

## KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM

<sup>1</sup>Melifia Liantifa, <sup>2</sup>Fiqri

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

email : [mel.liantifa@gmail.com](mailto:mel.liantifa@gmail.com)

**Abstrak:** Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh karakteristik responden, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM. Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial. (2) Untuk menguji pengaruh antara modal usaha terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial. (3) Untuk menguji pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial. (4) Untuk menguji bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara simultan? Analisis yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai secara parsial, sedangkan secara simultan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai. Besar pengaruh antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai adalah 99,1%.

**Kata Kunci:** Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Pengembangan UMKM

**Abstract:** The formulation of the problem in this study is how influence of entrepreneurial characteristics, venture capital and marketing strategy on the development of MSMEs in Ambai village?. The objectives of this study are (1) to determine the effect of entrepreneurial characteristics on the development of MSMEs in Ambai village partially. (2) To find out the effect of venture capital on the development of MSMEs in Ambai village partially. (3) To find out the effect of marketing strategy on the development of MSMEs in Ambai village partially. (4) To determine the effect of entrepreneurial characteristics, business capital and marketing strategies on the development of MSMEs in Ambai Village simultaneously? The analysis used in this research is descriptive quantitative with multiple linear regression approach. The results of the study explain that there is a significant positive influence between entrepreneurial characteristics, business capital, and marketing strategy on the development of MSMEs Ambai Village partially, while simultaneously there is a significant positive influence between entrepreneurial characteristics, business capital, and marketing strategies on the development of Ambai Village MSMEs. The magnitude of the influence between entrepreneurial characteristics, business capital, and marketing strategy on the development of MSMEs in Ambai Village is 99.1%.

**Keywords:** Entrepreneurial Characteristics, Business Capital, Marketing Strategy, and Development of MSMEs

## PENDAHULUAN

Pemerintah memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Tidak saja jumlah UMKM di Indonesia yang mendominasi, tetapi juga UMKM dapat lebih bertahan dari terpaan krisis global. Berbagai inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah melalui pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah agar semakin banyak individu yang berminat dan mempunyai kemauan menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM.

Perkembangan perekonomian negara merupakan salah satu usaha meningkatkan taraf hidup untuk kesejahteraan rakyatnya. UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena ada tiga indikator yang menunjukkan peran pentingnya dalam perekonomian. *Pertama*, jumlahnya banyak dan mencakup setiap sektor ekonomi. *Kedua*, UMKM mempunyai potensi besar dalam menyerap tenaga kerja. *Ketiga*, UMKM memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan nasional. Perkembangan UMKM menjadi sesuatu yang harus dijaga serta ditingkatkan setiap tahunnya sejalan dengan perkembangan perekonomian yang mengalami naik dan turun dalam beberapa tahun ke belakang. UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia, terutama saat krisis ekonomi yang terjadi pada periode 1998 sampai dengan periode 2000an. UMKM dianggap mampu bertahan pada krisis dimana puluhan perusahaan besar mengalami kebangkrutan.

Menurut Sari dkk (2023), bahwa UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU RI No.20 Tahun 2008. Hal ini menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sesuai dengan ketentuan UU. Dengan adanya peraturan yang menjadi payung hukum, gerak UMKM menjadi semakin leluasa. Sehingga dapat diperkirakan dengan adanya dukungan dari pemerintah maka akan dapat meningkatkan perkembangan UMKM yang ada di Indonesia.

Pemberdayaan masyarakat merupakan strategi yang memfokuskan pada bagaimana memberikan peran yang memadai agar masyarakat dapat berperan aktif dalam aktivitas sosial masyarakat. Karena UMKM yang berkembang dengan baik tidak lepas dari peran pemilik usaha dan faktor-faktor yang mendukung UMKM tersebut agar dapat terus beroperasi (Tambunan, 2014). Hal ini menjelaskan bahwa perkembangan UMKM dipengaruhi oleh karakteristik usaha, modal usaha, dan strategi pemasaran. Maka dari itu untuk mempercepat laju perkembangan UMKM, para pelaku usaha menerapkan beberapa faktor yang mendukung perkembangan UMKM seperti karakteristik wirausaha, modal usaha yang digunakan, dan juga strategi pemasaran yang digunakan.

Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci merupakan desa yang berada di Kabupaten Kerinci. Desa Ambai Kecamatan Sitinjau laut ini memiliki perkembangan UMKM yang signifikan. Jumlah UMKM di Desa Ambai ini merupakan jumlah UMKM yang bisa dikatakan jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan desa lain yang ada di kecamatan sitinjau laut, ini memberi bukti bahwasanya di Desa Ambai ini UMKM berkembang pesat. Jumlah UMKM di Desa Ambai yang berkembang pesat

tersebut dipengaruhi adanya karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran yang baik dalam melihat peluang usaha kecil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Ambai Kabupaten Kerinci adalah karakteristik wirausaha. karakteristik wirausaha adalah suatu sikap percaya diri, pengambilan resiko dan kepemimpinan dalam mengelola usaha atau modal. Fenomena karakteristik wirausaha UMKM di Desa Ambai dari beberapa indikator seperti memiliki motivasi, orientasi ke masa depan, memiliki jiwa kepemimpinan, memiliki jaringan usaha yang luas, dan tanggap kreatif. Beberapa indikator karakteristik kewirausahaan tersebut sudah berjalan dengan baik, namun pada indikator memiliki jaringan usaha yang luas belum menjadi karakteristik bagi pengelola usaha UMKM, sehingga dari tahun ke tahun UMKM tersebut berjalan lambat dan sulit mengalami kemajuan. Kemudian banyak juga pelaku UMKM yang kurang tanggap dan kreatif dalam menciptakan pemasaran yang kontemporer sehingga terkesan monoton.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM adalah modal usaha. Menurut Riyanto (2012), menjelaskan bahwa modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu SDM (keahlian tenaga kerja), teknologi, ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Apabila modal usaha tersedia sesuai yang dibutuhkan dalam membuka usaha, maka modal usaha tersebut dapat mempengaruhi perkembangan usaha UMKM.

Berdasarkan fenomena modal usaha UMKM di Desa Ambai berdasarkan beberapa indikator yaitu struktur permodalan, pemanfaatan modal tambahan, hambatan dalam mengakses modal eksternal, dan keadaan usaha setelah menanamkan modal sudah berjalan dengan baik. Namun, sering juga pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengakses modal eksternal dalam mengembangkan usaha UMKM. Hal ini disebabkan adanya ketidakpengatahuan terhadap mekanisme dalam mengakses modal eksternal yang dapat dipakai dalam mengembangkan usaha UMKM yang lebih luas lagi untuk memenuhi permintaan masyarakat akan kebutuhan hasil produk, barang, jasa, dan sebagainya.

Selanjutnya perkembangan usaha UMKM dapat dipengaruhi oleh faktor strategi pemasaran. Menurut Suharyadi (2014), menjelaskan bahwa strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita untuk membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang di tuju. Semakin bagus strategi pemasaran dari setiap usaha UMKM untuk mencapai tujuan, maka semakin mudah pula bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan usaha yang lebih besar lagi ataupun membuka cabang usaha UMKM pada lokasi lainnya yang dianggap membawa keuntungan bagi pelaku usaha. Fenomena strategi pemasaran UMKM di Desa Ambai yaitu saat penjualan menurun kebanyakan para UMKM hanya berdiam diri dan hanya menunggu konsumen yang datang, tidak adanya inisiatif untuk menganalisis penyebab menurunnya penjualan atau mencoba strategi baru yang lebih baik lagi, kemudian para pelaku UMKM biasanya hanya memanfaatkan tenaga kerjanya sendiri tanpa meminta bantuan kepada orang lain. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM tersebut lebih menyukai bekerja sendiri tanpa dibantu oleh orang lain. Hal ini membuat saat terjadi pesanan yang banyak, para UMKM tersebut cenderung tidak mampu untuk memproduksinya sendiri. Sehingga membuat perkembangan usahanya menjadi terhambat. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM, baik secara parsial maupun simultan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Perkembangan UMKM**

Menurut Tambunan (2014), pengembangan usaha UMKM adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki kualitas hidup mereka.

Menurut Zimmerer dan Scarbrough (2014), Perkembangan usaha atau UMKM sebagai kesuksesan dalam berusaha dapat dilihat jumlah penjualan yang semakin meningkat dikarenakan ada kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada, berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing, mempunyai akses terhadap lembaga-lembaga keuangan baik bank maupun non bank sehingga dapat meningkatkan pembiayaan usahanya.

Keberhasilan atau kegagalan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM adalah permodalan atau modal usaha, strategi Pemasaran dan karakteristik wirausaha.

### **Karakteristik Wirausaha**

Menurut Sumarsono (2012), bahwa karakteristik wirausaha adalah karakteristik *entrepreneur* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kewiraswastaan berasal dari kata *entrepreneur* (bahasa inggris) adalah “orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. karakteristik wirausaha adalah suatu sikap percaya diri, pengambilan resiko dan kepemimpinan dalam mengelola usaha atau modal.

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, keorisinilan 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.

### **Modal Usaha**

Menurut Riyanto (2012), pengertian modal usaha sebagai ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal kongkrit dan modal abstrak. Modal konkrit di maksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif. Sementara menurut Nugraha (2014), modal usaha adalah uang yang di pakain sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya (uang, barang dan sebagainya) yang dapat di gunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Sementara menurut Nitisusastro (2014), modal merupakan hal yang utama dalam menjalankan suatu usaha, termasuk perdagangan, modal yang di gunakan dapat bersumber dari modal sendiri, namun bila ternyata modal sendiri tidak mencukupi dapat ditambah dengan modal pinjaman jadi, secara umum jenis modal yang dapat diperoleh untuk memenuhi kebutuhan modalnya terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman.

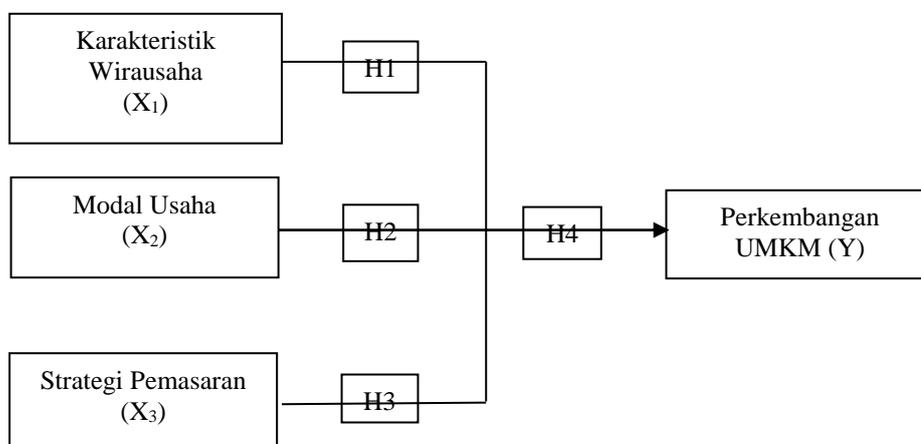
### **Strategi Pemasaran**

Menurut Suharyadi (2014), menjelaskan bahwa strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita untuk membuat dan

menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang di tuju. Semakin bagus strategi pemasaran dari setiap usaha UMKM untuk mencapai tujuan, maka semakin mudah pula bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan usaha yang lebih besar lagi ataupun membuka cabang usaha UMKM pada lokasi lainnya yang dianggap membawa keuntungan bagi pelaku usaha.

Menurut Tjiptono (2014), strategi pemasaran adalah suatu alat untuk menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan organisasi. Sementara menurut Kotler (2014), juga berpendapat bahwa strategi pemasaran adalah sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategis.

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan dan tujuan penelitian, maka penulis menyajikan kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

### 3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci yang berjumlah 25 UMKM, dengan menggunakan metode *full sampling* atau sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel penelitian, yakni berjumlah 25 UMKM/responden (Sugiyono, 2017). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara memberikan kuesioner berupa pernyataan yang diberikan langsung kepada pelaku UMKM, dengan data yang diperlukan data primer dan data sekunder (Sujarweni, 2019). Instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang, tentang suatu atau gejala fenomena, dengan interval 1-5. Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), sangat setuju (5), dengan indikator variabel sebagai berikut :

**Tabel 1.**  
**Indikator Variabel Penelitian**

No Variabel	Indikator
-------------	-----------

1. Perkembangan UMKM (Y)	1) Motivasi untuk sukses 2) Berinovasi 3) Luasnya pasar yang dikuasai 4) Mampu bersaing 5) Mempunyai akses yang luas terhadap lembaga keuangan
2. Karakteristik Wirausaha (X <sub>1</sub> )	1) Meningkatkan jumlah penjualan 2) Orientasi ke masa depan 3) Jiwa kepemimpinan 4) Memiliki jaringan usaha 5) Tanggap dan kreatif
3. Modal Usaha (X <sub>2</sub> )	1) Modal sendiri dan modal pinjaman, 2) Pemanfaatan modal tambahan, 3) Akses modal eksternal, dan 4) Keadaan usaha setelah menanamkan modal
4. Strategi Pemasaran (X <sub>3</sub> )	1) Pemilihan pasar 2) Perencanaan produk, 3) Penetapan harga 4) Sistem distribusi 5) Komunikasi pemasaran

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif, sementara alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, rata-rata skor dan tingkat capaian responden (TCR), koefisien determinasi, uji hipotesis dengan Metode Regresi Linear Berganda (*Multiple Regression Analysis*).

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, dimana semua item pertanyaan dari 4 variabel disimpulkan valid dan untuk mengetahui reliabilitas masing-masing variabel penelitian yaitu digunakan nilai *Cronbach's alpha*  $\geq 0,60$  Maholtra dan Dash (2013).

**Tabel 2.**

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
1	Pengembangan UMKM (Y)	15	0,972	<i>Reliable</i>
2	Karakteristik Wirausaha (X <sub>1</sub> )	15	0,973	<i>Reliable</i>
3	Modal Usaha (X <sub>2</sub> )	12	0,971	<i>Reliable</i>
4	Strategi Pemasaran (X <sub>3</sub> )	15	0,976	<i>Reliable</i>

Sumber : *Data Primer diolah, 2023*

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

**Tabel 3.**  
**Responden Menurut Jenis Kelamin**

		<i>Frecuency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percer</i>	<i>Comulative Percent</i>
Valid	Perempuan	12	48	48	48
	Laki-laki	13	52	52	100
	Total	25	100	100	

*Sumber: Data Primer Diolah, 2023*

**Tabel 4.**  
**Responden Menurut Umur**

		<i>Frecuency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percer</i>	<i>Comulative Percent</i>
Valid	< 30	3	12	12	12
	> 30-40	10	40	40	52
	> 40-50	8	32	32	84
	> 50	4	16	16	100
	Total	25	100	100	

*Sumber: Data Primer Diolah, 2023*

**Tabel 5.**  
**Responden Menurut Pendapatan**

		<i>Frecuency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percer</i>	<i>Comulative Percent</i>
Valid	< 3 jt	2	8	8	8
	3 jt – 6 jt	15	60	60	68
	6 jt – 10 jt	5	20	20	88
	> 10 jt	3	12	12	100
	Total	25	100	100	

*Sumber: Data Primer Diolah, 2023*

### Analisis Deskriptif Variabel

Kriteria nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) dikembangkan dari teori Arikunto (2013), dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 6.**

### Deskripsi Variabel Perkembangan UMKM

No	Item Pertanyaan	Rata-rata skor	TCR (%)	Kategori hasil
1	Meningkatkan Jumlah Penjualan	2	2,2	aik
2	Berinovasi	0,8	1,6	aik
3	Luasnya Pasar yang dikuasai	0,1	0,3	aik
4	Mampu Bersaing	1	2,1	aik
5	Mempunyai Akses yang Luas terhadap Lembaga Keuangan	0,8	1,6	aik
<b>Rata-rata Variabel Perkembangan UMKM</b>		<b>0,8</b>	<b>1,6</b>	<b>aik</b>

*Sumber : Data Primer Diolah, 2023*

**Tabel 7.**  
**Deskripsi Variabel Karakteristik Wirausaha**

No	Item Pertanyaan	Rata-rata skor	TCR (%)	Kategori hasil
1	Memiliki Motivasi	,28	5,6	aik
2	Orientasi ke Masa Depan	,23	4,5	aik
3	Memiliki Jiwa Kepemimpinan	,17	3,3	aik
4	Memiliki Jaringan Usaha yang Luas	,31	6,1	aik
5	Tanggap dan Kreatif	,19	3,7	aik
<b>Rata-rata Variabel Karakteristik Wirausaha</b>		<b>,23</b>	<b>4,6</b>	<b>aik</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 8.**

**Deskripsi Variabel Modal Usaha**

No	Item Pertanyaan	Rata-rata skor	TCR (%)	Kategori hasil
1	Modal Sendiri dan Modal Pinjaman	4,29	85,7	Baik
2	Pemanfaatan Modal Tambahan	4,28	85,6	Baik
3	Akses Modal Eksternal	4,25	85,1	Baik
4	Keadaan Usaha Setelah Menanamkan Modal	4,28	85,6	Baik
<b>Rata-rata Variabel Modal Usaha</b>		<b>,27</b>	<b>5,5</b>	<b>aik</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 9.**

**Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran**

No	Item Pertanyaan	Rata-rata skor	TCR (%)	Kategori hasil
1	Pemilihan Pasar	,21	4,3	aik
2	Perencanaan Produk	,17	3,5	aik
3	Penetapan Harga	,11	2,1	aik
4	Sistem Distribusi	,27	5,3	aik
5	Komunikasi Pemasaran	,13	2,7	aik
<b>Rata-rata Variabel Strategi Pemasaran</b>		<b>,18</b>	<b>3,6</b>	<b>aik</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

**Uji Hipotesis**

**Tabel 10.**

**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	7,566	1,547		4,890	,000			
KW	,603	,100	,538	6,013	,000	,989	,795	,126
MU	,213	,088	,166	2,420	,025	,962	,467	,051
SP	,311	,085	,306	3,66	,00	,980	,624	,07

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil olahan SPSS untuk uji t yang disajikan pada tabel 10, maka uji hipotesis secara parsial berpedoman kriteria dari Ghozali (2017), dapat dijelaskan persamaan dan hasilnya sebagai berikut :  $Y = 7,566 + 0,603X_1 + 0,213X_2 + 0,311X_3$

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel karakteristik terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai ini dibuktikan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,013 > 1,721$ ), serta nilai signifikansi karakteristik wirausaha =  $0,000 < 0,05$ , artinya signifikan. Maka,  $H_0$  ditolak dan  **$H_1$  diterima** yaitu secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan antara karakteristik wirausaha terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel modal usaha terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai ini dibuktikan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,420 > 1,721$ ), serta nilai signifikansi modal usaha =  $0,025 < 0,05$ , artinya signifikan. Maka,  $H_0$  ditolak dan  **$H_2$  diterima** yaitu secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan antara modal usaha terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai.
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai ini dibuktikan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,661 > 1,721$ ), serta nilai signifikansi strategi pemasaran =  $0,001 < 0,05$ , artinya signifikan. Maka,  $H_0$  ditolak dan  **$H_3$  diterima** yaitu secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai.

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis secara simultan antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai., dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 11. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	898,968	3	299,656	749,87	,000 <sup>b</sup>
	Residual	8,392	21	,400	3	
	Total	907,360	24			

a. Dependent Variable: UMKM

b. Predictors: (Constant), SP, MU, KW

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 11 dari uji Anova atau  $F_{hitung}$  di atas diketahui bahwa nilai  $f_{hitung}$  adalah  $749,873$  dan nilai  $F_{tabel} = 3,082$  dimana  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $749,873 > 3,082$ ) serta dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  **$H_4$  diterima** artinya karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap perkembangan UMKM Desa Ambai.

### Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besar pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai Kecamatan Sitinjau

Laut Kabupaten Kerinci secara parsial. Berdasarkan pada tabel 10 di atas, maka dapat dijelaskan hasil koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut :

$$KD = (\text{zero order} \times \text{beta}) \times 100\%$$

$$KDX1 = (0,989 \times 0,538) \times 100\% = 53,2\%$$

$$KDX2 = (0,962 \times 0,166) \times 100\% = 15,9\%$$

$$KDX3 = (0,980 \times 0,306) \times 100\% = 29,9\%$$

Berdasarkan rumus pada ketiga variabel yaitu karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM di atas, diperoleh hasil koefisien determinasi secara parsial variabel karakteristik wirausaha terhadap pengembangan UMKM adalah 53,2%. Untuk koefisien determinasi secara parsial besarnya pengaruh antara modal usaha terhadap keputusan pembelian adalah 15,9%. Sedangkan koefisien determinasi secara parsial besarnya pengaruh antara variabel strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian adalah 29,9%. Sedangkan koefisien determinasi secara simultan dapat dijelaskan pada tabel 12 berikut ini :

**Tabel 12.**

***Koefisien Determinasi***

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,995 <sup>a</sup>	,991	,989		,63215

*a. Predictors: (Constant), SP, MU, KW*

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan analisis tabel 12 terdapat *R Square (Determinasi)* adalah 0,991 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,995 (a) *R-Square* berarti besarnya pengaruh antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran secara simultan terhadap pengembangan UMKM 99,1%.

**Pembahasan**

**Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Pengebangan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai. Dalam hal ini terbukti dari hasil uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(6,013 > 1,721)$  dan nilai  $sig$   $0,000 < 0,05$  artinya karakteristik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM Desa Ambai. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha merupakan salah satu pertimbangan bagi pelaku UMKM untuk dalam mengembangkan usaha di Desa Ambai. Seorang wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikelola dengan baik. Karakter wirausaha yang dimiliki pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan jumlah penjualan, dapat berorientasi ke masa depan, dengan jiwa kepemimpinan pelaku UMKM akan melakukan perluasan jaringan kerja sama dan lebih kreatif dan inovatif dalam berusaha.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan hasil penelitian dari Purwanti (2018), yang berjudul: “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UKKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. Dengan adanya karakteristik wirausaha merupakan pendorong bagi pelaku UMKM dalam mengelola usaha sehingga dapat berkembang. Sebagaimana hasil

penelitian di atas sejalan menurut pendapat Sumarsono (2012), bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap pengembangan UMKM.

#### **Pengaruh Modal Usaha terhadap Pengembangan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa modal usaha berpengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai. Dalam hal ini terbukti dari hasil uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(2,420 > 1,721)$  dan nilai sig  $0,025 < 0,05$  artinya modal usaha termasuk faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM Desa Ambai. Hal ini menunjukkan bahwa modal usaha sebagai faktor pendorong bagi pelaku UMKM dalam menopang usaha agar dapat berkembang dengan baik, karena modal usaha. Modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Pelaku usaha harus meningkatkan modal sendiri dan modal pinjaman, dapat memanfaatkan modal tambahan dari luar usaha, mencari akses modal eksternal, dan meningkatkan kondisi usaha setelah adanya modal.

Sebagaimana hasil penelitian di atas berbeda dengan hasil penelitian dari Istinganah dan Widiyanto (2020), yang berjudul: "Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UKM". Hasil penelitian menjelaskan bahwa Modal Usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UKM di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. Begitupun hasil penelitian Widowati (2018), yang membuktikan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Batik Tulis Giriloya. Hal ini sejalan dengan teori menurut Riyanto (2012), bahwa modal usaha dapat mempengaruhi pengembangan UMKM, karena modal usaha adalah kekayaan atau aktiva yang digunakan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usaha.

#### **Pengaruh Strategi pemasaran terhadap Pengembangan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai. Dalam hal ini terbukti dari hasil uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(3,661 > 1,721)$  dan nilai sig  $0,001 < 0,05$  artinya strategi pemasaran termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM Desa Ambai. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi pemasaran hal yang dilakukan pelaku UMKM untuk menjalankan usaha agar lebih berkembang dan lebih maju dalam mendapatkan pelanggan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM adalah pemilihan pasar, merencanakan produk yang akan dijual, penetapan harga, sistem distribusi, dan komunikasi pemasaran.

Hasil penelitian di atas didukung dengan hasil penelitian dari Mustofa dan Anisa (2021) meneliti tentang "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UKKM dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kabupaten Semarang). Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Semarang. begitupun dari hasil penelitian Dewanti (2022), yang membuktikan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng. Hasil penelitian di atas didukung teori menurut pendapat Suharyadi (2014), strategi pemasaran dapat mempengaruhi pengembangan UMKM. Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM agar kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik dan lancar.

#### **Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi pemasaran terhadap Pengembangan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran berpengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai. Dalam hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji F di mana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu ( $749,873 > 3,082$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  artinya bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran dapat mempengaruhi pengembangan UMKM Desa Ambai. Artinya karakteristik wirausaha sebagai sikap dan karakter yang dimiliki seorang pelaku UMKM yang berani menghadapi resiko dalam berusaha, dan didukung dengan modal usaha yang kuat, serta strategi pemasaran yang baik dan inovatif yang dijalankan oleh pelaku UMKM, maka dapat mempengaruhi pengembangan UMKM Desa Ambai. Besarnya pengaruh antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran secara simultan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai adalah 99,1%.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat didukung oleh penelitian dari Buchori, dkk (2022) meneliti tentang “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jonggolsari Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo.” Hasil penelitian menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jonggolsari kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo. Sebagaimana teori menjelaskan menurut Tambunan (2014), bahwa pengembangan UMKM dipengaruhi oleh faktor karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran.

## KESIMPULAN

1. Karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci, dimana besarnya pengaruh tersebut 53,2%. Dalam upaya mengembangkan UMKM pada masa yang akan datang, disarankan semua pihak yang terlibat dalam pengembangan UMKM untuk dapat membantu membentuk karakteristik wirausaha dari pelaku-pelaku UMKM maupun masyarakat luas yang berminat menjalankan usaha seperti memiliki jiwa kepemimpinan untuk mengelola usaha, berorientasi ke masa depan, tanggap dan kreatif dalam kehidupan sehari-hari, memiliki motivasi yang tinggi untuk menjadi wirausaha sukses dan selalu berupaya memperluas pergaulan sehingga memiliki jaringan usaha yang luas nantinya.
2. Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci, dimana besarnya pengaruh tersebut 15,9%. Modal usaha merupakan faktor penting dalam memulai dan menjalankan usaha, oleh karena itu sangat disarankan untuk terus mengakses modal eksternal yang bisa diperoleh, tetap berupaya dalam menstabilkan keadaan usaha setelah adanya penanaman modal, semaksimal mungkin bisa memanfaatkan modal tambahan dan pinjaman dari pihak lain, disamping adanya modal sendiri.
3. Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci, dimana besarnya pengaruh tersebut 29,9%. Perlu pula peneliti menyarankan kepada pelaku-pelaku usaha dan semua pihak yang terlibat dalam pengembangan UMKM untuk memperhatikan strategi pemasaran yang diterapkan seperti masalah penetapan harga yang sesuai dengan keadaan pasar dan pesaing, perencanaan produk sesuai

- permintaan pelanggan, melaksanakan komunikasi pemasaran seperti promosi, pemilihan pasar yang tepat dan pemilihan sistem distribusi.
4. Karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci, dimana besarnya pengaruh tersebut 99,1%. Selain variabel karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran, peneliti lain juga perlu memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhi pengembangan UMKM yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas wilayah penelitian ataupun menggunakan alat analisis yang berbeda dari penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Buchori, dkk. 2022. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jonggolsari Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, Vol.2, No.1, Hal 32-56, E-ISSN 2828-2868*.
- Dewanti. 2022. Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UKKM di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Manajemen, Vol.8 No.8, Tahun 2022, ISSN: 2476-8782*.
- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istinganah dan Widiyanto. 2020. Pengaruh Modal Kerja, Tingkat Pendidikan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UKM. *Jurnal Economic Education Analysis Journal 9EEAJ. No. 9, Vol. 2 Hal 438-455. Doi: 10.15294/eeaj.v9i2.39293*.
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi Millinium 1*. Jakarta: PT Prehindo.
- Maholtra, N.K dan Dash. 2013. *Riset Penelitian*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Mustofa dan Anisa. 2021. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UKKM dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kabupaten Semarang). *Jurnal Sketsa Bisnis, Vol.8, No.2 tahun 2021, ISSN: 2356-3672*.
- Nitisusastro, M. 2014. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Nugraha, L. 2014. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanti. 2018. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UKKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development, Vol.2, No.2 Tahun 2018, ISSN: 2345-2911*.
- Riyanto, B. 2012. *Dasar-dasar Pembelanjaan. Edisi 4*. Yogyakarta: BPF.
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., ... & Pabulo, A. M. A. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN & PEMASARAN UMKM: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sinaga. 2016. *Pemberdayaan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Lembaga Administarsi Negara Republik Indonesia.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suharyadi. 2014. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, V,W. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS.
- Sumarsono. 2012. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambunan. 2014. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Andi.
- Widaningsih dan Ariyanti. 2018. *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang: Polinema Press.
- Widowati. 2018. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran dan Inovasi terhadap Perkembangan UKKM (Studi Empiris Batik Tulis Giriloyo). *Jurnal Manajemen Keuangan, Vol.6, No.1, Tahun 2018, ISSN: 2262-544X*.
- Zimmerer N, dan Scarborough. 2014. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Erlangga.