

PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN SUMBAWA

Muhamad Ega Sujamiat¹ dan Serli Oktapiani^{1*}

¹Manajemen, FEB, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Corresponding author: serli.oktapiani@uts.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Populasi dari penelitian ini yaitu para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Metode pengambilan sampel menggunakan Rumus Slovin sehingga diperoleh dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian pada Uji T menyatakan bahwa variabel karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa, variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa, variabel strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa.

Kata Kunci : karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran, dan perkembangan usaha.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of entrepreneurial characteristics, business capital, and marketing strategies on business development in SME in Sumbawa Regency. The method used in this research is quantitative. The population of this research is SME actors in Sumbawa Regency. The sampling method used the Slovin Formula so that a sample size of 100 respondents was obtained. The research results based on the T Test results state that entrepreneurial characteristic variables influence business development in SME in Sumbawa Regency, The business capital variable has no effect on business development among SME actors in Sumbawa Regency, Marketing strategy variables have no effect on business development among SME actors in Sumbawa Regency.

Keywords : entrepreneurial characteristics, business capital, marketing strategies, and business development

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, yang membantu perekonomian masyarakat karena sangat bermanfaat bagi para pemilik pengusaha. Untuk meminimalisir pengangguran yang ada di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha secara perorangan, rumah tangga, ataupun badan usaha bersekala kecil. UMKM bisa memenuhi kebutuhan masyarakat secara tepat karena dengan masyarakat dan di jalankan oleh masyarakat sendiri, setiap usaha dapat memenuhi berbagai kebutuhan atau berbagai permintaan mereka. Menurut (Arista, 2023) UMKM adalah sebuah unit usaha yang di kelola oleh kelompok masyarakat atau keluarga yang kebanyakan pelaku bisnisnya adalah orang Indonesia.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperindag di Kabupaten Sumbawa bahwa jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Sumbawa pada tahun 2016 – 2021 sebanyak 16.546 UMKM dan mengalami peningkatan pada tahun 2022 menjadi sebanyak 17.155 UMKM. Jumlah tersebut tersebar di 20 Kecamatan yang ada di Kabupaten Sumbawa di antaranya Kecamatan Empang, Kecamatan Plampang, Kecamatan Lape/Lopok, Kecamatan Moyo Hilir, Kecamatan Moyo Hulu, Kecamatan Ropang, Kecamatan Sumbawa, Kecamatan Batu Lanteh, Kecamatan Utan Rhee, Kecamatan Alas Barat, Kecamatan Labangka, Kecamatan Labuhan Badas, Kecamatan Tarano, Kecamatan Maronge, Kecamatan Unter Iwes, Kecamatan Rhee, Kecamatan Buer, Kecamatan Moyo Utara. Beberapa contoh usaha UMKM yang banyak digeluti yaitu usaha kuliner, usaha sembako, usaha elektronik, usaha konter, usaha fasion, usaha apotik, usaha barbershop, usaha property, usaha furniture, kosmetik, dan lain-lain.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil Menengah adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang memiliki kriteria tertentu. UMKM dapat berarti bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil.

Karakteristik wirausaha

Karakteristik wirausaha yaitu ilmu yang mengkaji kemampuan dan perilaku seseorang untuk menghadapi tantangan usaha (Hastuti dkk, 2020). Jika ingin mendapat keberhasilan usaha yang dimiliki, para pemilik usaha harus memiliki sifat dari karakteristik wirausaha.

Modal usaha

Modal adalah peralatan atau berupa barang-barang yang digunakan untuk menjalankan proses produksi (Fauzi, 2020). Modal merupakan salah satu aspek penting yang digunakan untuk kelangsungan proses produksi suatu usaha (Herawaty dan Yustien, 2019).

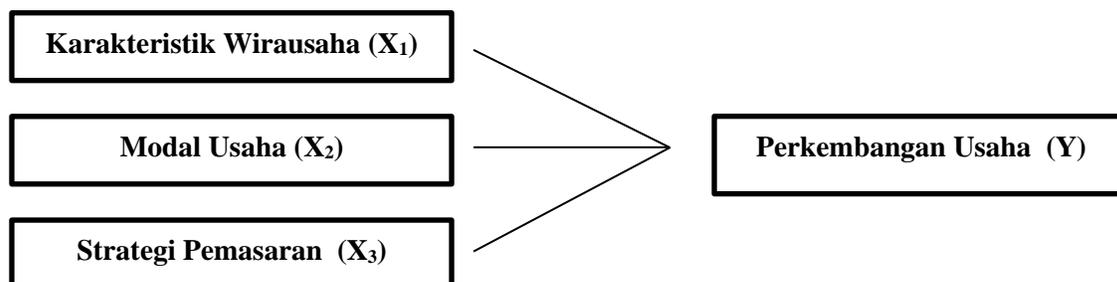
Strategi pemasaran

Menurut (Aminah, 2020) strategi adalah suatu rencana atau rancangan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari suatu usaha. Strategi merupakan suatu cara untuk memenangkan persaingan, tidak melakukan kebohongan atau penipuan, dan tidak menyinggung pihak lain.

Perkembangan usaha

Perkembangan UMKM adalah suatu alur untuk mengembangkan kondisi UMKM menjadi lebih baik lagi, yang pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mencapai perubahan dari yang awalnya kecil hingga menjadi besar (Zahara 2022).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 kerangka pemikiran

Hipotesis

H1 = Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha

H2 = Modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha

H3 = Strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha

2. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 17.155 unit dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 UMKM yang ada di Kabupaten Sumbawa. Sampel tersebut di dapatkan dari rumus slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara offline kepada sampel penelitian. Kuesioner yang di sebarkan berupa daftar pertanyaan yang berkaitan sesuai obyek yang diteliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model regresi linear berganda.

3. Definisi operasional

Definisi operasional adalah definisi yang dikasih kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasionalisasi yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu. Dalam penelitian dijelaskan masing-masing definisi operasional variable independen (x) dan variable dependen (y).

Adapun variable yang digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Variable dependen (y)

Variabel bergantung (Dependen) sebagai perubahan variabel yang satu berdampak atau menyebabkan perubahan variabel yang lain, maka variabel yang berdampak atau variabel yang disebabkan merupakan variabel tidak lepas atau bergantung. Variabel bergantung (Dependen) pada penelitian ini yaitu Perkembangan Usaha (Y).

Adapun indicator perkembangan Usaha diantaranya :

- a. Jumlah Pendapatan
- b. Pertumbuhan Pelanggan
- c. Peningkatan Omzet Penjualan
- d. Perkembangan Produksi
- e. Pertumbuhan Tenaga Kerja

2. Variable independen (x)

Variabel Independen (Variabel bebas) merupakan variabel yang berdampak variabel dependen atau variabel terikat. Menurut (Sugiyono, 2019) variable independen adalah variabel-variabel yang berdampak atau yang menjadi akibat terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini ada 3 variabel bebas yaitu :

1). Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha yaitu ilmu yang bisa dipergunakan perilaku seseorang untuk menghadapi setiap masalah pada usaha. Indikator dari karakteristik wirausaha yaitu :

- a. Percaya diri

- b. Inisiatif
- c. Motivasi Prestasi
- d. Kepemimpinan
- e. Berani mengambil resiko

2). Modal Usaha

Modal usaha adalah alat yang dipakai untuk melakukan usaha. Modal juga dapat didefinisikan secara fisik. Secara fisik modal adalah sesuatu yang tidak lepas dari faktor produksi yang diartikan sebagai peralatan-peralatan produksi, kendaraan serta bangunan. Indicator modal usaha yaitu :

- a. Modal syarat untuk usaha
- b. Pemanfaatan modal tambahan
- c. Besar modal
- d. Hambatan sumber modal eksternal

3). Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah langkah-langkah yang dilalui perusahaan untuk mewujudkan tujuan, sasaran yang sudah ditentukan dengan cara menjaga dan mengusahakan adanya pencapaian berbagai tujuan yang ingin diraih, skill yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya. Indicator strategi pemasaran yaitu :

- a. Produk
- b. Harga
- c. Promosi
- d. Tempat
- e. Manusia
- f. Sarana fisik
- g. Proses

4. Waktu dan Tempat

Tempat penelitian adalah tempat yang dipakai untuk melakukan sebuah penelitian. Penetapan lokasi penelitian merupakan langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian, karena dengan diwajibkannya lokasi penelitian berarti lokasi dan tujuan sudah dituju sehingga membuat kemudahan penulis dalam melakukan penelitian. Tempat penelitian dapat dijalankan di wilayah tertentu atau suatu lembaga tertentu dalam masyarakat. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sumbawa.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Deskriptif

1. Karakteristik Wirausaha

Tabel 1. hasil jawaban responden terhadap karakteristik wirausaha

Kode	Item Pernyataan	Mean
X1.1	Saya yakin mampu mengembangkan usaha yang saya jalani	2.8
X1.2	Saya percaya diri dapat menjalankan usaha	2.6

X1.3	Saya mandiri dalam menjalankan tugas-tugas yang ada	2.61
X1.4	Saya memiliki inisiatif dalam mengembangkan usaha yang saya jalani	2.68
X1.5	Saya memiliki target untuk mengembangkan usaha saya agar lebih maju	2.56
X1.6	Saya mempunyai keinginan (motivasi) yang kuat untuk meningkatkan penjualan usaha	2.71
X1.7	Saya selalu bekerja keras dengan memperbaiki produk sesuai dengan konsep yang di bentuk, bekerja tidak melihat tempat dan waktu selagi menguntungkan untuk perkembangan usaha saya	2.71
X1.8	Saya bisa mengatur tugas karyawan sesuai dengan kemampuan	2.73
X1.9	Saya menerima saran dan kritik dari karyawan maupun pelanggan	2.76
X1.10	Saya memperbaiki kualitas dan penampilan produk saya agar lebih menarik	2.8
X1.11	Ketika penghasilan/pendapatan menurun saya akan berusaha lebih keras	2.72
X1.12	Saya selalu bertanggung jawab atas usaha yang saya jalankan saat ini	2.76

Berdasarkan tabel di atas (rata-rata jawaban responden pada variabel karakteristik wirausaha) dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel karakteristik wirausaha memiliki rata-rata paling tinggi dilihat dari rata-rata pernyataan X1.1 (Saya yakin mampu mengembangkan usaha yang saya jalani) yaitu 2.8 hal ini disebabkan karena para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa kebanyakan memiliki keyakinan mampu mengembangkan usahanya. Dalam hal ini para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa memiliki keyakinan dan merasa mampu bahwa usahanya akan berkembang.

2. Modal Usaha

Table 2. hasil jawaban responden terhadap modal usaha

Kode	Item Pernyataan	Mean
X2.1	Saya menggunakan modal pribadi	2.91
X2.2	Modal usaha yang saya miliki hanya digunakan untuk keperluan usaha	2.92
X2.3	Modal pinjaman usaha yang diberikan sangat bermanfaat untuk mengembangkan usaha saya	2.96
X2.4	Modal yang dipergunakan sangat bermanfaat untuk perkembangan usaha	2.94
X2.5	Setelah mendapatkan modal tambahan maka usaha saya akan lebih	3.01

	berkembang	
X2.6	Semakin besar modal yang saya gunakan, maka laba yang saya dapatkan akan semakin besar	3.01
X2.7	Semakin besar modal usaha, semakin banyak barang dagangan saya	2.92
X2.8	Persyaratan yang diajukan oleh pihak pemberi pinjaman menjadi hambatan untuk mendapatkan modal tambahan	2.94
X2.9	Saya menerima modal usaha pinjaman sesuai dengan kebutuhan usaha	2.9

Berdasarkan tabel di atas (rata-rata jawaban responden pada variabel modal usaha) dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel modal usaha memiliki rata-rata paling tinggi dilihat dari rata-rata pernyataan X2.5 (Setelah mendapatkan modal tambahan maka usaha saya akan lebih berkembang) yaitu 3.01 hal ini disebabkan karena para responden kebanyakan memiliki anggapan bahwa setelah mereka mendapatkan modal tambahan maka usahanya akan mengalami perkembangan. Dalam hal ini para responden kebanyakan merasa bahwa modal tambahan yang membuat usahanya bisa mengalami sebuah perkembangan di usahanya tersebut.

3. Strategi Pemasaran

Table 3. jawaban responden terhadap Strategi Pemasaran

Kode	Item Pernyataan	Mean
X3.1	Produk yang kami buat sesuai keinginan pasar dan pelanggan	2.99
X3.2	Kami senantiasa memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen	2.89
X3.3	Harga yang ditetapkan berdasarkan keterjangkauan daya beli pelanggan	2.82
X3.4	Harga yang sudah di tetapkan dapat diubah berdasarkan kondisi pasar atau aturan baru pemerintah	3.06
X3.5	Saya mengiklankan produk usaha saya menggunakan social media	2.9
X3.6	Saya memanfaatkan internet dan social media untuk promosi dan penjualan produk saya	2.88
X3.7	Tempat usaha saya sangat strategis untuk kendaraan roda 4	2.95
X3.8	Tempat UMKM sangat strategis dalam pengembangan UMKM itu sendiri	2.89

X3.9	Pelanggan sangat puas terhadap pelayanan yang kami berikan	2.95
X3.10	Saya cepat merespon pelanggan yang datang	2.98
X3.11	Saya selalu menjaga kebersihan lingkungan di sekitar tempat usaha saya	2.94
X3.12	Lokasi usaha saya sangat baik dan strategis	2.94
X3.13	Saya mencatat rencana yang akan saya lakukan dalam menjalankan usaha	2.99
X3.14	Pembuatan/penyediaan produk usaha kami memerlukan waktu yang singkat	2.8

Berdasarkan tabel di atas (rata-rata jawaban responden pada variabel strategi pemasaran) dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel strategi pemasaran memiliki rata-rata paling tinggi dilihat dari rata-rata pernyataan X3.4 (Harga yang sudah di tetapkan dapat diubah berdasarkan kondisi pasar atau aturan baru pemerintah) yaitu 3.06 hal ini disebabkan karena para responden kebanyakan setuju bahwa harga yang sudah di tetapkan bisa diubah berdasarkan kondisi yang ada pasar atau aturan baru pemerintah. Dalam hal ini para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa kebanyakan memiliki jawaban yang sama terhadap harga yang bisa di ubah sesuai dengan kondisi pasar dan aturan baru pemerintah serta membuat perubahan pada harga produknya

4. Perkembangan Usaha

Table 4. jawaban responden terhadap Perkembangan Usaha

Kode	Item Pernyataan	Mean
Y.1	Jumlah pendapatan terus mengalami peningkatan setiap bulannya	2.98
Y.2	Pendapatan penjualan UMKM yang diusahakan terus naik	3.04
Y.3	Hingga saat ini jumlah pelanggan yang memanfaatkan produk UMKM semakin naik	3.01
Y.4	Saya selalu berusaha menciptakan kepuasan pelanggan melalui produk dan layanan yang di sediakan	3.02
Y.5	Saya selalu menargetkan omset penjualan untuk usaha saya	2.99
Y.6	Pendapatan omset penjualan dari usaha saya meningkat setiap bulannya	3.01
Y.7	Jumlah Produksi UMKM cenderung mengalami perkembangan	3.00
Y.8	Saya terus berusaha untuk meningkatkan hasil produksi	3.01

	dengan meningkatkan jumlah produksi	
Y.9	Tenaga kerja UMKM terus mengalami kenaikan	2.94
Y.10	Tenaga kerja yang saya miliki jumlahnya mencukupi untuk membantu saya mengolah produk	3.12
Y.11	Tenaga kerja yang saya miliki mempunyai skill yang sangat baik	2.89

Berdasarkan tabel di atas (rata-rata jawaban responden pada variabel perkembangan usaha) dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel perkembangan usaha memiliki rata-rata paling tinggi dilihat dari rata-rata pernyataan Y.10 (Tenaga kerja yang saya miliki jumlahnya mencukupi untuk membantu saya mengolah produk) yaitu 3.12 hal ini disebabkan karena para responden memiliki tenaga kerja yang cukup untuk mengelola usahanya dan tidak memaksakan untuk menambah tenaga kerja baru untuk bekerja serta membantu mengelola usahanya. Dalam hal ini para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa memiliki tenaga kerja yang sesuai keinginan dan kapasitas dari kemampuan usahanya dan membuat usahanya cukup baik.

4. PEMBAHASAN

Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian pada Uji T, variabel Karakteristik Wirausaha diperoleh hasil nilai Thitung sebesar 22.113 > Ttabel sebesar 1.984 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0,05 maka dapat dikatakan Karakteristik Wirausaha berpengaruh Positif terhadap Perkembangan Usaha Pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini dikarenakan pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa banyak yang mengetahui dan memiliki karakteristik wirausaha yang sesuai dengan ketentuannya sehingga membuat usaha yang dijalankan berkembang/berhasil. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zahara, 2022) & (Purba dan Novita 2021) yang menyatakan bahwa Karakteristik Wirausaha berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha.

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Perkembangan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian pada Uji T, variabel Modal Usaha diperoleh hasil Thitung sebesar 0.934 < Ttabel sebesar 1.984 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.352 > 0,05 maka dapat dikatakan Modal Usaha berpengaruh Negatif terhadap Perkembangan Usaha Pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa sehingga hipotesis kedua ditolak. Modal Usaha dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Hal ini terjadi karena modal usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa cenderung kebanyakan baik digunakan tetapi para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa tidak menganggap modal usaha itu sendiri berpengaruh terhadap perkembangan usahanya melainkan factor lain seperti pendapatan yang besar yang berpengaruh untuk perkembangan usahanya. Sehingga tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Anisa & Mustofa 2021), yang menyatakan bahwa Modal Usaha tidak berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha.

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian pada Uji T, variabel Strategi Pemasaran diperoleh hasil Thitung sebesar $1.872 < T_{tabel}$ sebesar 1.984 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.064 > 0,05$ maka dapat dikatakan Strategi Pemasaran berpengaruh Negatif terhadap Perkembangan Usaha Pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa sehingga hipotesis ketiga ditolak. Strategi Pemasaran dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa, Artinya Para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa kebanyakan menganggap bahwa Strategi Pemasaran masih kurang digunakan atau kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran tersebut sehingga membuat usaha yang dijalankan kurang berkembang/berhasil. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pamungkas & Hidayatulloh, 2021), yang menyatakan bahwa Strategi Pemasaran tidak berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha.

5. KESIMPULAN

1. Karakteristik wirausaha terdapat pengaruh terhadap perkembangan usaha pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Artinya Para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa menganggap bahwa Karakteristik wirausaha yang dimiliki mempengaruhi dengan Perkembangan Usaha.
2. Modal Usaha tidak terdapat pengaruh terhadap perkembangan usaha pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Artinya Para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa tidak menganggap bahwa modal usaha yang selama ini digunakannya tidak terkait dengan Perkembangan Usaha.
3. Strategi Pemasaran tidak terdapat pengaruh terhadap perkembangan usaha pada pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Artinya Para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa kebanyakan menganggap bahwa Strategi Pemasaran masih kurang digunakan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Zahara, Liza. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Trienggagen Kabupaten Pidie Jaya. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sari, C. P. (2022). Pengaruh Kompetensi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Baru. Universitas Mahaputra Muhammad Yamin.
- Hastuti, Puji, dkk. (2020). Kewirausahaan dan UMKM. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Pamungkas & Hidayatulloh, (2019). Faktor Penentu Perkembangan UMKM Gerabah Kosongan Bantul Yogyakarta. Universitas Mulawarman.
- Anisa & Mustofa, (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. Universitas Yudharta Pasuruan. Jawa Timur.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.