleksibel dan kurang resmi. Peneliti memberikan kebebasan kepada responden untuk berbicara secara bebas tentang topik tertentu tanpa panduan pertanyaan yang ketat yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif dan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang perspektif individu. Contoh wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas atau narasi.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) 25. Alasan menggunakan SPSS 25 karena kesesuaian *software* yang digunakan untuk melakukan sebuah analisis statistik secara tepat, dimana hasil analisis tersebut menghasilkan berbagai macam jenis output yang dikehendaki atau sesuai dengan tujuan dari penelitian itu sendiri.

Variabel Operasional

Defenisi operasional adalah definisi yang dirumuskan oleh peneliti tentang istilah-istilah yang ada pada masalah peneliti dengan maksud untuk menyamakan persepsi antara peneliti dengan orang-orang yang terkait dengan penelitian.

Menurut (Dr. Karimuddin Abdullah, S.HI., M.A. et al., 2022) definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi dari operasional menjadikan konsep yang masih bersifat abstrak menjadi operasional yang memudahkan pengukuran variabel tersebut. Sebuah definisi operasional juga bisa dijadikan sebagai batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan penelitian.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah obyek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan (Paramita et al., 2021).

Maka pengelompokkan variabel-variabel yang mencakup dalam judul penelitian ini dibagi menjadi tiga variabel yaitu:

1. Variabel Independen (bebas): Variabel ini adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif atau pengaruh negatif. Variabel independen akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan dan disebut juga sebagai variabel prediktor/eksogen/bebas (Paramita et al., 2021). Adapun yang menjadi variabel independen (bebas) dalam penelitian ini yaitu Petani (X1), UMKM (X2).
2. Variabel Dependen (terikat): Variabel dependen disebut juga sebagai variabel terikat, endogen atau kosekuen. Variabel ini adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Hakekat sebuah masalah dan tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang digunakan (Paramita et al., 2021). Adapun yang menjadi variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini yaitu Kemajuan Bisnis Pangan Modern (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan terhadap 30 responden yaitu konsumen. Diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan lama bekerja. Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah petani. Data karakteristik responden berdasarkan jumlah petani dapat dilihat pada Tabel 1. berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Petani

Jenis Petani	Jumlah	Persentase (%)
Bayam	4	13,34%
Kangkung	7	23,34 %
Timun	6	20,00 %
Sawi	3	3,00 %
Terong	5	16,90 %
Jeruk Kasturi	1	9,9 %
Cabai	4	13,34%
Total	30	100%

Sumber: Data primer diolah (2025)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel Kemajuan Bisnis Pangan Modern (Y)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0,916	0,361	Valid
2	0,916	0,361	Valid
3	0,824	0,361	Valid
4	0,909	0,361	Valid
5	0,872	0,361	Valid
Variabel Petani (X1)			

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1	0,850	0,361	Valid
2	0,866	0,361	Valid
3	0,915	0,361	Valid
Variabel UMKM (X2)			
Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1	0,727	0,361	Valid
2	0,663	0,361	Valid
3	0,750	0,361	Valid

Sumber: Data diolah dari SPSS (2025)

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh poin pernyataan baik variabel Kemajuan Bisnis Pangan Modern, variabel Petani, maupun variabel UMKM memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel, hingga dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut (Sugiyono, 2020) Sebuah faktor dinyatakan reliabel/handal jika *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Konstanta	Reliabilitas
Variabel Kemajuan Bisnis Pangan Modern (Y)	0,845	0,6	Reliabel
Variabel Petani (X1)	0,932	0,6	Reliabel
Variabel UMKM (X2)	0,760	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah dari SPSS (2025)

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable* dan dapat dipakai sebagai alat ukur).

Uji Asumsi Klasik Persamaan

Adapun pengujian terhadap asumsi klasik dengan program SPSS 25,00 yang dilakukan pada penelitian ini meliputi:

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode, grafik dan statistik. Uji normalitas metode grafik dengan menggunakan normal probability plot, sedangkan uji normalitas metode statistik menggunakan uji *one sample Kolmogorov Smirnov Test*. Uji normalitas menggunakan metode grafik dapat dilihat dalam gambar berikut:

Tabel 3. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98842005
Most Extreme Differences	Absolute	,168
	Positive	,168
	Negative	-,145
Test Statistic		,168
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,030
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,028
	99% Confidence Interval	Lower Bound ,024
		Upper Bound ,032

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah IBM SPSS (2025)

Dari *output* dalam tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Monte Carlo Sig.*) seluruh variabel sebesar 0,030. Jika signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Adapun perhitungan nilai *tolerance* atau VIF dengan program *SPSS 25.00 for windows* dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,257	3,885
	X2	,257	3,885

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel Petani sebesar 0,257 dan variabel lingkungan kerja sebesar 0,257 di mana semuanya lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF dari variabel Petani sebesar 3,885 variabel UMKM sebesar 3,885 di mana semuanya lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel bebas juga lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala korelasi pada variabel bebas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dari model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan *Uji Glejser*, dalam uji glejser, apabila variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila variabel independen tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Hal tersebut diamati dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 menunjukkan hasil dalam tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	,873	,843		1,035	,310
Petani	,286	,126	,770	2,279	,031
UMKM	-,309	,117	-,896	-2,651	,013

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data diolah dari SPSS (2025)

Hasil uji glejser menunjukkan nilai signifikansi Petani sebesar 0,031, UMKM sebesar 0,013 dimana keduanya lebih besar dari 0,050 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

PENGUJIAN REGRESI LINIER

Pengujian regresi linear menjelaskan besarnya peranan variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua persamaan regresi linier, dengan menggunakan *SPSS 25.00 for windows*. Hasil pengolahan data untuk persamaan I dapat dilihat dalam tabel 6 berikut

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Persamaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,189	1,343		,885	,384
	Petani	,724	,200	,436	3,620	,001
	UMKM	,841	,186	,546	4,530	<,001

a. Dependent Variable: Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Sumber: Data diolah dari SPSS (2025)

Berdasarkan hasil tersebut maka persamaan regresi linier yang mempunyai formulasi : $Y = b_0 + b_3X_1 + b_4X_2 + \epsilon$, sehingga diperoleh persamaan : $Y = 1,189 + 0,724X_1 + 0,841X_2 + \epsilon$

Deskripsi dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (b_0) sebesar 1,189 menunjukkan besarnya variabel Kemajuan Bisnis Pangan Modern jika variabel Petani dan variabel UMKM sama dengan nol.

- b. Nilai koefisien regresi variabel Petani (b_3) sebesar 0,724 menunjukkan besarnya peranan Petani terhadap variabel Kemajuan Bisnis Pangan Modern.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikansi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji hipotesis parsial dilakukan pada setiap variabel independen, hasil pengolahan data pada persamaan I terlihat pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Uji Parsial (t) Persamaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,189	1,343		,885	,384
	Petani	,724	,200	,436	3,620	,001
	UMKM	,841	,186	,546	4,530	,001

a. Dependent Variable: Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Sumber: Data diolah dari SPSS (2025)

Uji Hipotesis Petani Terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$
- Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 1.10 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,620 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; 30-1 = 29)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,032 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(3,620) > t_{tabel}(2,032)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima, artinya variabel Petani berpengaruh signifikan terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern.

Uji Hipotesis Pengaruh UMKM Terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$
- Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 1.10 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,530 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; 30-1 = 29)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,032 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(4,530) > t_{tabel}(2,032)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima, artinya variabel UMKM berpengaruh signifikan terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern.

Uji F

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $Sig. < 0,05$, maka hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $Sig. > 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hasil pengujian uji F ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252,334	2	126,167	120,235	,001 ^b
	Residual	28,332	27	1,049		
	Total	280,667	29			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data diolah dari lampiran 4 (2025)

Berdasarkan tabel output SPSS “ANOVA” dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,001, sedangkan F_{hitung} dalam tabel diatas sebesar 120,235. Sementara nilai F_{tabel} dicari pada distribusi nilai F_{tabel} statistik pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (k; n-k) = (2; 30-2) = 3,34$. Karena nilai $F_{hitung} 120,235 > F_{tabel} 3,34$ atau $sig = 0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, atau dengan kata lain Petani (X1) dan UMKM (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh pada Kemajuan Bisnis Pangan Modern (Y) atau berarti pengaruhnya signifikan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah penjelasan hubungan antara variabel pada penelitian ini, penelitian-penelitian sebelumnya dan ilmu manajemen sehingga dapat mendukung pernyataan yang sudah ada sebelumnya. Penjelasan hasilnya sebagai berikut:

Pengaruh Petani Terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis dapat diketahui Petani berpengaruh terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern. Hasil penelitian dan hipotesis penelitian relevan di atas menunjukkan bahwa Petani secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern. Petani secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern.

Pengaruh UMKM Terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 2 dapat diketahui UMKM berpengaruh terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern.

Pengaruh Petani Dan UMKM Terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern Secara Simultan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 3 dapat diketahui Petani dan UMKM berpengaruh secara simultan terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F sebesar $0.000 > 0.05$ lebih kecil dari nilai signifikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Petani (X1) dan UMKM (X2) memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Kemajuan Bisnis Pangan Modern (Y). Berdasarkan metode penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 30 konsumen, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Petani secara parsial berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi

0,001, begitu pula dengan variabel UMKM yang terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kemajuan bisnis tersebut. Secara simultan, hasil uji F memperkuat temuan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen dengan tingkat signifikansi yang kuat. Dengan demikian, kombinasi antara strategi penetapan petani yang tepat dan pengembangan inovasi UMKM yang unik menjadi kunci sukses utama dalam mengakselerasi Kemajuan Bisnis Pangan Modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwim, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (N. Saputra, Ed.; Vol. 3). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Fangohoi, L., Mayor, E., & Tobias, O. M. (2023). Pengenalan kelas kelompok tani kepada petani lokal guna menumbuhkan kembangkan daya juang petani lokal Kampung Bremi Distrik Manokwari Utara Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat. *Journal of Sustainable Agriculture Extension* 1.1 (2023): 1-9. <https://doi.org/10.47687/josac.v1i1.444>
- Handini, Virgia Aida, and Wahyuni Choiriyati. "Digitalisasi UMKM sebagai hasil inovasi dalam komunikasi pemasaran sahabat UMKM selama pandemi covid-19." *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)* 11.2 (2021): 150-167. <https://dx.doi.org/10.31506/jrk.v11i2.9682>
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Hermawan, A. (2022). E-commerce strategy for MSME innovation development in the new normal era. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 3(1), 169–178. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v3i1.125>
- Masliani, Mahrita, S., Sari, M., & Lestari, Y. M. (2024). *Pertanian era modern: Dinamika pertanian dan solusi inovatif untuk petani* (Cetakan Pertama). PT Media Penerbit Indonesia.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif* (M. Mursyid, Ed.). Widya Gama Press.
- Savitri, P., & Riofita, H. (2025). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Nasional di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5126–5130. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.27646>
- Saefullah, E., Kartika, R., & Dayurni, P. (2024). Pengembangan Bisnis Pada Kelompok UMKM “Mutiaras Subur Jaya”. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(4), 2544–2555. <https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5556>
- Siti Malihah, I., Wartim, & Abdussalam, A. (2024). Implementasi manajemen strategik dalam meningkatkan mutu tenaga pendidik di SMK Miftahul Huda Al Husna Kota Tasikmalaya. *An-Nahdliyyah: Jurnal Studi Keislaman*, 3(1), 17–42. <https://doi.org/10.70502/ajsk.v3i1.120>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.
- Suryanto, W. (2021). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Media Sains Indonesia.
- Yan, M. R., Hsieh, S., & Ricacho, N. (2022). Innovative food packaging, food quality and safety, and consumer perspectives. *Foods*, 11(1): 747. <https://doi.org/10.3390/pr10040747>