

Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Sangkapura Bawean)**Jannatul Firdaus^{*)}****Budi Wahono^{**)}****Ratna Tri Hardaningtyas^{***)}****Email : firdausjannatul428@gmail.com****Universitas Islam Malang*****Abstract***

This research aims to explain the characteristics of entrepreneurship, business capital and marketing strategies as well as knowing and partially explaining the characteristics of entrepreneurship, business capital and marketing strategies. This research method uses quantitative methods and the type of research is probability sampling using purposive sampling techniques. The sample for this research was 94 SMEs in Sangkapura Regency. The data analysis used is descriptive analysis, using SPSS 25 for Windows. The results of the research show that entrepreneurial characteristics, business capital and marketing strategies influence the development of SMEs among SMEs in Sangkapura Bawean Regency

Keywords : Entrepreneurial Characteristics, Business Capital, Marketing Strategy, Development of SMEs

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha produktif yang memiliki penghasilan dengan jumlah yang demikian besar telah memberikan andil yang tidak sedikit dalam perekonomian nasional dan daerah. UMKM umumnya memiliki keunggulan dalam memanfaatkan sumber daya alam (SDA) lokal dan padat karya, seperti pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan restoran. Oleh karena itu UMKM juga memberikan sumbangan yang sangat berarti bagi pemerintah daerah melalui pendapatan asli daerah (PAD). Maka dari itu perlu adanya pengembangan dan peningkatan terhadap keberadaan UMKM di Indonesia

Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dipandang memiliki kekuatan untuk menggerakkan perekonomian suatu bangsa. Hal ini didukung oleh temuan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menemukan bahwa sektor UMKM Indonesia dapat memberikan kontribusi sebesar 60% terhadap PDB negara dan menyerap 97% tenaga kerja. Dengan memberikan pekerjaan kepada penduduk, sektor UMKM juga dapat membantu memerangi kemiskinan.

Salah satu UMKM yang menarik untuk diteliti adalah UMKM yang berada di Gresik. Sebagai kota yang padat industri, Gresik juga mempunyai potensi 3 UMKM yang seharusnya menjadi perhatian khusus bagi pemerintah daerah. Keberadaan UMKM harus selalu dijaga dan dikembangkan supaya dapat terus berperan untuk meningkatkan perekonomian khususnya bagi masyarakat Gresik. Menurut data dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik (DISKOPERINDANG) menyatakan bahwa jumlah UMKM saat ini yang aktif di kecamatan Sangkapura adalah sebesar 1.472 pelaku UMKM dari berbagai desa. Berikut adalah jumlah UMKM di kecamatan Sangkapura yang terdaftar di Diskoperindag Gresik.

Dari beberapa data DISKOPERINDANG Gresik yang terdiri dari 13 Desa yang berada di Kecamatan Sangkapura total sebanyak 832 UMKM di tahun 2021 dan mengalami penurunan menjadi

664 UMKM di tahun 2022 lalu mengalami kenaikan yang signifikan sebanyak 1.473 UMKM. Kecamatan Sangkapura berada di sebelah utara Kabupaten Gresik dengan wilayah administratif. Sebagai desa yang padat akan penduduk dan aktivitas ekonomi. Sebagai kota yang memiliki kecenderungan penduduk yang tinggi dan dapat melayani seluruh wilayah perencanaan serta dalam skala regional serta di dukung oleh adanya fasilitas dan sarana prasarana.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sumari & Putri, 2022) tentang Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok - Jakarta Utara. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha baik secara parsial maupun secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Dari uji beta diketahui bahwa Karakteristik Kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keberhasilan Usaha.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Perkembangan UMKM

Perkembangan UMKM menurut (Purwanti, 2012) merupakan kemampuan pengusaha untuk memenuhi permintaan pasar. Perkembangan usaha biasanya dilihat dari segi pendapatan (omset) yang diterima setiap bulannya Menurut (Inggarwati & Kaudin, 2010) perkembangan usaha dapat diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan, bertambahnya karyawan, peningkatan laba, dan peningkatan nilai aset. Apabila semua ini sudah terwujud, maka usaha tersebut dapat dianggap mengalami perkembangan. Sehingga untuk mengukur perkembangan UMKM dapat dilihat dari pendapatan yang diterima.

Apabila mengalami kenaikan, maka dapat disebut mengalami pertumbuhan atau perkembangan. Jika mengalami penurunan pendapatan, maka dapat diartikan UMKM tersebut mengalami kemerosotan. Menurut (Inggarwati & Kaudin, 2010) perkembangan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) punya peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju. UMKM di Indonesia sangat diharapkan dapat terus berperan optimal dalam penyerapan tenaga kerja untuk menanggulangi angka pengangguran.

Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha adalah sebagai ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut (Sinaga, 2016) bahwa ciri-ciri dan watak kewirausahaan haruslah memiliki, percaya diri dan optimis, Berorientasi pada tugas dan hasil, Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan, berjiwa kepemimpinan serta mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran serta kritik, keorisinalan yaitu inovatif, kreatif, dan fleksibel, berorientasi masa depan.

Sikap atau karakteristik wirausaha merupakan bagian penting dalam kewirausahaan, karakteristik wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Berdasarkan uraian-uraian karakteristik wirausahawan menurut beberapa ahli tersebut, dapat disimpulkan jika seseorang ingin menjadi wirausahawan yang sukses harus mempunyai sifat ulet, tidak mudah menyerah, kreatif dan inovatif, jujur dan bekerja keras serta memiliki orientasi ke masa depan.

Modal Usaha

Modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam

menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis .Bisa disimpulkan bahwa modal usaha merupakan aset baik berupa barang-barang atau dana yang dijadikan sebagai pokok menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Itu artinya jika kita bisa mengatur dana modal dengan baik, maka kita juga akan mampu membangun usaha lebih baik, karena sejatinya modal adalah pondasi dalam menjalankan usaha.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut (Tjiptono, 2017) strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antar berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya. Keserasian seperti ini memang perlu dijaga, namun tidak tertutup kemungkinan untuk berubah dan diperbaiki bilamana lingkungan pemasaran yang dihadapi mengalami perubahan.

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM

Pemilik usaha yang memiliki karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran yang tinggi diduga akan dapat mengembangkan usahanya. Hal ini dikarenakan pemilik usaha yang memiliki karakteristik wirausaha akan dapat mengorganisir kegiatan usaha termasuk modal yang menjadi faktor penting dalam menjalankan usahanya. Seorang pemilik usaha yang memiliki modal yang besar dapat dengan mudah mengembangkan usahanya.

Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dengan Perkembangan UMKM

Karakter wirausaha merupakan sikap ataupun watak yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Seorang pelaku usaha yang memiliki karakteristik wirausaha yang baik akan mampu menjalankan dan mengembangkan usahanya dengan baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri dkk 2014) menemukan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap pengembangan usaha. artinya apabila karakteristik kewirausahaan semakin baik maka perkembangan usaha juga akan baik.

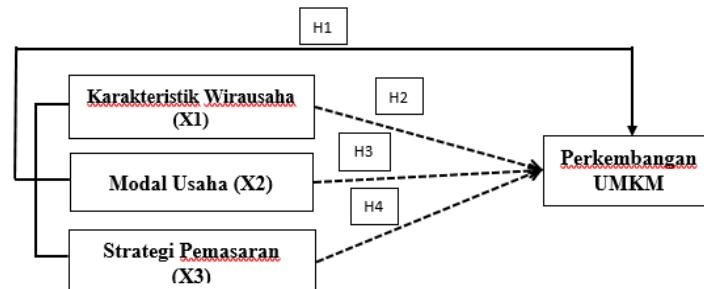
Pengaruh Modal Usaha Dengan Perkembangan UMKM

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakkan, terdapat beberapa jenis modal yaitu modal sendiri dan modal pinjaman. modal pinjaman dapat diperoleh dari lembaga-lembaga keuangan lainnya. Berdasarkan penelitian (Sari, 2020) menemukan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM, sehingga semakin besar modal usaha pelaku UMKM maka semakin tinggi pula perkembangan usaha UMKM.

Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Perkembangan UMKM

Menurut Bennet dalam (Purwanti, 2012:19) strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Dalam memulai menjalankan suatu usaha perlu adanya rencana strategi pemasaran pendahuluan untuk memperkenalkan produk baru itu ke pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Irwansyah dkk 2021) menemukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha sehingga semakin besar strategi pemasaran pelaku usaha maka semakin tinggi pula perkembangan usaha .

Berdasarkan penelitian teoritis di atas, kerangka konseptual dikembangkan, seperti yang diilustrasikan pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H1 : Karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran memiliki pengaruh simultan terhadap perkembangan UMKM

H2 : Karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan perkembangan UMKM.

H3 : Modal usaha berpengaruh positif signifikan perkembangan UMKM.

H4 : Strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan perkembangan UMKM.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini berupa data kuantitatif yaitu data yang diperoleh melalui observasi, diskusi atau pengamatan. Penelitian ini merupakan penelitian explanatory dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Sangkapura yang berjumlah 1.473 UMKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel acak dengan cara undian dari proporsi tiap desa sehingga masing-masing desa dalam populasi dapat terwakili dengan cara menghitung terlebih dahulu jumlah sampel penelitian menggunakan rumus slovin sehingga mendapatkan hasil 94 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM di Kecamatan Sangkapura. Riset ini menggunakan perangkat lunak analisis data SPSS untuk menganalisis data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner. Pada analisis data ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda kemudian uji asumsi klasik berupa uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas dan juga uji hipotesis yaitu uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Perkembangan UMKM (Y)	Y.1	0.647	0.202	Valid
	Y.2	0.774	0.202	Valid
	Y.3	0.756	0.202	Valid
	Y.4	0.786	0.202	Valid
Karakteristik Wirausaha (X1)	X1.1	0.511	0.202	Valid
	X1.2	0.587	0.202	Valid
	X1.3	0.599	0.202	Valid
	X1.4	0.570	0.202	Valid
	X1.5	0.221	0.202	Valid
Modal Usaha (X2)	X2.1	0.691	0.202	Valid
	X2.2	0.696	0.202	Valid
	X2.3	0.704	0.202	Valid
	X2.4	0.814	0.202	Valid
Strategi Pemasaran (X3)	X3.1	0.415	0.202	Valid
	X3.2	0.709	0.202	Valid
	X3.3	0.554	0.202	Valid
	X3.4	0.658	0.202	Valid

Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar, dimana untuk sampel sebanyak 94 orang dengan 4 variabel maka nilai r tabel adalah 0,2028. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Karakteristik Wirausaha (X1)	0.758	Reliabel
Modal Usaha (X2)	0.702	Reliabel
Strategi Pemasaran (X3)	0.738	Reliabel
Perkembangan UMKM (Y)	0.726	Reliabel

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan pada tabel 2 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel yang digunakan yaitu karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), strategi pemasaran (X3), dan perkembangan UMKM (Y) memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0.6, maka 4 (empat) variabel dalam penelitian ini sudah reliabel artinya seluruh pertanyaan pada setiap variabel dapat digunakan

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02220144
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.086
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 3 bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal didapatkan nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.067 lebih besar dari α (0.05). Maka disimpulkan bahwa sebaran residual berdistribusi normal (asumsi terpenuhi).

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.461	1.906		.242	.809
	X1 (Karakteristik Wirausaha)	.074	.062	.125	1.194	.235
	X2 (Modal Usaha)	-.019	.060	-.032	-.331	.757
	X3 (Strategi Pemasaran)	-.009	.062	-.015	-.143	.887

a. Dependent Variable : Abs RES

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4 melalui uji *glejser* dapat diketahui bahwa, pada variabel karakteristik wirausaha tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai sig. 0.235 > 0,05, pada variabel modal usaha tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai sig. 0,757 > 0,05 dan pada variabel strategi pemasaran juga tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai sig. 0,887 > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi heteroskedastisitas karena lebih besar dari 0,05

Uji Multikolinieritas**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients		Sig.	t	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.021	2.822		.008		
	X1 (Karakteristik Wirausaha)	.190	.091	.117	2.081	.040	.992
	X2 (Modal Usaha)	.560	.088	.538	6.333	.000	.999
	X3 (Strategi Pemasaran)	.222	.092	.206	2.414	.018	.992
							1.008

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 5 untuk mengetahui apakah terdapat inter korelasi yang sempurna diantara beberapa variabel bebas yang digunakan dalam model, didapatkan bahwa semua nilai VIF dari masing-masing variabel bebas kurang dari 10 dengan nilai *tolerance* lebih dari 0.1, yang artinya antar variabel bebas tidak terdapat korelasi yang cukup kuat atau tidak terdapat multikolinearitas (asumsi terpenuhi).

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	.021	2.822		.008
	X1 (Karakteristik Wirausaha)	.190	.091	.177	2.081
	X2 (Modal Usaha)	.560	.088	.538	6.333
	X3 (Strategi Pemasaran)	.222	.092	.206	2.414
					.018

a. Dependent Variable: Y (Perkembangan UMKM)

Sumber: Data Primer 2024

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

Dengan demikian, diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,021 + 0,190 X1 + 0,560 X2 + 0,222 X3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 0,021 artinya jika pengetahuan karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), strategi pemasaran (X3) nilainya 0 maka minat berwirausaha (Y) nilainya adalah 17,808.
2. Koefisien regresi karakteristik wirausaha (X1) sebesar 0,190 (bernilai positif) artinya karakteristik wirausaha (X1) naik 1 satuan maka dapat menaikkan perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,190 jika variabel independen lain bernilai tetap
3. Koefisien regresi modal usaha (X2) 0,560 (bernilai positif) artinya gaya hidup (X2) naik 1 satuan maka dapat menaikkan perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,560 jika variabel independen lain bernilai tetap.
4. Koefisien regresi strategi pemasaran (X3) sebesar 0,222 (bernilai positif) artinya strategi pemasaran (X3) naik 1 satuan maka dapat menaikkan perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,222 jika variabel independen lain bernilai tetap.

Uji Hipotesis**Uji F****Tabel 7 Hasil Uji F**

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	206.131	3	68.710	.000 ^b
	Residual	380.305	90	4.226	
	Total	586.436	93		

a. Dependent Variable: Y (Perkembangan UMKM)

b. Predictors: (Constant), X3 (Strategi pemasaran), X2 (Modal Usaha), X1 (Karakteristik wirausaha)

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria uji F yaitu H_a diterima atau nilai $p\text{-value} < \alpha$. Dapat dilihat bahwa diperoleh nilai memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari α ($0.000 < 0.050$), sehingga H_0 diterima, artinya bahwa secara simultan karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), dan strategi pemasaran (X3) berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM (Y).

Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.021	2.822		.994
	X1 (Karakteristik Wirausaha)	.190	.091	.177	.040
	X2 (Modal Usaha)	.560	.088	.538	.000
	X3 (Strategi Pemasaran)	.222	.092	.206	.018

a. Dependent Variable: Y (Perkembangan UMKM)

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 8 pengambilan keputusan uji t dapat dilakukan dengan salah satu cara yang pertama berdasarkan t hitung dan berdasarkan nilai signifikansi. Dilihat dari hasil tabel nilai signifikan diperoleh untuk variabel karakteristik wirausaha (X1) sebesar 0,000 dikatakan signifikan apabila nilai $\text{sig} < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai sig variabel karakteristik wirausaha sebesar 0,040 < nilai sig sebesar 0,05.

Maka variabel karakteristik wirausaha (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UMKM. Untuk nilai sig variabel modal usaha sebesar 0,000 < nilai sig sebesar 0,05. Maka variabel modal usaha (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UMKM. Untuk nilai sig variabel strategi pemasaran (X3) sebesar 0,018 < nilai sig sebesar 0,05 berarti variabel strategi pemasaran (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Koefisien Determinan adjusted R²

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.351	.330	2.056

a. Predictors: (Constant), X3 (Strategi Pemasaran), X2 (modal usaha), X1 (strategi pemasaran)

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 9 dengan nilai koefisien determinasi (*adjusted R Square*) sebesar 0,330 yang menunjukkan kontribusi pengaruh dari variabel pengetahuan karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), strategi pemasaran (X3) pada persamaan regresi terhadap perkembangan UMKM (Y) sebesar 33,0% dan 67,0% diwakili oleh variabel bebas lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan kontrol diri terhadap Perilaku konsumtif

Karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2) dan strategi pemasaran (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan karena nilai signifikan dapat disimpulkan bahwa Karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM

Hasil analisis deskriptif variabel karakteristik wirausaha mendukung diterimanya hipotesis ini rata – rata responden memahami tentang sikap percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, bersifat kepemimpinan, berani mengambil resiko dan keorisinalitasan (kreativitas dan inovasi) dalam indikator karakteristik wirausaha. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan mengapa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM yaitu ketika para pelaku UMKM di Kecamatan Sangkapura memiliki karakteristik atau sikap sebagai seorang

wirausaha yang baik, dapat dilihat dari bagaimana mereka memiliki sikap percaya diri, inovatif yang dapat menjadikan usaha yang dijalani semakin berkembang. Jadi dapat dikatakan jika karakteristik wirausaha meningkat, perkembangan UMKM di Kecamatan Sangkapura juga ikut meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anisa & Mustofa, 2021) yang menyatakan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Pengaruh modal usaha terhadap perkembangan UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM ketika para pelaku UMKM di Kecamatan Sangkapura memiliki karakteristik atau sikap sebagai seorang wirausaha yang baik, dapat dilihat dari bagaimana mereka memiliki sikap percaya diri, inovatif yang dapat menjadikan usaha yang dijalani semakin berkembang. Jadi dapat dikatakan jika karakteristik wirausaha meningkat, perkembangan UMKM di Kecamatan Sangkapura juga ikut meningkat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi modal usaha, maka perkembangan UMKM akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat modal usaha, maka perkembangan UMKM akan menurun juga. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sumari & Putri, 2022) bahwa hasil penelitian menunjukan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM.

Pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sangkapura. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi modal usaha, maka perkembangan UMKM akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat modal usaha, maka perkembangan UMKM akan menurun juga. Pada variabel strategi pemasaran terdapat dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di Kecamatan Sangkapura saat ini dapat mempertimbangkan bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan usaha nya dan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah dkk, 2021) yang mengatakan bahwa strategi pemasaran mempunyai pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

1. Karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM secara parsial. Artinya semakin tinggi tingkat karakteristik wirausaha, maka perkembangan UMKM juga akan meningkat
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan modal usaha terhadap perkembangan UMKM secara parsial. Artinya semakin tinggi tingkat modal usaha, maka perkembangan UMKM juga akan meningkat
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM secara parsial. Artinya semakin tinggi tingkat strategi pemasaran, maka perkembangan UMKM juga akan meningkat

Saran

1. Bagi pelaku UMKM
Dapat mengembangkan usaha yang sudah di jalani saat ini. Meningkatkan jiwa entrepreneurship terhadap usaha yang sedang dijalankannya, baik itu dari segi pelayanannya, konsisten dalam menjalankan usaha. Hal ini dilakukan agar pedagang UMKM dapat mengetahui bagaimana cara melakukan inovasi terhadap produk yang dijualnya, bagaimana menghadapi konsumen, serta

mereka juga harus memahami bagaimana cara bersaing dalam berdagang untuk mempertahankan serta membuat usaha mereka terus berkembang dengan baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menggunakan variabel lain seperti kecanggihan teknologi atau kualitas sumber daya manusia yang dianggap dapat mempengaruhi perkembangan UMKM, selain itu memperluas ruang lingkup penelitian sehingga pengambilan sampel dapat lebih beragam dan bervariasi.

Referensi

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24.
- Afrilia Tina Nur Anisa, & Nur Huri Mustofa. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 82–98. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687>
- Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik. (n.d.). *Rekap Jumlah UMKM di Kabupaten Gresik Tahun 2019*.
- Fattah. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sma Muhammadiyah 1 Karanganyar*.
- Inggarwati & Kaudin. (2010). Peranan faktor-faktor individual dalam mengembangkan usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 185–202.
- Purwanti. (2012a). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Deyaan dan Kaliando Salatiga. STIE AMA Salatiga*.
- Purwanti, E. (2012b). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. Among Makarti*. 5, 9.
- Putri, K. Pradhanawarti, A.Prabawani, B. (2014). . *Pengaruh KarakteristikKewirausahaan, Modal Usaha dan Peran Business Development ServiceTerhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri KerupukDesaKedungrejo Sidoarjo Jawa Timur)*.
- Rudy Irwansyah, Khanti Listya, Amanda Setiorini, I. M. H. (2021). *Perilaku Konsumen*. CV Widina Media Utama.
- Sari, D. N. (2020). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Jelm Kota Jambi. Program Studi Ekonomi Syariah. FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.
- Sinaga. (2016). *Kewirausahaan Pedoman Untuk Kalangan Praktisi dan Mahasiswa (EKUILIBRIA (ed.))*.
- Sumari, & Amelia Putri, J. (2022). Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok-Jakarta Utara). *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 304–214. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Tjiptono, F. (2017). *emasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi offset.

Jannatul Firdaus*) Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono**) Dosen Tetap FEB Unisma

Ratna Tri Hardaningtyas***) Dosen Tetap FEB Unisma