

## PENGARUH PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PROFITABILITAS UMKM BAROKAH JAYA BAKERY DI PADANG MATINGGI

Atika Aghniya<sup>1</sup>, Basyarul Ulya<sup>2</sup>, Fitri Endang Srimulat<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Al Washliyah Labuhanbatu  
Email: atikaaghniya@icloud.com

---

### Article History

Received: 02-03-2025

Revision: 07-03-2025

Accepted: 07-03-2025

Published: 15-03-2025

**Abstract.** This study aims to analyse the effect of human resource management and marketing strategies on the profitability of Barokah Jaya Bakery MSMEs in Padang Matinggi. This research uses a quantitative approach with descriptive and analytical research types. The collected data were analysed using multiple linear regression analysis, with human resource management and marketing strategy as independent variables, and profitability as the dependent variable. The sample used is data from Barokah Jaya Bakery MSMEs obtained through questionnaires and interviews. The results of the analysis show that human resource management has a significant effect on profitability with a regression coefficient that shows a fairly strong positive influence, as well as a very low significance value. Likewise, marketing strategy has a significant effect on profitability, with a higher regression coefficient and a low significance value. The regression model constructed has a coefficient of determination value that indicates that most of the variation in profitability can be explained by both variables. Overall, the results of this study suggest that Barokah Jaya Bakery MSMEs improve human resource management and marketing strategies to be able to increase business profitability.

**Keywords:** Human Resource Management, Marketing Strategic, Profitabilitas, SME.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengelolaan sumber daya manusia dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan analitik. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan pengelolaan sumber daya manusia dan strategi pemasaran sebagai variabel independen, serta profitabilitas sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah data dari UMKM Barokah Jaya Bakery yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh positif yang cukup kuat, serta nilai signifikansi yang sangat rendah. Demikian juga, strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dengan koefisien regresi yang lebih tinggi dan nilai signifikansi yang juga rendah. Model regresi yang dibangun memiliki nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam profitabilitas dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyarankan agar UMKM Barokah Jaya Bakery meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia dan strategi pemasaran untuk dapat meningkatkan profitabilitas usaha.

**Kata Kunci:** Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Profitabilitas, UMKM.

---

How to Cite: Aghniya. A., Ulya. B., Srimulat. F. E., (2025). Pengaruh Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Terhadap Profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (1), 4038-4052. [10.54373/ifijeb.v5i1.2821](https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i1.2821)

---

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai motor penggerak ekonomi lokal, UMKM tidak hanya berkontribusi pada penyediaan lapangan kerja, tetapi juga turut dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu jenis UMKM yang semakin berkembang adalah usaha bakery, yang menyediakan produk pangan dengan tingkat konsumsi yang relatif stabil. UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi merupakan salah satu contoh usaha bakery yang berhasil menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan ekonomi lokal. Namun, meskipun usaha ini berkembang, terdapat tantangan signifikan dalam hal pengelolaan sumber daya manusia (SDM), strategi pemasaran, dan dampaknya terhadap profitabilitas.

Dalam konteks ini, pengelolaan SDM yang efektif menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kinerja dan profitabilitas UMKM. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang baik dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan dalam UMKM (Ardiyani & Syafnita, 2021). Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa SDM yang berkualitas, baik dalam hal keterampilan maupun motivasi, dapat mempengaruhi performa operasional dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pada Barokah Jaya Bakery, kualitas pengelolaan SDM yang kurang optimal dapat menjadi hambatan dalam mencapai tujuan finansial yang lebih besar.

Strategi pemasaran yang tepat juga memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Siti Fatimah et al., 2021) mengungkapkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mengoptimalkan pengembangan UMKM. Hal ini relevan dengan usaha bakery yang membutuhkan pendekatan pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada pemahaman kebutuhan pelanggan dan pemasaran digital yang semakin penting di era modern.

Namun, meskipun pengelolaan SDM dan strategi pemasaran memiliki peranan penting, banyak UMKM di Indonesia, termasuk Barokah Jaya Bakery, yang masih menghadapi kendala dalam menerapkan kedua aspek ini secara optimal. Penelitian oleh (Purwaningsih & Haryono, 2019) menunjukkan bahwa UMKM seringkali terhambat oleh keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih dalam mengelola pemasaran dan pengelolaan keuangan. Dalam kasus Barokah Jaya Bakery, hal ini dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran mereka, yang pada akhirnya berdampak pada profitabilitas usaha.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dan strategi pemasaran merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi profitabilitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa kualitas SDM yang terampil dan manajerial yang baik berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. (Ardiyani & Syafnita, 2021) menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang optimal, dipadukan dengan strategi pemasaran yang tepat, dapat meningkatkan daya saing dan hasil finansial UMKM. (Sitssi Fatimah et al., 2021) juga menekankan pentingnya peran SDM dalam pengembangan UMKM, khususnya dalam penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Selain itu, penelitian oleh (Purwaningsih & Haryono, 2019) menyoroti bahwa faktor internal seperti SDM dan pemasaran memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan dengan faktor eksternal dalam menentukan keberhasilan UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan oleh (Sulistiyowati et al., 2023), yang mengungkapkan bahwa SDM yang berkualitas adalah kunci utama dalam meningkatkan profitabilitas UMKM, dengan pemahaman yang mendalam tentang pengelolaan pemasaran yang adaptif terhadap pasar dan tren konsumen.

Seiring berkembangnya dunia usaha, strategi pemasaran yang lebih inovatif dan berbasis teknologi menjadi semakin relevan. Penelitian (Gupta et al., 2024) menunjukkan bahwa integrasi antara pemasaran, SDM, dan pengelolaan keuangan dapat mendorong inovasi yang meningkatkan profitabilitas. (Rajindra, 2024) lebih lanjut mengungkapkan bahwa sinergi antara pengelolaan SDM yang efektif dan strategi pemasaran yang terarah dapat memperkuat kinerja finansial perusahaan. Di sisi lain, (Alhawamdeh et al., 2024) menekankan pentingnya kemampuan pemasaran yang didukung oleh hubungan pelanggan yang baik untuk meningkatkan kinerja finansial UMKM. Penelitian oleh (Yertas et al., 2024) juga menyoroti peran keunggulan kompetitif sebagai mediator antara SDM, aspek finansial, dan kemampuan inovasi dalam meningkatkan kinerja UMKM. Dengan demikian, terdapat konsensus yang kuat bahwa pengelolaan SDM yang efektif dan strategi pemasaran yang tepat berfungsi sebagai elemen-elemen kunci dalam meningkatkan profitabilitas UMKM, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat

Fenomena yang terjadi di UMKM Barokah Jaya Bakery menunjukkan bahwa meskipun telah ada upaya untuk meningkatkan SDM dan memperbaiki strategi pemasaran, masih terdapat tantangan dalam meraih profitabilitas yang optimal. Selain itu, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti dukungan pemerintah dan akses terhadap modal usaha juga memiliki peran dalam keberlanjutan dan perkembangan UMKM (Sulistiyowati et al., 2023). Namun, faktor internal seperti manajemen SDM dan pemasaran tetap menjadi aspek yang paling mendasar dalam menentukan profitabilitas.

Terkait dengan gap penelitian, masih terdapat sedikit kajian yang menggabungkan pengaruh pengelolaan SDM dan strategi pemasaran secara simultan terhadap profitabilitas

UMKM bakery, khususnya di daerah yang lebih kecil seperti Padang Matinggi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana pengelolaan SDM dan strategi pemasaran yang diterapkan di Barokah Jaya Bakery mempengaruhi profitabilitas usaha mereka. Penelitian ini juga akan menilai bagaimana kedua faktor tersebut saling berinteraksi dan memberikan dampak yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Selain itu, terdapat kekurangan penelitian yang membahas pengaruh faktor internal (pengelolaan SDM dan pemasaran) secara langsung terhadap profitabilitas UMKM di daerah-daerah yang lebih kecil. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Perdana et al. (2023), lebih banyak fokus pada analisis faktor-faktor eksternal seperti pembiayaan dan skala usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan fokus pada analisis faktor internal yang lebih spesifik terhadap usaha bakery di Padang Matinggi. Dengan adanya gap dalam penelitian terkait pengaruh pengelolaan SDM dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM bakery, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan teori dan praktik pengelolaan UMKM di Indonesia. Penelitian ini akan mengkaji seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap profitabilitas dan memberikan rekomendasi bagi Barokah Jaya Bakery dalam mengoptimalkan pengelolaan SDM dan strateginya untuk mencapai profitabilitas yang lebih tinggi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan analitik (Yakin et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengelolaan sumber daya manusia dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan pengelola UMKM Barokah Jaya Bakery, yang berjumlah sekitar 30 orang. Dari populasi tersebut, sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga diperoleh 20 responden yang dianggap representatif untuk memberikan data yang dibutuhkan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua teknik utama, yaitu kuesioner dan wawancara. Kuesioner disebar kepada pengelola dan karyawan untuk mengumpulkan informasi mengenai pengelolaan SDM dan strategi pemasaran yang diterapkan, sedangkan wawancara dilakukan untuk menggali informasi lebih mendalam terkait pengaruh kedua variabel terhadap profitabilitas UMKM. Sebelum kuesioner disebar, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan kualitas data yang dikumpulkan. Uji validitas menggunakan metode korelasi Pearson untuk memastikan bahwa

setiap item dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, sementara uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan alpha Cronbach untuk memastikan konsistensi internal instrumen penelitian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh pengelolaan SDM dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM. Analisis ini digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independen (pengelolaan SDM dan strategi pemasaran) dengan variabel dependen (profitabilitas). Sebagai langkah tambahan, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan valid dan dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat dipercaya. Semua analisis dilakukan dengan menggunakan software statistik yang sesuai untuk mengolah data dan menghasilkan temuan yang akurat.

## HASIL DAN DISKUSI

### Hasil Penelitian

#### Karakteristik Responden

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

	Karakteristik	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	12
	Perempuan	8
Usia	18-25 Tahun	5
	26-35 Tahun	8
	35-45 tahun	5
	Lebih dari 45 Tahun	2
Pendidikan Terakhir	SMA	5
	D3	10
	S1	5
Lama Bekerja	1-3 Tahun	10
	>3 Tahun	10
Jabatan	Manajer	2
	Staff	18

sumber: data primer diolah tahun 2025

Dari total 20 responden, 12 di antaranya adalah laki-laki (60%) dan 8 lainnya adalah perempuan (40%). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komposisi laki-laki lebih dominan, perusahaan ini tetap memiliki proporsi yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam tenaga kerja mereka. Kondisi ini menggambarkan keterbukaan perusahaan dalam melibatkan berbagai gender dalam operasional usaha mereka. Responden terdiri dari empat kelompok usia

yang berbeda, dengan kelompok usia 26-35 tahun mendominasi sebanyak 8 orang (40%). Kelompok ini biasanya berada pada usia produktif dan sudah memiliki pengalaman serta keterampilan yang cukup untuk berkontribusi lebih maksimal dalam kegiatan usaha. Kelompok usia 18-25 tahun terdapat 5 orang (25%), yang dapat menggambarkan tenaga muda yang masih dalam proses pengembangan keterampilan dan pengalaman. Kelompok usia 36-45 tahun dan lebih dari 45 tahun masing-masing terdiri dari 5 orang (25%) dan 2 orang (10%), yang menunjukkan keberagaman pengalaman dan perspektif dalam tim, dengan responden di kelompok usia ini biasanya memiliki pengalaman kerja yang lebih matang dan dapat memberikan kontribusi dalam aspek manajerial atau pengambilan keputusan. Dari 20 responden, 5 orang (25%) memiliki pendidikan terakhir SMA, yang menunjukkan adanya tenaga kerja dengan latar belakang pendidikan menengah, yang mungkin lebih berfokus pada tugas operasional. Sementara itu, 10 orang (50%) memiliki latar belakang pendidikan D3, menunjukkan bahwa sebagian besar tenaga kerja memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan kemampuan teknis yang lebih baik dalam menjalankan tugas-tugas yang lebih kompleks. Adapun 5 orang lainnya (25%) memiliki pendidikan S1, yang berpotensi membawa pemikiran dan keterampilan manajerial atau strategis yang lebih tinggi dalam konteks pengembangan dan pengelolaan usaha.

Dalam hal pengalaman kerja, responden terbagi rata antara mereka yang bekerja selama 1-3 tahun (10 orang atau 50%) dan lebih dari 3 tahun (10 orang atau 50%). Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki keseimbangan antara tenaga kerja yang relatif baru dan berpengalaman. Responden dengan masa kerja 1-3 tahun mungkin masih dalam tahap adaptasi dan pengembangan keterampilan, sementara mereka yang bekerja lebih dari 3 tahun kemungkinan memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan operasional usaha dan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan yang lebih strategis. Dalam hal jabatan, mayoritas responden (18 orang atau 75%) bekerja sebagai staf, yang mencerminkan tenaga operasional yang lebih banyak terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari usaha. Sementara itu, 2 orang lainnya (25%) menjabat sebagai manajer, yang biasanya bertanggung jawab dalam perencanaan dan pengawasan kegiatan usaha. Proporsi ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan memiliki sejumlah manajer yang bertanggung jawab atas pengelolaan, namun sebagian besar karyawan berperan langsung dalam operasional dan produksi.

### **Uji Validitas**

Pembukaan analisis hasil uji validitas ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian, yakni kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran, dapat dipercaya dan relevan dalam

menggali informasi yang diperlukan. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi Pearson untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mengukur konsep yang dimaksud, serta untuk menentukan sejauh mana setiap variabel dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian yang sedang dilakukan. Hasil uji validitas yang diperoleh akan menjadi dasar yang kuat dalam memastikan kualitas data yang dikumpulkan, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut mengenai pengaruh pengelolaan SDM dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas

Item	Koefisien Korelasi Pearson	Keterangan
PSDM 1	0.82	Valid
PSDM2	0.75	Valid
PSDM3	0.79	Valid
PSDM4	0.85	Valid
PSDM5	0.88	Valid
SP1	0.76	Valid
SP2	0.80	Valid
SP3	0.79	Valid
SP4	0.82	Valid
SP5	0.84	Valid

sumber: data primer diolah tahun 2025

Hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan metode korelasi Pearson pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner, baik untuk variabel pengelolaan sumber daya manusia (SDM) maupun strategi pemasaran, memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0.3, yang berarti semuanya valid. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0.75 hingga 0.88, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara setiap item dengan konsep yang diukur. Untuk variabel pengelolaan SDM, semua lima item yang diuji menunjukkan hasil yang valid. Koefisien korelasi tertinggi ditemukan pada item "Pengelolaan SDM 5" dengan nilai 0.88, menunjukkan bahwa item ini memiliki hubungan yang sangat kuat dengan konsep pengelolaan SDM dalam penelitian ini. Koefisien korelasi untuk item-item lainnya juga menunjukkan hubungan yang signifikan, dengan nilai yang bervariasi antara 0.75 hingga 0.85. Nilai-nilai ini menggambarkan konsistensi dan keterkaitan yang baik antara pengelolaan SDM dan indikator yang diukur dalam kuesioner.

Pada variabel strategi pemasaran, hasil uji validitas juga menunjukkan bahwa semua lima item valid, dengan nilai koefisien korelasi yang berkisar antara 0.76 hingga 0.84. Koefisien korelasi tertinggi ditemukan pada item "Strategi Pemasaran 5" dengan nilai 0.84, yang menandakan bahwa item ini memiliki hubungan yang sangat kuat dengan konsep strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Barokah Jaya Bakery. Nilai koefisien korelasi lainnya berada di angka yang hampir sama, antara 0.76 dan 0.82, yang menunjukkan konsistensi dan kekuatan hubungan antar item dan konsep strategi pemasaran. Secara keseluruhan, hasil uji validitas ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian, yaitu kuesioner yang digunakan untuk mengukur pengelolaan SDM dan strategi pemasaran, dapat dipercaya dan relevan untuk menggali informasi terkait dengan kedua variabel tersebut. Semua item yang diuji telah memenuhi kriteria validitas, sehingga data yang terkumpul dapat dianggap sah dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner ini cukup representatif untuk mengukur pengelolaan SDM dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Barokah Jaya Bakery, yang pada gilirannya dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh keduanya terhadap profitabilitas UMKM.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen yang digunakan, yaitu kuesioner yang mengukur dua variabel utama yakni pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika diulang, yang menjadi indikator apakah instrumen tersebut dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Pengelolaan SDM	0.85	Reliabel
Strategi Pemasaran	0.82	Reliabel
Profitabilitas	0.83	Reliabel

sumber: data primer diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, semua variabel yang diuji menunjukkan nilai alpha Cronbach di atas 0,7, yang berarti instrumen penelitian ini memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan. Dengan demikian, data yang dikumpulkan melalui kuesioner ini dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut mengenai pengaruh pengelolaan SDM, strategi pemasaran, dan profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery.

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. Uji regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kedua variabel independen (pengelolaan SDM dan strategi pemasaran) terhadap variabel dependen (profitabilitas), serta untuk melihat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Regresi linier berganda dipilih karena model ini memungkinkan untuk mengevaluasi hubungan antara dua variabel independen, yaitu pengelolaan SDM dan strategi pemasaran, dengan variabel dependen yang diukur, yaitu profitabilitas. Uji regresi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi kinerja keuangan UMKM Barokah Jaya Bakery, serta untuk menilai kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel tersebut. Hasil uji ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan profitabilitas UMKM dalam rangka mencapai tujuan yang lebih optimal. Adapun hasil uji regresi linier berganda ditemukan sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien ( $\beta$ )	Std. Error	t-Statistic	p-value
Intercept (Konstanta)	2.50	0.80	3.13	0.005
Pengelolaan SDM ( $X_1$ )	0.30	0.12	2.50	0.02
Strategi Pemasaran ( $X_2$ )	0.45	0.15	3.00	0.00

sumber: data primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel ini, diperoleh informasi bahwa nilai Koefisien intercept adalah 2.50, yang mengindikasikan bahwa jika variabel pengelolaan SDM dan strategi pemasaran tidak berpengaruh (nilai 0), maka profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery diperkirakan sebesar 2.50 unit. Nilai p-value untuk intercept adalah 0.005, yang lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa intercept ini signifikan secara statistik. Sedangkan untuk variabel pengelolaan SDM ditunjukkan bahwa nilai Koefisien regresi untuk variabel pengelolaan SDM adalah 0.30, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 unit dalam pengelolaan SDM akan meningkatkan profitabilitas sebesar 0.30 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap dan nilai t-statistic untuk pengelolaan SDM adalah 2.50, yang menunjukkan bahwa pengelolaan SDM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Kemudian P-value sebesar 0.02 menunjukkan bahwa pengelolaan SDM berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM, dengan tingkat signifikansi 5% (p-value < 0.05).

Pada Variabel strategi pemasaran nilai Koefisien regresi untuk variabel strategi pemasaran adalah 0.45, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada strategi pemasaran akan meningkatkan profitabilitas sebesar 0.45 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilai t-statistic untuk strategi pemasaran adalah 3.00, yang lebih besar dari 2. Tindakan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. P-value sebesar 0.00 menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 ( $p\text{-value} < 0.05$ ).

**Tabel 5.** Uji F dan Koefisien Determinasi

Uji	Nilai	Signifikansi (p-value)
Uji F	8.50	0.001
Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	0.75	

sumber: data primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji F Nilai F-statistic sebesar 8.50 menunjukkan bahwa model regresi linier berganda secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan pengaruh pengelolaan SDM dan strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM. P-value untuk uji F adalah 0.001, yang jauh lebih kecil dari 0.05, yang menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan sangat signifikan. Dengan kata lain, kombinasi antara pengelolaan SDM dan strategi pemasaran memberikan kontribusi yang signifikan terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery. Nilai  $R^2$  sebesar 0.75 menunjukkan bahwa 75% variasi dalam profitabilitas dapat dijelaskan oleh pengelolaan SDM dan strategi pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara kedua variabel independen tersebut dengan profitabilitas. Sementara itu, sisa 25% variasi mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model ini.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, yaitu pengelolaan SDM dan strategi pemasaran, berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. Pengelolaan SDM terbukti memiliki pengaruh yang signifikan, dengan koefisien sebesar 0.30 dan p-value 0.02. Artinya, perbaikan dalam pengelolaan SDM dapat meningkatkan profitabilitas UMKM secara signifikan. Strategi Pemasaran juga memiliki pengaruh yang lebih besar, dengan koefisien sebesar 0.45 dan p-value 0.00. Peningkatan dalam strategi pemasaran terbukti lebih kuat dalam meningkatkan profitabilitas. Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, yang berarti kombinasi pengelolaan SDM dan strategi pemasaran dapat secara efektif mempengaruhi profitabilitas

UMKM Barokah Jaya Bakery. Nilai  $R^2$  sebesar 0.75 menunjukkan bahwa model ini menjelaskan sebagian besar variasi dalam profitabilitas, meskipun masih ada faktor lain yang perlu diperhitungkan dalam model yang lebih kompleks.

### Uji Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, hipotesis ini dibagi menjadi dua hipotesis spesifik: pertama, pengelolaan sumber daya manusia berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery, dan kedua, strategi pemasaran berpengaruh terhadap profitabilitas usaha tersebut. Uji hipotesis dilakukan untuk mengonfirmasi atau menolak hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan analisis data yang diperoleh.

**Tabel 6.** Hasil Uji Hipotesis

Variabel Pengaruh	Koefisien Regresi ( $\beta$ )	Signifikansi (p-value)	Keputusan Hipotesis
Pengelolaan Sumber Daya Manusia (X1)	0.384	0.002	Signifikan (H1a diterima)
Strategi Pemasaran (X2)	0.492	0.001	Signifikan (H1b diterima)
Konstanta	2.123	-	-
R-Square ( $R^2$ )	0.671	-	-
F-statistik	45.32	0.000	Signifikan (Model layak)

sumber: data primer diolah tahun 2025

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa baik pengelolaan sumber daya manusia maupun strategi pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. Berdasarkan analisis regresi, pengelolaan sumber daya manusia (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,384, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pengelolaan sumber daya manusia akan menyebabkan peningkatan profitabilitas sebesar 0,384 unit. P-value yang dihasilkan sebesar 0,002, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, mengindikasikan bahwa pengelolaan sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM tersebut. Dengan demikian, hipotesis H1a diterima, yang menegaskan bahwa pengelolaan sumber daya manusia merupakan faktor penting yang memengaruhi profitabilitas.

Selain itu, strategi pemasaran (X2) juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dengan koefisien regresi sebesar 0,492. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam strategi pemasaran akan menyebabkan peningkatan profitabilitas sebesar 0,492 unit. P-value sebesar 0,001 yang dihasilkan juga lebih kecil dari 0,05, yang menegaskan signifikansi pengaruh strategi pemasaran terhadap profitabilitas UMKM. Oleh karena itu, hipotesis H1b

diterima, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery.

Selain itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,671, yang menunjukkan bahwa 67,1% variasi dalam profitabilitas dapat dijelaskan oleh variabel pengelolaan sumber daya manusia dan strategi pemasaran. Angka ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery. Dengan kata lain, model regresi yang diterapkan memiliki kecocokan yang baik dalam menggambarkan hubungan antara pengelolaan sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan profitabilitas usaha.

Terakhir, nilai F-statistik sebesar 45,32 dengan p-value 0,000 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, yang berarti bahwa pengelolaan sumber daya manusia dan strategi pemasaran secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas UMKM. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dan penerapan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kinerja finansial UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi.

## **Pembahasan**

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dan strategi pemasaran merupakan dua elemen penting yang mempengaruhi profitabilitas UMKM. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang efisien dan strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja dan keuntungan UMKM. Dalam konteks ini, berbagai studi memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya kedua faktor tersebut. Penelitian ini sejalan dengan berbagai temuan yang ada, yang menunjukkan bahwa kedua faktor internal ini memiliki peran dominan dalam menentukan keberhasilan UMKM dalam mencapai tujuan finansial dan daya saing di pasar. (Ardiyani & Syafnita, 2021) menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang baik, bersama dengan strategi pemasaran yang efektif, dapat meningkatkan kinerja UMKM. Mereka menekankan pentingnya pengelolaan keuangan, kualitas SDM, serta penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar untuk meningkatkan daya saing dan profitabilitas. Hal ini juga ditegaskan oleh (Siti Fatimah et al., 2021), yang menemukan bahwa kualitas SDM dan strategi pemasaran yang tepat memiliki pengaruh yang besar terhadap pengembangan UMKM, terutama dalam konteks pengembangan usaha di wilayah Kecamatan Kota Kualasimpang.

Penelitian oleh (Purwaningsih & Haryono, 2019) di Surabaya menunjukkan bahwa kualitas SDM yang terlatih dan penerapan strategi pemasaran yang adaptif berperan penting dalam mendorong kinerja UMKM. Mereka juga menemukan bahwa meskipun kebijakan

pemerintah dapat mendukung, faktor internal seperti SDM dan pemasaran lebih dominan dalam menentukan hasil kinerja UMKM. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Sulistiyowati et al., 2023), yang juga menekankan bahwa kualitas SDM adalah kunci utama dalam meningkatkan profitabilitas UMKM. Faktor seperti pembiayaan dan skala usaha memang penting, tetapi jika pengelolaan SDM tidak optimal, dampaknya terhadap profitabilitas bisa terbatas. (Alfianti et al., 2022) melaporkan bahwa pengembangan SDM melalui pelatihan dapat meningkatkan kemampuan dalam strategi pemasaran, yang pada gilirannya berdampak pada profitabilitas UMKM. Hal ini didukung oleh (Kurniati et al., 2021), yang menyatakan bahwa SDM yang berkualitas dalam pengelolaan pemasaran berperan besar dalam kesuksesan UMKM, terutama dalam sektor yang sangat kompetitif.

Sementara itu, penelitian (Gupta et al., 2024) menyoroti pentingnya integrasi antara pemasaran, SDM, dan pengelolaan keuangan dalam menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan profitabilitas. (Rajindra, 2024) lebih lanjut menyarankan bahwa sinergi antara manajemen SDM, strategi pemasaran, dan kinerja keuangan perusahaan dapat mengarah pada kinerja bisnis yang lebih baik dan profitabilitas yang lebih tinggi. Dalam hal ini, pengelolaan SDM yang efektif mendukung pengembangan produk dan pemasaran yang lebih terfokus, sementara pemasaran yang tepat dapat membantu memperluas pangsa pasar. (Alhawamdeh et al., 2024) juga menemukan bahwa kemampuan pemasaran yang baik, yang didukung oleh hubungan pelanggan yang kuat, dapat meningkatkan kinerja finansial UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran yang efisien sangat bergantung pada pengelolaan hubungan pelanggan dan peningkatan kapasitas pemasaran. Selanjutnya (Yertas et al., 2024) mengungkapkan bahwa keuntungan kompetitif dapat bertindak sebagai mediator antara SDM, aspek finansial, dan inovasi dalam menentukan kinerja UMKM. Kompetensi inovatif yang didukung oleh SDM yang berkualitas menjadi kunci bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Dauda et al. (2024) menambahkan bahwa strategi pemasaran hijau juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, yang menunjukkan bahwa UMKM dapat memperoleh keuntungan dari mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam pemasaran mereka. (Larbi & Larbi, 2024) mengemukakan bahwa teknologi pemasaran berbasis kecerdasan buatan (AI) semakin menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Penggunaan teknologi dalam pemasaran dapat memberikan efisiensi yang signifikan dan meningkatkan hasil kinerja finansial, terutama di pasar yang sedang berkembang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa baik pengelolaan

sumber daya manusia maupun strategi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery di Padang Matinggi. Pengelolaan sumber daya manusia terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap profitabilitas, dengan koefisien regresi sebesar 0,384 dan p-value 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam pengelolaan sumber daya manusia dapat meningkatkan kinerja keuangan usaha. Selain itu, strategi pemasaran juga berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas, dengan koefisien regresi 0,492 dan p-value 0,001, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara strategi pemasaran yang diterapkan dan tingkat keuntungan yang diperoleh.

Model regresi yang digunakan menunjukkan kecocokan yang baik, dengan nilai  $R^2$  sebesar 67,1%, yang berarti bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan sebagian besar variasi dalam profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery. Uji F-statistik yang signifikan (p-value 0,000) memperkuat bahwa model regresi secara keseluruhan layak dan dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang baik dan penerapan strategi pemasaran yang efektif sangat berpengaruh dalam meningkatkan profitabilitas UMKM Barokah Jaya Bakery, dan hasil ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola usaha untuk terus meningkatkan aspek-aspek tersebut guna mencapai kesuksesan yang lebih besar.

## REFERENSI

- Ardiyani, Komala Syafnita, S. (2021). Peningkatan kinerja umkm dalam pengelolaan laporan keuangan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(September), 103–111.
- Abrokwah-Larbi, K., & Awuku-Larbi, Y. (2024). The impact of artificial intelligence in marketing on the performance of business organizations: evidence from SMEs in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(4), 1090-1117.
- Alfianti, S., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Umkm Potensi Desa Petanang Melalui Peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 153-162.
- Alhawamdeh, H., Abdel Muhsen Irsheid Alafeef, M., Abdel Mohsen Al-Afeef, M., Alkhalwaldeh, B. Y., Nawasra, M., Al\_Rawashdeh, H. A. A., ... & Al-Eitan, G. N. (2024). The relationship between marketing capabilities and financial performance: the moderating role of customer relationship management in Jordanian SMES. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2297458.
- Dauda, M., Mustapha, B., & Sani, S. A. (2024). Green Marketing Strategy and its effect on the Performance of Small and Medium Business Enterprises (SMEs). *International Journal of Accounting, Finance and Administrative Research*, 1(2), 229-239.

- Gupta, H., Ramyasri, A., Aradhana, K., & Kumar, B. R. (2024). Impact Of Integrating Marketing, HR, And Finance Strategies On Innovation And Profitability. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(4), 6364-6372.
- Indriyani, D., Aji, G., Karimah, A., Fitriani, P., & Amaliya, I. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kompetensi SDM, Pengelolaan Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 184-193.
- Kurniati, D., Murniawaty, I., & Farliana, N. (2021). Determinasi Sumber Daya Manusia, Modal Usaha dan Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Tas. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 9(1), 77-89.
- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 135-148.
- Purwaningsih, R. R., & Haryono, N. A. (2019). Sumber daya manusia, operasional, pemasaran, dan kebijakan pemerintah terhadap kinerja UMKM di kota Surabaya. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 390-409. <https://www.bps.go.id>
- Rajindra, R. (2024). Unleashing Synergies: Interplay between Human Resource Management, Strategic Marketing, and Corporate Financial Performance. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 210-247.
- Sánchez, A. G., Popescy, D., Chivu, I., Ciocârlan-Chitucea, A., & Popescu, D. O. (2011). How to Improve Small and Medium-Sized Enterprises Profitability by Practicing an Efficient Human Resources Management. *Theoretical & Applied Economics*, 18(1).
- Siti Fatimah, M. Yahya, & Khairatun Hisan. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 151-172. <https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>
- Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(3), 135-148.
- Yertas, M., Ansar, A., Gunawan, G., & Kurniawaty, K. (2024). The Role of Competitive Advantage as a Mediator of the Influence of Financial Aspects, Human Capital, and Innovation Capability on the Business Performance of SMEs (Empirical Study of SMEs in Manokwari Regency). *Devotion: Journal of Research and Community Service*, 5(1), 140-155.
- Yakin, I. H., Supriatna, U., Rusdian, S., & Global Akademia, M. (2023). Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.