

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, dan *Digital marketing* terhadap Keberhasilan Usaha Petani Semai Bibit di Kecamatan Ambulu

Nofal Romadhon*, Nursaidah, Rusdiyanto

Universitas Muhammadiyah Jember

e-mail: *naufalromadhon18@gmail.com

ABSTRAK

Keberhasilan usaha menjadi faktor penting dalam setiap bisnis, sementara kegagalan usaha menjadi tantangan yang paling krusial dalam keberlanjutan usaha pada periode 5 tahun pertama operasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di Kecamatan Ambulu. Seluruh pemilik usaha berjumlah 35 orang dijadikan responden dengan teknik sampling jenuh. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan uji statistik pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di Kecamatan Ambulu. Kompetensi kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan dalam meraih keberhasilan usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,486. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,952 menunjukkan bahwa 95,2% variasi keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat peran kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan *digital marketing* dalam mencapai keberhasilan suatu usaha. Secara praktis, pelaku usaha diharuskan mempunyai kompetensi dalam berwirausaha, memahami secara menyeluruh lingkungan bisnis yang dijalankan, dan menerapkan pemasaran berbasis digital guna mencapai keberhasilan usaha.

Kata kunci: Keberhasilan Usaha; Lingkungan Bisnis; *Digital marketing*; Kompetensi Kewirausahaan

ABSTRACT

Business success is a critical factor in every business venture, while business failure during the first five years of operation remains the most crucial challenge for sustainability. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial competence, business environment, and digital marketing on the business success of seedling farmers in Ambulu District. All 35 business owners were used as respondents using a saturated sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression and supporting statistical tests. The results show that entrepreneurial competence, business environment, and digital marketing have a positive and significant effect on business success of seedling farmers in Ambulu District. Entrepreneurial competence is the most dominant variable in achieving business success with a regression coefficient of 0.486. The Adjusted R Square value of 0.952 indicates that 95.2% of the variation in business success can be explained by these three variables. This study concludes that, in practice, entrepreneurs must possess entrepreneurial competence, understand the business environment, and optimize digital marketing to achieve business success. In theory, this study reinforces the role of entrepreneurial competence, the business environment and digital marketing in achieving business success. In practice, business owners are required to possess entrepreneurial competence, have a thorough understanding of the business environment in which they operate, and implement digital marketing strategies in order to achieve business success.

Keywords: Business Success; Business Environment; Digital marketing ; Entrepreneurial Competence

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM non-pertanian yang tercatat di Indonesia hingga 31 Desember 2024. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Sensus Pertanian 2023 mencatat sekitar 29,34 juta unit usaha pertanian, dengan 99% merupakan usaha pertanian perorangan. Di Kabupaten Jember sendiri tercatat kurang lebih

171.032 UMKM yang tersebar pada 31 kecamatan. Angka yang besar ini mencerminkan betapa pentingnya peran UMKM, namun di balik besarnya potensi tersebut, UMKM menghadapi tantangan serius untuk mencapai keberlanjutan, khususnya tingginya angka kegagalan dalam lima tahun pertama operasional.

Keberhasilan usaha merupakan keadaan di mana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya dan seluruh aktivitasnya telah mencapai target yang telah ditetapkan. Menurut (Shalahuddin & Maulana, 2020), keberhasilan usaha adalah kenyataan yang sesuai antara rencana dengan proses pelaksanaan serta hasil yang dicapai. Beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha antara lain kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan *digital marketing*. Hal ini sejalan dengan studi penelitian yang dilakukan oleh (Erna et al., 2024), mengemukakan bahwa faktor seperti kompetensi kewirausahaan dan *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Kompetensi kewirausahaan adalah pengetahuan, sikap dan keterampilan yang saling berkaitan antara satu sama lain yang sangat diperlukan oleh pelaku usaha bertujuan untuk menghasilkan kinerja yang terbaik dalam pengelolaan usaha. Studi yang dilakukan oleh (Aini & Suardika, 2023) menjelaskan kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha akan menjadikan usaha yang dijalankan berkembang dan sukses. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi pelaku usaha menerapkan kompetensi kewirausahaan maka berpeluang besar usaha tersebut berkembang, meningkatkan daya saing serta mencapai profitabilitas dan pertumbuhan ekonomi.

Selanjutnya lingkungan bisnis didefinisikan sebagai kondisi yang dinamis dan kompleks di dalam mencakup persaingan pasar dan kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pada penelitian (Handoyo et al., 2025) menemukan bahwa banyak sekali para pelaku UMKM gagal mencapai keberhasilan usaha nya karena salah dalam mempertimbangkan faktor lingkungan dan memilih lokasi usaha yang tidak strategis. Penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia et al., 2024) menyimpulkan bahwa, lingkungan usaha secara parsial maupun simula berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil (UMK) di wisma tropodo, dengan kreativitas menjadi faktor pendorong yang paling dominan dalam membedakan produk dari pesaing. Serta penelitian (Situmorang, 2024) menyimpulkan bahwa penerapan teknologi, kreativitas dan lingkungan bisnis secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan dengan faktor pemetaan kondisi internal dan analisis kompetitor menjadi pengaruh yang paling kuat.

Selain itu, *digital marketing* sebagai sarana promosi berbasis teknologi digital terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM (Awa et al., 2024). Kemudian hal ini didukung oleh temuan empiris pada penelitian (Arfan & Hasan, 2022), yang menyatakan bahwa dengan menerapkan *digital marketing* pada usaha bisa meningkatkan pendapatan, serta biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas promosi pemasaran cenderung lebih murah, sehingga *digital marketing* sangat penting bagi keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Serta penelitian (Hardono et al., 2025), menyimpulkan bahwa secara simultan, variabel pelatihan, pembinaan dan penggunaan *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM produk makanan halal di kecamatan Selaparang. hal ini dibuktikan dengan variabel pembinaan dan penggunaan *digital marketing* (melalui platform seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram) menjadi faktor yang paling dominan dalam memperluas jangkauan pasar.

Di Kecamatan Ambulu, terdapat sektor usaha penyemaian bibit yang menunjukkan potensi signifikan. Kecamatan ini memiliki keunggulan jumlah unit usaha penyemaian bibit dibandingkan kecamatan sekitarnya, Karakteristik aglomerasi industri di Kecamatan Ambulu, didukung oleh iklim tropis dengan curah hujan tinggi dan ketersediaan jaringan irigasi yang melimpah, menjadikannya pusat persemaian bibit di wilayah Jember selatan. Mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani, sehingga permintaan bibit berkualitas sangat tinggi. Meski demikian, beberapa studi empiris masih menunjukkan kesenjangan hasil penelitian mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keberhasilan usaha, terutama pada konteks UMKM berbasis pertanian yang masih relatif terbatas diteliti.

Beberapa peneliti berfokus pada UMKM sektor jasa dan perdagangan, namun belum ada yang meneliti secara komprehensif ketiga variabel ini pada usaha semai bibit yang memiliki

karakteristik unik. Penelitian (Atiqoh & Hidayati, 2024) menunjukkan kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Magelang, sedangkan penelitian (Handoyo et al., 2025), menemukan lingkungan bisnis tidak konsisten mempengaruhi kesuksesan usaha jasa. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di Kecamatan Ambulu, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih kontekstual dan relevan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan explanatory research, yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk menguji suatu fenomena dengan mencari pola hubungan antar variabel dan membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah menguji pengaruh kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha.

Objek penelitian ditetapkan pada pelaku usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu. pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan geografis. secara geografis kecamatan Ambulu berbatasan langsung dengan samudra Hindia bagian Selatan, posisi ini sangat mempengaruhi kondisi klimatologis wilayah sehingga sangat mendukung keberlangsungan sektor agraris sepanjang tahun.

Namun demikian, secara metodologis penelitian ini memiliki cakupan populasi yang terbatas pada satu wilayah kecamatan, sehingga generalisasi temuan bersifat analitis bukan generalisasi statistik yang luas. yang artinya penelitian ini tidak menjadi acuan untuk digeneralisasi secara menyeluruh pada seluruh daerah, melainkan untuk menguji dan memperkuat model konseptual mengenai keberhasilan usaha.

data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuisioner dan wawancara secara langsung kepada responden yang sudah memenuhi kriteria populasi penelitian. instrumen disusun berdasarkan indikator yang telah dikembangkan dalam literatur sebelumnya, kemudian diukur menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh secara parsial masing-masing variabel independen terhadap keberhasilan usaha. Teknik ini di pakai karena mampu berkontribusi secara relatif pada setiap variabel secara terukur dan dapat memberikan dasar pengujian hipotesis yang objektif serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Populasi, Sampel, Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha petani semai bibit yang berada di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. Berdasarkan data awal yang dihimpun dari lapangan, terdapat 35 pelaku usaha penyemaian bibit yang tersebar di tujuh desa, meliputi Desa Ambulu, Karanganyar, Sabrang, Sumberejo, Andongsari, Tegalsari, dan Pontang. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil, penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling melalui metode sampling jenuh atau sensus, di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Dengan demikian, total responden dalam penelitian ini berjumlah 35 pemilik usaha semai bibit. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat representatif serta memiliki tingkat ketepatan yang tinggi. Dalam penelitian ini tidak diterapkan kriteria eksklusi, karena seluruh pelaku usaha dianggap memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Instrumen

Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui media kertas. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden, dengan rentang penilaian mulai dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skor 5 (Sangat Setuju). Kelayakan instrumen diuji melalui uji validitas dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel sebesar 0,282. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, *digital marketing* dan keberhasilan usaha memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga layak digunakan dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap, diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta pola distribusi jawaban kuesioner. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, data terlebih dahulu dianalisis melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov test, uji multikolinearitas berdasarkan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), serta uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda guna mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel secara individual dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Seluruh rangkaian proses penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prinsip etika penelitian, di mana partisipasi responden bersifat sukarela dan kerahasiaan identitas responden dijaga sepenuhnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sebanyak 35 pelaku usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu yang berperan sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh responden, kemudian data yang diperoleh diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

Tabel 1 karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1	Laki-laki	35	100,0%
2	Perempuan	0	0,0%
Total		35	100,0%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa dari total 335 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebanyak 35 responden (100%) berjenis kelamin laki-laki dan 0 responden (0%) berjenis kelamin perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa keseluruhan responden dalam penelitian ini didominasi responden berjenis kelamin laki-laki.

tabel 2 karakteristik responden berdasarkan usia

No	Ketegori Usia	Frekuensi	Persentase%
1	23-27 tahun	0	0,0%
2	28-32 tahun	2	5,7%
3	33-37 tahun	10	28,6%
4	38-42 tahun	13	37,2&
5	43-47 tahun	4	11,4%
6	48-52 tahun	0	0,0%

7	53-57 tahun	6	17,1%
total		35	100,0%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1, sebagian besar responden berada pada kelompok usia 38-42 tahun, yaitu sebesar 37,2%. Selanjutnya, responden dengan rentang usia 33–37 tahun mencapai 28,6%, diikuti oleh kelompok usia 53-57 tahun sebesar 17,1%, usia 43–47 tahun sebesar 11,4% dan usia 28-32 sebesar 5,7%. Dominannya pelaku usaha pada kelompok usia yang relatif matang tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha petani semai bibit memiliki sumber daya manusia dengan tingkat pengalaman kerja serta stabilitas yang tinggi, sehingga berpotensi mengoptimalkan keberhasilan dalam usaha.

tabel 3 karakteristik responden berdasarkan Alamat usaha

No	Alamat	Frekuensi	Persentase%
1	Ambulu	4	11,4%
2	Tegalsari	1	2,9%
3	Pontang	2	5,7%
4	Andongsari	9	25,7%
5	Sabrang	6	17,1%
6	Sumberejo	10	28,6%
7	Karanganyar	3	8,6%
total		35	100,0%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 3 responden dengan kategori alamat usaha, total 35 responden pelaku usaha, desa Sumberejo berjumlah 10 usaha semai bibit (28,6%), selanjutnya desa andongsari berjumlah 9 usaha semai bibit (25,7%), Responden pelaku usaha di desa Sabrang berjumlah 6 usaha semai bibit (17,1%), responden di desa Ambulu yang berjumlah 4 usaha semai bibit (11,4%), responden di desa Karanganyar berjumlah tiga usaha semai bibit (8,6%), responden di desa pontang berjumlah 2 usaha semai bibit (5,7%), dan responden di desa Tegalsari dengan usaha semai bibit berjumlah 1 (2,9%), sehingga dapat ditunjukkan bahwa pelaku usaha tersebar secara merata di seluruh desa yang ada di kecamatan Ambulu.

tabel 4 karakteristik responden berdasarkan lama usaha

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase%
1	<1 tahun	2	5,7%
2	1-5 tahun	23	65,7%
3	6-10 tahun	10	28,6%
4	11-15 tahun	0	0,0%
5	16-20 tahun	0	0,0%
Total		35	100,0%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 4 karakteristik responden dengan kategori lama usaha, tercatat bahwa dari total 35 responden pelaku usaha yang terlibat dalam penelitian ini, Sebagian besar responden mempertahankan usahanya antara 1-5 tahun dengan total jumlah 23 usaha, kemudian disusul usaha yang sudah bertahan 6-10 berjumlah 10 usaha, dan usaha yang masih merintis kurang dari 1 tahun berjumlah 2 usaha.

Tabel 5 Uji Validitas

No	Indikator	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
		r hitung	r tabel	Nilai sig	Alpha	
kompetensi kewirausahaan (x1)						
1.	X1.1	0,896	0.282	0,000	0,05	Valid
2.	X1.2	0,790	0.282	0,000	0,05	Valid
3.	X1.3	0,699	0.282	0,000	0,05	Valid
4.	X1.4	0,772	0.282	0,000	0,05	Valid
Limgkungan Bisnis (X2)						
5.	X2.1	0,863	0.282	0,000	0,05	Valid
6.	X2.2	0,802	0.282	0,000	0,05	Valid
7.	X2.3	0,822	0.282	0,000	0,05	Valid
Digital marketing (X3)						
8.	X3.1	0,704	0.282	0,000	0,05	Valid
9.	X3.2	0,744	0.282	0,000	0,05	Valid
10.	X3.3	0,729	0.282	0,000	0,05	Valid
11.	X3.4	0,736	0.282	0,000	0,05	Valid
Keberhasilan Usaha (Y)						
12.	Y1	0,896	0.282	0,000	0,05	Valid
13.	Y2	0,801	0.282	0,000	0,05	Valid
14.	Y3	0,722	0.282	0,000	0,05	Valid
15.	Y4	0,820	0.282	0,000	0,05	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 5, seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kompetensi kewirausahaan (X1), lingkungan bisnis (X2), *digital marketing* (X3), serta keberhasilan usaha (Y) dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan oleh nilai r hitung pada masing-masing item yang secara konsisten lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel sebesar 0,282. Dengan demikian, instrumen penelitian ini memiliki tingkat ketepatan yang memadai dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

Tabel 6 Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's <i>Alpha if item deleted</i>	Standar Reabilitas	Keterangan
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	0,800	0,70	<i>Reliable</i>
Lingkungan Bisnis (X2)	0,770	0,70	<i>Reliable</i>
<i>Digital marketing</i> (X3)	0,703	0,70	<i>Reliable</i>
Keberhasilan Usaha (Y)	0,826	0,70	<i>Reliable</i>

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 6, hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel kompetensi kewirausahaan sebesar 0,800, lingkungan bisnis sebesar 0,770, *digital marketing* sebesar 0,703, dan keberhasilan usaha sebesar 0,826. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum reliabilitas sebesar 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dan instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel.

Tabel 7 Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov Smirnov)

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Unstandar Residual	0,200	> 0,05	Normal

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

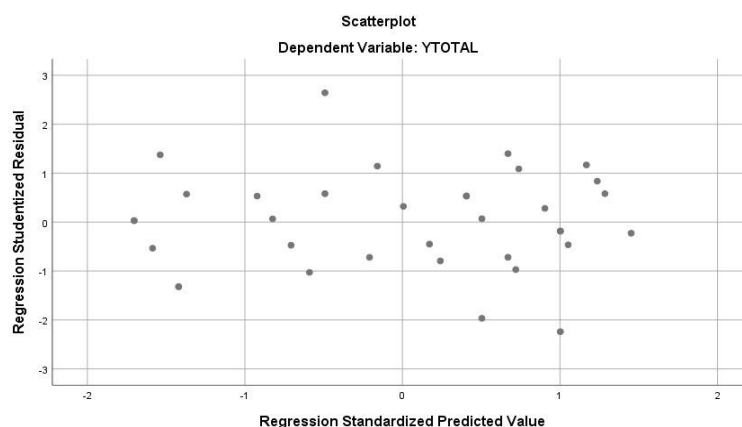
Model penelitian ini juga telah memenuhi asumsi klasik yang dipersyaratkan. Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data dalam model regresi berdistribusi normal.

Tabel 8 Uji Multikolinearitas

variabel	Tolerance	VIF	keterangan
Kompetensi kewirausahaan	0,117	8,535	Tidak terjadi multikolinearitas
Lingkungan bisnis	0,126	7,923	Tidak terjadi multikolinearitas
Digital marketing	0,153	6,523	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 8, hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance pada variabel kompetensi kewirausahaan sebesar 0,117, lingkungan bisnis sebesar 0,126, dan *digital marketing* sebesar 0,153, yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,10. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel, yaitu sebesar 8,535; 7,923; dan 6,523, berada di bawah nilai ambang 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan.



Gambar 1 hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar 1, grafik scatterplot memperlihatkan sebaran titik data yang tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi asumsi homoskedastisitas dengan varians residual yang bersifat konstan pada seluruh nilai prediksi.

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	-0,127	0,717	-	-0,178	0,860
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	0,486	0,111	0,479	4,376	0,000

Variabel	Koefisien B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
Lingkungan Bisnis (X2)	0,374	0,134	0,294	2,790	0,009
Digital marketing (X3)	0,264	0,109	0,233	2,433	0,021

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 9, persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah:
 $Y = -0,127 + 0,486X1 + 0,374X2 + 0,264X3 + e$, Konstanta sebesar -0,127 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai nol, nilai keberhasilan usaha diprediksi sebesar -0,127. Koefisien regresi X1 sebesar 0,486 berarti setiap peningkatan satu satuan kompetensi kewirausahaan akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,486. Koefisien X2 sebesar 0,374 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan lingkungan bisnis meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,374. Koefisien X3 sebesar 0,264 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *digital marketing* meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,264.

Tabel 10 Uji t

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	4,376	1,695	0,000	Berpengaruh Signifikan
Lingkungan Bisnis (X2)	2,790	1,695	0,009	Berpengaruh Signifikan
Digital marketing (X3)	2,433	1,695	0,021	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 10, variabel kompetensi kewirausahaan (X1) memperoleh t hitung sebesar 4,376 > t tabel 1,695 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Variabel lingkungan bisnis (X2) memperoleh t hitung sebesar 2,790 > t tabel 1,695 dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Variabel *digital marketing* (X3) memperoleh t hitung sebesar 2,433 > t tabel 1,695 dengan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$, sehingga H3 diterima. Nilai R sebesar 0,978 dan Adjusted R Square sebesar 0,952 menunjukkan bahwa 95,2% variasi keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan 4,8% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 11 Uji Koefisien Determinasi R²

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,978	0,956	0,952	0,504

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan pada tabel 11, nilai R sebesar 0,978 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis dan *digital marketing* dengan keberhasilan usaha berapa pada kategori sangat kuat. Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 95,2% dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan perubahan keberhasilan usaha. sementara itu, 4,8% variasi variabel keberhasilan usaha dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti orientasi pasar, pengalaman usaha atau faktor-faktor lainnya.

Pembahasan

Pengaruh positif kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu dengan indikator yang paling berpengaruh adalah kompetensi teknis, karena keberhasilan usaha semai bibit sangat bergantung pada keahlian dalam memilih bibit unggul, menjaga sterilisasi media tanam, serta pengendalian hama dan penyakit secara presisi. Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha menimba pengalaman dengan bekerja sebagai mitra atau karyawan pada usaha pembibitan skala besar sebelum mandiri, sehingga akumulasi kompetensi yang diperoleh menjadi modal utama keberhasilan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Iffan & Suharlin, 2022) yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian (Alwi & Wijaya, 2024) juga menyimpulkan bahwa tingginya kompetensi kewirausahaan merefleksikan kapasitas seorang pelaku usaha dalam mengombinasikan pengetahuan teknis, manajerial, dan kejelian melihat peluang pasar, yang pada akhirnya mendorong efisiensi biaya operasional dan efektivitas strategi pemasaran.

lingkungan bisnis juga terbukti berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu. Indikator yang paling berpengaruh adalah ketersediaan tenaga kerja, mengingat Kecamatan Ambulu secara historis terintegrasi sebagai kawasan agrobisnis yang kaya akan tenaga kerja terampil di bidang pertanian. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Situmorang, 2024) dan (Alpianingsih et al., 2023) yang membuktikan bahwa lingkungan bisnis yang kondusif menyediakan stabilitas makro dan mikro yang dibutuhkan entitas usaha untuk tumbuh. Ketika lingkungan bisnis mampu menyajikan iklim persaingan sehat dan peluang pasar yang terbuka, hal tersebut bertindak sebagai stimulus kuat bagi peningkatan kinerja dan perluasan volume penjualan.

Variabel *digital marketing* positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di Kecamatan Ambulu, dengan indikator yang paling berpengaruh adalah optimalisasi keingintahuan, yaitu bagaimana konsumen terus mengeksplorasi produk terbaru yang disediakan melalui platform digital. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mengadopsi *digital marketing* melalui media sosial seperti Facebook (grup komunitas petani) dan *WhatsApp Business* untuk mengunggah foto dan video visual bibit tanaman, yang terbukti efektif sebagai stimulus penarik minat beli spontan. Meskipun pengaruh *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha merupakan yang paling rendah di antara ketiga variabel, hal ini disebabkan usaha semai bibit pada hulu pertanian masih sangat bergantung pada faktor internal seperti keahlian teknis penyemaian serta faktor lingkungan fisik. Namun pemanfaatan media sosial terbukti mampu mengamankan stabilitas volume penjualan dan memperluas jaringan konsumen melalui sistem pre-order. Temuan ini selaras dengan (Hardono et al., 2025) yang menyimpulkan bahwa penggunaan *digital marketing* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM karena merupakan alat perluasan jangkauan pasar yang efektif tanpa terikat sekat geografis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu tidak semata-mata tidak di jabarkan oleh aspek kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha, melainkan juga diperkuat dengan lingkungan bisnis yang mendukung mikro dan makro suatu usaha serta *digital marketing* berperan dalam meningkatkan stabilitas volume penjualan dan memperluas jaringan konsumen.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pelaku usaha semai bibit perlu berkomitmen untuk terus mengasah kompetensi teknis dan manajerial, menciptakan lingkungan bisnis yang kooperatif dan kondusif, serta mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan sistem pemesanan dini (pre-order). Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian ke seluruh sentra agribisnis di Kabupaten Jember dan menambahkan variabel lain seperti orientasi pasar, inovasi teknologi, dan pengalaman usaha untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpianingsih, D. et al. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Infrastruktur dan Lingkungan Bisnis Terhadap Kesuksesan Usaha Bisnis Kuliner di Taman Udayana Kota Mataram. *Jurnal Oportunitas : Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.29303/oportunitas.v2i1.474>
- Alwi, S. A., & Wijaya, R. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil di Kecamatan Padang Timur. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/article/view/744>
- Aprilia, D. F. et al. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Lingkungan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Wisma Tropodo. *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis*, 4(03), 55–63. <https://doi.org/10.69957/grjb.v4i03.1691>
- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan *digital marketing* dalam upaya peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224.
- Atiqoh, L. S., & Hidayati, L. L. A. (2024). Pengaruh Lokasi, Motivasi Usaha, Media Promosi Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Empiris Pada UMKM Di Kelurahan Tidar Utara *Borobudur Management Review*, 3(2), 1–18. <https://doi.org/10.31603/bmar.v>
- Awa et al. (2024). Keberhasilan Usaha Berdasarkan *Digital marketing* , Kreativitas, dan Inovasi pada UMKM Konveksi di Kabupaten Bogor. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 7813–7830.
- Erna Erna et al. (2024). The Influence Of Entrepreneurial Competence And The Utilization Of *Digital marketing* To Improve Business Performance In The Community Of Weru Kidul Village, Weru District, Cirebon District. *International Journal Of Accounting, Management, And Economics Research*, 2(1), 18–32. <https://doi.org/10.56696/ijamer.v2i1.23>
- Handoyo, A. D. T. et al. (2025). Pengaruh Kedekatan Dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, dan Biaya Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Mikro-Kecil (UMK) Jasa Di Kabupaten Purworejo. *Volatilitas Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(4), 1–16.
- Hardono, H. et al. (2025). Pengaruh Pelatihan, Pembinaan, dan Penggunaan *Digital marketing* terhadap Perkembangan UMKM Produk Makanan Halal di Kecamatan Selarang. *AS-SABIQUN*, 7(3), 387–404.
- Iffan, M., & Suharlin, S. (2022). Pengaruh lokasi usaha dan kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. *Journal of Economics, Management, Business* <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jemba/article/view/6884>
- Nurul Aini, & I Ketut Suardika. (2023). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Tempe Di Taman Sari. *Jnana Satya Dharma*, 11(2), 125–131. <https://doi.org/10.55822/jnana.v11i2.376>
- Shalahuddin, I., & Maulana, I. (2020). *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan*. Deepublish Publisher.
- Situmorang, I. R. (2024). Analisis Pengaruh Penerapan Teknologi, Kreativitas Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. *Senashtek*, 2(1), 305–312.