

# Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang

**Jerome Michael Foeh**

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: jerome.michaelf@gmail.com

Paper received: 2-5-2022; revised: 20-5-2022; accepted: 27-5-2022

## Abstract

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) are productive business actors with a significant income to the national and regional economies. One of the MSMEs that has gained significant popularity is the coffee shop business. The rise of coffee shops in big cities, especially Malang City, cannot be separated from the problem, namely the increasing number of newly established businesses. The factors affecting MSMEs' development are Entrepreneurial Characteristics, Business Capital, Marketing Strategies, and Financial Recording. Therefore, this study aims to determine the influence of Entrepreneurial Characteristics, Business Capital, Marketing Strategy, and Financial Recording on the Development of Coffee Shop MSMEs in Malang City.

**Keywords:** entrepreneurial characteristics; business capital; marketing strategy; financial recording

## Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha produktif yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional dan daerah. Salah satu UMKM yang sedang marak saat ini adalah bisnis kedai kopi. Maraknya kedai kopi di kota-kota besar, khususnya Kota Malang, tidak lepas dari permasalahan yaitu semakin banyaknya usaha yang baru berdiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM adalah Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Pencatatan Keuangan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dan bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Pencatatan Keuangan terhadap Perkembangan UMKM Warung Kopi di Kota Malang.

**Kata kunci:** karakteristik kewirausahaan; modal usaha; strategi pemasaran; pencatatan keuangan

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha yang produktif dan memiliki penghasilan dengan jumlah yang besar terhadap perekonomian nasional dan daerah. Salah satu UMKM yang marak saat ini yaitu usaha kedai kopi. Maraknya kedai kopi di Kota besar terutama Kota Malang, tidak lepas dari permasalahan, yaitu semakin bertambahnya usaha yang baru didirikan. Adapun faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM yaitu Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Pencatatan Keuangan. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dan bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang.

Menurut Tjokroamidjojo yang dikutip oleh (Suryono, 2010) dikatakan bahwa pembangunan merupakan proses pembaharuan yang kontinyu dan terus menerus dari suatu keadaan yang dianggap lebih baik. Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki

oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Di Indonesia, UMKM memiliki peranan yang cukup strategis yang mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat (Fidati & Khozin, 2020).

Bank Indonesia (2015) menjelaskan bahwa UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa UMKM tidak terkena dampak krisis. Saat krisis melanda Indonesia pada tahun 1997-1998, hanya UMKM yang mampu bertahan dan tetap kuat. Usaha mikro, kecil dan menengah dapat membuktikan eksistensinya dalam perekonomian Indonesia. Ketika krisis mata uang melanda Indonesia pada tahun 1998, UKM relatif mampu bertahan dibandingkan dengan perusahaan besar. Hal ini dikarenakan mayoritas usaha kecil tidak bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dengan mata uang asing. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru mengalami peningkatan, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. UMKM memiliki proporsi 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Selain fakta diatas, Bank Indonesia (BI) menunjukkan beberapa kontribusi dari UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena merupakan penyumbang PDB sebesar 59,08% (Rp.4869,57 Triliun).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha produktif yang menghasilkan pendapatan yang cukup besar bagi perekonomian nasional dan daerah serta berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pada Umumnya UMKM memiliki keunggulan dalam memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) lokal dan padat karya, seperti pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan restoran. Salah satu UMKM yang marak saat ini yaitu UMKM kedai kopi. Kopi merupakan salah satu minuman yang populer baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Budaya minum kopi di Indonesia tumbuh sebagai kebiasaan yang dilakukan sejak jaman Belanda. Belanda pada saat itu menanam kopi secara besar-besaran melalui program tanam paksa. Menurut (Prastowo, 2016) kopi di Indonesia pertama kali dibawa oleh pria berkebangsaan Belanda sekitar tahun 1646 yang mendapatkan biji arabika moka dari Arab. Para penikmat minuman kopi pun semakin hari semakin bertambah jumlahnya. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan kedai kopi atau coffee shop yang menjamur di berbagai Kota besar Indonesia khususnya Kota Malang. Jaman sekarang, minum kopi tidak hanya dilakukan oleh kaum bapak saja, tetapi remaja sekarang pun sudah meminum kopi karena sudah dianggap sebagai *lifestyle*. Jenis usaha ini sangat strategis untuk dikembangkan, karena modal usaha warung kopi tidak terlalu besar dan relatif mudah untuk dijalankan, belum lagi sekarang sudah mulai berkembang trend *nongkrong* di kedai kopi. Perkembangan kedai kopi modern dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan karena penduduk perkotaan memiliki sikap konsumtif daripada pedesaan. Kota Malang merupakan salah satu Kota di Provinsi Jawa Timur yang merupakan daerah Kota penghasil kedai kopi terbanyak. Hal ini dibuktikan sepanjang jalan di daerah Kota Malang kini banyak berdiri kedai kopi. atau coffee shop. Hampir semua pengunjung kedai kopi adalah kaum remaja, menurut data yang diambil dari Badan Pusat Statistik penduduk Kota Malang tahun 2020 yang termasuk dalam kategori remaja berjumlah sekitar 144.385 orang. Dilihat dari banyaknya remaja di Kota Malang dan adanya trend yang berkembang dapat meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Maka dari itu usaha kedai kopi sekarang menjadi usaha yang sangat menjanjikan selain itu adanya kebutuhan konsumen akan makanan kepraktisan, dan adanya sikap konsumtif pada saat ini, menyebabkan munculnya banyak usaha kedai kopi yang berdiri di Kota Malang. Selain itu, maraknya kedai kopi di Kota besar terutama Kota

Malang, tidak lepas dari permasalahan. Permasalahan yang ada adalah semakin bertambahnya usaha yang baru didirikan, maka usaha yang lama semakin mundur, usaha yang baru mampu berkembang dengan pesat, hal ini dikarenakan kurangnya strategi untuk mengembangkan usaha yang dilakukan. Modal usaha diperlukan dalam memulai usaha, karena tanpa adanya modal, maka usaha tidak dapat berjalan. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap Perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan serta Perkembangan usaha yang dijalankan (Riyanto, 2001 dalam Purwanti 2012). Hasil penelitian dari Putri, Pradhanawarti, Prabawani (2014) menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha dan modal usaha memiliki pengaruh positif terhadap Perkembangan usaha. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Purwanti, Gagah, dan Dhiana (2021) ditemukan bahwa variabel modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perkembangan usaha. Berdasarkan latar belakang serta permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti apakah pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM dengan studi kasus pada kedai kopi di 5 kecamatan di Kota Malang. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang".

### **Kajian Teori**

Menurut Scarborough dan Zimmerer (1993), wirausaha adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Konsep tentang pengusaha didefinisikan dengan sebuah bisnis, manajerial dan perspektif pribadi. Perspektif pribadi secara khusus masuk pada konsep kewirausahaan. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar Saiman (2009).

Modal Usaha adalah salah satu faktor usaha yang sangat penting dalam memulai suatu usaha adalah modal usaha, karena tanpa adanya modal usaha, usaha tidak akan bisa berdiri. Besar kecilnya modal akan berpengaruh terhadap Perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Riyanto, 2001). Modal yang diperlukan dalam membangun suatu usaha dapat digolongkan menjadi 2 bagian yaitu modal sosial dan moral dan modal material.

Strategi pemasaran merupakan suatu strategi atau cara yang dirancang untuk mempromosikan suatu usaha, barang atau jasa. Menurut Kotler (Kotler & Armstrong, 2012) strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar dengan sasaran tertentu.

Menurut Stanton (2001), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga,

mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Laporan keuangan adalah salah satu hal yang penting dalam suatu usaha atau bisnis, apabila sebuah bisnis ingin bertahan lama, maka pencatatan keuangan atau pembukuan merupakan salah satu elemen yang tidak boleh diabaikan karena kegiatan bisnis tentunya memerlukan pencatatan keuangan/pembukuan agar setiap transaksi yang terjadi dapat diketahui secara jelas. Menurut Kasmir (2014), laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Menurut Munawir (2002), laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil operasi yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.

## 2. Metode

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka dan analisis data bersifat statistik. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yang bersumber dari data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari atau sumber aslinya atau langsung di lokasi penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang berasal dari hasil penyebaran kuesioner (angket) kepada responden (pemilik UMKM Kedai Kopi) yang berhubungan dengan karakteristik wirausaha ( $X_1$ ), modal usaha ( $X_2$ ), strategi pemasaran ( $X_3$ ), dan pencatatan keuangan ( $X_4$ ). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, sebelum analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Model regresi berganda harus memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan parameter yang valid dan handal. Analisis regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara suatu variabel dengan variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen sehingga dalam penelitian ini menggunakan pengukuran tersebut. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi STATA 16. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan disusun dalam bentuk rumus berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu$$

Dimana  $Y$  adalah Perkembangan UMKM,  $\alpha$  Konstanta,  $\beta_1$ -  $\beta_4$  Koefisien masing-masing variabel dependen,  $X_1$  karakteristik wirausaha,  $X_2$  modal usaha,  $X_3$  strategi pemasaran,  $X_4$  pencatatan keuangan,  $\mu$  Faktor lain di luar variable. Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat. Uji signifikansi parsial (Uji  $t$ ) menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individu dalam menjelaskan variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Sedangkan, uji signifikansi simultan (Uji  $F$ ) menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel terikat.

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2006).

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Uji Asumsi Klasik

##### 3.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 1

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

Skewness/Kurtosis tests for Normality

Variabel	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	Adj chi <sup>2</sup>	Prob>chi <sup>2</sup>
E	100	0.5104	0.6506	0.65	0.7229

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari Prob>chi<sup>2</sup> sebesar 0.7229. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yakni sebesar 0.05 yang artinya data terdistribusi normal.

##### 3.1.2. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil dari uji heterokedasitas dapat dilihat dari table 2.

**Tabel 2. Hasil Uji Heterokedasitas**

Chi <sup>2</sup> (1)	2.72
Prob > chi <sup>2</sup>	0.0993

Dari hasil tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai Prob > chi<sup>2</sup> sebesar 0.0993 dan nilai tersebut lebih tinggi daripada taraf signifikansi yakni sebesar 0.05. Hal ini memiliki arti bahwa data dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

##### 3.1.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antar variabel bebas dalam model regresi yang akan digunakan.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	VIF	1/VIF
Karakteristik Wira Usaha	1.23	0.812361
Modal usaha	1.20	0.830391
Strategi pemasaran	1.15	0.872757
Pencatatan keuangan	1.05	950861
Mean VIF	1.16	

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai VIF dan 1/VIF dari setiap sub variabel masing – masing kurang dari 10 dan lebih dari 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

### 3.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan pencatatan keuangan terhadap variabel terikat yaitu Perkembangan UMKM kedai kopi. Persamaan yang digunakan dalam analisis regresi linier sederhana ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Adapun hasil analisis regresi linier sederhana dari penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.

**Tabel 4: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Perkembangan UMKM	Coef.	Std. Error	T	P> t	[95%conf. Interval]	
Karakteristik Wirausaha	.3975426	.0697303	5.70	0.000	.2591104	.5359747
Modal	.2053459	.0553839	3.71	0.000	.3152969	.095395
Strategi Pemasaran	.2768814	.0770566	3.59	0.001	.1239048	.429858
Pencatatan Keuangan	.1878859	.0451963	4.16	0.000	.2776119	.09816
_Cons	15.12206	2.432627	6.22	0.000	10.29269	19.95144

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat dilihat nilai konstanta yaitu sebesar 15.12206, koefisien regresi karakteristik wirausaha 0.3975426, koefisien regresi modal usaha 0.2053459, koefisien regresi strategi pemasaran 0.2768814 dan pencatatan keuangan 0.1878859 Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linier sederhana penelitian ini adalah :

$$Y = 15.12206 + 0.3975426 X_1 + 0.2053459 X_2 + 0.2768814 X_3 + 0.1878859 X_4 + e$$

### 3.3. Hasil Pengujian Hipotesis

#### 3.3.1. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Adapun hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5: Hasil Uji T**

Perkembangan UMKM	Coef.	Std. Error	t	P> t	[95%conf. Interval]	
Karakteristik Wirausaha	.3975426	.0697303	5.70	0.000	.2591104	.5359747
Modal	.2053459	.0553839	3.71	0.000	.3152969	.095395
Strategi Pemasaran	.2768814	.0770566	3.59	0.001	.1239048	.429858
Pencatatan Keuangan	.1878859	.0451963	4.16	0.000	.2776119	.09816
_Cons	15.12206	2.432627	6.22	0.000	10.29269	19.95144

Berdasarkan uji parsial pada tabel diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai  $P > |t|$  dari sub variabel Karakteristik wirausaha adalah 0.000, Modal sebesar 0.000, Strategi pemasaran 0.001, dan Pencatatan keuangan 0.000 Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai  $P > |t|$  lebih kecil daripada taraf signifikansi sebesar 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan variabel Karakteristik wirausaha, Modal, Strategi pemasaran, dan Pencatatan keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Perkembangan UMKM Kedai Kopi.

### 3.3.2. Uji F (Parsial)

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan. Adapun hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6 : Hasil Uji F

Jumlah Observasi	100	Source	SS	Df	MS
F(4,95)	24.52	Model	330.074069	4	82.5185173
Prob > F	0.0000	Residual	319.685931	95	3.36511506
R-squared	0.5080	Total	649.76	99	6.56323232
Root MSE	1.8344				

Nilai uji F yang dihasilkan sebesar 0.000 yang artinya dibawah taraf signifikansi yang ditetapkan penulis yakni 5%. Sehingga semua sub variabel independen yaitu Karakteristik wirausaha, Modal, Strategi pemasaran, dan Pencatatan keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Perkembangan UMKM.

### 3.3.3. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Adapun hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 7.

Tabel 7: Hasil Koefisien Determinasi

Jumlah Observasi	100	Source	SS	Df	MS
F(4,95)	24.52	Model	330.074069	4	82.5185173
Prob > F	0.0000	Residual	319.685931	95	3.36511506
R-squared	0.5080	Total	649.76	99	6.56323232
Root MSE	1.8344				

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat nilai *R Squared* sebesar 0.5080 yang artinya kemampuan Karakteristik wirausaha, Modal, Strategi pemasaran, dan Pencatatan keuangan dalam menjelaskan Perkembangan UMKM sebesar 50,80%, sedangkan sisanya 100% - 50.80% = 49.2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi sederhana dalam penelitian ini.

### 3.3.4. Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang

Berdasarkan hasil regresi ditemukan bahwa Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di 5 Kecamatan Kota Malang. Jika diasumsikan semua variabel tetap maka setiap kenaikan 1 satuan karakteristik wirausaha

akan meningkatkan 0.3975426. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Nopitasari (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Jelmu Kota Jambi.

### **3.3.5. Pengaruh Modal Usaha terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang**

Modal memiliki pengaruh signifikan positif, mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 satuan modal maka akan cenderung diikuti oleh kenaikan Perkembangan UMKM kedai kopi sebesar 0.2053459. Hal ini berpengaruh signifikan dibuktikan dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Pradhanawarti dan Prabawani (2013) Pengaruh Karakteristik, Modal usaha, dan Peran *Business development Service* terhadap Pengembangan Usaha dimana ia juga mengamati variabel modal. Pada penelitian tersebut, variabel modal berpengaruh signifikan terhadap pengembangan.

### **3.3.6. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang**

Strategi Pemasaran memiliki pengaruh signifikan positif, mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 strategi pemasaran maka akan cenderung diikuti oleh kenaikan Perkembangan UMKM kedai kopi sebesar 0.2768814. Hal ini berpengaruh signifikan dibuktikan dengan nilai signifikan  $0.001 < 0.05$ . Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vijaya, Irwansyah (2017) dengan judul Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Kecamatan Buleleng 2017.

### **3.3.7. Pengaruh Pencatatan Keuangan terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang**

Pencatatan keuangan berpengaruh signifikan positif, mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pencatatan keuangan maka akan cenderung diikuti oleh kenaikan Perkembangan usaha sebesar 0.1878859. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Kurniawati (2015) bahwa informasi akuntansi dalam hal ini termasuk pencatatan keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap keberhasilan usaha.

## **4. Simpulan**

Karakteristik Usaha menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Kenaikan karakteristik wirausaha dapat meningkatkan kualitas usaha sehingga berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi Kota Malang. Modal Usaha menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Hal ini menjelaskan bahwa jika adanya peningkatan modal usaha akan berimbas kepada meningkatnya berbagai faktor produksi yang akan berimbas kepada Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Strategi Pemasaran menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Hal ini menjelaskan bahwa strategi pemasaran menjadi peran penting dalam Perkembangan UMKM, dikarenakan strategi pemasaran memiliki peran dalam meningkatkan volume penjualan jasa melalui promosi. Hal

ini dapat berpengaruh terhadap meningkatnya Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Pencatatan keuangan menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan positif terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang. Hal ini menjelaskan bahwa pencatatan menjadi peran penting untuk meraih keberhasilan sebuah usaha. Dengan adanya pencatatan keuangan dapat menjadi modal awal bagi UKM untuk membuat sebuah keputusan. Hal ini dapat berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM kedai kopi di Kota Malang.

### Daftar Rujukan

- Ardi Nugroho, L. (2011). *Pengaruh modal usaha*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chandra, P. E. (2000). *Trik sukses menuju sukses*. Yogyakarta: Grafika Indah.
- Desi Nopita Sari, E., Dja'far, H., & Anita, E. (2020). *Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Jelmu Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Dewanti, M. A. (2022). Pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 236-242.
- Diandrino, D. (2018). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kedai kopi di Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kasmir, S. (2014). *Analisis laporan keuangan (cetakan ke)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran jilid I edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga, 27.
- Masykur, W. (1996). *Pengantar kewiraswastaan*.
- Munawir, S. (2002). *Akuntansi keuangan dan manajemen*. Edisi Revisi. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Munawir, S. (2002). *Akuntansi keuangan dan manajemen. edisi revisi*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Munawir, S. (2002). *Analisa informasi keuangan*. Edisi Keempat, Yogyakarta: Liberty.
- Perindustrian, K. (2017). *Peluang usaha IKM Kopi*. Jakarta: Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Prastowo, A. (2016). Memahami Metod-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan. *Teoretis dan Praktis. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media*.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Putri, K., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh karakteristik kewirausahaan, modal usaha dan peran business development service terhadap pengembangan usaha (studi pada sentra industri kerupuk desa kedungrejo sidoarjo jawa timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 313-322.
- Riyanto, B. (2001). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Safitri, H., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh modal usaha dan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil di desa kedungrejo Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 792-800.
- Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus*, Salemba Empat.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (1996). *Effective small business management (Vol. 2)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 28, 1-12.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Cet. Ke-12. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, A. (2010). *Dimensi-dimensi prima teori pembangunan*. Universitas Brawijaya Press.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es.

- Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2017). Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan startegi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan Buleleng tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 45-51.
- Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2017). Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan startegi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan Buleleng tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 45-51.