

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA MUSLIM,  
MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN  
TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM  
DI KECAMATAN PANINGGARAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**DEWI RATNA KAMALA**

**NIM : 4117296**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2021**

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA MUSLIM,  
MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN  
TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM  
DI KECAMATAN PANINGGARAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**DEWI RATNA KAMALA**

**NIM : 4117296**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2021**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Ratna Kamala

NIM : 4117296

Judul : PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA MUSLIM, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN PANINGGARAN

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 November 2021

Yang Menyatakan



**DEWI RATNA KAMALA**  
**NIM. 4117296**

## NOTA PEMBIMBING

**H. Muhammad Nasrullah, M.S.I.**

Alamat: Jl. K.H. Hasyim Ashari RT. 004 RW. 003, Kemplong, Wiradesa

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Dewi Ratna Kamala

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Dewi Ratna Kamala**

NIM : **4117296**

Judul : **Pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alakum Wr. Wb.*

Pekalongan, 26 Oktober 2021  
Pembimbing,



H. Muhammad Nasrullah, M.S.I.  
NIP. 19801128 200604 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418  
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri  
Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : Dewi Ratna Kamala

NIM : 4117296

Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan  
Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di  
Kecamatan Paninggaran

Yang telah diujikan pada hari selasa, tanggal 21 Desember 2021 dan  
dinyatakan LULUS, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

**Dewan Penguji**

Penguji I

**Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**  
NIP. 19861001 220153 1 004

Penguji II

**Ria Anissatus S., SE., MSA**  
NIP. 198706302018012 001

Pekalongan, 21 Desember 2021

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**

NIP. 19750220 199903 2 001

## ABSTRAK

### **DEWI RATNA KAMALA. Pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran.**

Pembangunan ekonomi adalah rangkaian langkah kebijakan yang memiliki tujuan guna meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi peran penting bagi pembangunan ekonomi di negara berkembang termasuk Indonesia. Indonesia tidak hanya mendominasi jumlah UMKM, tetapi UMKM di Indonesia mampu bertahan dari krisis global. Hal ini yang membuat pemerintah sangat mementingkan pengembangan UMKM di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa Karakteristik Wirausaha Muslim berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM dibuktikan dengan nilai sig  $0,009 < 0,05$  dan nilai T hitung  $2,679 > T$  tabel (1,985) atau  $2,679 > (1,985)$ . Modal Usaha tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM dibuktikan dengan nilai sig  $0,132 > 0,05$  dan nilai T hitung  $-1,519 < T$  tabel (1,985) atau  $-1,519 < (1,985)$ . Serta Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM dibuktikan dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan nilai T hitung  $11,362 > T$  tabel (1,985) atau  $11,362 > (1,985)$ . Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan sekitar 68,2 % variabel Perkembangan UMKM (Y) dipengaruhi Karakteristik Wirausaha Muslim (X1), Modal Usaha (X2) dan Strategi Pemasaran (X3). Sementara sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini variabel variabel Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran mempunyai pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,682 atau 68,2% terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran.

**Kata kunci : Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha Strategi Pemasaran, Perkembangan UMKM.**

## ABSTRACT

**DEWI RATNA KAMALA.** *The Influence of Muslim Entrepreneurial Characteristics, Business Capital and Marketing Strategy on the Development of MSMEs in Paninggaran District.*

*Economic development is a series of policies that aim to improve the welfare of people's lives. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the economic development of developing countries, including Indonesia. Indonesia not only dominates the number of MSMEs, MSMEs in Indonesia have survived the global crisis. This makes the government attach great importance to the development of MSMEs in Indonesia. The purpose of this study was to determine the effect of the characteristics of Muslim Entrepreneurs, Business Capital and Marketing Strategy on the Development of MSMEs.*

*This research is a type of quantitative research. The data collection method in this study was a questionnaire using a sample of 100 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling with a purposive sampling approach. This research uses multiple linear regression test data analysis method.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that the characteristics of Muslim entrepreneurs have a significant effect on the development of MSMEs as evidenced by the sig value of  $0.009 < 0.05$  and the T arithmetic value of  $2.679 > T \text{ table } (1.985)$  or  $2.679 > (1.985)$ . Business Capital has no effect on the development of MSMEs as evidenced by the value of sig  $0.132 > 0.05$  and the value of T count  $-1.519 < T \text{ table } (1.985)$  or  $-1.519 < (1.985)$ . As well as the marketing strategy has an effect on the development of MSMEs as evidenced by the sig value of  $0.000 < 0.05$  and the calculated T value of  $11.362 > T \text{ table } (1.985)$  or  $11.362 > (1.985)$ . Based on the results of the coefficient of determination, the Adjusted R Square value shows that around 68.2% of the MSME Development variable (Y) is influenced by Muslim Entrepreneurial Characteristics (X1), Business Capital (X2) and Marketing Strategy (X3). While the remaining 31.8% is influenced by variables not examined in this study. So the authors draw conclusions in this study the variables of Muslim Entrepreneurial Characteristics, Business Capital and Marketing Strategy have a positive and significant influence of 0.682 or 68.2% on the development of MSMEs in Paninggaran District.*

**Keywords:** *Characteristics of Muslim Entrepreneurs, Business Capital Marketing Strategy, MSME Development.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag. selaku rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan.
3. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Hj. Rinda Asytuti, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
5. H. Muhammad Nasrullah, M.S.I. selaku dosen pembimbing skripsi.
6. Segenap Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Segenap Staff FEBI IAIN Pekalongan.
8. Dosen penguji.
9. Orang tua saya yang terhormat, yang saya cintai dan saya banggakan.
10. Segenap keluarga dan teman-teman yang saya sayangi, serta semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 21 Oktober 2021



Dewi Ratna Kamala

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>xviii</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
B. Telaah Pustaka.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	32
D. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Setting Penelitian .....	37
C. Variabel Penelitian .....	37
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	37
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	39
F. Analisis Data .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>

A. Profil Lokasi Penelitian .....	48
B. Deskripsi Data Responden .....	49
C. Hasil Analisis Data .....	54
1. Analisis Deskriptif.....	54
2. Uji Instrumen.....	65
3. Uji Asumsi Klasik .....	68
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
5. Uji Hipotesis.....	74
D. Pembahasan.....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Implikasi Teoritis dan Praktis .....	89
D. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alīf	-	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṣā'	ṣ	es ( dengan titik atas )
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ḥa (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zain	z	zet

س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	...'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wau	w	we
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	...'	apostrof
ي	Yā'	y	ye

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		آ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

## 3. *Tā' Marbuṭah*

*Ta Marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرآة جميلة      ditulis      *mar'atun jamilah*

*Ta Marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      ditulis      *fatimah*

#### 4. *Syaddad (tasyid, geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

الرّبين	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

#### 5. **Kata Sandang**

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rekap Data UMKM di Kecamatan Paninggaran, 3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 28
Tabel 3.1	Definisi Operasional, 40
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir, 51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Penghasilan Per Bulan, 52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Lama Usaha, 53
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Karakteristik Wirausaha Muslim, 54
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden mengenai Modal Usaha, 57
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden mengenai Strategi Pemasaran, 59
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden mengenai Perkembangan UMKM, 63
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas, 66
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas, 67
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas, 68
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas, 69
Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas, 70
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas, 71
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linear Berganda, 72
Tabel 4.17	Hasil Uji t, 75
Tabel 4.18	Hasil Uji F, 77
Tabel 4.19	Uji Koefisien Determinasi, 79

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1            Kerangka Berfikir, 31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuisoner Penelitian, I
Lampiran 2	Identitas Responden, VI
Lampiran 3	Jawaban Responden, XI
Lampiran 4	Output SPSS 22, XX
Lampiran 5	Dokumentasi Penelitian, XXX
Lampiran 6	Surat Ijin Penelitian, XXXII
Lampiran 7	Surat Keterangan Telah Penelitian, XXXIII
Lampiran 8	Daftar Riwayat Penulis XXXIV

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pembangunan ekonomi adalah rangkaian langkah kebijakan yang memiliki tujuan guna meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, dengan cara memperbanyak lapangan pekerjaan sehingga tercapai pemerataan ekonomi. Pembangunan ekonomi diharapkan akan menciptakan perekonomian yang mandiri dan andal yang akan meningkatkan kemakmuran seluruh rakyat secara harmonis dan berkeadilan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi peran penting bagi pembangunan ekonomi di negara berkembang termasuk Indonesia. Peran penting ini mendorong banyak negara untuk terus mengembangkan UMKM. Pembangunan UMKM harus sejalan dengan naik turunnya pembangunan ekonomi beberapa tahun terakhir dan terus ditingkatkan setiap tahunnya. Menurut Sari (2016) UMKM dianggap sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi di negara dan wilayah (daerah) karena berpotensi memberdayakan semua sumber daya yang ada dan mendorong wirausahawan untuk berkembang.

Industri mikro, kecil dan menengah telah terbukti sebagai industri tangguh yang mampu bertahan dalam krisis ekonomi dunia. Hitt, Ireland dan Hoskisson (dalam Safitri & Setiaji, 2018) menunjukkan bahwa dibandingkan dengan perusahaan besar, keuntungan dari usaha kecil

adalah fleksibilitas, orisinalitas dan kelincihannya. Indonesia tidak hanya mendominasi jumlah UMKM, tetapi UMKM mampu bertahan dari krisis global. Hal ini yang membuat pemerintah sangat mementingkan pengembangan UMKM di Indonesia.

Paninggaran merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Kecamatan Paninggaran terletak di batas antara Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Banjarnegara. Paninggaran merupakan pusat dari Kecamatan Paninggaran dengan warga signifikan dalam perkembangan penduduknya. Kebanyakan dari penduduk Kecamatan Paninggaran bekerja sebagai pedagang, petani, dan pengusaha UMKM. Potensi yang ada di Kecamatan Paninggaran yaitu kultur budaya pedesaannya yang masih kental, kontribusi masyarakat dalam kegiatan sosial atau organisasi sangat bagus, lahan pertaniannya pun masih sangat luas, dan semakin berkembangnya UMKM, seperti *home industry* yang mulai semakin banyak.

Kecamatan Paninggaran merupakan salah satu kecamatan yang sedang berkembang pesat di Kabupaten Pekalongan. Sebagai Kecamatan yang berada di daerah pegunungan, dengan mayoritas masyarakat yang dulunya bekerja sebagai pedagang dan petani, tidak sedikit pula dari mereka yang sekarang beralih menjadi seorang wirausaha UMKM. Sekarang semakin banyak penjual- penjual jajan keliling, banyaknya rumah makan, toko sembako semakin banyak, muncul beberapa pabrik seperti pabrik tahu, dan pabrik tempe, banyak juga masyarakat yang membuka

usaha penjahit dan konveksi. Fenomena-fenomena tersebut yang peneliti temukan di lapangan dalam beberapa tahun terakhir, dimana masyarakat di kecamatan paninggaran sudah semakin maju dan menemukan serta menciptakan lapangan pekerjaan baru yang tentunya berdampak terhadap perekonomian yang ada di Kecamatan Panninggaran.

Berikut adalah data terbaru UMKM di Kecamatan Panninggaran dengan data terbaru tahun 2010:

**Tabel 1.1**  
**Rekap Data UMKM di Kecamatan Panninggaran**

No.	Nama Desa/Kelurahan	Jumlah Unit Usaha
1.	Werdi	45
2.	Winduaji	34
3.	Krandegan	66
4.	Lumeneng	25
5.	Tanggeran	122
6.	Kaliboja	66
7.	Kaliombo	4
8.	Botosari	77
9.	Sawangan	41
10.	Panninggaran	84
11.	Domiyang	20
12.	Notogiwang	159
13.	Lambanggelun	315
14.	Tenogo	34
15.	Bedagung	14
Total		1.106

*Sumber: Dinperindag Kabupaten Pekalongan (Diolah)*

Dari rekap data di atas, bisa dilihat total UMKM di Kecamatan Panninggaran yaitu 1.106 UMKM. Dari total tersebut mencakup berbagai jenis bidang UMKM, diantaranya yaitu bidang kuliner (krupuk usek, wajik kletik, rempeyek, ondol, tahu, tempe, kerupuk, gorengan, rumah makan, dll), bidang fashion (konveksi, pedagang baju, penjahit, dll), bidang

peternakan (sapi, kambing, ayam), bidang hasil bumi (pisang, manggis, kelapa, cengkeh, dll), serta toko sembako. Berdasarkan data tersebut, peneliti memfokuskan UMKM toko sembako untuk dijadikan sampel penelitian, karena berdasarkan kondisi lapangan yang ada, UMKM toko sembako lebih merata penyebarannya di setiap desa daripada UMKM yang lain, serta mempermudah penyebaran angket bagi peneliti.

Karakter merupakan sekumpulan sifat baik yang diungkapkan dalam pikiran, perasaan, serta perilaku. Tentunya sebagai seorang wirausahawan wajib memiliki karakter yang baik, terlebih seorang wirausahawan muslim. Seorang pengusaha muslim wajib memiliki pegangan teguh pada ajaran Islam, karena seorang wirausahawan muslim dapat melihat keberhasilan dan kemajuan usahanya dengan menjadi orang yang shalih, dan melakukan segala amal perbuatan dengan kemampuannya sebagai khalifah yang lebih diunggulkan dari pada pengusaha lainnya. Umat islam memiliki pedoman karakter untuk berbisnis, yaitu Nabi Muhammad SAW. Karakter-karakter tersebut diantaranya yaitu amanah, al-adl atau adil, sikap yang ramah, cakap, senang dan sukarela membantu pembeli, dan menjaga hak-hak konsumen. (Wulandari, 2017)

Perkembangan suatu usaha tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik wirausaha saja, tetapi modal usaha juga sangat penting bagi perkembangan suatu usaha. Modal usaha wajib diperlukan untuk menjalankan kegiatan usaha. sehingga Hal ini membutuhkan uang yang lumayan banyak sebagai dasar pengukuran finansial dari upaya yang

didorong. Sumber modal bisa didapatkan dari modal sendiri, bantuan dari pemerintah, serta lembaga keuangan bank atau non-bank. Menurut Safitri dan Setiaji (2018) konsumen lebih bersedia membeli produk dengan berbagai variasi agar dapat memilih produk yang memuaskan. Faktor penentu bagi konsumen Dalam pembelian, jiwa wirausaha dari fenomena ini harus memiliki modal yang besar agar konsumen puas dengan pembeliannya, dan besar kecilnya usaha tergantung dari modal yang ada.

Ketika menjadi seorang pengusaha, hal yang tidak boleh dilewatkan yaitu memasarkan produk. Strategi pemasaran merupakan aspek penting dalam mengembangkan bisnis yang sudah dimulai. Yaitu dengan merumuskan strategi pemasaran yang semenarik mungkin, karena konsumen tertarik dengan produk yang dipasarkan. Saat memasarkan produk, seorang pengusaha harus melihat apa yang ingin dicapai. Produk pemasaran antara remaja dan orang tua jelas berbeda, dan karena pasar yang berbeda tersebut mereka tidak bisa disamakan. Oleh karena itu, sebagai wirausaha harus memiliki strategi pemasaran yang baik, kreatif dan inovatif. Menurut Craven (Munadi, 2008) strategi pemasaran yaitu analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan, dengan menentukan sasaran pasar dari masing-masing produk unit bisnis, menetapkan tujuan *marketing*, merumuskan, melaksanakan dan mengelola strategi rencana *marketing*, serta menentukan bahwa pasar bertujuan untuk memenuhi posisi permintaan pangsa pasar.

Faizin (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa karakteristik wirausaha memiliki pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hal ini sependapat dengan Widowati (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa karakteristik wirausaha memiliki pengaruh yang positif terhadap perkembangan UMKM. Dalam penelitian Vijaya dan Irwansyah (2018) perkembangan UMKM dapat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh karakteristik wirausaha.

Modal usaha dalam penelitian Apriliani dan Widiyanto (2018) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sama dengan hasil penelitian dari Safitri dan Setiaji (2018) yaitu perkembangan UMKM dapat dipengaruhi secara signifikan oleh modal usaha. Sedangkan dalam penelitian Widowati (2020) modal usaha berpengaruh negatif terhadap perkembangan UMKM. Pada penelitian Jaya (2019) juga menunjukkan variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha.

Strategi pemasaran dalam penelitian Vijaya dan Irwansyah (2018) memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap perkembangan UMKM, yang juga didukung hasil penelitian oleh Jaya (2019) dimana hasil penelitiannya menyatakan perkembangan UMKM dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran. Berbeda dengan hasil penelitian dari Purwanti (2013) dimana perkembangan UMKM tidak terbukti dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran.

Dikarenakan sejauh ini penelitian yang saya temui masih membahas karakteristik wirausaha secara umum dan belum menjurus ke arah khusus yaitu karakteristik wirausaha muslim, maka berdasarkan pemaparan latar belakang dan penelitian terdahulu diatas, peneliti tertarik untuk meneliti apakah karakteristik wirausaha muslim, modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Sehingga penelitian ini berjudul **“Pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Karakteristik Wirausaha Muslim berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran?
2. Apakah Modal Usaha berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran?
3. Apakah Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran?
4. Apakah Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran

2. Untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran
3. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran
4. Untuk mengetahui pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran

#### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, akademisi dan lembaga kedepannya.

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Peneliti

Agar penulis bisa mengembangkan pemikiran dan wacana yang sudah ia dapat selama kuliah dan bisa menerapkannya di dunia nyata sesuai dengan bidang keilmuan yaitu tentang ekonomi bisnis Islam khususnya pada bidang pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

- b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat meluaskan dan memperbanyak pengetahuan teoritis tentang ilmu ekonomi bisnis Islam di IAIN Pekalongan yang sesuai dengan prinsip Islam dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi kepada

penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan lagi dalam segi teori maupun praktik.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada para pelaku UMKM, yang berkaitan dengan Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran untuk lebih mengembangkan usahanya.

### b. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pemerintah khususnya pemerintah Kabupaten Pekalongan dan Lembaga terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pekalongan untuk lebih memperhatikan perkembangan UMKM yang ada di Kecamatan Paninggaran.

### c. Bagi Masyarakat Umum dan Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas UMKM di Kecamatan Paninggaran Kabupaten Pekalongan dan sebagai tambahan pengetahuan dan informasi mengenai Pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan paninggaran.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Didalam penyusunan penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan ialah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, Pendahuluan memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI, Bagian ini mencakup landasan teori sebagai tuntunan pemecahan masalah, penelitian terdahulu sebagai data pendukung, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN, Berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel penelitian, Teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS, Pada bab ini memuat gambaran umum mengenai obyek penelitian, proses uji kevalidan data, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP, Bagian ini menyampaikan kesimpulan dari penelitian ini serta saran untuk penelitian dimasa mendatang.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Karakteristik Wirausaha Muslim memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Perkembangan UMKM, dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan nilai sig pada variabel Karakteristik Wirausaha Muslim sebesar  $0,009 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,679 maka diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $2,679 > 1,985$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama  $H_{a1}$  diterima.
2. Secara parsial variabel Modal Usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Perkembangan UMKM, dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan nilai sig pada variabel Modal Usaha sebesar  $0,132 > 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  sebesar -1,519 maka diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $-1,519 < 1,985$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua  $H_{a2}$  ditolak.
3. Secara parsial variabel Strategi Pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Perkembangan UMKM, dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan nilai sig pada variabel Strategi Pemasaran sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  sebesar

11,362 maka diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $11,362 > 1,985$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ketiga  $H_{a3}$  diterima.

4. Secara simultan menyatakan bahwa variabel Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Perkembangan UMKM, dibuktikan dengan hasil analisis Uji F yang menunjukkan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 71,750 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $71,750 > 2,70$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis keempat  $H_{a4}$  diterima.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Variabel yang diteliti terbatas pada Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran dengan objek penelitian dibatasi hanya pemilik UMKM toko sembako. Sementara itu, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi Perkembangan UMKM yang dapat digunakan.
2. Subjek yang diteliti tidak menyeluruh pada wirausahawan UMKM di Kecamatan Paninggaran, hanya wirausahawan muslim dengan kriteria UMKM toko sembako saja dan terbatas pada 100 responden.
3. Keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan sehingga output deskripsi dan pembahasannya terbatas.

## **C. Implikasi Teoritis dan Praktis**

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menjadi tambahan bukti empiris pada teori

perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang melandasi pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini telah membuktikan secara simultan adanya pengaruh pengaruh Karakteristik Wirausaha Muslim, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran.

## 2. Implikasi Praktis

Variabel Modal Usaha mempunyai hasil *Beta* yang paling rendah dibandingkan dengan variabel lain yang ada di penelitian yaitu sebesar -0,108. Maka dari itu diharapkan pemerintah untuk menangani lebih dalam mengenai hal ini dengan memberikan solusi kepada para pengusaha UMKM yang ada di Kecamatan Paninggaran yang memiliki problematika pada modal usaha seperti kekurangan modal dan hambatan dalam mengakses pinjaman modal. Apabila masalah tersebut dapat teratasi maka perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran dipastikan meningkat.

## D. Saran

Berdasarkan pembahasan dan keterbatasan pada penelitian ini, ada beberapa saran dari penulis untuk peneliti lain adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan penelitian dengan mencoba menambahkan variabel independent lain seperti variabel SDM, inovasi, dan tenaga kerja untuk mengetahui bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi

perkembangan UMKM di Kecamatan Paninggaran.

2. Mencoba memperluas subjek penelitian dengan mengambil sampelnya menyeluruh di semua bidang UMKM (bidang kuliner, bidang fashion, bidang peternakan, bidang hasil bumi, serta toko sembako) dan bisa menambahkan sampel tidak hanya 100 responden saja, tetapi bisa 200, 300 atau 500 responden supaya mendapatkan hasil yang lebih valid dan maksimal.
3. Bisa menambahkan Teknik pengumpulan data dengan wawancara supaya bisa mendapatkan hasil yang lebih valid untuk membantu mengembangkan pembahasan supaya lebih luas dan terperinci.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achola, G.O. and Were, S. (2018) 'Influence of Marketing Strategies on Performance of Fast-Moving Consumer Goods Companies in Nairobi County, Kenya', *Journal of Marketing and Communication*, 1(1), pp. 31–42.
- Adam, A. (2013) *Peranan Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di kabupaten Polman khusus pada Perusahaan CV Bumi Surya*. PhD Thesis. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Adetia, T. (2017) 'Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Sikap, dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Anggota Komunitas Bisnis Indonesian Islamic Business Forum Regional Lampung)'.
- Alfin, M.R. and Nurdin, S. (2017) 'Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Ecodemica*, 1(2), pp. 249–258.
- Apriliani, M.F. and Widiyanto, W. (2018) 'Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan UMKM Batik', *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), pp. 761–776.
- Desi Nopita Sari, E., Dja'far, H. and Anita, E. (2020) *PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN JELMU KOTA JAMBI*. PhD Thesis. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- DESMAYANTI, Y., Rafidah, R. and Baining, M.E. (2019) *ANALISIS PENGARUH ORIENTASI RELIGIUSITAS, ETIKA KERJA ISLAMI, DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI WIRAUSAHA MUSLIM DI KOTA JAMBI*. PhD Thesis. UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI.
- Faizin, A.K., Ismail, M. and Orinaldi, M. (2020) *PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN MODAL USAHA TERHADAP PERKEMBANGAN GERAI UMKM KELURAHAN MEKAR JAYA KECAMATAN BETARA KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT*. PhD Thesis. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Gabriela, H. (2014) *Analisis karakteristik wirausahawan muslim dalam upaya mencapai kesuksesan usaha (studi kasus di sentra industri rambak Desa Penanggulangan Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal)*. PhD Thesis. UIN Walisongo.

- Ikhsan, M.T., Miftah, A.A. and Pangiuk, A. (2018) *STRATEGI PEMASARAN KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUB) DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (STUDI DI KUB RADESTA KELURAHAN RANO KECAMATAN MUARA SABAK KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR PROVINSI JAMBI)*. PhD Thesis. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Imam Ghozali (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Ismail Marzuki, F.R. (no date) ‘Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam’. doi:10.19105/iqtishadia.v6i1.2139.
- Istinganah, N.F. and Widiyanto, W. (2020) ‘Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UKM’, *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), pp. 438–455.
- Jaya, A.K. (2019) *PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN, DAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA UMKM WARUNG MAKAN DI DAERAH SAMBIROTO SEMARANG*. PhD Thesis. UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG.
- Juliandi, A. and Manurung, S. (2014) *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Khotimah, K. (2018) *Analisis Pengaruh Keterampilan, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UKM Pengrajin Tas Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik*. PhD Thesis. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Munadi, F.A., Ekonomi, F. and Gunadarma, U. (2008) ‘Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor’, *Journal of Economics*, pp. 1–14.
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2014) *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- PAMUNGKAS, L.M.A. (2019) ‘Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Perikanan di Kabupaten Tulungagung’.
- Partomo, T.S. (2002) *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Ghalia Indonesia.
- Purwanti, E. (2013) ‘Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga’, *Among Makarti*, 5(9).

- Putri, K., Pradhanawati, A. and Prabawani, B. (2014) 'Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), pp. 313–322.
- Rosida, I.S. (2019) *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Wirausaha Muslim*. PhD Thesis. STIE Perbanas Surabaya.
- Safitri, H. and Setiaji, K. (2018) 'Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara', *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), pp. 792–800.
- Sari, N.M.W., Suwarsinah, H.K. and Baga, L.M. (2016) 'Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat', *Jurnal Penyuluhan*, 12(1).
- Setyo Tri Wahyudi (2016) *Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan E-views*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- St Habibah, S.A. (2017) 'Pengaruh Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Watampone)', *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah*, pp. 63–82.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Prof.Dr. (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V.W. (2015) *Statistik untuk bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto (2018) *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Syaifuddin Azwar (2004) *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- SYAMDRIA, R. (2020) *PENGARUH PERUBAHAN LINGKUNGAN USAHA DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL DI KECAMATAN BAITURRAHMAN KOTA BANDA ACEH*. PhD Thesis.
- Tambunan, T. (2009) *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.

- Telaumbanua, L.I., Goenawan, F. and Yogatama, A. (2020) 'Efektivitas Media Sosial Instagram Kedai Rhythm Surabaya', *Jurnal e-Komunikasi*, 8(2).
- Vijaya, D.P. and Irwansyah, M.R. (2018) 'PENGARUH MODAL PSIKOLOGIS, KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA UMKM DI KECAMATAN BULELENG TAHUN 2017', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), pp. 45–51.
- WIDOWATI, M. (2020) *PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM*. PhD Thesis. Universitas Ahmad Dahlan.
- Wulandari, D.N., Santoso, B. and Athar, H.S. (2017) 'Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak. Com', *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 6(1).
- Yusanto, M.I. (2002) *Menggagas bisnis Islami*. Gema Insani.