

**PENGARUH MODAL USAHA, KARAKTERISTIK
PENGUSAHA MUSLIM, DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KECIL KACANG
ASIN DI DESA BOGARES KIDUL KECAMATAN PANGKAH
KABUPATEN TEGAL**

SKRIPSI

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



Oleh :

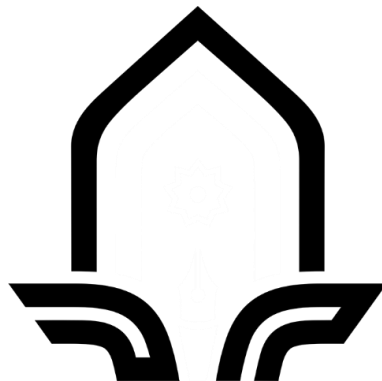
DEFI INDAH ROSIANI
NIM. 4118248

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH MODAL USAHA, KARAKTERISTIK
PENGUSAHA MUSLIM, DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KECIL KACANG
ASIN DI DESA BOGARES KIDUL KECAMATAN PANGKAH
KABUPATEN TEGAL**

SKRIPSI

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



Oleh :

DEFI INDAH ROSIANI
NIM. 4118248

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Defi Indah Rosiani
NIM : 4118248
Judul Skripsi : **Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin Di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 15 November 2022

Yang Menyatakan,



Defi Indah Rosiani

NOTA PEMBIMBING

Rinda Asytuti, M.Si

Jl. KH. Zaenal Arifin No. 33 Panggung, Tegal

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Defi Indah Rosiani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Defi Indah Rosiani**

NIM : **4118248**

Judul Skripsi : **Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 November 2022

Pembimbing,



Rinda Asytuti, M.Si

NIP. 19771206005012002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Defi Indah Rosiani**

NIM **4118248**

Judul Skripsi : **Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim,
Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil
Kacang Asin Di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah
Kabupaten Tegal**

Telah diujikan pada hari Kamis, 08 Desember 2022 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Ahmad Sukron, M.E.I
NIP. 197110152005011003

Penguji II

Alvita Tyas Dwi A., S.E. M. Si
NIP. 198406122019032011

Pekalongan, 22 Desember 2022
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahkan nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksanakannya penulisan Skripsi ini:

1. Kepada orang tua tercinta, Ibu Darniti yang telah memberikan segala kasih sayang, kesabaran, semangat, bimbingan, dukungan dan do'anya yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya.
2. Keempat kakak saya Eka Susilowati, Cinta Herawati, Dian Kurniati, dan Eva Prasetya Muda yang selalu memberi dukungan serta hiburan dikala penat mengerjakan skripsi.
3. Dosen Pembimbing saya ibu Rinda Asytuti, M.Si yang telah membimbing dan memotivasi saya dalam pembuatan Skripsi ini.

4. Dosen Wali saya Bapak Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I yang dari awal semester telah membimbing, memberikan motivasi dan ilmunya yang bermanfaat.
5. Sahabat dan teman-teman saya yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan dengan berbagai kebahagiaan dan keceriaan yang sangat berkesan.
6. Teman-teman mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2018.

MOTTO

“Berikan kemanfaatan yang kita miliki kepada orang lain, sekecil apapun”

ABSTRAK

DEFI INDAH ROSIANI. Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin Di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal.

Usaha kecil memiliki posisi dan peran yang cukup penting dan sebagai kekuatan yang strategis, bukan hanya dalam hal penerapan tenaga kerja, usaha kecil juga mampu berperan untuk menstabilkan permasalahan kesenjangan sosial dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha kecil kacang asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif cenderung pada deskriptif. Objek yang akan diteliti adalah pengusaha kacang asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal. Adapun berdasarkan sumber data yang digunakan didalam penelitian ini ialah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden yakni pengusaha kacang asin. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling sedangkan metode analisis data menggunakan uji instrument data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal usaha (X1) mempunyai nilai sig 0,596 > 0,05, variabel karakteristik pengusaha muslim (X2) mempunyai nilai sig 0,755 > 0,05 artinya secara parsial variabel modal usaha dan

karakteristik pengusaha muslim tidak berpengaruh signifikan sedangkan variabel strategi pemasaran (X3) mempunyai nilai $\text{sig } 0,007 < 0,05$ artinya secara parsial berpengaruh signifikan. Selain itu tingkat nilai signifikansi uji F yaitu $0,001 < 0,05$ artinya secara bersama atau simultan variabel modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha kecil.

Kata kunci: Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslimm, dan Strategi Pemasaran, Perkembangan Usaha Kecil

ABSTRACT

DEFI INDAH ROSIANI. *The Influence of Business Capital, Characteristics of Muslim Entrepreneurs, and Marketing Strategy on the Development of Salted Peanut Small Business in Bogares Kidul Village, Pangkah District, Tegal Regency.*

Small businesses have a quite important position and role and as a strategic force, not only in terms of employing labour, small businesses are also able to play a role in stabilizing the problem of social inequality and community welfare. This study aims to determine whether the influence of business capital, the characteristics of Muslim entrepreneurs, and marketing strategies on the development of salted peanut small businesses in Bogares Kidul Village, Pangkah District, Tegal Regency. This research is an associative research using a quantitative approach that tends to be descriptive. The object to be studied is salted peanut entrepreneurs in Bogares Kidul Village, Pangkah District, Tegal Regency. Meanwhile, based on the data source used in this study, primary data was collected by distributing questionnaires to 60 respondents, namely salted peanut entrepreneurs. The sampling technique uses non-probability sampling while the data analysis method uses data instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis testing, and the coefficient of determination (R^2).

The results of this study indicate that the venture capital variable (X_1) has a sig value of $0.596 > 0.05$, the characteristics variable of Muslim entrepreneurs

(X2) has a sig value of $0.755 > 0.05$ meaning that partially the venture capital variable and the characteristics of Muslim entrepreneurs do not have a significant effect while the variable marketing strategy (X3) has a sig value of $0.007 < 0.05$, meaning that it has a partially significant effect. In addition, the significance level of the F test is $0.001 < 0.05$, meaning that together or simultaneously the variables of business capital, the characteristics of Muslim entrepreneurs, and marketing strategies have a significant effect on the development of small businesses.

Keywords: Business Capital, Characteristics of Muslim Entrepreneurs, and Marketing Strategies for Small Business Development

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'aalamin, Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafaatnya di yaumul qiyamah. Aamiin. Penulis menyadari bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin Di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal” dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. .Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, S.E., M.M Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I selaku dosen pembimbing akademik (DPA) yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Rinda Asytuti, M. Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa membimbing dan mengarahkan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
8. Seluruh responden pemilik usaha kecil kacang asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal atas kesediaannya dalam pengisian kuesioner skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekalongan, 16 November 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Defi Indah Rosiani' with a stylized flourish at the end.

Defi Indah Rosiani

NIM. 4118248

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori	16
B. Telaah Pustaka	27
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Setting Penelitian.....	42
D. Populasi dan Sampel Penelitian	42
E. Variabel Penelitian	44

F. Definisi Operasional.....	46
G. Sumber Data	50
H. Teknik Pengumpulan Data	50
I. Metode Analisis Data	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Data	57
B. Analisis Data	66
C. Pembahasan	82
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)

ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha’	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بيهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o` _) ditulis a, *kasrah* (o_ _) ditulis I, dan *dammah* (o _ _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: , ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbuthah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية
ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.

2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شَيْءٌ ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti رَبَائِبٌ ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تَأْخُذُونَ ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti الْبَقَرَةُ ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النِّسَاءُ ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti ذَوِي الْفُرُودِ : ditulis *zawi al-furud* atau أَهْلُ السُّنَّةِ ditulis *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap Penelitian	9
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia Responden	58
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Besar Modal.....	59
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasar Pendapatan Tahun	59
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Modal Usaha	60
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Karakteristik Pengusaha Muslim	61
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Strategi Pemasaran	63
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Perkembangan Usaha Kecil ..	65
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Modal Usaha.....	67
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Karakteristik Pengusaha Muslim	67
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Perkembangan Usaha Kecil.....	69
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Modal Usaha	70
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Karakteristik Pengusaha Muslim	70
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Strategi Pemasaran.....	71

Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Variabel Perkembangan Usaha Kecil	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Linieritas	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.21 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.23 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4.24 Hasil Uji F.....	80
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Klasifikasi Jumlah Ukm Kabupaten Tegal, 2

Gambar 2.1 Model Penelitian, 35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Responden.....	VIII
Lampiran 3 Data Mentah Kuisisioner Penelitian.....	XII
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	XX
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	XXV
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	XXVI
Lampiran 7 Hasil Uji Linieritas	XXVI
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas	XXVII
Lampiran 9 Hasil Uji Heterokedastisitas	XXVII
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	XXVIII
Lampiran 11 Hasil Uji T	XXVIII
Lampiran 12 Hasil Uji F	XXVIII
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	XXVIII
Lampiran 14 Dokumentasi.....	XXIX
Lampiran 15 Surat Ijin Penelitian	XXXI
Lampiran 16 Riwayat Hidup Penulis	XXXII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

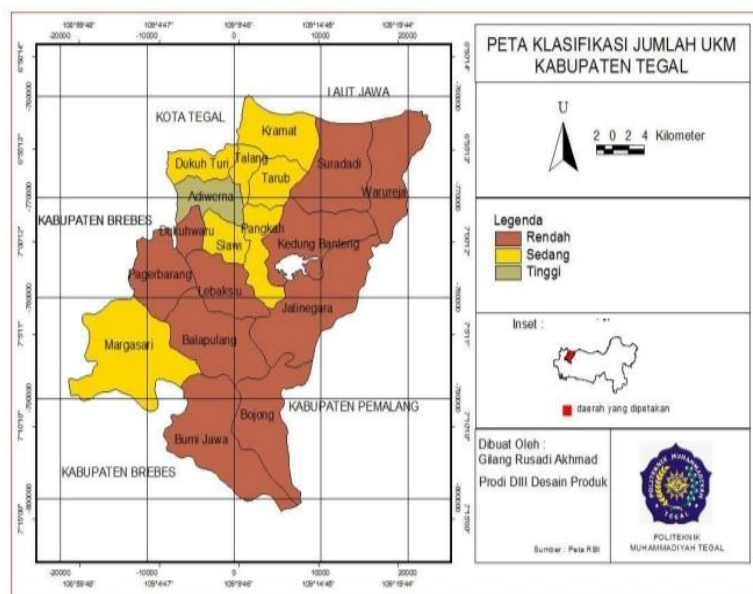
Usaha kecil memiliki posisi dan peran yang cukup penting dan sebagai kekuatan yang strategis, bukan hanya dalam hal penerapan tenaga kerja, usaha kecil juga mampu berperan untuk menstabilkan permasalahan kesenjangan sosial dan kesejahteraan masyarakat. Usaha mikro, kecil, dan menengah ialah salah satu bagian terpenting dalam perekonomian Indonesia, hal ini dijadikan sebagai strategi pemerintah dalam membantu pertumbuhan ekonomi dengan cara mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai dasar untuk menopang pembangunan ekonomi kerakyatan (Ahmad & Susantiaji, 2020). Keberadaan perkembangan usaha kecil dan peran sertanya dalam perekonomian Indonesia adalah salah satu keberhasilan bangsa Indonesia dalam menghadapi bermacam-macam krisis yang pernah terjadi di Indonesia. Seperti yang telah diketahui adanya pandemi COVID-19 yang telah terjadi beberapa waktu yang lalu memberikan dampak besar bagi kehidupan masyarakat terutama pada sektor perekonomian. Pada saat perusahaan-perusahaan besar melakukan pemutusan kerja secara sepihak terhadap karyawannya, pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah tetap eksis dan mampu bertahan serta mampu memberikan kontribusi yang cukup tinggi. Seperti yang terjadi pada tahun

1997 UMKM mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi yang telah terjadi di Indonesia (Komara, 2020).

Berdasarkan data dari BPS tahun 2019, Kabupaten Tegal terdapat 173.113 UMKM. Dimana berdasar pada jumlah yang telah disebutkan menyebar di 18 kecamatan yang terdapat di Kabupaten Tegal, salah satunya adalah Kecamatan Pangkah yang termasuk dalam kategori jumlah UMKM sedang. (Ahmad & Susantiaji, 2020)

Gambar 1.1

Peta Klasifikasi Jumlah Ukm Kabupaten Tegal



Dilihat pada gambar 1.1 peta klasifikasi sebaran Ukm Kabupaten Tegal terdapat Kecamatan Pangkah yang memiliki simbol berwarna kuning yang artinya sebaran ukm di wilayah tersebut tergolong sedang. Desa Bogares Kidul merupakan suatu desa yang terdapat di Kecamatan Pangkah, desa ini terdapat beberapa macam ukm, usaha yang mereka

jalankan juga bervariasi seperti kacang asin, gypsum, konveksi, sembako, meubel, dan lain-lain. Namun, salah satu UKM cukup eksis sampai sekarang adalah usaha kacang asin. Desa Bogares Kidul sejak dahulu sudah banyak dikenal berdiri industri kecil rumah tangga yakni dikenal dengan kacang asin bogares. Bukan lain, seiring dikenalnya dengan icon kacang asin ini karena kebanyakan masyarakat desa Bogares Kidul ini memiliki mata pencaharian sebagai petani kacang. Dengan demikian, tersediannya bahan baku yakni kacang yang melimpah dengan ketrampilan yang dimiliki mendorong masyarakatnya untuk mengelola usaha usaha tersebut. Dengan kualitas kacang yang baik makanan kecil (cemilan) ini bukan hanya menjadi cemilan khusus yang disediakan di rumah tetapi kacang asin ini juga merupakan satu diantara banyak makanan oleh-oleh khas dari kabupaten Tegal karena memiliki keunikan tersendiri dalam pengolahannya yang menggunakan pasir dan ditambah sedikit garam menjadikan cita rasa kacang asin ini gurih dan renyah. Keunikan lainnya kacang asin ini ketika digoreng masih terdapat kulit arinya sehingga membedakan dengan kacang asin yang diperjualbelikan di daerah lain.

Salah satu pengaturan kewenangan publik yang dilakukan untuk kemajuan UMKM adalah dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional yang mengarahkan kehadiran lima pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah salah satunya adalah makanan ringan (Almaidah & Tutik Endarwati, 2019). Usaha mikro, kecil, dan menengah makanan ringan saat ini sedang

mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Usaha makanan ringan merupakan usaha yang menghasilkan hasil olahan makanan yang bukan makanan pokok tetapi sering disebut dengan makanan selingan seperti keripik, kerupuk, dan makanan ringan lainnya seperti kacang asin. Fenomena perkembangan usaha kecil, mikro, dan menengah yang menghasilkan olahan makanan berciri khas lokal dan berdasarkan pada potensi daerah terjadi peningkatan pesat. Seperti di Kabupaten Tegal ini usaha berbasis makanan ringan ini telah mengalami peningkatan terkhusus kacang asin bogares. Keadaan ini dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk menambah pendapatan rumah tangga.

Berdasarkan pada peran pentingnya, Usaha mikro, kecil, dan menengah sendiri mampu mendorong banyak negara untuk terus mengembangkannya termasuk di Indonesia. Walaupun pada kenyataannya usaha mikro, kecil, dan menengah terbilang kecil dalam skala modal, asset, omzet, maupun jumlah pekerjanya, tetapi jumlahnya yang cukup besar telah memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian Nasional. Tetapi, untuk mencapai perkembangan yang signifikan, usaha kecil menghadapi berbagai macam hambatan seperti ketersediaan modal yang terbatas, SDM yang kurang berkualitas, tidak adanya sistem pengelolaan keuangan, sistem produksi yang tidak efisien, strategi pemasaran yang kurang menarik, dan lain sebagainya. Oleh karena itu diantara hal penting untuk meningkatkan perkembangan Usaha kecil dapat dilakukan dengan cara mengelola modal usaha dengan baik,

menumbuhkan karakteristik berwirausaha yang baik sesuai dengan syariat islam, dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat (Sari, 2020).

Diantara satu faktor untuk memulai usaha ialah menyiapkan modal. Besar atau kecilnya modal dikeluarkan dapat berpengaruh pada perkembangan dan keberhasilan sebuah usaha yang dijalankan. Dalam hal ini modal usaha sangat dibutuhkan dalam keberlangsungan sebuah usaha (Arliani, 2019). Diantara modal yang dibutuhkan untuk memulai berwirausaha adalah niat dan tekad, pengetahuan dan pengalaman mengenai usaha yang akan dijalankan, serta sejumlah uang atau dana sebagai tolak ukur finansial atas usaha yang dijalankan. Berdasarkan hasil dari wawancara, modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha kacang asin ini beragam mulai dari Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000 bahkan ada yang melebihi karena untuk mengembangkan usahanya. Tetapi kebanyakan orang mengalami hambatan dalam penyediaan modal seperti yang dialami masyarakat desa bogares kidul sebagian mengeluh karena ketika memulai usaha kacang asin ini dengan menggunakan keterbatasan modal sehingga mengharuskan mereka untuk menambah modal dengan mengajukan pinjaman di lembaga keuangan seperti Bank. Adanya hambatan pada modal tersebut dapat menyebabkan terbatasnya pendapatan sehingga usaha yang dijalankan sulit untuk mengalami perkembangan. Dalam hal ini modal usaha merupakan hal mutlak yang harus disediakan untuk menjalankan suatu bisnis. Modal usaha dapat diperoleh dari milik

pribadi atau berasal dari pinjaman atau kredit yang terdapat dalam lembaga keuangan (Purwanti, 2018).

Saat ini keberhasilan sebuah usaha masih sangat bergantung pada karakteristik yang dimiliki seorang pengusaha atau pemilik usaha tersebut. Hanya pemilik usaha yang mampu menentukan arah untuk meningkatkan serta memajukan sebuah usaha yang dimilikinya. Sehingga ketidakmampuan seorang pengusaha dalam menghadapi tantangan yang terjadi mengakibatkan kegagalan terhadap usahanya. Menurut Geoffrey G. Meredith et. al dalam Desi (2020) mengatakan bahwa karakteristik wirausaha adalah sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha yaitu meliputi tingkat percaya diri yang tinggi, berorientasikan pada usaha yang dikerjakan dan hasilnya, pengambilan risiko, memiliki jiwa kepemimpinan, bersungguh-sungguh serta berorientasi pada masa yang akan datang. Adapun sebagai pengusaha muslim dalam nilai etika bisnis islam pengusaha muslim sebaiknya mengutamakan prinsip-prinsip keislaman yaitu harus memiliki sifat simpatik, bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah), tidak curang dan tidak mengingkari janji, jujur dan bisa dipercaya (shidiq), menjaga amanah, serta berperilaku dengan adil dalam menjalankan usahanya.

Selain dua hal diatas, seorang pengusaha perlu menerapkan dan meningkatkan strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi perkembangan zaman yang semakin modern saat ini. Dari 60 responden sebagian besar pengusaha kacang asin di Desa Bogares Kidul ini masih

menggunakan sistem pemasaran secara tradisional, yaitu dengan menawarkan dari mulut ke mulut, ataupun hanya menunggu pelanggan mendatangi tokonya. Adapun yang sudah memanfaatkan sosial media dan e-commerce hanya beberapa pengusaha saja karena keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi. Dalam pengertiannya strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mengembangkan usaha yang dijalankan supaya pemilik usaha berkemampuan untuk menghadapi kompetitornya. Sehingga dengan adanya strategi pemasaran yang tepat ini dapat menghasilkan barang atau jasa berkualitas yang memang dibutuhkan oleh kebanyakan konsumen dan dapat menarik minat konsumen untuk membelinya (Lasoma et al., 2021). Untuk menghadapi mekanisme pasar yang semakin kompetitif dan terbuka, maka dibutuhkan penguasaan pasar sebagai upaya meningkatkan daya saing. Apalagi dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan internet karena murah serta mudahnya akses internet. Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dituntut untuk selalu melakukan sebuah perubahan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saingnya agar bisnis tersebut terus berkembang dan semakin maju (Rahayu, 2020). Seperti pemanfaatan media sosial, website, e commerce banyak diminati pelaku usaha kecil untuk mengembangkan bisnisnya, karena memiliki akses yang begitu luas sehingga mampu memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap bisnis yang sedang dijalani. Tetapi, pada kenyataannya masih banyak sekali pengusaha yang belum memanfaatkannya, dikarenakan minimnya pengetahuan serta

ketidaktahuan dalam mengoperasikan media sosial ataupun e-commerce. Selain itu, dengan media sosial masyarakat juga akan mudah mendapatkan informasi terkait produk yang dijual oleh para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah, serta biaya yang murah dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran. Mudahnya akses internet dimanfaatkan oleh pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mempromosikan produk-produknya. Akan tetapi masih ada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang kurang mengerti mengenai manfaat yang dapat diambil dari penggunaan media internet ini mereka cenderung mengandalkan siapa yang melintas di depan tokonya dan pemasaran dari mulut kemulut saja. Hal ini menyebabkan sistem pemasaran tidak berjalan dengan semestinya.

Tabel 1.1
Research Gap

No.	Penelitian	Hasil	Research Gap
1.	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga (Purwanti, 2018)	Karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama memiliki pengaruh positif dan signifikan sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha tetapi secara bersama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.	a. Perbedaan pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM. Disebutkan bahwa hasil penelitian dari Endang Purwanti (2018) jika variabel strategi pemasaran secara individu tidak memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha tetapi secara bersama terdapat pengaruh yang
2.	Pengaruh Modal Usaha, Kualitas	Modal usaha, kualitas sumber daya	

	Sumber Daya Manusia, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Umkm Di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek (Savitri, 2018)	manusia, dan strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM	positif dan signifikan. Sedangkan pada penelitian Savitri (2018) menyebutkan strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM.
3.	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa karakteristik wirausaha, strategi pemasaran, dan inovasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, tetapi pada variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM.	b. Perbedaan pengaruh modal usaha terhadap perkembangan UMKM. Disebutkan bahwa hasil penelitian dari Afrilia Tina Nu Anisa & Nur Huri Mustofa (2021) jika variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM.

	(Afrilia Tina Nur Anisa & Nur Huri Mustofa, 2021)		Sedangkan pada penelitian Safitri dan Khasan Setiaji (2018)
4.	Pengaruh Modal Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil Di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara (Safitri & Khasan Setiaji, 2018)	Secara parsial dan secara simultan menyatakan bahwa modal usaha dan karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil	menyebutkan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil

Berdasarkan pada uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai perkembangan usaha kecil dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah modal usaha secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal?
2. Apakah karakteristik pengusaha muslim secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal?
3. Apakah strategi pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal?
4. Apakah modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, adapun tujuannya ialah:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh modal usaha terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh karakteristik pengusaha muslim terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal.
4. Untuk mengetahui apakah pengaruh modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Kecil Kacang Asin di Desa Bogares Kidul Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari hasil penelitiannya dapat memberikan pemahaman dan menumbuhkan informasi bagi para pembacanya.

2. Manfaat Praktis

Adapun hasil daripada riset ini dapat dijadikannya sebagai masukan kepada pihak membutuhkan untuk penelitian selanjutnya

serta mendapat informasi tambahan mengenai modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran.

3. Manfaat Akademis

Kajian Penelitian ini dapat dipergunakan untuk sumber rujukan riset selanjutnya bagi mahasiswa khususnya yang berkaitan dengan modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan unsur-unsur paparan yang akan dibahas secara rinci yang disusun menjadi komponen-komponen yang saling berhubungan. Dalam sistematika pembahasan, terdapat lima bab, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan diuraikan hal-hal yang mendasari perlunya dilakukan penelitian yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini memuat landasan teori, dan telaah pustaka dari penelitian-penelitian sebelumnya yang memperkuat penelitian ini. Pada bagian ini juga dituliskan mengenai kerangka berpikir serta hipotesis yang diajukan dalam riset.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian, dan metode analisis data yang dilakukan pada riset.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memuat tentang analisis yang dilakukan serta interpretasi hasil atas analisis data yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini menerangkan kesimpulan dari penelitian ini dan penjabaran mengenai keterbatasan penelitian dan implikasi teoritis-praktis dari penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Variabel Modal Usaha (X1) mempunyai nilai sig $0,596 > 0,05$ dan $t_{hitung} 0,533 > t_{tabel} 0,04042$, Sehingga bisa diartikan jika modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha kecil.
2. Variabel Karakteristik Pengusaha Muslim (X2) mempunyai nilai sig $0,755 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,314 > t_{tabel} 0,04042$, Sehingga bisa diartikan jika karakteristik pengusaha muslim tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha kecil.
3. Variabel Strategi Pemasaran (X3) mempunyai nilai sig $0,007 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,791 > t_{tabel} 0,04042$, Sehingga bisa diartikan jika strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha kecil.
4. Berdasarkan hasil uji F nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($6,059 > 2,77$), artinya secara bersama atau simultan variabel Modal Usaha, Karakteristik Pengusaha Muslim, dan Strategi Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Usaha Kecil.

B. Saran

Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, sehingga disini peneliti dapat memberikan beberapa saran dengan berikut ini:

1. Bagi pengusaha Kacang asin

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan kepada setiap pengusaha untuk lebih kompetitif dalam menghadapi berbagai macam faktor dalam pengembangan usaha. Seperti pemilik usaha harus mampu mengembangkan dirinya dalam mendapatkan sumber-sumber penawaran modal untuk mengembangkan usaha yang dimiliki dan memperhatikan karakteristik jiwa kewirausahaan yang baik, Selain itu pemilik usaha juga harus memiliki pengetahuan terkait pemasaran dan cara promosi untuk memperluas sistem pemasarannya agar mampu bersaing dengan pengusaha yang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti mendatang, dapat digunakan sebagai contoh penelitian terutama terkait dengan variabel modal usaha, karakteristik pengusaha muslim, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha kecil. Diharapkan selain menggunakan variabel tersebut, bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas yang lain seperti sumber daya manusia dan memperluas populasi yang nantinya akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Ahmad, G. R., & Susantiaji, A. (2020). Analisa sebaran klasifikasi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Tegal. *Geomedia: Majalah Ilmiah Dan Informasi Kegeografian*, 18(1), 43–49. <https://doi.org/10.21831/gm.v18i1.31419>
- Almaidah, S., & Tutik Endarwati. (2019). Analisis pengaruh karakteristik wirausaha, modal, motivasi, pengalaman, dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada ukm penghasil mete di kabupaten wonogiri. *Seminar Nasional Edusaintek FMIPA UNIMUS*, 111–124. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/edusaintek/article/view/224>
- Anggia Sari Lubis, D. C. O. (2018). PEMBENTUKAN SPIRIT JIWA MUSLIMPRENEURSHIP MELALUI MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SYARIAH. *Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 1, 1–15.
- Anjaningrum, M. M. C. W. D. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN USAHA KECIL SEKTOR INDUSTRI PENGOLAHAN DI KOTA MALANG. *JIBEKA*, 11, 73–79. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.50>
- Arliani, L. (2019). PENGARUH PERILAKU PELAKU USAHA DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERHASILAN UMKM DI DESA TUKAD SUMAGA KECAMATAN GEROKGAK KABUPATEN BULELENG. *Skripsi*. <http://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/590>
- Desky, N. U. R. N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi Pada Cozy Coffee & Kitchen Medan). *Skripsi*, 1–71. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/31847>
- Iswara, D. (2017). THE EFFECT OF PROFITABILITY, LIQUIDITY, GROWTH SALES, OPERATING LEVERAGE AND TANGIBILITY ON CAPITAL STRUCTURE (evidence from manufacture firm listed on Indonesia stock exchange in 2011- 2014). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 96–116. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.007.1.06>

- Kartika Putri, A. P. dan B. P. (2020). 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*, 024, 1–10.
- Komara, B. D. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 342–359. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2506>
- Alma, Buchari. (2014). *Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Lasoma, A., Sofhian, S., & Zainuddin, Y. (2021). Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 2(2), 45–60. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i2.13923>
- Lestanti, D. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI, PENGALAMAN USAHA, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PERSEPSI PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA PELAKU UMKM DI BOYOLALI. *Pendidikan Akuntansi*. https://eprints.uny.ac.id/22514/1/Jurnal_Dwi_Lestanti_13812145003.pdf
- Nurchahya, D. R. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Kawasan Pengrajin Kaos Gg. Pesantren-Jamika Kota Bandung). *Skripsi*, 15–38. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/822/>
- Prayudha, B. T. (2018). Pengaruh kemudahan, risiko, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online pada tokopedia.com. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2388>
- Purwanti, E. (2018). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA DAYAAN DAN KALILONDO SALATIGA. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI AMA SALATIGA*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- Putri, S. R. R. (2017). Etika bisnis pengusaha muslim dalam membangun loyalitas pelanggan di toko LA Surabaya. *Skripsi*. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/21992>
- Rahayu, D. (2020). PENGARUH MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM (Studi Kasus pada Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman) Dwi Rahayu. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9 nomor 1, 27–36.

<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/15367>

- Reza, V. (2022). ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP : Membangun Karakter Wirausahawan Muslim dengan Pengetahuan berbasis Ekonomi. *An-Nahl*, 9(1), 1–10.
- Safitri, H., & Khasan Setiaji. (2018). Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economics Education Analysis Journal*, 7(2), 792–800. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28291>
- Sari, D. nopita. (2020). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN JELMU KOTA JAMBI. *Skripsi*, 4(1), 1–9. <http://repository.uinjambi.ac.id/4310/>
- Savitri, F. W. (2018). PENGARUH MODAL USAHA, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA, DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI DESA SURUH KECAMATAN SURUH KABUPATEN TRENGGALEK. *Skripsi*. <http://repo.uinsatu.ac.id/9382/>
- Simanjuntak, L. R. (2021). PENGARUH MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO DI DESA SIGOTOM KECAMATAN PANGARIBUAN. *Skripsi*, 1–35. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5445?show=full>