

## **Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)**

**Dera Junita<sup>1</sup>, A. Zuliansyah<sup>2</sup>, Nurhayati<sup>3</sup>**

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: derajunita10@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner melalui google form dan dicetak dan disebarakan secara offline maupun online. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 pelaku/pengembang UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Random Sampling, Proses analisis dengan menggunakan Smart PLS 4. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Characteristics* berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UKM, variabel *Venture Capital* juga berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UKM, Selanjutnya variabel *Marketing Strategy* juga berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UKM.

**Kata kunci:** Perkembangan UKM, *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, *Marketing Strategy*

### **Abstract**

*This research aims to determine the influence of entrepreneurial characteristics, venture capital and marketing strategies on the development of SMEs in the Central Tanjung Karang District, Bandar Lampung City. This research uses quantitative methods. The data collection method used was a questionnaire via Google Form which was printed and distributed offline and online. The sample in this research was 100 SME actors/developers in Tanjung Karang Pusat District, Bandar Lampung. The sampling technique uses Random Sampling technique, the analysis process uses Smart PLS 4. The research results show that Entrepreneurial Characteristics have a significant*

**Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati**

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)

*influence on SME Development, the Venture Capital variable also has a significant influence on SME Development, Furthermore, the Marketing Strategy variable also has a significant influence on SME Development.*

**Keywords:** SME Development, *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, *Marketing Strategy*

**Pendahuluan**

Di Indonesia, sistem dan praktik ekonomi syariah telah dikenal oleh masyarakat dan mengalami perkembangan yang begitu pesat. Perkembangan ini tidak terlepas dari alasan pokok keberadaan sistem ekonomi syariah, yaitu keinginan dari masyarakat muslim untuk kaffah (menyeluruh) dalam menjalankan ajaran Islam dengan menjalankan aktivitas dan transaksi ekonominya sesuai dengan ketentuan syariah (Safitri & Khasan Setiaji, 2018).

*Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik wirausaha) adalah ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Fikri & Melifia, 2023). *Venture Capital* (Modal usaha) adalah hal yang sangat diperlukan dan harus tersedia dalam menjalankan sebuah usaha. Modal merupakan faktor pendukung yang sangat dibutuhkan oleh setiap pelaku usaha, karena dengan modal dapat mempengaruhi karakteristik wirausaha. Pendapatan dalam setiap usaha akan dipengaruhi oleh besar kecilnya modal awal usaha tersebut didirikan (Renaldo et al., 2021). Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita untuk membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang dituju. (Jerome Michael Foeh, 2020).

Ada 6 aspek yang mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil yaitu: sumber daya manusia, produksi/operasional, finansial, pemasaran, kemitraan, infrastruktur dan regulasi. Perkembangan usaha dapat diukur melalui kinerja usaha dengan indikator return dan risiko dari penanaman modal ke usaha tersebut. Sedangkan menurut Shanmugam dan Bhaduri (2002), perkembangan usaha kecil dapat dilihat melalui pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba (Cahyanti & Anjaningrum, 2018).

Tabel 1

Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung Tahun 2023

Kabupaten/ Kota	Jumlah UMKM
<b>Bandar Lampung</b>	<b>118.553</b>
Metro	23.854
Pringsewu	2.354
Pesisir Barat	1.041
Mesuji	4.287

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics, Venture Capital, dan Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)  
(Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati, 2024)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 2, No. 3, September 2024, (Hal. 859-870)

Pesawaran	482
Tulang Bawang	633
TBB (Tulang Bawang Barat)	217
Way Kanan	850
Lampung Utara	457
Lampung Tengah	796
Lampung Timur	650
Lampung Selatan	701
Lampung Barat	4.318
Tanggamus	186

Sumber: *umkm.depkop.go.id,2023(Diolah 17 April 2024)*

Kota Bandar Lampung menjadi sektor UMKM yang terbesar di Provinsi Lampung dengan jumlah usaha sebesar 118.553 (*umkm.depkop.go.id,2023*) Lampung adalah salah satu provinsi dengan pertumbuhan UMKM yang signifikan. UMKM di Kota Bandar Lampung memiliki potensi dan eksistensi yang cukup besar untuk diberdayakan dengan jumlah yang tidak sedikit dari beragam jenis usaha. Berikut adalah data UMKM Perkecamatan di kota Bandar Lampung.

Tabel 2  
Jumlah UMKM Perkecamatan Tahun 2023

No.	Kecamatan	Usaha Mikro (0 s/d Rp.50.000.000)	Usaha Kecil (>Rp.50.000.000 s/d Rp.500.000.000)	Usaha Menengah (>Rp.500.000.000 s/d Rp.10.000.000.000)	Jumlah UMKM (Unit)
1	Tanjung Karang Pusat	3.209	895	342	4446
2	Tanjung Karang Timur	1.806	715	246	2767
3	Tanjung Karang Barat	1.697	795	241	2733
4	Kedaton	2.009	847	309	3165
5	Rajabasa	1.764	716	270	2750
6	Tanjung Senang	1.597	791	326	2714

**Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati**

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics, Venture Capital, dan Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)

7	Sukarame	1.899	917	267	3083
8	Sukabumi	1.736	679	316	2731
9	Panjang	2.179	918	268	3365
10	Teluk Betung Selatan	1.827	799	236	2862
11	Teluk Betung Barat	1.660	656	220	2536
12	Teluk Betung Utara	2.031	637	291	2959
13	Kemiling	2.853	857	232	3941
14	Teluk Betung Timur	1.514	789	301	2604
15	Enggal	1.818	947	240	3005
16	Bumi Waras	1.926	687	271	2886
17	Way Halim	2.266	685	266	3217
18	Kedamaian	1.952	733	287	2972
19	Labuhan Ratu	2.236	827	257	3320
20	Langkapura	1.657	722	261	2640
	Jumlah	39.637	15.612	5.447	60.696
Jumlah usaha mikro dan kecil		55.249			

Sumber : *lakip Dinas Koprasi dan UMKM Kota Bandar Lampung, 2023.*

Dari data di atas dapat diketahui jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung adalah 118.533 dimana, Usaha terbanyak ada di Tanjung Karang Pusat yaitu sebanyak 4446. Perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung dapat diamati dari banyaknya usaha baru yang menyaingi usaha lama, dimana usaha baru lebih dapat berkembang dibanding usaha lama. Sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan perkembangan UKM.

Tabel 3  
Jumlah UMKM di Tanjung Karang Pusat Tahun 2021-2023

No.	Tahun	Usaha Mikro (0s/d Rp.50.000.000)	Usaha Kecil (>Rp.50.000.000 s/d Rp.500.000.000)	Usaha Menengah (>Rp.500.000.000 s/d Rp.10.000.000.000)	Jumlah UMKM (Unit)
1.	2021	3.167	893	342	4.402
2.	2022	3.200	893	342	4.435
3.	2023	3.209	895	342	4.446

Sumber : *Lakip Dinas Koprasi Dan UMKM Kota Bandar Lampung*

Menurut data di atas dapat diketahui jumlah usaha mikro di Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung mengalami kenaikan dari tahun 2021 sampai dengan

tahun 2023 terus meningkat setiap tahunnya, sedangkan usaha kecil hanya meningkat di tahun 2023, lalu untuk usaha menengah tidak ada peningkatan dari tahun 2021 sampai tahun 2023. Menurut data yang ada jumlah umkm di Bandar Lampung merupakan jumlah terbesar di provinsi Lampung tetapi untuk usaha menengah dan usaha kecil di Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung tidak ada peningkatan yang signifikan. Turunnya permintaan (demand) serta masalah akses permodalan, produksi dan distribusi terhambat, merupakan salah satu faktor menurunnya kondisi UKM di Indonesia. (Ridwansyah et al., 2021).

Penelitian terdahulu oleh (Afrilia Tina Nur Anisa & Nur Huri Mustofa, 2021) Mendapatkan hasil *Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik Wirausaha) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perkembangan UKM. Penelitian yang dilakukan (Jerome Michael Foeh, 2020) Mendapatkan hasil Modal Usaha menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UKM. Penelitian yang dilakukan (Muhtarom et al., 2022) strategi pemasaran positif dan signifikan mempengaruhi keberhasilan usaha.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics, Venture Capital, dan Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Perspektif Bisnis Islam”. (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung).

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan mengungkapkan sesuatu apa adanya. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada Pelaku UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung.

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Dalam menyebarkan kuisisioner atau angket serta mngumpulkn data adalah Pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Waktu penelitian dilaksanakan selama peneliti mengambil mata kuliah skripsi sampai dengan

## Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)

selesai dengan penyebaran angket atau kuisioner melalui media g-form sejak bulan April 2024.

### Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan memenuhi syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung, jumlah populasi penelitian adalah sebanyak 4.446 orang,

### Sampel

Mengenai besarnya atau banyaknya sampel yang harus diambil tidak ada ketentuan yang mutlak yang mengatur berapa sampel yang harus diambil. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Simple Random Sampling*.

Responden yang diambil disesuaikan dengan rumus Solvin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

e : Toleransi tingkat kesalahan pengambilan sampel yang dapat diterima.

Dengan mengambil  $\alpha = 10\%$  dan tingkat kesalahan pengambilan sampel  $e = 0,1$  (maka besar sampel yang harus diambil minimum sebesar 100).

$$n = \frac{4.446}{1 + 4.446 (0,1)^2} = 97,80026 = 98$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus solvin diatas, maka sampel yang didapatkan berjumlah 98 dan dibulatkan menjadi 100 sampel.

Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan alat analisis Smart-pls 4.1.0.3. teknik analisis data peneliti menggunakan beberapa alat ukur diantaranya yaitu uji asumsi model yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian uji r square dan yang terakhir uji hipotesis menggunakan uji *path analysis*.

### Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik Wirausaha) (X1) Terhadap Perkembangan UKM (Y) di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti selesaikan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut sesuai dengan hipotesis penelitian yang telah diajukan, yakni adanya pengaruh yang diberikan *entrepreneurial characteristics* (karakteristik wirausaha) secara positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Original Sample (O) sebesar 0.102 sehingga didapatkan *entrepreneurial characteristics* (X1) berpengaruh positif terhadap perkembangan UKM (Y). Kemudian P Values sebesar  $0.025 < \alpha = 0.05$  dan T-Statistik  $1.958 > 1.96$  sehingga dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial characteristics* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UKM (Y). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan *entrepreneurial characteristics* berpengaruh signifikan dengan semakin meningkatnya perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Sehingga dapat dikatakan hipotesis ke satu (H1) didukung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Kasim et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial characteristics* (karakteristik wirausaha) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM. Hasil penelitian ini juga mendapat dukungan dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Afrilia Tina Nur Anisa & Nur Huri Mustofa, 2021) yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelaku UKM di Kabupaten Semarang)” dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan dari *entrepreneurial characteristics* (karakteristik wirausaha) terhadap perkembangan UKM.

Penelitian ini dilandasi *Resource Based Strategy Theory* Teori ini menggambarkan bahwa untuk meningkatkan keberhasilan usaha berskala kecil dan daya saingnya para pengusaha dituntut untuk mengembangkan sumber daya internal secara superior, yang tidak transparan, sukar ditiru, inovatif dan memiliki strategi harga yang baik serta memiliki daya saing jangka panjang (*futuristic*) yang

**Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati**

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)

kuat dan melebihi tuntutan masa kini di pasar dan situasi eksternal yang bergejolak.

2. Pengaruh *Venture Capital* (Modal Ventura) (X2) Terhadap Perkembangan UKM (Y) di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti selesaikan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut sesuai dengan hipotesis penelitian yang telah diajukan, yakni adanya pengaruh yang diberikan *venture capital* (modal ventura) secara positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Original Sample (O) sebesar 0.372 sehingga didapatkan *venture capital* (X2) berpengaruh positif terhadap perkembangan UKM (Y). Kemudian P Values sebesar  $0.000 < \alpha = 0.05$  dan T-Statistik  $4.869 > 1.96$  sehingga dapat disimpulkan bahwa *venture capital* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UKM (Y). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan *venture capital* berpengaruh signifikan dengan semakin meningkatnya perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Sehingga dapat dikatakan hipotesis ke satu (H2) didukung.

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Susanto et al., n.d.) yang berjudul Peran Modal Ventura Dalam Perkembangan UKM di Indonesia. Mendapatkan hasil bahwa *Venture Capital* (Modal Ventura) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM. Penelitian yang dilakukan (Ning Tiyas et al., 2023) yang berjudul Peranan Modal Ventura Syariah dalam Meningkatkan UKM di Indonesia. Mendapatkan hasil bahwa modal ventura syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan UKM.

Penelitian ini dilandasi *Resource Based Strategy Theory* Menurut teori ini, sumber daya perusahaan berupa tanah, teknologi, tenaga kerja (termasuk kapabilitas dan pengetahuan), modal dan pola organisasi administrasi dikelola secara maksimal untuk memperoleh keuntungan terus-menerus dari persaingan. Teori ini dinilai potensial dalam mencapai keberhasilan usaha sehingga dapat untuk mengembangkan usaha. Teori strategi berbasis sumber daya dinilai sangat relevan bila diterapkan dalam pembangunan dan pengembangan perusahaan kecil di Indonesia. Dijelaskan dalam teori ini bahwa variabel *venture capital* mempengaruhi perkembangan usaha.

3. Pengaruh *Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran) (X3) Terhadap Perkembangan UKM (Y) di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti selesaikan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut sesuai dengan hipotesis penelitian yang telah diajukan, yakni adanya pengaruh yang diberikan *marketing strategy* (strategi

pemasaran) secara positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Original Sample (O) sebesar 0.520 sehingga didapatkan marketing strategy (X3) berpengaruh positif terhadap perkembangan UKM (Y). Kemudian P Values sebesar  $0.000 < \alpha = 0.05$  dan T-Statistik  $6.052 > 1.96$  sehingga dapat disimpulkan bahwa *marketing strategy* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UKM (Y). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan *Marketing Strategy* berpengaruh signifikan dengan semakin meningkatnya perkembangan UMKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung. Sehingga dapat dikatakan hipotesis ke satu (H3) didukung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Jerome Michael Foeh, 2020) dengan judul “Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap perkembangan UKM kedai kopi di Kota Malang” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel marketing strategy terhadap perkembangan UKM. Hasil ini juga mendapatkan dukungan dari penelitian yang dilakukan oleh (Afrilia Tina Nur Anisa & Nur Huri Mustofa, 2021) yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening” dengan hasil penelitian yaitu marketing strategy (strategi pemasaran) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM.

Penelitian ini dilandasi *Resource Based Strategy Theory* dalam konteks persaingan bebas seperti sekarang, para pelaku usaha harus menggunakan strategi pengelolaan usahanya. Strategi pengembangan perusahaan, harus mengarah pada penggunaan sumber daya internal dengan mengarah pada keahlian khusus yang bisa menciptakan produk yang unggul untuk memperbesar pangsa produksi produk konsumen akhir. Posisi *marketing strategy* atau strategi pemasaran merupakan suatu faktor yang dapat menghambat atau mempermudah perkembangan usaha.

## **Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati**

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)

4. Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik Wirausaha), *Venture Capital* (Modal Ventura), Dan *Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran) Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.

Nilai  $R^2$  Perkembangan UKM Adalah 0.798. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* berpengaruh Terhadap Perkembangan UKM sebesar 79.8%. Artinya, Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics*, *Venture Capital*, dan *Marketing Strategy* secara simultan (bersamaan) mampu menjelaskan variabel Perkembangan UKM sebesar 79.8%. Sementara 20.2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Muhtarom et al., 2022) yang berjudul Analisis modal usaha, karakteristik entrepreneur, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm dimediasi kepuasan konsumen. Mendapatkan hasil modal usaha, karakteristik entrepreneur, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UKM. Pendapat tersebut di dukung oleh (Jerome Michael Foeh, 2020) yang berjudul Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap perkembangan UKM kedai kopi di Kota Malang. Mendapatkan hasil karakteristik wirausaha ,Modal Usaha, dan strategi pemasaran menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UKM kedai kopi di Kota Malang.

## **Simpulan**

Pengujian hipotesis yang telah dilakukan menjadi acuan penulis dalam memberikan kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Hubungan variabel *Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik Wirausaha) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa semakin tingginya *Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik Wirausaha) berpengaruh signifikan dengan semakin tingginya Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.
2. Hubungan *Venture Capital* (Modal ventura) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa semakin tingginya *Venture Capital* berpengaruh secara signifikan dengan semakin tingginya Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.
3. Hubungan *Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sehingga di

dapatkan kesimpulan bahwa semakin tingginya *Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran) berpengaruh secara signifikan dengan semakin tingginya Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.

4. Hubungan *Entrepreneurial Characteristics* (Karakteristik Wirausaha), *Venture Capital* (Modal Ventura), dan *Marketing*

### Daftar Pustaka

- Afrilia Tina Nur Anisa, & Nur Huri Mustofa. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 82–98. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687>
- Cahyanti, M. M., & Anjaningrum, W. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 73–79. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.50>
- Jerome Michael Foeh. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. 2(July), 1–23. <https://doi.org/10.17977/um066v2i52022p590-599>
- Kasim, A., Bessie, J. L. D., Messakh, A. B., & Isliko, T. W. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(3), 665–673. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i3.11953>
- Muhtarom, A., Dhita Dhora Damayanti, & Sherlyna Alyazana Salsabila. (2022). Analisis modal usaha, karakteristik entrepreneur, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm dimediasi kepuasan konsumen. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 8(1), 128–140. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.447>
- Ning Tiyas, N., Maulana, M. Z., Alina Putri, E., Khazimah, L., Hikmatul Aini, M., & Taufiq Abadi, M. (2023). Peranan Modal Ventura Syariah dalam Meningkatkan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 231–243. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.350>
- Renaldo, N., Sudarno, S., Hutahuruk, M. B., Junaedi, A. T., Andi, A., & Suhardjo, S. (2021). the Effect of Entrepreneurship Characteristics, Business Capital, and Technological Sophistication on Msme Performance. *Journal of Applied Business and Technology*, 2(2), 109–117. <https://doi.org/10.35145/jabt.v2i2.74>

**Dera Junita, A. Zuliansyah, Nurhayati**

Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics, Venture Capital, dan Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan UKM Menurut Pespektif Bisnis Islam (Studi Pada UKM di Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung)

Ridwansyah, R., Supriyaningsih, O., & Amrina, D. H. (2021). Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Pada Era Covid-19 di Provinsi Lampung. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 528. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i2.3695>

Safitri, H., & Khasan Setiaji. (2018). Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economics Education Analysis Journal*, 7(2), 792–800.

Susanto, A. M., Indriyani, A., Aprilianti, R., Garini, A. R., & Bangsa, U. P. (n.d.). *PERAN MODAL VENTURA DALAM PERKEMBANGAN UMKM DI. 2015*, 244–249.