

The Influence Of Murabahah Agreements, Entrepreneurial Characteristics, Business Capital And Marketing Strategies On The Development Of UMKM In Sidoarjo District **[Pengaruh Akad Murabahah, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo]**

Qotrunnada Aisyah Mega Susetyo ¹⁾, Imelda Dian Rahmawati ^{*2)}

¹⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi : imeldadian@umsida.ac.id ¹⁾.

Abstract *This research aims to analyze the influence of Murabahah contracts, entrepreneurial characteristics, business capital and marketing strategies on the development of MSMEs in Sidoarjo Regency. The sampling technique used in this research was purposive sampling. The sample in this research was 62 food and beverage MSME owners in Sidoarjo district. This research was conducted in Sidoarjo Regency MSMEs. In this study, a 5 point Likert scale was used. This research uses multiple linear regression analysis techniques for hypothesis testing with SPSS version 27 data processing tools. The results of this research indicate that the Murabahah Agreement has an influence on the development of MSMEs. Entrepreneurial Characteristics Influence the Development of MSMEs. Business Capital Influences the Development of MSMEs. Marketing Strategy Influences the Development of MSMEs.*

Keywords - *Murabahah Agreement, Entrepreneurial Characteristics, Business Capital, Marketing Strategy, MSME Development*

Abstrak *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Akad Murabahah, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini yaitu 62 pemilik UMKM makanan dan minuman yang ada di kabupaten Sidoarjo Penelitian ini dilakukan di UMKM Kabupaten Sidoarjo. Pada penelitian ini menggunakan 5 poin skala likert. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis dengan alat bantu olah data SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM. Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM. Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM. Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM.*

Kata Kunci - *Akad Murabahah; Karakteristik Wirausaha; Modal Usaha; Strategi Pemasaran; Perkembangan UMKM*

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha mikro kecil dan menengah bergerak dari industri keluarga atau rumahan. Dengan demikian, konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mampu bertahan dan mengalami peningkatan di masa krisis dikarenakan beberapa alasan diantaranya yaitu UMKM cenderung memproduksi barang dan jasa konsumsi yang elastisitas permintaan terhadap pendapatan cenderung rendah, modal usaha yang digunakan oleh UMKM untuk mengembangkan usaha merupakan modal sendiri dan tidak didukung oleh bank dikarenakan bunga yang tinggi, serta krisis ekonomi yang tengah berlangsung berkepanjangan menjadi penyebab sector formal memutuskan hubungan kerja dengan para pekerja sehingga kemudian para pekerja tersebut beralih ke sector informal seperti UMKM dan mempengaruhi peningkatan jumlah UMKM [1]. Fluktuatifnya perkembangan UMKM merupakan suatu permasalahan klasik. UMKM yang memiliki peran secara kuantitas seperti mampu membuka lapangan pekerjaan, peningkatan jumlah omzet dan asset UMKM namun belum dapat diimbangi dengan kualitas UMKM. Ketidakseimbangan antara kuantitas dan kualitas tersebut merupakan permasalahan klasik perkembangan UMKM berkaitan dengan rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan karena masalah modal, rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, dan lemahnya karakteristik wirausaha dari para pelaku UMKM.

Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, yang dulu dikenal sebagai salah satu basis ekonomi agraris dengan produk unggulan berupa udang dan ikan bandeng kini menjelma sebagai sentra industri kreatif. Namun, masih banyak tantangan yang perlu mendapat perhatian dari para pemangku kebijakan.

Ekonomi kreatif di Sidoarjo melaju pesat, bahkan di masa pandemi Covid-19. Kreativitas warga "Kota Delta" ini mampu menghasilkan aneka produk kerajinan tangan atau kriya, seperti tas kulit, tas kulit ukir, batik tulis, sepatu kulit, dan batik lukis. Usaha di bidang *fashion*, seperti bordir dan aksesoris berbahan batu permata, juga berkembang. Selain itu, ada aneka kuliner, seperti sambal bandeng asap, sambal klothok, dan teh daun kelor. Produk alat musik patrol dan gamelan juga memperkaya pengembangan ekonomi kreatif di kota penyangga Surabaya ini [2].

Setidaknya terdapat tiga subsektor ekonomi kreatif dengan kontribusi lebih dari 70 persen, yakni *fashion*, kriya, dan kuliner. Hal itulah yang mendorong ekonomi kreatif di Sidoarjo mampu menjadi penghela atau penarik sektor ekonomi lain. Kontribusinya semakin terasa signifikan saat pandemi Covid-19 memicu resesi pada sektor industri manufaktur daerah yang berada di delta Sungai Brantas tersebut. Namun, upaya mendongkrak kinerja para pelaku usaha ekonomi kreatif bukanlah pekerjaan mudah meski pandemi Covid-19 telah melandai. Sejumlah tantangan masih menghadang pelaku usaha sehingga butuh campur tangan dari banyak pihak, terutama pemangku kebijakan di pusat ataupun daerah [3].

Produsen sambal bandeng asap Sidoarjo, Huzaimah, mengatakan, produk kuliner saat ini banyak diminati masyarakat. Karena itu, pelaku usaha pun berupaya menghasilkan produk berkualitas tinggi. Salah satunya, bermitra dengan produsen olahan bandeng asap Sidoarjo yang telah menggeluti usahanya selama puluhan tahun. Huzaimah juga telah mengikuti pelatihan pengemasan produk dan pemasaran sehingga sambal bandeng asap produksinya menjadi salah satu produk premium yang layak ekspor. Namun, hingga saat ini, produk sambal bandeng asap belum menjadi ikon kuliner Jawa Timur sehingga *branding* atau pemasarannya belum optimal [4].

Pada saat bersamaan, banyak pelaku UMKM kesulitan masuk pasar modern. Suprianto, pengusaha sambal klothok khas Indonesia, mengatakan, selain persyaratan produk yang sangat ketat, pasar modern juga menetapkan harga rendah sehingga kurang kompetitif bagi pelaku UMKM. Apalagi, sistem pembayarannya lama sehingga pelaku usaha kesulitan memutar kembali modal usahanya [5].

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi Perkembangan UMKM diantaranya Akad Murabahah, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran. Factor yang pertama yaitu Akad Murabahah. Pembiayaan murabahah adalah jenis pembiayaan berprinsip jual beli dengan pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan awal. Mudahnya penerapan pembiayaan murabahah ini menjadikannya jenis pembiayaan dengan banyak peminat baik di lembaga keuangan Syariah maupun non-bank. Sebagai sebuah pembiayaan, murabahah memiliki resiko-resiko yang mengikuti disetiap akad yang dilakukan. Namun, meskipun pada praktiknya banyak nasabah pembiayaan yang melakukan pelanggaran terhadap kesepakatan yang telah dilakukannya. Beberapa pelanggaran yang dilakukan diantaranya yaitu pemalsuan data diri sebagai persyaratan awal, pemanfaatan modal yang tidak sesuai dengan kesepakatan, hingga mencantumkan jumlah modal yang tidak sesuai dengan kebutuhan usaha. Tujuan pembiayaan salah satunya adalah membantu pengusaha dalam urusan permodalan usaha sehingga mampu untuk mengembangkan usaha yang dimiliki. Untuk mengukur perkembangan

usaha, maka ada beberapa indikator yang digunakan yakni modal usaha, peningkatan omzet penjualan, peningkatan laba, peningkatan jumlah asset usaha, dan jumlah tenaga kerja [6].

Faktor kedua yaitu Karakteristik Wirausaha. Menurut [7] seseorang yang memiliki karakteristik wirausaha biasanya dapat menciptakan inovasi, menemukan cara baru dalam memproduksi, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. Jiwa kewirausahaan akan mendorong seseorang memanfaatkan peluang yang ada menjadi sesuatu yang menguntungkan. Adanya pengaruh karakteristik wirausaha terhadap pengembangan UMKM ialah karakteristik selalu berkaitan dengan pendirian, pengelolaan dan pengembangan UMKM itu sendiri [8].

Factor ketiga yaitu Modal Usaha. Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan termasuk jenis usaha UMKM. Artinya dengan modal yang tersedia banyak akan membuat pihak pelaku UMKM menambah jenis barang yang dijualnya dan akan lebih mempercepat perkembangan usaha yang dimilikinya. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank [9].

Factor keempat yaitu Strategi Pemasaran. Strategi pemasaran merupakan kegiatan kelangsungan aliran barang-barang atau jasa dari produsen kepada konsumen dan pengguna, strategi pemasaran merupakan masalah yang di hadapi oleh usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia, apalagi jaman sekarang teknologi sudah berkembang, pemasaran sebenarnya dapat dengan mudah menggunakan E-commerce, tetapi kebanyakan UMKM belum mampu menggunakan nya, selain dengan menggunakan E-commerce para UMKM juga bisa menggunakan sosial media seperti facebook, Twitter, Instagram, Whatshap dan lain-lain. Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM karena selain masalah modal usaha, dalam meningkatkan omzet usaha, pelaku usaha perlu menggunakan strategi pemasaran dalam mengembangkan usahanya [10].

Sudah banyak penelitian yang meneliti tentang Perkembangan UMKM, diantaranya [11] meneliti tentang “Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik Usaha menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Modal Usaha menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Strategi Pemasaran menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Pencatatan keuangan menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang.

[12] meneliti tentang tentang “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kabupaten Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sedangkan dari hasil path analysis menunjukkan bahwa inovasi memediasi karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran dengan perkembangan UMKM, namun inovasi tidak memediasi modal usaha dengan perkembangan UMKM.

[13] meneliti tentang “Dampak Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM Selama Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian adalah: pelaku menengah, kecil dan tingkat usaha mikro di bangkalan telah mengambil murabahah pembiayaan di PT. BRI Syariah Cabang Bangkalan sebagai tambahannya modal usaha yang mereka jalankan, dan pembiayaan murabahah pada PT. BRI Syariah Cabang Bangkalan sangat berpengaruh terhadap pengembangan masyarakat UMKM di Bangkalan. Hal ini dapat diukur dengan peningkatan pendapatan sebesar 236%.

[14] meneliti tentang “Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Wirausaha Dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Teluk Majelis Kabupaten Tanjung Jabung Timur”. Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh modal usaha, karakteristik kewirausahaan dan kualitas laporan keuangan bersama-sama (serentak) terhadap pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Teluk Majelis Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Terdapat pengaruh modal usaha, karakteristik kewirausahaan dan kualitas laporan keuangan secara individual (parsial) pada pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Teluk Majelis, Tanjung Kabupaten Jabung Timur.

[15] meneliti tentang “Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha UMKM di desa Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor secara signifikan. Modal usaha terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha, hal ini perlu mendapat perhatian dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha mempunyai pengaruh yang paling dominan, Sedangkan faktor strategi pemasaran tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha, kondisi ini dikarenakan pemasaran tidak dilakukan secara

langsung ke konsumen namun melalui para pedagang dan toko-toko dimana pengemasan dan pemberian label dilakukan oleh pedagang dan tokotoko yang membeli produk hasil UMKM di desa Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor.

[16] meneliti tentang “Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha UMKM”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah, Modal Usaha yang tidak mempunyai berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah, kualitas manusia sumber daya, modal usaha, secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan usaha mikro, usaha kecil Menengah.

[17] meneliti tentang “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Pada UMKM Tenun Ikat di Kabupaten Sumba Barat Daya, NTT)” meneliti tentang Hasil penelitian menunjukkan hal itu karakteristik kewirausahaan dan modal berpengaruh signifikan terhadap usaha pengembangan, sedangkan strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan. Untuk itu UMKM di SBD Regency harus memperbaiki strategi pemasarannya agar dapat menentukan yang tepat segmen pasar dan memanfaatkan kemajuan teknologi internet untuk berpromosi produk dengan biaya promosi rendah namun reaksi luas.

[18] meneliti tentang “Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango”. Hasil penelitian yang telah diperoleh menyimpulkan bahwa secara parsial modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango; strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango; dan secara simultan modal usaha dan pengembangan usaha berpengaruh terhadap pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango, dengan kontribusi sebesar 28,6%, sedangkan sisanya 71.4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti tenaga kerja, dan keuntungan yang didapat oleh pelaku usaha mikro itu sendiri.

[19] meneliti tentang “Perkembangan Umkm Ditinjau Dari Pembiayaan Mudharabah Dan Murabahah”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan antara pembiayaan mudharabah terhadap perkembangan. Kesimpulan diperoleh pembiayaan mudharabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan umkm, sedangkan pembiayaan murabahah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan umkm. Secara simultan pembiayaan mudharabah dan murabahah berpengaruh signifikan terhadap perkembangan umkm.

[20] meneliti tentang “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Buleleng”. Hasil penelitian ini adalah karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM; strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM; dan karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Perlu dilakukan adanya penelitian lanjutan yang berguna untuk mengetahui hasil temuan yang jika diterapkan pada kondisi lingkungan dan waktu yang berbeda, karena dalam fenomena di atas dan juga berdasarkan hasil penelitian sebelumnya. Maka dari itu pada penelitian ini akan mengidentifikasi Pengaruh Akad Murabahah, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM dengan menggunakan periode waktu dan obyek yang berbeda dari penelitian sebelumnya, sehingga akan memberikan hasil penelitian yang berbeda pula dengan penelitian terdahulu.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya . Perbedaannya pada populasi, waktu dan sampel yang digunakan yaitu UMKM makanan dan minuman yang ada di kabupaten Sidoarjo. Alasan memilih Kabupaten Sidoarjo dikarenakan Kabupaten Sidoarjo dijuluki Kota UMKM, Sidoarjo memiliki ratusan ribu UMKM di sejumlah bidang. Bahkan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pemkab Sidoarjo mencatat ada sekitar 878 jenis UMKM yang tersebar di 18 wilayah kecamatan di Sidoarjo. Dari uraian latar belakang diatas, peneliti mengambil judul **“PENGARUH AKAD MURABAHAH, KARAKTERISTIK WIRUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN SIDOARJO”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo ?
2. Apakah Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo ?
3. Apakah Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo ?
4. Apakah Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo ?

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu [21]. Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan dalam penelitian, sehingga kesimpulan dan hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan, baik pengumpulan data, analisa data maupun kesimpulan. Berhasil tidaknya suatu penelitian dimaksudkan untuk mendapatkan data yang tepat, relevan dan objektif, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer sebagai sumber data, karena menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistic [22]. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan mengembangkan teori serta hipotesis yang berkaitan dengan dengan fenomena alam yang terjadi.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Kabupaten Sidoarjo.

Definisi Operasional, Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel

a. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan semua variabel dan istilah yang akan digunakan dalam penelitian secara operasional sehingga akhirnya mempermudah pembaca dalam mengartikan makna penelitian.

Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah **Perkembangan UMKM**. Perkembangan UMKM adalah suatu proses dan tindakan untuk memajukan kondisi UMKM menjadi lebih baik lagi, yang pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang semula kecil hingga menjadi besar. Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan suatu komponen yang penting untuk memajukan perekonomian pada negara. Untuk mencapai suatu keberhasilan usaha diperlukan adanya upaya pengembangan oleh pelaku usaha itu sendiri baik dari dalam maupun dari luar.

Indikator perkembangan UMKM yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan keadaan objek penelitian yaitu:

- a) Jumlah pendapatan
- b) Pertumbuhan pelanggan
- c) Peningkatan omzet penjualan
- d) Perkembangan produksi
- e) Pertumbuhan tenaga kerja

2) Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Akad Murabahah (X1), Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3) Dan Strategi Pemasaran (X4).

a) Akad Murabahah (X1)

Akad murabahah adalah akad jual beli antara penjual dan pembeli yang dimana penjual memberitahu harga pokok dan keuntungannya kepada pembeli dan yang menjadi harga jual nya adalah hasil dari harga pokok ditambah keuntungannya.

Indikator dari Akad Murabahah adalah [23]:

1. Persyaratan awal pembiayaan tidak rumit;
2. Pembiayaan murabahah lebih sesuai dengan kebutuhan;
3. Besar pembiayaan mencukupi kebutuhan;
4. Pembiayaan untuk membeli kebutuhan usaha;
5. Margin tidak memberatkan;
6. Jumlah angsuran sesuai pendapatan;
7. Jangka waktu pelunasan tidak memberatkan

b) Karakteristik Wirausaha (X2)

Karakteristik wirausaha dapat diambil simpulan bahwa karakteristik wirausaha merupakan sikap ataupun watak yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha untuk menjalankan usahanya.

Menurut [24] terdapat beberapa karakteristik wirausahawan (*Characteristic of Entrepreneur*) yakni berikut:

1. Percaya Diri
2. Inisiatif
3. Motivasi Prestasi
4. Kepemimpinan

5. Berani mengambil resiko

c) Modal Usaha (X3)

Modal merupakan suatu kekayaan yang dimiliki oleh pemilik usaha baik dalam bentuk barang maupun uang guna memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Modal ini digunakan oleh pemilik usaha untuk menjalankan usahanya agar usahanya dapat berkembang.

Menurut [25] ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam cara memperoleh modal usaha, yaitu:

1. Modal sebagai syarat mendirikan usaha
2. Jenis-jenis modal usaha
3. Sumber-sumber modal
4. Kelebihan dan kekurangan suatu modal

d) Strategi Pemasaran (X4)

Strategi pemasaran dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Adapun Indikator dalam strategi pemasaran sebuah produk menurut [26] yaitu sebagai berikut:

1. Produk
2. Harga
3. Promosi
4. Tempat (*Place*)
5. Manusia (*people*)
6. Sarana Fisik (*Physical Evidence*)
7. Proses (*Process*)

b. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel pada penelitian ini bertujuan untuk memahami seputar variabel yang akan diteliti. variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini bersifat kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat untuk menganalisis pengaruh antara 4 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat.

variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variable Akad Murabahah (X1), Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3) Dan Strategi Pemasaran (X4). Variabel terikat atau disebut dengan variabel dependen yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas [27]. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Perkembangan UMKM (Y).

c. Indikator Variabel

Tabel 1. Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Perkembangan UMKM	a. Jumlah pendapatan b. Pertumbuhan pelanggan c. Peningkatan omzet penjualan d. Perkembangan produksi e. Pertumbuhan tenaga kerja	Ordinal
2	Akad Murabahah (X1)	a. Persyaratan awal pembiayaan tidak rumit; b. Pembiayaan murabahah lebih sesuai dengan kebutuhan; c. Besar pembiayaan mencukupi kebutuhan; d. Pembiayaan untuk membeli kebutuhan usaha; e. Margin tidak memberatkan; f. Jumlah angsuran sesuai pendapatan; g. Jangka waktu pelunasan tidak memberatkan	Ordinal
3	Karakteristik Wirausaha (X2)	a. Percaya Diri b. Inisiatif c. Motivasi Prestasi d. Kepemimpinan e. Berani mengambil resiko	Ordinal

4	Modal Usaha (X3)	a. Modal sebagai syarat mendirikan usaha b. Jenis-jenis modal usaha c. Sumber-sumber modal d. Kelebihan dan kekurangan suatu modal	Ordinal
5	Strategi Pemasaran (X4)	a. Produk b. Harga c. Promosi d. Tempat (Place) e. Manusia (people) f. Sarana Fisik (Physical Evidence) g. Proses (Process)	Ordinal

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan karakteristik atau hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan [28]. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengusaha kecil dan menengah yang ada di kabupaten Sidoarjo. Sebagai kabupaten yang dijuluki Kota UMKM, Sidoarjo memiliki sekitar 878 jenis UMKM yang tersebar di 18 wilayah kecamatan di kabupaten Sidoarjo.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan tujuan tertentu dengan mempertimbangkan syarat-syarat atau karakteristik tertentu.

Tabel 2. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	UMKM yang dinaungi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo	878
2.	Ada 4 kecamatan yang memiliki UMKM makanan dan minuman dengan jumlah lebih banyak dari pada jumlah UMKM yang lain	450
3.	UMKM dari 4 Kecamatan yang telah memiliki legalitas usaha	239
4.	UMKM dari 4 Kecamatan yang memiliki jenis produk makanan dan minuman	164
5.	UMKM yang termasuk nasabah lembaga keuangan syariah	62

Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu 62 pemilik UMKM makanan dan minuman yang ada di kabupaten Sidoarjo.

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, data kuantitatif adalah data penelitian yang berupa angka yang di analisis dengan menggunakan statistik. Data yang diperoleh dari penelitian ini juga berupa data kualitatif karena beberapa informasi menerangkan dalam bentuk uraian dimana data tersebut tidak dapat diwujudkan dalam bentuk angka melainkan penjelasan yang menggambarkan keadaan, pendapat, persepsi dan diukur secara tidak langsung.

b. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam Penelitian ini menggunakan sumber data yang terdiri dari dua jenis, antara lain:

a) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data [29]. Data primer pada penelitian ini berasal dari data responden mengenai Pengaruh Akad Murabahah, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM.

b) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa e-buku, jurnal pendukung dan kutipan-kutipan teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjelaskan mengenai bagaimana pengambilan data penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertulis untuk pengumpulan data yang diperlukan, tidak melalui wawancara terhadap responden karena responden khawatir identitasnya akan terungkap. Kuesioner tersebut berisi daftar pernyataan yang telah dibuat dan disusun oleh peneliti yang selanjutnya akan diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner tersebut bersifat tertutup, yang berarti bahwa responden tidak bisa memberikan jawaban atau pendapat sendiri melainkan cukup memilih jawaban yang telah tersedia.

Pada penelitian ini menggunakan 5 poin skala *likert*, untuk menghilangkan sifat keragu-raguan responden dalam memberikan jawaban pada kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu [30].

Cara penyebaran kuesioner yaitu dengan menggunakan kuesioner manual dengan mencetak kuesioner sejumlah responden yang di gunakan sebagai sampel sehingga nantinya peneliti akan mendatangi para pemilik UMKM yang terdaftar di dinas koperasi dan memberikan kuesioner tersebut agar di isi langsung saat itu juga.

Adapun untuk keperluan analisis kuantitatif, skor yang diberikan dari setiap skala sebagai berikut :

Tabel 3. Bobot Skor Jawaban Variabel

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

Teknik Analisis

a. Uji Validitas dan Realibilitas

1) Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti [31]. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Kuisioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. dalam menghitung validitas menggunakan *Correlation Person Moment*. Analisis factor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor factor dengan skor total, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) kurang dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.
- Jika nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) sama dengan atau lebih dari 0,3 maka dikatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Kata reliability berasal dari kata *rely* dan *ability*. Reliabilitas bisa diartikan sebagai kepercayaan, keterandalan, atau konsistensi. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, artinya memiliki konsistensi pengukuran yang baik. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai *CronbachAlpha* > 0,60 maka instrumen reliabel.
- Jika nilai *CronbachAlpha* < 0,60 maka instrumen tidak reliabel.

b. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan secara ringkas variabel-variabel dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran data yang akan dianalisis. Statistik deskriptif ini menggambarkan sebuah data menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami dalam menginteprestasikan hasil analisis data dan pembahasannya [32]. Alat analisis yang digunakan dalam uji statistic

deskriptif antara lain adalah nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Ukuran numerik ini merupakan bentuk penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada suatu penjelasan dan penafsiran.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah cara menganalisis data yang berbentuk angka yang dibandingkan antara yang satu dengan yang lain [33]. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji statistik regresi linier berganda. Untuk menguji kebenaran dan hipotesis yang diajukan maka di uji dengan Regresi Linier Berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y	= Perkembangan UMKM
a	= Konstanta
X ₁	= Akad Murabahah
X ₂	= Karakteristik Wirausaha
X ₃	= Modal Usaha
X ₄	= Strategi Pemasaran
b ₁	= koefisien regresi untuk variabel X ₁
b ₂	= koefisien regresi untuk variabel X ₂
b ₃	= koefisien regresi untuk variabel X ₃
b ₄	= koefisien regresi untuk variabel X ₄
e	= Error (variabel lain tidak dijelaskan)

d. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan uji koefisien determinasi, dan uji t.

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{table} . Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{table} artinya terdapat alasan yang kuat untuk hipotesis satu (H_1) diterima. Selain itu dapat pula dengan menggunakan uji signifikan. Dengan ketentuan jika nilai signifikan lebih dari 0,05 alpha, maka artinya terdapat alasan untuk hipotesis satu (H_1) diterima.

2. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Koefisien korelasi berganda dipergunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jangkauan nilai R berkisar antara 0-1, artinya semakin mendekati 1 maka semakin kuat hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat. Semakin mendekati 0 berarti hubungannya semakin lemah atau bahkan tidak sama sekali antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat.

jika nilai R (korelasi) tersebut bernilai positif, artinya hal ini menandakan bahwa jika terjadi peningkatan nilai pada variabel bebas, maka akan menyebabkan peningkatan nilai variabel terikat, artinya terjadi hubungan yang searah antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tetapi jika nilai R (korelasi) tersebut bernilai negatif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang berbalik arah. Hubungan berbalik arah tersebut mengandung arti bahwa jika terjadi peningkatan nilai pada variabel bebas secara bersama-sama maka akan menyebabkan penurunan nilai pada variabel terikat. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan nilai pada variabel bebas secara bersama-sama maka akan menyebabkan peningkatan nilai pada variabel terikat.

3. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel yang tergantung akibat variasi variabel bebas. Nilai koefisien determinasi berganda adalah antara nol dan satu (0-1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi terikat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Kualitas Data

Agar peneliti dapat mengetahui hasil penelitian, maka diperlukan instrument yang valid dan *reliable*. Instrument yang valid berarti alat ukur yang harus digunakan untuk mendapatkan data dalam (pengukuran) harus valid, sedangkan instrument *reliable* adalah instrument yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan terjadi hasil data yang sama. Secara rinci pengujian instrument penelitian ini disajikan, sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. dalam menghitung validitas menggunakan *Correlation Person Moment*. Analisis factor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor factor dengan skor total, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) kurang dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) sama dengan atau lebih dari 0,3 maka dikatakan valid.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item Variabel	Correlation (r-hitung)	r-kritis	Keterangan
Perkembangan UMKM (Y)	Y1.1	0.381	0.30	Valid
	Y1.2	0.331	0.30	Valid
	Y1.3	0.364	0.30	Valid
	Y1.4	0.340	0.30	Valid
	Y1.5	0.810	0.30	Valid
Akad Murabahah (X1)	X1.1	0.470	0.30	Valid
	X1.2	0.427	0.30	Valid
	X1.3	0.337	0.30	Valid
	X1.4	0.364	0.30	Valid
	X1.5	0.499	0.30	Valid
	X1.6	0.470	0.30	Valid
	X1.7	0.427	0.30	Valid
Karakteristik Wirausaha (X2)	X2.1	0.503	0.30	Valid
	X2.2	0.523	0.30	Valid
	X2.3	0.596	0.30	Valid
	X2.4	0.475	0.30	Valid
	X2.5	0.306	0.30	Valid
Modal Usaha (X3)	X3.1	0.816	0.30	Valid
	X3.2	0.313	0.30	Valid
	X3.3	0.337	0.30	Valid
	X3.4	0.762	0.30	Valid
Strategi Pemasaran (X4)	X4.1	0.407	0.30	Valid
	X4.2	0.468	0.30	Valid
	X4.3	0.361	0.30	Valid
	X4.4	0.463	0.30	Valid
	X4.5	0.515	0.30	Valid
	X4.6	0.473	0.30	Valid
	X4.7	0.392	0.30	Valid

Pada hasil pengujian validitas diatas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuisisioner variable (X) dan variable (Y) memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 ($>0,30$), sehingga dari variable (X) dan variable (Y) keseluruhan dapat dinyatakan **valid**.

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuisisioner dapat dikatakan *reliable* jika responden menjawab pernyataan dengan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini menggunakan teknik alpha cronbach, dikatakan bahwa instrument memiliki nilai *reliable* yang tinggi jika nilai alpha cronbach $> 0,7$. Dari hasil analisis diperoleh koefisien reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
----------	----------------------	--------------	------------

Akad Murabahah (X1)	0.828	0.7	Reliabel
Karakteristik Wirausaha (X2)	0.814	0.7	Reliabel
Modal Usaha (X3)	0.835	0.7	Reliabel
Strategi Pemasaran (X4)	0.815	0.7	Reliabel
Perkembangan UMKM (Y)	0.809	0.7	Reliabel

Dari data table diatas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha pada variable Perkembangan UMKM (Y) sebesar 0.809, variable Akad Murabahah (X1) sebesar 0.828, sedangkan variable Karakteristik Wirausaha (X2) memiliki nilai 0.814, Modal Usaha (X3) memiliki nilai 0.835, Strategi Pemasaran (X4) memiliki nilai 0.815. Dari hasil penelitian tersebut maka dari pernyataan instrument variable Akad Murabahah (X1), variable Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3), Strategi Pemasaran (X4) dan Perkembangan UMKM (Y) ini bahwa instrument kuisioner yang digunakan dikatakan memiliki reliabilitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui besarnya factor variable yang digunakan dalam penelitian ini, variable tersebut adalah Akad Murabahah (X1), variable Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3), dan Strategi Pemasaran (X4) dalam mempengaruhi variable Perkembangan UMKM (Y) pada pemilik UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Berikut adalah hasil dari analisis regresi linier yang menggunakan bantuan program *software* SPSS versi 27 for windows:

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	7.901	3.270		2.416	0.019
	Akad Murabahah	0.796	0.057	0.192	2.702	0.004
	Karakteristik Wirausaha	0.296	0.104	0.322	2.855	0.006
	Modal Usaha	0.596	0.106	0.096	3.908	0.008
	Strategi Pemasaran	0.208	0.071	0.328	2.947	0.005

Berdasarkan hasil table diatas dapat dilihat dan dijelaskan bahwa persamaan yang diperoleh sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 7.901 + 0.796X_1 + 0.296X_2 + 0.596X_3 + 0.208X_4$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam persamaan diatas dapat dijelaskan makna dari koefisien regresi sebagai berikut :

1) Konstanta (a)

Nilai konstanta adalah 7.901. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variable bebas yaitu Akad Murabahah (X1), variable Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3), dan Strategi Pemasaran (X4), maka nilai dalam variable terikatnya yaitu variable Perkembangan UMKM (Y) tetap konstan sebesar 7.901.

2) Akad Murabahah (X1)

Koefisien bernilai positif 0.796 antara variable Akad Murabahah (X1) dengan variable Perkembangan UMKM (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Akad Murabahah (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Perkembangan UMKM (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.796 satuan.

3) Karakteristik Wirausaha (X2)

Koefisien bernilai positif 0.296 antara variable Karakteristik Wirausaha (X2) dengan variable Perkembangan UMKM (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Karakteristik Wirausaha (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Perkembangan UMKM (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.296 satuan.

4) Modal Usaha (X3)

Koefisien bernilai positif 0.596 antara variable Modal Usaha (X3) dengan variable Perkembangan UMKM (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Modal Usaha (X3) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Perkembangan UMKM (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.596 satuan.

5) Strategi Pemasaran (X4)

Koefisien bernilai positif 0.208 antara variable Strategi Pemasaran (X4) dengan variable Perkembangan UMKM (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat

disimpulkan bahwa jika variable Strategi Pemasaran (X4) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Perkembangan UMKM (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.208 satuan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji (R^2) digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun analisis determinasi berganda adalah alat analisis untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel bebas secara simultan (serempak) terhadap naik turunnya variabel terikat. Hasil penghitungan SPSS mengenai analisisnya ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

Tabel 7. Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.919^a	.883	.339	1.264	1.947

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran , Modal Usaha , Akad Murabahah , Karakteristik Wirausaha
b. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Pada table diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R adalah 0,919 atau mendekati 1. Artinya terdapat hubungan (korelasi) yang kuat antara variabel bebas yang meliputi Akad Murabahah (X1) ,variable Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3), dan Strategi Pemasaran (X4) terhadap variabel terikat yaitu Perkembangan UMKM (Y).

Adapun analisis determinasi berganda, dari tabel diatas diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai R square adalah 0,883 maka koefisien determinasi berganda $0,883 \times 100\% = 88,3\%$ dan sisanya $100\% - 88,3\% = 11,7\%$. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu Perkembangan UMKM (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Akad Murabahah (X1) ,variable Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3), dan Strategi Pemasaran (X4) sebesar 88,3%. Sedangkan sisanya sebesar 11,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji t (Uji parsial)

Pada uji hipotesis ini menggunakan uji t dipergunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikansi secara parsial antara variabel independen yang meliputi Akad Murabahah (X1) ,variable Karakteristik Wirausaha (X2), Modal Usaha (X3), dan Strategi Pemasaran (X4) terhadap Perkembangan UMKM (Y) pada pemilik UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil perhitungan SPSS versi 27 mengenai analisis uji t (uji parsial) ditunjukkan oleh table dibawah ini :

• **Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.901	3.270			2.416	0.019
	Akad Murabahah	0.796	0.057	0.192		2.702	0.004
	Karakteristik Wirausaha	0.296	0.104	0.322		2.855	0.006
	Modal Usaha	0.596	0.106	0.096		3.908	0.008
	Strategi Pemasaran	0.208	0.071	0.328		2.947	0.005

1. Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Akad Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan $0,004 < 0,05$, sehingga **H1** yang menyatakan bahwa variabel Akad Murabahah (X1) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap Perkembangan UMKM (Y) **diterima**.
2. Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,006, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan $0,006 < 0,05$, sehingga **H2** yang menyatakan bahwa variabel Karakteristik Wirausaha (X2) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap Perkembangan UMKM (Y) **diterima**.

3. Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Modal Usaha Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,008, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan $0,008 < 0,05$, sehingga **H3** yang menyatakan bahwa variabel Modal Usaha (X3) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap Perkembangan UMKM (Y) **diterima**.
4. Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,005, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan $0,005 < 0,05$, sehingga **H4** yang menyatakan bahwa variabel Strategi Pemasaran (X4) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap Perkembangan UMKM (Y) **diterima**.

• **Table 9. Hasil Pengujian Hipotesis**

No.	Uraian	Hasil	Keterangan
1	H1 : Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM	Diterima	$0,004 < 0,05$
2	H2 : Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM	Diterima	$0,006 < 0,05$
3	H3 : Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM	Diterima	$0,008 < 0,05$
4	H4 : Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM	Diterima	$0,005 < 0,05$

Pembahasan

1) Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil pengujian Regresi Linear Berganda variabel Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,004 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM **diterima** dan mempengaruhi UMKM dalam meningkatkan Perkembangan UMKM. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Akad Murabahah berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Alasan anggota pelaku UMKM melakukan Akad murabahah adalah anggota membutuhkan tambahan modal untuk usaha mereka. Maka dari itu anggota mengambil pembiayaan murabahah untuk memenuhi peralatan atau perlengkapan usaha mereka. Besar jumlah pembiayaan yang paling kecil diambil oleh responden adalah Rp. 1.000.0000 – 5.000.000 dan yang paling besar lebih dari 15.000.000. Seluruh pembiayaan yang diterima oleh nasabah digunakan untuk mengembangkan usaha UMKM mereka.

Dari pernyataan responden yang didapatkan oleh peneliti melalui kuesioner dengan perhitungan skala likert diperoleh sebanyak 85,5% responden setuju bahwa margin keuntungan pembiayaan murabahah yang disepakati di awal tidak memberatkan responden. Ini membuktikan bahwa responden tidak mengalami kesulitan dalam mengangsur pembiayaan dan mempermudah untuk mengembangkan usaha mereka. Sebanyak 84% anggota merasa puas dengan pembiayaan murabahah karena pelayanan maksimal dan tepat waktu kepada anggotanya. Pelayanan yang dimaksud yaitu Kesopanan dan kerapihan karyawan bank syariah, Pelayanan yang ramah diberikan kepada nasabah bank, Tempat dan sarana fasilitas bank yang memadai, Kdan kemudahan nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah di bank tersebut.

Dengan adanya Akad murabahah pada perkembangan UMKM yang dijalankan pemilik UMKM mengalami kenaikan omzet/nilai penjualan, pendapatan usaha yang meningkat, bertambahnya peluang pengembangan usaha serta terpenuhinya kebutuhan hidup. Meningkatnya omset penjualan ini berupa rata-rata penjualan yang diperoleh pelaku UMKM setiap bulannya yang semakin naik dan menambah peluang usaha untuk mengembangkan dan memperluas usahanya serta terpenuhinya kebutuhan hidup. Dengan adanya Akad murabahah pada pemilik usaha UMKM yang dijalankan pemilik UMKM sangat terbantu dan menambah keuntungan usaha mereka, karena terpenuhinya perlengkapan kebutuhan yang dibutuhkan nasabah dalam melakukan bisnis usaha, tidak hanya itu dengan adanya pembiayaan murabahah usaha mereka mengalami peningkatan keuntungan dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja di usaha mereka. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa pembiayaan murabahah berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan ([34] ; [35]) yang menunjukkan bahwa Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM.

2) Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil pengujian Regresi Linear Berganda variabel Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,006 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM **diterima** dan mempengaruhi UMKM dalam meningkatkan Perkembangan UMKM. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Seseorang yang memiliki karakteristik wirausaha biasanya dapat menciptakan inovasi, menemukan cara baru dalam berproduksi, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. Jiwa kewirausahaan akan mendorong seseorang memanfaatkan peluang yang ada menjadi sesuatu yang menguntungkan.

Untuk mencapai perkembangan usaha sesuai yang diharapkan seorang wirausaha mempunyai kemampuan untuk terus berinovasi mencari hal yang baru sehingga tidak ketinggalan dengan berkembangnya produk produk dipasaran dan selalu mempunyai keinginan untuk dapat bersaing dengan keunggulan yang dimiliki, mampu mengelola tenaga kerja sehingga akan mempunyai tenaga kerja yang loyal dan mempunyai produktifitas yang tinggi dan berani bertanggung jawab dengan barang yang dihasilkan yang berarti wirausaha berani menanggung kualitas barang yang dihasilkan berani menerima maukan dan tantangan atas barang yang dihasilkan.

Karakteristik wirausaha mendukung perkembangan UMKM dengan berbagai macam usaha di Kabupaten Sidoarjo. Dengan demikian menunjukkan bahwa mencari peluang, memiliki perspektif masa depan, jiwa kepemimpinan, kreativitas yang tinggi, orientasi tugas dan hasil dan kemampuan manajemen dapat mendukung perkembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Karakteristik wirausaha yang mendukung perkembangan UMKM yaitu orang yang percaya diri dalam menjalankan usaha, mempunyai inisiatif yang tinggi dalam mengembangkan usaha, memiliki motivasi keberhasilan yang tinggi dalam menjalankan usaha, memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi, berani mengambil resiko yang ada dalam menjalankan usaha.

Karakteristik yang pertama yaitu orang yang percaya diri dalam menjalankan usaha. Menjalankan usaha memang tidak mudah sehingga di butuhkan kepercayaan diri yang tinggi, dengan percaya diri yang tinggi orang akan sukses dalam mengembangkan usahanya karena secara tidak langsung orang termotivasi untuk terus mengembangkan usahanya dan biasanya orang yang mempunyai karakteristik ini lebih siap dalam menghadapi tantangan dalam dunia usaha dari pada dengan orang yang mempunyai karakteristik tidak percaya diri. Keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan, yang bersifat internal, sangat relatif dan dinamis dan banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Kepercayaan diri akan mempengaruhi gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja, kegairahan berkarya. Kunci keberhasilan dalam bisnis adaalh untuk memahami diri sendiri. Oleh karena itu wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mandiri dan percaya diri.

Karakteristik yang kedua yaitu mempunyai inisiatif yang tinggi dalam mengembangkan usaha, seseorang yang memiliki jiwa wirausaha juga memiliki kemampuan berinovasi yang tinggi. Inovasi dibutuhkan agar produk yang sudah ada tidak ketinggalan zaman dan selalu update. Dengan tetap melakukan inovasi, produk yang dimilikinya akan tetap eksis di pasaran.

Karakteristik yang ketiga yaitu memiliki motivasi keberhasilan yang tinggi dalam menjalankan usaha, Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha sering kali berorientasi pada hasil dan sudah memiliki rencana ke depannya. Para wirausaha sudah memiliki target untuk mencapai kesuksesan pada rencana-rencananya. Satu per satu target dalam hidupnya harus berhasil dicapai sehingga menciptakan rasa puas.

Karakteristik yang keempat yaitu memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi, Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha pastinya memiliki jiwa kepemimpinan atau leadership dalam dirinya. Keberanian untuk selalu tampil dan bertanggung jawab kepada orang lain adalah cirinya. Mereka harus bisa memimpin usaha yang dijalkannya agar dapat meraih keberhasilan.

Karakteristik yang kelima yaitu berani mengambil resiko yang ada dalam menjalankan usaha. Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Wirausaha menghindari situasi risiko yang rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi situasi risiko yang tinggi karena ingin berhasil. Pada situasi ini ada dua alternatif yang harus dipilih yaitu alternatif yang mengangung risiko dan alternatif yang konservatif. Pilihan terhadap risiko tergantung pada daya tarik setiap alternative, Kesediaan untuk rugi dan Kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ([36]; [37]; [38]) yang menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM.

3) Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil pengujian Regresi Linear Berganda variabel Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,008 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM diterima dan

mempengaruhi UMKM dalam meningkatkan Perkembangan UMKM. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Modal sangat diperlukan untuk mendukung perkembangan usaha mikro dan kecil dengan berbagai macam usaha yang ada di UMKM pada kabupaten sidoarjo. Dengan demikian menunjukkan bahwa modal aktif dan modal pasif dapat mendukung perkembangan usaha mikro dan kecil di kabupaten sidoarjo. Hal ini menandakan bahwa modal usaha sudah besar dalam mendukung perkembangan usaha mikro dan kecil di kabupaten sidoarjo akan tetapi yang perlu menjadi perhatian berkaitan dengan modal usaha yaitu tentang modal pasif. Kendala yang dihadapi para pelaku usaha dimana modal pasif yang diperoleh dari sumber-sumber modal. Apabila sumber modal yang dibutuhkan tidak tercapai maka pelaku usaha menggunakan modal seadanya yang belum sesuai dengan target modal yang di inginkan. Sedangkan modal aktif yang dimiliki oleh para pelaku usaha sudah mendukung dalam berproduksi, hal ini biaya produksi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha sudah cukup efisien dimana para pengusaha yang memiliki biaya produksi rendah hal ini cukup baik bagi perkembangan usaha mikro dan kecil dimana akan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh.

Dalam perspektif Al-Qur'an, uang tunai adalah modal dan salah satu unsur penting dalam penciptaan, tetapi bukan yang terpenting. Manusia peringkatnya lebih tinggi dari sumber daya alam dan modal dalam sistem ekonomi Islam, dan agar uang terus mengalir, modal harus terus tumbuh. Karena harta tidak dapat menguntungkan orang lain jika modal atau uang berhenti, tetapi jika uang itu diinvestasikan dan digunakan untuk bisnis, maka akan menguntungkan orang lain, termasuk kemampuan menyerap tenaga kerja jika bisnis berjalan. Namun para pelaku UMKM di kabupaten sidoarjo berpendapat bahwa modal merupakan bagian terpenting dalam berwirausaha, padahal dalam Al-Qur'an pandangan sumber daya manusia lebih penting dari pada modal. Kemudian, sebagian besar pelaku UMKM belum mampu menggunakan modal dengan baik, sehingga modal menjadi percuma dan jumlah modal tidak bertambah. Ketika sumber daya manusia mampu mengelola modal secara efektif, maka peluang untuk mengembangkan usaha dapat terwujud, yang merupakan inti dari kewirausahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan ([39] ; [40]) yang menunjukkan bahwa Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM.

4) **Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM**

Hasil pengujian Regresi Linear Berganda variabel Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,005 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM diterima dan mempengaruhi UMKM dalam meningkatkan Perkembangan UMKM. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM Kabupaten Sidoarjo. Hal ini dilihat dari banyaknya produk-produknya yang sudah dipasarkan ke luar daerah. Hal ini tidak terlepas dari kegigihan dari wirausahaan untuk selalu memasarkan produknya baik secara online maupun offline. Untuk menarik pembeli, wirausaha berusaha memberikan label dan membuat kemasan yang menarik sesuai dengan ukuran atau berat yang diminati para konsumen sehingga orang-orang mudah mengingatnya. Strategi pemasaran yang sangat gencar dilakukan saat ini adalah online marketing. Produk-produk yang dihasilkan selalu diupload pada lapak penjualannya, dan terus diperbaharui untuk menarik minat beli konsumen. Hal ini dilakukan mengingat kondisi saat ini, akibat wabah virus Covid-19, pergerakan untuk memasarkan produk secara offline sangat terbatas. Dengan strategi seperti inilah perkembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo terus meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan ([41]) menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM.

IV. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut Akad Murabahah Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM. Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM. Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM. Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Perkembangan UMKM.

Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti diantaranya Penelitian ini merupakan metode survei menggunakan kuesioner tanpa dilengkapi dengan wawancara atau pertanyaan lisan. Data yang dianalisis menggunakan instrument yang berdasarkan presepsi jawaban responden, sehingga hal ini akan menimbulkan masalah bila presepsi jawaban responden berbeda dengan keadaan sesungguhnya. Peneliti Hanya meneliti pada UMKM di kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen Akad Murabahah, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha,

Strategi Pemasaran. Sementara itu, masih banyak variabel lain yang memungkinkan memengaruhi Perkembangan UMKM. Hanya menguji hubungan Independen terhadap dependen.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya:

- 1) Diharapkan untuk penelitian selanjutnya tidak hanya meneliti pada UMKM Kabupaten Sidoarjo tetapi juga dilakukan pada obyek penelitian yang lain.
- 2) Perlu dilakukan wawancara kepada seluruh responden yang memungkinkan dapat untuk dipantau secara langsung dan respon juga bisa bertanya langsung kepada peneliti perihal pertanyaan yang barangkali tidak bisa dipahami yang akhirnya jawaban tiap responden bisa peneliti kendalikan dan kejujuran jawaban mereka bisa terpeoleh
- 3) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang mungkin mempengaruhi Perkembangan UMKM, misalnya pencatatan keuangan, Kualitas Laporan Keuangan, Kualitas Sumber Daya Manusia, Tingkat Pendidikan, Teknologi dan lain sebagainya.
- 4) Peneliti diharapkan menambahkan variabel moderasi maupun mediasi.

Saran Bagi UMKM Kabupaten Sidoarjo:

- 1) Kepada pelaku UMKM disarankan agar terus meningkatkan modal usahanya serta jenis usahanya juga perlu dikembangkan sehingga akan memperoleh keuntungan usaha yang lebih banyak.
- 2) Para pemilik usaha kecil dan menengah di kabupaten sidoarjo yang masih memiliki modal usaha yang rendah hendaknya memiliki strategi dalam memperoleh sumber modal dan jumlah modal yang digunakan untuk menjalankan usaha karena modal usaha berperan untuk mengembangkan usaha yang dijalani. Dan yang masih memiliki tingkat pendidikan yang rendah hendaknya mengikuti berbagai pelatihan untuk dapat dijadikan bekal dalam mengembangkan usaha yang dimiliki.

Saran bagi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo:

Kepada pemerintah agar terus memberikan dukungan terhadap pelaku UMKM di kabupaten sidoarjo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian dalam penelitian ini tidak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari banyak pihak. Terima kasih ini ditujukan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Program Studi Manajemen sebagai tempat peneliti menimba ilmu sehingga sebagai modal dalam melakukan penelitian ini. Tidak lupa juga terima kasih pada pihak-pihak yang memberikan dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini dengan baik.

REFERENSI

- [1] A. Prasetio, *Pengaruh Modal Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Umkm Kecamatan Enggal Kota Bandar Lampung)*. 2023. [Online]. Available: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/Nbk558907/>
- [2] M. Sari, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Bmt Sepakat Tanjung Karat Barat*. 2019.
- [3] P. Syafitri, "Peran Pembiayaan Murabahah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Pada Lkms Mm Sejahtera," *Pap. Knowl. Towar. A Media Hist. Doc.*, Vol. 3, No. 2, P. 6, 2021.
- [4] Anisa Farida Salma, "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Dan Murabahah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) (Studi Pada Bmt Ugt Sidogiri)," No. July, Pp. 1–23, 2020.
- [5] I. A. Chandra, "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Dan Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan Umkm Pada Anggota Bmt Tumang Cabang Cepogo," *Skripsi*, Vol. 10, No. 1, Pp. 54–75, 2020.
- [6] H. Mahendra, *Pengaruh Produk Murabahah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Pada Bmt Fajar Bandar Lampung*, Vol. 53, No. 9. 2020.
- [7] L. Zahara, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya*. 2022.
- [8] S. Saputri, "Pengaruh Pembiayaan Akad Murabahah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan

- Menengah (Umkm) Pada Nasabah Yang Memperoleh Pembiayaan Dari Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Rawamangun.” Pp. 1–80, 2021.
- [9] P. Kotler And G. Armstrong, *Kotler & Armstrong, Principles Of Marketing | Pearson*. 2018.
- [10] H. Mariani, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur,” *Skripsi*, 2018.
- [11] J. M. FoeH, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Gula Jawa Di Desa ...,” *J. Ekon. Bisnis Dan Pendidik.*, Vol. 2, No. 5, Pp. 590–599, 2022, Doi: 10.17977/Um066v2i52022p590-599.
- [12] A. T. N. Anisa And N. H. Mustofa, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening,” *Sketsa Bisnis*, Vol. 8, No. 2, Pp. 82–98, 2021, Doi: 10.35891/JsB.V8i2.2687.
- [13] D. Dofiri, I. Istianah, And R. Muhtadi, “Dampak Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan Umkm Selama Pandemi Covid-19,” *Ar-Ribhu J. Manaj. Dan Keuang. Syariah*, Vol. 2, No. 1, Pp. 1–27, 2021, Doi: 10.55210/Arribhu.V2i1.549.
- [14] D. Ashara, N. Mubyarto, And M. Yunus, “Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Wirausaha Dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Teluk Majelis Kabupaten Tanjung Jabung Timur,” *J. Islam. Financ. Manag.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 32–47, 2021, Doi: 10.30631/Makesya.V1i1.843.
- [15] Y. Triwidatin And Y. P. Hutomo, “Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor,” *J. Multidisiplin Madani*, Vol. 2, No. 10, Pp. 3826–3832, 2022, Doi: 10.55927/Mudima.V2i10.1482.
- [16] N. Nabawi And B. Basuki, “Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm,” *Al-Ulum J. Ilmu Sos. Dan Hum.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 111–120, 2022, Doi: 10.31602/Alsh.V8i1.6837.
- [17] A. Kasim, J. L. D. Bessie, A. B. Messakh, And T. W. Isliko, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Pada Umkm Tenun Ikat Di Kabupaten Sumba Barat Daya, Ntt),” *J. Manag. Small Mediu. Enterp.*, Vol. 16, No. 3, Pp. 665–673, 2023.
- [18] A. Lasoma, S. Sofhian, And Y. Zainuddin, “Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango,” *Finans. J. Sharia Financ. Manag.*, Vol. 2, No. 2, Pp. 45–60, 2021, Doi: 10.15575/Fjsfm.V2i2.13923.
- [19] A. Fitria, D. Anwar, D. Pertiwi, And F. Zuhro, “Perkembangan Umkm Ditinjau Dari Pembiayaan Mudharabah Dan Murabahah,” *Financ. A Res. J. Islam. Financ.*, Vol. 07, No. 02, Pp. 138–152, 2021, [Online]. Available: [Http://jurnal.Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/I-Finance](http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/I-Finance)
- [20] M. A. Dewanti, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Buleleng,” *J. Manaj.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 236–242, 2022, [Online]. Available: [Https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Bisma-Jm/Article/View/44313](https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Bisma-Jm/Article/View/44313)
- [21] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Cv Alfabeta*. 2017.
- [22] J. H. Mustakini, “Metode Penelitian Bisnis. Edisi Ke-6. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.” 2014.
- [23] R. Annisa, “Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Mudharabah Terhadap Perkembangan Umkm Pada Nasabah Bmt Hidayatul Muamalah Baturetno Wonogiri,” *Skripsi*, Pp. 1–14, 2017.
- [24] D. P. Vijaya And M. R. Irwansyah, “Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Startegi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Umkm Di Kecamatan Buleleng Tahun 2017,” *Ekuitas J. Pendidik. Ekon.*, Vol. 5, No. 1, 2017, Doi: 10.23887/Ekuitas.V5i1.15571.
- [25] Kasmir, “Analisi Laporan Keuangan Jakarta Rajawali Persada,” *J. Bus. Bank.*, 2019, Doi: 10.14414/Jbb.V6i2.1299.
- [26] Widowati, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha , Modal Usaha , Strategi Pemasaran , Dan Inovasi Terhadap Perkembangan Umkm,” Pp. 1–12, 2020.
- [27] U. Sekaran And R. Bogie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat*. 2017.
- [28] Sugiyono, “Sugiyono, Metode Penelitian,” *Penelitian*, 2017.
- [29] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [30] S. Syofian, “Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi Spss Versi 17 Ed. 1, Cet. 2. Jakarta: Pt Bumi Aksara.” 2014.
- [31] R. Agus, *Statisk Deskriptif, Yogyakarta, Nuha Medika*. 2017.
- [32] Wahidmurni, “Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif,” Pp. 1–16, 2017.
- [33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [34] A. Asipah And A. Fahrullah, “Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan Umkm Di Kecamatan Ngoro,” *J. Ekon. Islam*, Vol. 3, No. 1, Pp. 175–183, 2020.

- [35] S. Saputri, Azwar, And H. Barry, “Pengaruh Pembiayaan Akad Murabahah Terhadap Perkembangan Umkm Pada Nasabah Yang Memperoleh Pembiayaan Dari Bank Syariah Indonesia Kantor ...,” *Ekon. Dan Bisnis*, Pp. 1–80, 2022, [Online]. Available: [https://Repository.Pnj.Ac.Id/Id/Eprint/5128/%0ahttps://Repository.Pnj.Ac.Id/Id/Eprint/5128/1/Judulpendah uluandanpenutup.Pdf](https://Repository.Pnj.Ac.Id/Id/Eprint/5128/%0ahttps://Repository.Pnj.Ac.Id/Id/Eprint/5128/1/Judulpendah%20uluandanpenutup.Pdf)
- [36] H. Safitri And K. Setiaji, “Pengaruh Modal Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil Di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara,” *Econ. Educ. Anal. J.*, Vol. 7, No. 2, Pp. 792–800, 2018.
- [37] N. F. Istinganah And Widiyanto, “Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Ukm,” *Econ. Educ. Anal. J.*, Vol. 9, No. 2, Pp. 438–455, 2020, Doi: 10.15294/Eeaj.V9i2.39293.
- [38] L. Suryani, T. A. Nengsih, And N. Fusfita, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Modal Usaha Terhadap Perkembangan Gerai Umkm Di Desa Purwodadi Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Tanjung Jabung Barat,” *J. Ris. Manaj. Dan Ekon.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 107–125, 2023, Doi: 10.54066/Prime-Itb.V1i1.92.
- [39] R. L. Hasanah, D. N. Kholifah, And D. P. Alamsyah, “Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Purbalingga,” *Kinerja*, Vol. 17, No. 2, Pp. 305–313, 2020, [Online]. Available: <https://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Kinerja/Article/View/7492>
- [40] D. Rahayu, “Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman),” *J. Pendidik. Dan Ekon.*, Vol. 09, No. 01, Pp. 27–36, 2020.
- [41] I. D. Utama, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Era Digital Di Kota Bandung,” *Equilib. J. Ilm. Ekon. Dan Pembelajarannya*, Vol. 7, No. 1, P. 1, 2019, Doi: 10.25273/Equilibrium.V7i1.3829.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.