

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era pasar bebas di mana situasi pasar yang semakin bersaing serta penuh dengan ketidakpastian, semua pengusaha akan dihadapkan pada persaingan yang cukup ketat. Hal ini mengharuskan pengusaha untuk berpikir kreatif dan inovatif untuk menunjang kelangsungan usahanya agar mampu bersaing dengan produk luar negeri. Indonesia telah dihadapkan pada krisis tahun 1998 yang mengakibatkan usaha-usaha berskala besar harus gulung tikar karena tidak mampu membayar hutang yang melonjak hingga 10 kali lipat, namun tidak dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terbukti mampu bertahan, berkembang serta membangun perekonomian Indonesia ditengah keterpurukan krisis moneter yang melanda dunia.

Di Indonesia, definisi usaha mikro diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk membedakan usaha mikro dengan usaha kecil dan menengah seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta. Sedangkan usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta

hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro dengan usaha kecil dan usaha menengah. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap 1 hingga 5 orang, usaha kecil antara 6 sampai 19 orang, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang.

Perkembangan usaha dalam jurnal Kartika Putri, Ari Pradhanawarti dan Bulan Prabawani (2014) merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen. Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada suatu titik atau puncak menuju kesuksesan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan usaha yang ada, faktor-faktor pengembangan usaha tersebut di antaranya Menurut Januar (2017:5) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap perkembangan usaha, dimana faktor internalnya yaitu permodalan, sumber daya manusia yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil. Faktor eksternalnya terdiri dari iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha dan terbatasnya akses ke pasar. Widiyanto dan Miftahul (2018 :761) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha dan tenaga kerja mempengaruhi keberhasilan suatu usaha.

Menurut Budiarto (2015:17) masalah utama yang dihadapi oleh usaha mikro adalah permodalan, pemasaran, teknologi, dan manajemen. Tambunan (2012:51) mengemukakan bahwa perkembangan usaha dipengaruhi oleh: Modal, strategi pemasaran, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, biaya transportasi, energi

yang tinggi, komunikasi, prosedur administrasi. Selain beberapa faktor di atas pemerintah juga berperan penting dalam pengembangan usaha. Menurut Agustin (2016:572) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa faktor eksternal dalam pengembangan usaha meliputi prosedur perijinan, biaya perijinan, kebijakan pemberdayaan dan pembinaan dari pemerintah. Variabel modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha dalam penelitian ini masuk dalam faktor internal.

Perkembangan usaha mikro menuju usaha kecil dan menengah dapat dilakukan dengan banyak cara diantaranya dengan cara memperoleh dan mengelola modal usaha, menerapkan strategi pemasaran dengan tepat dan dengan cara mengetahui karakteristik wirausaha sehingga dapat terlihat perkembangan usaha mikro. Perkembangan usaha mikro dari waktu ke waktu mengalami perkembangan bagus, para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam. Usaha mikro menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku usaha mikro ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah, menanggulangi kemiskinan dan meningkatkan pendapatan penduduk miskin dengan memperluas kesempatan kerja dan usaha.

Usaha Mikro tergolong usaha marginal, di tandai dengan penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal dan akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung pada pasar lokal. Namun demikian sejumlah kajian di beberapa negara menunjukkan bahwa usaha mikro berperan cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja melalui penciptaan lapangan pekerjaan, menyediakan barang dan jasa dengan harga yang murah, serta mengatasi masalah kemiskinan. Di samping itu, usaha mikro juga adalah komponen utama pengembangan ekonomi lokal, dan berpotensi meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) perempuan dalam keluarga.

Perkembangan usaha mikro sudah tersebar luas mulai dari desa sampai ke kota dan salah satunya adalah Kecamatan Pangaribuan. Pangaribuan adalah

sebuah kecamatan yang terletak di selatan Tapanuli Utara yang dibagi dalam 26 kepala desa. Desa Sigotom merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pangaribuan, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatra Utara. Desa Sigotom merupakan salah satu desa yang belum mengalami perkembangan usaha. Desa sigotom ini dikatakan belum dapat berkembang, hal ini dapat dibuktikan dengan rata rata jumlah tenaga kerja usaha mikro tersebut setiap tahunnya tidak bertambah, jumlah pelanggan yang kurang meningkat dan jumlah penjualan yang kurang meningkat. Di desa Sigotom ini sebagian besar usaha masih tergolong usaha mikro dimana para pelaku usaha belum memiliki izin usaha atau Surat Izin Usaha Perusahaan (SIUP), jenis barang atau komoditi usahanya tidak selalu tetap dimana sewaktu waktu dapat berganti, tempat usahanya tidak selalu menetap, belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun dimana tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha, sumber manusianya belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai, tingkat pendidikan relatif sangat rendah. Terdapat Usaha Mikro yang masih aktif dan yang mereka jalankan seperti usaha kelontong, tenun, penjahit pakaian, fotografer dan photocopy, bengkel sepeda motor, warung kopi, pangkas rambut, jual gordem dan kain, katring, salon, penjual mie dan usaha penjual gorengan dan usaha perorangan lainnya.

Penurunan dan tidak berkembangnya usaha mikro adalah suatu permasalahan klasik. Permasalahan yang sering menjadi hambatan usaha mikro di Desa Sigotom dalam mengembangkan usahanya adalah ketersediannya modal usaha. Rata-rata para pelaku usaha kecil dan menengah tersebut enggan untuk meminjam pada lembaga keuangan seperti bank, koperasi atau pegadaian, hal ini disebabkan mulai dari ketakutan tidak dapat membayar dalam hal bunga pinjaman, serta rumitnya prosedur peminjaman. Hal inilah membuat para pelaku usaha mikro di Desa Sigotom ini hanya memanfaatkan modal yang seadanya saja, biasanya hanya di peroleh dari tabungan yang sudah dikumpulkan bertahun-tahun, menjual ladang atau ternak peliharaan dan walaupun meminjam hanya dari keluarga terdekat yang bersedia membantu. Dengan kondisi ini maka sangat sulit untuk dapat mengembangkan usahanya. Kemudian para pelaku usaha mikro

tersebut cenderung tidak dapat mengelola modalnya dengan baik, hal ini dikarenakan sebagian besar para pelaku usaha mikro tersebut seringkali tidak membedakan mana uang usaha dan uang pribadi sehingga para pelaku usaha mikro tersebut seringkali menggunakan uang usaha untuk keperluan sehari-harinya dan untuk memenuhi keinginannya. Hal inilah yang menyebabkan modal usaha yang dimiliki terbatas dan tidak berkembang.

Dalam perkembangan usaha mikro masalah lain yang sering muncul yaitu strategi dalam pemasaran produknya. Di Desa Sigotom kurangnya pengetahuan dalam menentukan segmen-segmen pasar dimana masih ada sebagian mereka yang gagal dalam menentukan titik penjualan yang tepat, kurangnya jaringan usaha pada usaha mereka, hal ini dibuktikan dengan kebanyakan usaha mikro ini hanya menjual produknya di tempat mereka tinggal saja dan harus menunggu pembeli yang datang ke tempat mereka dulu. Salah satu penyebab dari hal tersebut adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha mikro tersebut, biasanya promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut, keadaan tersebut membuat aspek promosi menjadi tidak efektif. Usaha mikro di Desa Sigotom juga terlalu lambat dalam menyesuaikan perkembangan dunia digital membuat para pelaku usaha sulit untuk mengembangkan usahanya, yang mana mereka melakukan pemasarannya secara konvensional dan belum banyak yang mengenal pasar modern, hal ini lah membuat para pelaku usaha mikro tersebut lambat dan sulit untuk memperluas pangsa pasarnya.

Menghadapi persaingan yang lebih ketat dalam dunia usaha kecil dituntut untuk lebih kreatif dan berkerja keras. Karakteristik wirausaha juga merupakan salah satu masalah yang sering terjadi dalam perkembangan usaha mikro di Desa Sigotom, sebagian besar mereka memiliki tingkat pendidikan yang masih sangat rendah dan rendahnya kreativitas sehingga karakteristik mereka dalam menjalankan usahanya masih belum memenuhi kriteria untuk menjadi sukses. Mereka hanya berfikir untuk mendapatkan keuntungan tapi tidak berfikir untuk mengeluarkan inovasi baru, menciptakan produk baru dan tidak ada keinginan untuk mencoba yang baru sebagai penunjang kelangsungan usahanya. Selain itu, pelaku usaha mikro tersebut cenderung takut untuk mengambil risiko dimana

pelaku usaha kurang berani, takut tampil beda Hal ini berlandaskan ketakutan dalam hal terjadinya produk tidak laku, produk mengalami kerusakan, atau bahkan mengalami kerugian. Para pelaku usaha mikro di Desa Sigotom ini juga masih ada yang tidak memiliki rasa percaya diri yang tinggi dimana mereka masih takut gagal dalam memulai yang baru, mudah putus asa dan selalu merasa bahwa dirinya tidak mampu serta ragu ragu dalam memecahkan masalah. Masih banyaknya juga pelaku usaha yang masih bersikap tidak jujur, tidak disiplin juga kurangnya sikap keramahan, dimana mereka mau mengatakan sesuatu tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya baik dari segi harga yang sangat jauh berbeda dipasaran, ukuran produk yang berbeda dan bagus tidaknya juga suatu produk. Kemudian sebagian dari usaha mikro tersebut tidak memiliki pembukuan keuangan di dalam usahanya, padahal jika ada pembukuan keuangan di dalam suatu usaha dapat mempermudah proses evaluasi usaha dan dapat menilai dari keberhasilan usaha tersebut, Sehingga membuat perkembangan usahanya menjadi terhambat dan susah berkembang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **PENGARUH MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN DAN KARAKTERISTIK WIRUSAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO DI DESA SIGOTOM KECAMATAN PANGARIBUAN.**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh modal usaha terhadap perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara.
2. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara.
3. Bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap perkembangan Usaha Mikro di desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

1.4.1.1 Bagi peneliti

1. Sebagai syarat menyelesaikan studi S1
2. Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan kemampuan dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah di peroleh, khususnya di bidang Usaha Mikro.

1.4.1.2 Bagi pembaca

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan terutama berhubungan dengan modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha mikro.
2. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang bersangkutan guna menjadikan penelitian ini lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya.

1.4.2 Manfaat praktis

Bagi Usaha mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan Tapanuli Utara khususnya dan bagi Usaha Kecil dan Menengah lain pada umumnya, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dalam mengembangkan usaha dan membantu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan serta dapat dijadikan bahan masukan untuk meningkatkan kinerjanya.

BAB 2

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, HIPOTESIS

2.1 Kajian Teori Dasar

2.1.1 Pengertian Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah *tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha* Hendro (2011:512). Sedangkan menurut Permata (2013:3) defenisi perkembangan usaha menurut ahli Brown dan Petrello adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

2.1.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha terus diteliti oleh berbagai pihak guna menemukan solusi yang tepat untuk dapat mengembangkan di berbagai bidang usaha, karena telah kita sadari bahwa perkembangan bidang usaha merupakan penggerak utama pembangunan nasional dan harus ditekankan pada pemberdayaan ekonomi rakyat, salah satunya usaha mikro. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan usaha yang ada, faktor-faktor pengembangan usaha tersebut di antaranya Menurut Januar (2017:5) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pengembangan usaha, dimana faktor internalnya yaitu permodalan, sumber daya manusia yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil. Faktor eksternalnya terdiri dari iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha dan terbatasnya akses ke pasar. Widiyanto dan Miftahul (2018 : 761) dalam penelitiannya mengungkapkan

bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha dan tenaga kerja mempengaruhi keberhasilan suatu usaha.

Menurut Budiarto (2015:17) masalah utama yang dihadapi oleh usaha mikro adalah permodalan, pemasaran, teknologi, dan manajemen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ariani dan Muhammad Nur (2015) untuk mengembangkan usaha pengusaha harus memanfaatkan seluruh kekuatan usaha yaitu mempertahankan kualitas dari bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM. Hal yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha mikro adalah permasalahan pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya promosi, serta dalam permodalan.

Suryana (2014:24) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang wirausaha selalu berprinsip bahwa apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai yang maksimal. Artinya, wirausaha melakukan sesuatu hal secara tidak sembarangan, sekalipun hal tersebut dapat di lakukan oleh orang lain. Wirausaha yang memiliki karakteristik yang baik akan mengelola usahanya dengan baik, sehingga usahanya berjalan dengan baik dan berkembang dengan baik. seorang pebisnis harus memiliki karakteristik wirausaha yang mampu membuat usahanya berkembang dengan baik. Suryana (2014: 22) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha meliputi : penuh percaya diri, memiliki inisiatif, memiliki motor berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan, dan berani mengambil resiko.

Dalam upaya melakukan perkembangan usaha mikro terdapat juga berbagai penghambat dan permasalahan yang terjadi. Tambunan (2012:51) mengemukakan bahwa perkembangan usaha dipengaruhi oleh: Modal , strategi pemasaran, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, biaya transportasi, energi yang tinggi, komunikasi, prosedur administrasi. Selain beberapa faktor di atas pemerintah juga berperan penting dalam pengembangan usaha. Menurut Agustin (2016:572) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa faktor eksternal dalam pengembangan usaha meliputi prosedur perijinan, biaya perijinan, kebijakan

pemberdayaan dan pembinaan dari pemerintah. Faktor- faktor eksternal dalam pengembangan usaha tidak terlepas dari campur tangan pemerintah. kebijakan yang di buat oleh pemerintah terkait pembinaan dan pemberdayaan usaha sangat berperan penting dalam perkembangan usaha.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dari beberapa faktor faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha diatas maka peneliti menjadikannya menjadi variabel yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan yaitu Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan karakteristik wirausaha.

2.1.3 Indikator Perkembangan Usaha

Indikator perkembangan usaha menurut Penelitian Agustina (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa indikator perkembangan usaha terdiri dari:

1. Peningkatan pendapatan

Peningkatan pendapatan adalah kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

2. Peningkatan jumlah pelanggan

Pelanggan adalah setiap orang yang memakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk di perdagangkan. Jadi jumlah pelanggan adalah jumlah pembeli yang membeli dagangan atau jasa yang ditawarkan.

3. Peningkatan kualitas produk

Merupakan suatu pengelolaan kualitas atau mutu produk yang dilaksanakan perusahaan untuk menciptakan produk yang di inginkan oleh konsumen.

4. Peningkatan kualitas SDM.

Usaha yang memiliki kualitas SDM yang baik, maka juga akan berdampak pada performa dan kemajuan usaha.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Usaha Mikro

2.2.1.1 Pengertian Usaha Mikro

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan bahwa usaha mikro adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil hanya mempunyai jumlah tenaga kerja antara 1-5 orang. Sedangkan berdasarkan pasal 1 angka (1) Undang Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah menyebutkan : “Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang Undang ini.”

2.2.1.2 Kriteria usaha Mikro menurut UU No. 9 tahun 1995

Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 100.000.000,- (Seratus Juta Rupiah), Milik Warga Negara Indonesia, Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, Berbentuk usaha orang perseorangan ,badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

2.2.2 Modal Usaha

2.2.2.1 Pengertian Modal Usaha

Faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan bisnis adalah modal. Pengertian Modal usaha Menurut Kasmir (2013:90) adalah modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sedangkan menurut Riyanto (2011:48) besar kecilnya modal sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Modal adalah semua bentuk kekayaan sebagai suatu alat untuk membangun usaha. Modal dapat digunakan dalam keperluan proses produksi atau menghasilkan output dan perlengkapan berwirausaha. Modal dalam

pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan kegiatan bisnis.

2.2.2.2 Indikator Modal Usaha

Dalam jurnal Putri (2014) indikator modal usaha antara lain:

1. Struktur permodalan: modal sendiri dan modal pinjaman

Berdasarkan sumbernya modal dapat dibedakan menjadi modal sendiri dan modal asing (modal pinjaman). Modal sendiri merupakan modal yang berasal dari pemilik usaha, sedangkan modal asing adalah modal yang berasal dari hasil pinjaman atau kredit dari lembaga keuangan yang ada. Semua jenis tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing masing. Modal usaha adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan usaha. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai pendapatan.

2. Pemanfaatan modal tambahan

Pengaturan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya harus dilakukan dengan baik. Gunakan modal tambahan sebagaimana tujuan awal, yaitu untuk mengembangkan usaha. Kebanyakan pebisnis gagal dalam mengelola pinjaman, karna memberikan porsi yang lebih banyak pada belanja konsumtif daripada produktif.

3. Hambatan dalam mengakses modal eksternal

Hambatan untuk memperoleh modal eksternal antara lain: sulitnya persyaratan untuk mendapatkan kredit perbankan bagi usaha mikro seperti kelayakan usaha, rekening 3 bulan harus bagus dan keberadaan agunan serta lamanya berbisnis, serta teknnis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

4. Keadaan usaha setelah menambahkan modal

Modal merupakan suatu bagian terpenting untuk menjalankan suatu usaha. Jumlah modal adalah keseluruhan modal usaha yang digunakan dalam perusahaan. Besar kecilnya modal usaha yang digunakan tergantung besar kecilnya usaha yang akan didirikan. Begitu juga dengan besar kecilnya modal usaha yang dimiliki akan berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha.

2.2.3 Strategi Pemasaran

2.2.3.1 Pengertian Strategi pemasaran

Pengertian strategi pemasaran menurut Assauri (2013:15) adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, kepada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Sedangkan Menurut Alma (2013:195) strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

2.2.3.2 Indikator Strategi Pemasaran

Indikator dalam variabel strategi pemasaran menurut teori Alma (2013:195) adalah:

1. Market segmentation (Segmentasi Pasar)

Disini pengusaha harus menetapkan strategi arah sasaran dari pemasarannya. Apakah sasaran pemasarannya di tunjukkkan kepada seluruh lapisan masyarakat konsumen atau menetapkan segem pasar pada pasar tertentu saja.

2. Market Budget (Anggaran Pasar)

Strategi penetapan jumlah dana untuk kegiatan marketing sangat mempengaruhi keberhasilan pemasaran.pada umumnya bila dana bertambah untuk kegiatan marketing maka maka jumlah penjualan meningkat.

3. Timing (waktu)

Di sini para pengusaha harus menjaga waktu, kapan iya harus mulai melancarkan pemasaran barang barangnya, atau kapan sebuah toko atau restoran harus di buka.

4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Marketing mix berarti bauran pemasaran yaitu kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan marketing agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang

paling memuaskan ada empat elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran ini adalah produk, tempat, harga dan promosi.

1. Produk

Produk itu sendiri merupakan elemen yang sangat penting dalam pemasaran, produk adalah barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

2. Tempat

Tempat atau metode distribusi menjadi semakin penting karena pelanggan semakin mengharapkan layanan dan kenyamanan yang semakin memuaskan. Para wirausaha harus mencari cara yang cerdas untuk mendistribusikan berbagai produk dan jasa mereka serta membuat para pelanggan menjadi semakin nyaman.

3. Harga

Hampir setiap orang setuju bahwa harga produk dan jasa adalah faktor kunci dalam keputusan pembelian. Harga mempengaruhi baik penjualan maupun laba, dan tanpa harga yang benar, penjualan dan laba mendapatkan kesulitan.

4. Promosi

Promosi menyangkut baik periklanan maupun penjualan secara pribadi, tujuannya adalah menginformasikan dan membujuk pelanggan. Iklan menginformasikan manfaat barang atau jasa kepada calon pembeli melalui media massa.

2.2.4 Karakteristik Wirausaha

2.2.4.1 Pengertian Karakteristik Wirausaha

Menurut Kasmir (2013:17) Wirausaha adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki usaha. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia, karakter memiliki pengertian yaitu sifat khas sesuai dengan perwatakan. Jadi Karakteristik wirausaha dapat didefinisikan sebagai hal yang berhubungan dengan ciri khas, perilaku, watak, tabiat, sikap, serta tindakan seseorang untuk

mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha dan sikap dan tindakan seseorang wirausahawan dalam kesehariannya.

2.2.4.4 Indikator Karakteristik Wirausaha

Indikator dalam variabel karakteristik wirausaha menggunakan teori menurut Alma (2013:53) yaitu:

1. Percaya diri

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah dia tidak tergantung pada orang lain dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, objektif dan kritis.

2. Pengambilan risiko

Ciri ciri dan watak seperti ini dibawa kedalam wirausaha yang juga penuh dengan risiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku, dan sebagainya, namun semua tantangan ini harus di hadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang, membuat pertimbangan dari segala macam segi.

3. Kepemimpinan

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing masing individu. Namun sekarang ini, sifat kepemimpinan sudah banyak di pelajari dan di latih. Ini tergantung kepada masing masing individu dan menyesuaikan diri dengan organisasi atau yang dia pinpin. Pemimpin yang baik harus mampu menerima kritik dari bawahan, dia harus bersifat responsif.

4. Keorisinilan

Sifat orisinil ini tentu tidak selalu ada dalam diri seseorang. Yang dimaksud orisinil disini adalah dia tidak hanya mengekor kepada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinil, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu.

5. Berorientasi ke masa depan

Seorang wirausaha haruslah perspektif, mempunyai misi kedepan apa yang hendak dia lakukan dan apa yang hendak dicapai. Sebab sebuah usaha bukan

didirikan untuk sementara, tetapi untuk selamanya. Oleh sebab itu faktor kontinuitasnya harus di jaga dan pandangan harus di tunjukkan jauh ke depan.

6. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk melakukan kombinasi -kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

NO	Judul Penelitian	Penyusun	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Srategi Pemasaran terhadap Perkembangan usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM di Kelurahan Jelmu Kota Jambi.	Desi Nopita Sari(2020)	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat menunjukkan bahwa (1) Pengaruh wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara bersama sama (simultan) Berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Jelmu kota Jambi. (2) Pengaruh wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara Sendiri (parsial) Berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Jelmu kota Jambi.
2	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran	Endang Purwanti (2012)	Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha secara individu dan bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan Strategi Pemasaran secara individu

	Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kaliando Salatiga.		tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan.
3	Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng tahun 2017.	Diota Prameswari Vljaya, M.Rudi Irwansyah (2017)	Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Kecamatan Buleleng.

2.4 Kerangka Berpikir

Menurut Sugyono (2017:89) kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Berdasarkan judul penelitian dan untuk mendekati dalam melakukan analisis dalam penelitian, maka dimuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap Perkembangan Usaha

Menurut Riyanto dalam Purwanti (2012:18) dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal, jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. semakin kuat pondasi

yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun, begitu juga dengan pengaruh modal terhadap sebuah bisnis. Keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sering mengalami terbatasnya modal pada usahanya.

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan, terdapat beberapa jenis modal yaitu modal sendiri dan modal pinjaman. modal pinjaman dapat diperoleh dari lembaga lembaga keuangan lainnya. Modal usaha adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan usaha. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai pendapatan.

Berdasarkan penelitian Sari (2020) menemukan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM, sehingga semakin besar modal usaha pelaku UMKM maka semakin tinggi pula perkembangan usaha UMKM.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha

Menurut Basu Swasta dan Irawan dalam Purwanti (2012:19) pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usahanya dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian di bidang pemasaran. dalam pencapaian tujuan perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Menurut Bennet dalam Purwanti (2012:19) strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Dalam memulai menjalankan suatu usaha perlu adanya rencana strategi pemasaran pendahuluan untuk memperkenalkan produk baru itu ke pasar. Rencana tersebut terdiri dari pertama pemosisian produk, segmen segmen pasar. Bagian kedua melakukan strategi

bauran pemasaran yaitu strategi tentang harga, distribusi, produk, promosi, yang akan dijalankan.

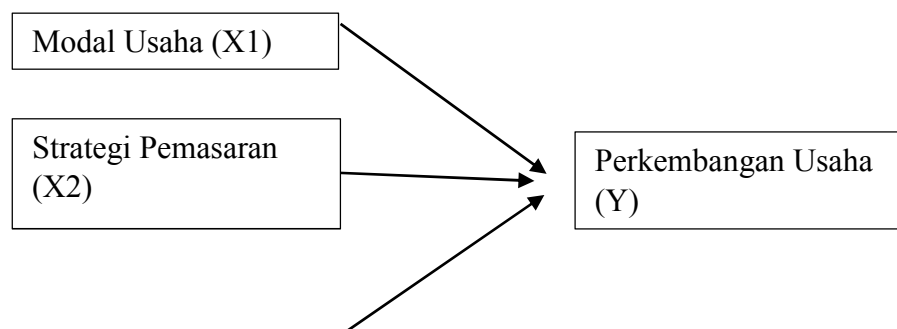
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irwansyah (2017) menemukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha, sehingga semakin besar strategi pemasaran pelaku usaha maka semakin tinggi pula perkembangan usaha.

3. Hubungan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha

Karakter wirausaha merupakan sikap ataupun watak yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Seorang pelaku usaha yang memiliki karakteristik wirausaha yang baik akan mampu menjalankan dan mengembangkan usahanya dengan baik.

Menurut Justin, dkk dalam Purwanti (2012:17) karakteristik wirausaha yaitu kebutuhan akan keberhasilan setiap orang berbeda beda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya. Orang yang memiliki tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah akan merasa puas pada status yang dimiliki, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan keberhasilan yang tinggi, senang bersaing dengan standar keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi atau tugas yang dibebankan padanya. Dorongan untuk keberhasilan tersebut tampak dalam pribadi yang ambisius yang memulai perusahaan barunya dan kemudian berkeinginan untuk mengembangkan usahanya. Banyak wirausaha yang sukses adalah orang yang mempunyai percaya diri yang kuat, berorientasi pada masa depan, berani mengambil resiko dan tingginya kreativitas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri, dkk (2014) menemukan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap pengembangan usaha. artinya apabila karakteristik kewirausahaan semakin baik maka perkembangan usaha juga akan baik.



Karakteristik Kewirausahaan (X3)

Gambar 2.1 Model Konseptual Kerangka pemikiran

2.5 Hipotesis

Menurut Sugyono (2017:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel modal usaha terhadap perkembangan Usaha Mikro
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel karakteristik wirausaha terhadap perkembangan Usaha Mikro.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, penggunaan data, menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Sugiyono (2017:13).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan, Kabupaten Tapanuli Utara. Waktu penelitian ini berlangsung sejak bulan Oktober 2020 sampai dengan direncanakan bulan April 2021.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pemilik usaha mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan yaitu sebanyak 96 pelaku usaha.

Tabel 3.1

Data Pelaku Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan

No	Nama Lengkap	Alamat Tempat Tinggal	Bidang Usaha
1	Jainal Hermato Tambunan	Lumban Gareja	Bengkel Sepeda Motor
2	Tonggo Pasaribu	Lumban Nainggolan	Bertenun
3	Kasmer Tambunan	Lumban Nahornop	Kedai Kopi

4	Maria Kartika Manurung	Lumban Holbung	Menjahit
5	M erri Gultom	Lumban Ninggilan	Salon
6	Hasiholan Tambunan	Lumban Ninggilan	Kelontong
7	Herwin Tambunan	Huta Gonting	Percetakan
8	Sontaria Baruara	Onan Sigotom	Warung Misop
9	Mastiur Gultom	Aek Masarsar	Menjahit
10	Eslina Tarihoran	Aek Masarsar	Kelontong
11	Ester Dewi Megawati Sinambela	Godung Borotan	Menjahit
12	Muksin Tambunan	Lumban Baringin	Penjual Tuak
13	Rugun Tiurmauli Nainggolan	Huta Gonting	Penjual Kain
14	Surti Nainggolan	Lumban Sitarindak	Kelontong
15	Marihotdi Tambunan	Godung Borotan	Kelontong
16	Jefferoson Tambunan	Godung Borotan	Kelontong
17	Muarasali Tambunan	Godung Borotan	Kedai Kopi
18	Saut Tambunan	Godung Borotan	Kelontong
19	Rony Tambunan	Godung Borotan	Kedai Kopi
20	Rusmina Nainggolan	Godung Borotan	Kelontong
21	Herlina Tambunan	Godung Borotan	Jualan Mie dan Gorengan
22	Suriati Tambunan	Lumban Baringin	Kelontong
23	Maringan Tambunan	Lumban Tonga- tonga 2	Menjahit
24	Raippun Tambunan	Godung Borotan	Kedai Kopi
25	Sikson Lumbantobing	Godung Borotan	Papan Bunga
26	Roselina Aritonang	Godung Borotan	Pedagang Kue
27	Usman Nainggolan	Godung Borotan	Usaha Kemenyan
28	Frengky Tambunan	Godung Borotan	Menjahit
29	Jhon Daslan Tarihoran	Lumban Tarihoran	Kedai Kopi
30	Asler Nainggilan	Lumban Nainggolan	Penampung

			Kemenyan
31	Dewani Simatupang	Huta Dolok Sigotom Parratusan	Penjahit Pakaian
32	Humuntal Tambunan	Huta Lobu Sigotom Parratusan	Kelontong
33	Parlindungan Simamora	Lumban Simamora Sigotom Parratusan	Kelontong
34	Tiurma Tammbunan	Lumban Simamora Sigotom Parratusan	Penjual Mie / Goreng
35	dewi Sartika Simatupang	Banjar Godang Sigotom Parratusan	Shooting Vidio dan Photocopy
36	Riana Panjaitan	Banjar Godang Sigotom Parratusan	Kelontong
37	Karya Tambunan	Banjar Godang Sigotom Parratusan	Salon
38	Nursintan Panjaitan	Banjar Godang	Kelontong
39	Dahlan Sumetro Tambunan	Banjar Godang Sigotom Parratusan	Kelontong
40	Sintauli Gultom	Banjar Godang Sigotom Parratusan	Penjual Mie / Goreng
41	Daniel Tambunan	Dolok Aek Nabidang Sigotom Parratusan	Bengkel Sepeda Motor
42	Esdelina Tambunan	Huta Godang Sigotom Parratusan	Penjual Popcron / Sendor
43	Candra Tambunan	Huta Godang Sigotom Parratusan	Kelontong
44	Imran Tambunan	Huta Godang Sigotom Parratusan	Penjual Syuran
45	Albiner Tambunan	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Kelontong

46	Adi Rikki Simamora	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Salon
47	Sinta Tambunan	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Warung Kopi
48	Junias Tambunan	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Kelontong
49	Hatorangan Tambunan	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Penjual Mie / Goreng
50	Tiurli Silitonga	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Penjual Mie / Goreng
51	Bangbang Jacmiko	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Katering
52	Delvi Tambunan	Huta Lobu Sigotom Parratusan	Jual Gorden/ Kain
53	Dediwan Simamora	Lumban Simamora Sigotom Parratusan	Pangkas Rambut
54	Elisar Tambunan	Lumban Parratusan Sigotom Parratusan	Bengkel Sepeda Motor
55	Jagar Tambunan	Banjar Godang Sigotom Parratusan	Warung Kopi
56	Edi Marudut Tua Tambunan	Huta Lobu Sigotom Parratusan	Kelontong
57	Pranto Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Kedi Kopi/ Kelontong
58	Parto Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Mesin/ Kilang Padi
59	Elcas Evendi Limbong	Sigotom Dolok Nauli	Musik
60	Mariduk H Pasaribu	Sigotom Dolok Nauli	Pengumpul Hasil Tani/ Supir
61	Roslida Panjaitan	Sigotom Dolok Nauli	Kedi Kopi/ Kelontong

62	Rengson Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Kedi Kopi/ Kelontong
63	Sutarman S Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Kedi Kopi/ Kelontong
64	Karman Cipto Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Tambal ban/ Bengkel
65	Jhonhawer Sae Sarjana Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Tenun/ Penjahit
66	Alfred Ladimer Limbong	Sigotom Dolok Nauli	Keliling Sayur
67	Derit Tambunan	Sigotom Dolok Nauli	Warung Misop
68	Marduana Simatupang	Sigotom Dolok Nauli	Keliling Sayur
69	Febe Atalia Tambunan	Sigotom Julu	Febe Bakery
70	Parhehean Simanjuntak	Sigotom Julu	Bengkel Sepeda Motor
71	Ida Nurhayati	Sigotom Julu	Reparasi Jok Mobil
72	Novita sari	Sigotom Julu	Warung Kopi
73	Romaito Siahaan	Sigotom Julu	Tenun Ulos
74	Hot mangalusi P	Sigotom Julu	Kilang Padi
75	Meriani Hutagalung	Sigotom Julu	Warung
76	Surti Nurmaida Gultom	Sigotom Julu	Misop
77	Foni muluke	Sigotom Julu	Misop,warung
78	Monika Silitonga	Sigotom Julu	Tenun Ulos
79	Demani Tambunan	Sigotom Julu	Ani Taylor
80	Anggiat Tambunan	Sigotom Julu	Kedi Kopi/Tuak
81	Estiner Pakpahan	Sigotom Julu	Jual beli hasil tanaman palawija
82	Metaria Simanjuntak	Sigotom Julu	Jual beli hasil tanaman palawija
83	Ngesti Rahayu	Sigotom Julu	Penjahit Rahayu
84	Siti mawar Simanjuntak	Sigotom Julu	Warung

85	Minggu Tambunan	Sigotom Julu	Kilang Padi
86	Rinto Tambunan	Sigotom Julu	Kilang Padi
87	Renalson Tambunan	Sigotom Timur	Vidio
84	Rosmauli Silitonga	Sigotom Timur	Menjahit
89	Jhon Harlen Tambunan	Sigotom Timur	Tenun
90	Well Anre Simanjuntak	Sigotom Timur	Musik
91	Sarna Uli Simanjuntak	Sigotom Timur	Kelontong
92	Hendri Yusnando Gultom	Sigotom Timur	Usaha Aren
93	Mangappu Nainggolan	Sigotom Timur	Ternak Ayam
94	Gunawan Tambunan	Sigotom Timur	Warung Kopi
95	Aguss Pardamean Tambunan	Sigotom Timur	Kelontong
96	Desi B Tambunan	Sigotom Timur	Pengepul Jeruk

Sumber : Kantor kepala Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan 2020

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang di harapkan dapat mewakili populasi penelitian. Pada penelitian ini penulis melakukan teknik penarikan sampel secara nonprobabilitas dengan metode sampel jenuh dimana pengambilan sampel tidak terlepas dari semua anggota populasi. Jadi yang di jadikan sampel yaitu seluruh pelaku usaha mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan yang berjumlah 96 pelaku usaha.

3.4 Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis *Non Probability Sampling*.

Teknik *Non Probability Sampling* yang dipilih yaitu dengan Sampling Jenuh yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi di jadikan sebagai sampel. Dalam penelitian ini sampel yang akan di ambil adalah seluruh pelaku usaha mikro di desa Sigotom kecamatan Pangaribuan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan menjadi sampel.

3.5 Jenis Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1 Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner berupa persepsi yang berhubungan dengan modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

3.5.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencangkup data jumlah usaha mikro di desa Sigotom yang diperoleh dari Kantor kepala desa Sigotom..

3.6 Metode Pengambilan Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner yang di tunjukkan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya mengenai modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

3.7 Identifikasi dan Defenisi Operasional Variabel

3.7.1 Identifikasi Variabel

Identifikasi yang terdapat dalam suatu penelitian berfungsi untuk menentukan alat pengumpul data dan teknik analisis data. Variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bebas (Variabel Independen)

Dalam penelitian variabel bebas yang berfungsi sebagai variabel pengaruh adalah “Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Karakteristik wirausaha”.

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen) Dalam penelitian ini yang variabel terikat adalah “Perkembangan Usaha Mikro”.

3.7.2 Defenisi Operasional

Defenisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Defenisi operasional penelitian ini adalah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Ukuran
Modal Usaha (X1)	Modal adalah semua bentuk kekayaan sebagai suatu alat untuk membangun usaha.	1) Sumber Modal 2) Jumlah modal 3) Menggunakan modal dengan baik	Skala Likert
Strategi Pemasaran (X2)	Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.	1) <i>Timing</i> 2) Anggaran Pemasaran 3) Bauran pemasaran	Skala Likert
Karakteristik wirausaha (X3)	Karakteristik wirausaha dapat didefinisikan sebagai hal yang berhubungan dengan ciri khas, perilaku, watak, tabiat, sikap, serta tindakan seseorang untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha dan sikap dan tindakan seseorang wirausahawan	1) Percaya diri 2) Pengambilan resiko 3) Berorientasi ke masa depan 4) Kreativitas	Skala Likert

	dalam kesehariannya.		
Perkembangan Usaha (Y)	Perkembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, yang mana Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.	1) Peningkatan pendapatan 2) Peningkatan jumlah pelanggan 3) Peningkatan kualitas produk 4) Peningkatan kualitas SDM	Skala Likert

3.8 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert sebagai alat mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji pada setiap jawaban akan di berikan skor. Skor yang diberikan adalah.

Tabel 3.2

No	Pernyataan	Skor
----	------------	------

1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Skala
Likert**
**Sumber:
Diolah Penulis(
2021)**

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis kuantitatif

3.9.1.1 Uji Validitas

Ghozali (2016:53) menjelaskan uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Jika nilai *pearson correlation* lebih besar daripada nilai pembanding berupa r-ktitis, maka item tersebut valid. Atau jika nilai Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 berarti item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95%.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47) mengatakan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kusioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki Cronbach Alpha >0,60.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan multikolinearitas.

3.9.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:147) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal. Untuk menguji normalitas penelitian ini menggunakan Grafik Normality Probability Plot metode untuk menguji normalitas adalah dengan melihat normal probability plot. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi kumulatif data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal (hypothetical distribution). Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan

plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal probability plot adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut teori Ghazali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain. Dasar analisis heteroskedastisitas, yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.2.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Gozali (2016) pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya, ketika koefisien di uji, t- hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antar variabel independen yang di pengaruhi dengan variabel dependen. Untuk menemukan terdapat atau tdaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation faktor (VIF). Kriteria yang digunakan adalah

1. Tidak terjadi multikolinearitas dengan VIF lebih kecil dari 10,00
2. Terjadi multikolinearitas bila nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00

3.9.3 Uji Hipotesis Penelitian

3.9.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui dan memprediksi apakah variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dan seberapa besar pengaruhnya ketiga variabel bebas terhadap variabel terkait (Y) pada penelitian ini.

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

Dimana:

Y = Perkembangan Usaha

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien masing masing faktor

x₁ = Modal Usaha

x₂ = Strategi Pemasaran

x₃ = Karakteristik Wirausaha

e = Standard error

3.9.3.2 Uji Parsial (t)

Analisis ini juga untuk menjawab uji hipotesis secara parsial atau uji-t. Uji-t digunakan untuk mengetahui signifikan dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Signifikan pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} , apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat (Ghozali 2016).

Rumusan Hipotesis :

1. Modal Usaha

$H_0 : b_1 \neq 0$: artinya modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

$H_1 : b_1 = 0$: artinya modal usaha berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

2. Strategi Pemasaran

$H_0 : b_1 \neq 0$: artinya strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

$H_2 : b_2 = 0$: artinya strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

3. Karakteristik wirausaha

$H_0 : b_1 \neq 0$: artinya karakteristik wirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

$H_3 : b_3 = 0$: artinya karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

Kriteria pengambilan Keputusan :

1. Jika signifikan $> \alpha = 0.05$ dimana α merupakan besarnya kesalahan yang ditolerir didalam pengambilan keputusan maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika signifikan $< \alpha = 0.05$ dimana α merupakan besarnya kesalahan yang ditolerir didalam pengambilan keputusan maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9.3.3 Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui Variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Gozali 2016). Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0,05$)

Rumusan Hipotesis :

1. $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$: berarti secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.
2. $H_1 : b_1, b_2 = 0$: berarti secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sigotom Kecamatan Pangaribuan.

Kriteria pengambilan Keputusan :

Apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya, bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan, artinya secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Menurut Ghozali (2016:95) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi-variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan baik secara parsial maupun secara bersama-sama yang menyatakan besarnya keterandalan model yang digunakan, yaitu digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas (X_i) memberikan kontribusi pengaruh pada variabel terikat (Y_i) dari persamaan regresi yang diperoleh. Besarnya nilai koefisien determinasi berkisar $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati 1 merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya pengaruh perubahan variabel-variabel X terhadap perubahan variabel Y