

Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Pemasaran Online Terhadap Pengembangan Umkm Kuliner Di Kecamatan Natar

Tri Lestira Putri Warganegara¹, Lana Bilbirri²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung

Email: лана.19011061@student.ubl.ac.id ; tira@ubl.ac.id

Abstract. *This study aims to see the influence of entrepreneurial characteristics, business capital and online marketing on the development of Culinary, Micro, Small and Medium Enterprises in Natar District. The population in this study are Culinary, Micro, Small and Medium Enterprises in Natar District. The sampling method in this study was non-probability sampling using the Lemeshow formula so that a sample of 74 respondents was obtained. The research method used is quantitative research. The type of data used is primary data. Multiple regression analysis and correlation were performed using SPSS software version 26. The results showed that if the t test stated that entrepreneurial characteristics and venture capital had a positive and significant effect on business development, online marketing had no effect on business development. While the F test states that the characteristics of entrepreneurship, business capital and online marketing jointly influence the development of Culinary Micro, Small and Medium Enterprises in Natar District.*

Keywords: *Entrepreneurial Characteristics, Business Capital, Online Marketing, Business Development.*

Abstrak. Penelitian ini memiliki tujuan guna melihat pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan pemasaran online terhadap pengembangan UMKM Kuliner di Kecamatan Natar. Populasi pada penelitian ini merupakan para pelaku Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah Kuliner di Kecamatan Natar. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini merupakan non-probability sampling menggunakan rumus lemeshow sehingga diperoleh sampel sebesar 74 responden. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Analisis regresi berganda serta korelasi dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 26. Hasil penelitian memperlihatkan jika uji t menyatakan bahwa karakteristik wirausaha dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan pada pengembangan usaha tetapi pemasaran online tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Sedangkan uji F menyatakan karakteristik wirausaha, modal usaha dan pemasaran online secara bersamaan berpengaruh terhadap pengembangan UMKM Kuliner di Kecamatan Natar.

Kata Kunci : Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Pemasaran Online, Pengembangan Usaha.

PENDAHULUAN

Sesuai dengan dinamika perekonomian yang akhir-akhir ini mengalami pasang surut, pertumbuhan UMKM harus dipertahankan dan ditingkatkan setiap tahunnya. Kemajuan suatu daerah sebagai mesin ekonomi sangat bergantung pada perkembangan UMKM yang dimilikinya. Kegiatan UMKM merupakan salah satu strategi untuk mempromosikan produk khas daerah dan memberikan peluang baru bagi pelaku usaha lokal. (Halim A, 2020)

Pengguna sistem bergantung pada sejumlah variabel pendukung, termasuk sifat wirausaha, ketersediaan keuangan yang digunakan, dan taktik pemasaran yang digunakan, untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan UMKM (Purwanti, 2013). Ciri-ciri organisasi dapat ditingkatkan dalam hal pengembangan perusahaan, tetapi untuk melakukannya, perusahaan harus memperhitungkan risiko, keuletan, kreativitas, dan inovasi, serta melihat ke masa depan. Moda tenaga kerja, selain karakteristik tenaga kerja, sangat penting untuk melaksanakan inisiatif tenaga kerja. Sebelum tugas dapat diselesaikan, modal harus ada sebagai faktor bisnis. Ekspansi bisnis akan berdampak negatif dalam hal pembagian keuntungan dengan modal besar dan kecil. (Endang Purwanti, 2013).

Cara para pelaku UMKM mendapatkan modal bisnis tentu sangat beragam. Dalam menjalankan usahanya, Pelaku UMKM biasanya akan menghadapi berbagai tantangan untuk dapat menyediakan modal yang cukup. UMKM memiliki cakupan usaha yang kecil, modalnya pun sering kali pas-pasan, hingga akhirnya barang dan jasa yang dapat diproduksi oleh mereka juga pas-pasan. Setelah dilakukannya survey ke beberapa pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Natar, modal pelaku UMKM berasal dari modal pribadi dan ada pula yang berasal dari Pinjaman bank.

Banyak UMKM dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dan meningkatkan pendapatan mereka dengan mengoptimalkan taktik pemasaran internet mereka, seperti melalui media sosial. Sementara beberapa siswa UMKM telah menggunakan sumber daya online untuk belajar, pemanfaatannya belum dimaksimalkan secara efektif. Karena pemilik UMKM tidak dapat membuat iklan yang kuat, pemasaran web belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi komunikasi pemasaran. Manfaat menggunakan internet sebagai alat komunikasi adalah menawarkan cara untuk menjangkau konsumen baru yang lebih canggih dalam kebutuhannya. Saat ini WhatsApp dan Facebook merupakan satu-satunya media komunikasi yang digunakan oleh peserta UMKM di Kecamatan Natar. Sebaliknya, banyak platform media sosial lainnya, seperti Instagram dan tiktok, yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM sebagai sarana online untuk presentasi online. Dikarenakan kurangnya pemahaman mahasiswa UMKM terhadap Instagram dan Tiktok mengakibatkan pemasaran kurang optimal.

Hal tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Natar masih memiliki tingkat perkembangan UMKM yang rendah. Hal ini ditunjukkan dari tanggapan yang diberikan dalam wawancara dengan sejumlah pemilik UMKM, yang menyatakan bahwa keterbelakangan UMKM disebabkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia yang berkelanjutan, kekurangan uang, kurangnya inovasi dan kreativitas, dan rendahnya omzet. Bahkan beberapa UMKM mengajukan pailit, yang memaksa mereka untuk menutup operasi mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

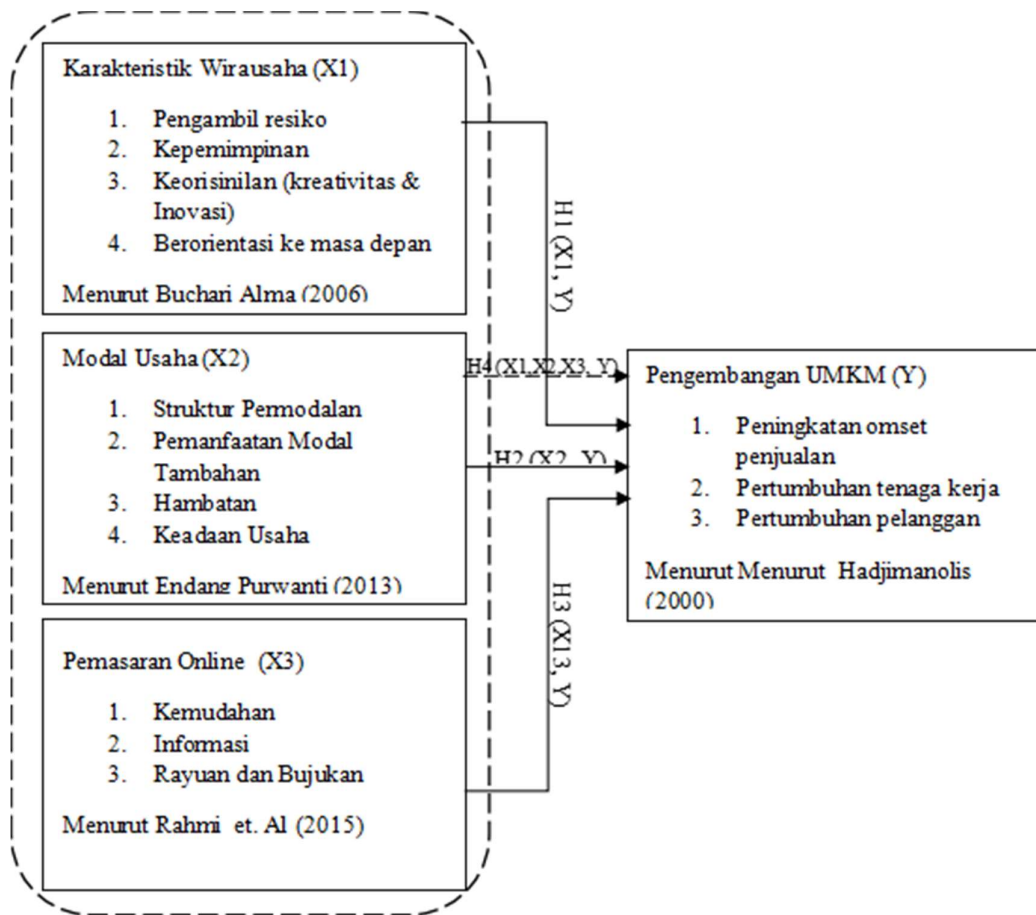
Karakter mengacu pada seseorang yang memiliki kualitas yang baik atau pada seseorang yang memancarkan kepribadian yang menarik perhatian. Orang yang ingin maju dalam usaha disebut pengusaha atau pebisnis. Sebuah perusahaan dimulai dengan kewirausahaan. Biasanya, proses kewirausahaan yang layak dan etis adalah dasar dari organisasi yang kuat dan baik. (Puspita Widiati F & Lestira Putri Warganegara T, 2022). Oleh karena itu, sifat atau kualitas wirausaha dapat dilihat sebagai atribut atau karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha agar dapat mengoperasikan dan menjalankan perusahaan, yang meliputi ciri-ciri pribadi, kepribadian, orientasi wirausaha, dan keinginan untuk menjadi wirausaha.

Ketika sesuatu atau uang digunakan sebagai dasar untuk bekerja atau bisnis, itu disebut sebagai modal. Istilah "modal" sering digunakan dalam bahasa Inggris untuk merujuk pada komoditas artifisial buatan manusia atau barang-barang alami yang masuk ke dalam penciptaan hal-hal lain yang dibutuhkan orang untuk mendapatkan keuntungan. (Engka, DSM, & Tolosang, KD, 2019).

Menurut Anggraini (2017) Pemasaran online, sesuai dengan perkembangannya, memanfaatkan email dan perangkat lunak lain yang menggunakan protokol internet selain situs web. Pemasaran online pada hakekatnya adalah operasi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media internet.

UMKM adalah perusahaan sukses yang dimiliki oleh orang atau organisasi legal yang sesuai dengan definisi usaha mikro. Kementerian UMKM merupakan badan hukum korporasi yang dinilai sesuai dengan besar kecilnya usaha keluarga. Jumlah tenaga kerja UKM berkisar antara 1 hingga 19 orang, dan salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah usaha kecil dan usaha mikro dan kecil (UKM). (Jauhari, 2010).

KERANGKA PENELITIAN



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Tujuan dari metode ini adalah melihat apakah karakteristik wirausaha, modal usaha dan pemasaran online berpengaruh terhadap Pengembangan UMKM Kuliner di Kecamatan Natar.

Populasi penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Kecamatan Natar. Teknik pengambilan sampelnya adalah purposive sampling. Pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow. Jumlah sampel yang didapatkan adalah 74 responden pelaku UMKM Kuliner pada tahun 2021 yang terdaftar di Kecamatan Natar.

Data primer dan data sekunder adalah dua jenis data yang digunakan. Metode penelitian untuk mengumpulkan data merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (dalam Rukajat, 2018) Menyediakan responden dengan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk menanggapi mendefinisikan kuesioner sebagai sarana pengumpulan data. Kuesioner rating scale dengan skala Likert, dimana bobot maksimum setiap item adalah 5 dan bobot terendah adalah 1, akan digunakan sebagai format instrumen kuesioner dalam penelitian ini. Sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat tidak setuju adalah empat pilihan pertama. uji validitas dan reliabilitas menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Diuji dengan analisis deskriptif, analisis kuantitatif, uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji-t , uji-F, koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Respondenn

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah kuliner di Kecamatan Natar menjadi responden dalam penelitian ini. Ada 74 responden dalam sampel untuk penelitian ini. Tabel berikut menunjukkan karakteristik jenis kelamin responden :

Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

EXPLANATION	JUMLAH	%
Male	39	52,7 %
Female	35	47,3%
Jumlah	74	100 %

Sumberr: Data yang di olah, 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas, hasil angket kuisisioner yang disebarkan kepada 74 responden yaitu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Kecamatan Natar diketahui sebagian besar responden mempunyai jenis kelamin Male sebanyak 39 responden (52,7%) dan Female sebanyak 35 responden (47,3%).

Tabel 2 Karakteristik Responden berdasarkan umur

KETERANGANN	JUMLAH	%
20 – 30 tahun	30	40,5 %
31 – 40 tahun	23	31,1 %
41 – 50 tahun	14	18,9 %
51 – 60 tahun	5	6,8 %
>60 tahun	2	2,7 %
Jumlah	74	100 %

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas, pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Natar diketahui sebagian besar responden berumur 20 – 30 tahun sebanyak 30 responden (40,5 %), 31 – 40 tahun sebanyak 23 responden (31,1 %), 41 – 50 tahun sebanyak 14 responden (18,9 %), 51 – 60 tahun sebanyak 5 responden (6,8 %), > 60 tahun sebanyak 2 responden (2,7 %). Jadi umur 20 – 30 tahun memiliki presentase tertinggi yaitu 40,5 %.

Tabel 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan terakhir

EXPLANATION	JUMLAH	%
SD	1	1,4 %
SMP	4	5,4 %
SMA/SMK	44	59,5 %
Diploma	5	6,8 %
Sarjana	20	27 %
Jumlah	74	100 %

Sumber : Data yang di olah, 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat Pendidikan terakhir responden pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Natar diketahui lulusan Sekolah Dasar sebanyak 2 responden (1,4 %), SMP sebanyak 4 responden (5,4 %), SMA/SMK sebanyak 44 responden (59,5 %), Diploma sebanyak 5 responden (6,8 %), Sarjana sebanyak 20 responden (27 %).

Tabel 4 Karakteristik Responden berdasarkan kepemilikan usaha

KETERANGAN	JUMLAH	%
Usaha Milik Sendiri	70	94,6 %
Usaha Bersama Teman	4	5,4 %
Jumlah	74	100.%

Sumber : Data yang di olah, 2022

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat kepemilikan usaha responden pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Natar diketahui bahwa sebagian besar responden usaha milik sendiri sebanyak 70 responden (94,6 %), Usaha Bersama teman sebanyak 4 responden (5,4 %).

Uji Validitas

Uji validitas dengan bantuan program SPSS versi 26, baik cara perhitungan maupun pengujiannya. Berdasarkan pengujian dari masing masing variabel, Karakteristik Wirausaha (X1), Modal Usaha (X2), Pemasaran Online (X3) dan Pengembangan Usaha (Y) memperoleh nilai r hitung $>$ r tabel jadi menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari ke empat variabel tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil uji reliabilitas data

Variable	Cronbach's Alpha	Explanation
Karakteristik Wirausaha (X1)	0,817	Reliable
Modal Usaha (X2)	0,882	Reliable
Pemasaran Online (X3)	0,811	Reliable
Pengembangan Usaha (Y)	0,730	Reliable

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Karakteristik Wirausaha (X1) adalah 0, 817. 0,882 untuk variabel Modal Usaha (X2), 0,811 untuk variabel Pemasaran Online (X3), 0,730 untuk variabel Pengembanganana Usaha (Y). Dari masing – masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa instrument dinyatakan Reliable atau memenuhi persyaratan. Dengan begitu, instrument penelitian tersebut memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Uji regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,824	6,554		2,567	,012
	Karakteristik Wirausaha X1	,274	,093	,330	2,933	,005
	Modal Usaha X2	,250	,087	,302	2,860	,006
	Pemasaran Online X3	,040	,127	,035	,316	,753

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha Y

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas, maka persamaan regresi berikut dapat dibuat :

$$Y = 16,824 + 0,274X1 + 0,250X2 + 0,040X3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 16,824 menunjukkan bahwa nilai variabel kewirausahaan (X1), modal usaha (X2), dan pemasaran online (X3) adalah konstan (tetap), sehingga diperoleh nilai sebesar 16,824 satuan untuk pengembangan usaha (Y).

Berdasarkan nilai koefisien regresi karakteristik kewirausahaan (X1) yaitu sebesar 0,274, maka perkembangan usaha akan meningkat sebesar 0,274 satuan untuk setiap kenaikan satu satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap. Koefisiennya positif, menunjukkan hubungan yang menguntungkan antara sifat kewirausahaan dan pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan bisnis berkorelasi terbalik dengan tingkat peningkatan sifat kewirausahaan.

Nilai koefisien regresi untuk modal usaha (X2) sebesar 0,250 yang menunjukkan bahwa jika variabel bebas lainnya tetap konstan, pertumbuhan perusahaan akan meningkat sebesar 0,250 satuan untuk setiap satu satuan kenaikan modal perusahaan. Koefisiennya positif, menunjukkan bahwa modal ventura memiliki dampak yang menguntungkan pada pertumbuhan perusahaan. Bisnis akan berkembang lebih cepat dengan semakin bertambahnya modal perusahaan.

Berdasarkan koefisien regresi Pemasaran Online (X3) sebesar 0,040, perkembangan usaha akan meningkat sebesar 0,040 satuan untuk setiap kenaikan satu satuan pemasaran online, jika variabel bebas lainnya tetap konstan. Koefisien positif menunjukkan hubungan positif antara pemasaran online dan pertumbuhan bisnis. Pertumbuhan perusahaan secara langsung berkorelasi dengan tingkat pemasaran online.

Uji - t (Uji Parsial)

Variable	t-hitung	t-tabel	Sig	Alpha.	Explanation
Karakteristik Wirausaha (X1)	2,933	1,994	0,005	0,05	Berpengaruh (Ho ditolak dan H1 diterima)
Modal Usaha (X2)	2,860	1,994	0,006	0,05	Berpengaruh (Ho ditolak dan H2 diterima)
Pemasaran Online (X3)	0,316	1,994	0,753	0,05	Tidak berpengaruh (Ho diterima dan H3 ditolak)

Tabel 7 Hasil Uji-t

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2022

Pada tabel 7 koefisien di atas ditentukan nilai t hitung variabel karakteristik kewirausahaan sebesar 2,933 dengan nilai Sig. 0,005 (0,005 < 0,05) tingkat signifikansi. Hipotesis diuji karena t-hitung pada penelitian ini lebih besar dari t-tabel ($2,933 > 1,994$). (Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sifat kewirausahaan (X1) memegang peranan penting dalam pertumbuhan industri kuliner di Kecamatan Natar. Nilai t hitung variabel modal ventura sebesar 2,860 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,06 yang berarti hasil tersebut bermakna. Hipotesis diuji karena t-hitung pada penelitian ini lebih besar dari t-tabel ($2,860 > 1,994$). (Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa modal usaha (X2) berpengaruh besar terhadap pertumbuhan usaha kuliner di Kecamatan Natar. Nilai t hitung variabel internet marketing adalah 0,316 dan nilai Sig. nilai 0,753 ($0,753 > 0,05$), yang menunjukkan tidak signifikan. Hipotesis tidak diuji dalam penelitian ini karena t-hitung 0,316 lebih kecil dari t-tabel 0,316 < 1,994. (Ho yang diajukan diterima dan Ha ditolak). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemasaran online (X3) tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap pertumbuhan industri kuliner di Kecamatan Natar.

Uji F

Tabel 8 Hasil Uji-f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234,930	3	78,310	6,516	,001 ^b
	Residual	841,232	70	12,018		
	Total	1076,162	73			

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha Y

b. Predictors: (Constant), Pemasaran Online X3, Modal Usaha X2, Karakteristik Wirausaha X1

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2022

Dalam tabel 8 ANOVA diatas Nilai F-hitung 6,516. Hasil F-tabel dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh sebesar 2,74, dan nilai Sig. sebesar 0,001, dengan $df(N1) = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df(N2) = n - k = 74 - 4 = 70$. F hitung melebihi F tabel ($6,516 > 2,74$), dan nilainya dari Sig. kurang dari 0,05 (0,001 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa sifat kewirausahaan, modal usaha, dan pemasaran online semuanya berpengaruh terhadap pertumbuhan sektor kuliner di Kecamatan Natar secara bersamaan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,467 ^a	,218	,185	3,467	1,822

a. Predictors: (Constant), Pemasaran Online X3, Modal Usaha X2, Karakteristik Wirausaha X1

b. Dependent Variable: Pengembangan Usaha Y

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 9 diatas hasil uji determinasi dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,218, maka disimpulkan besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) di model regresi dengan presentasi 21,8 %. Sedangkan sisanya 78,2 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, sifat kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha, yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,933 yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,994 atau dengan kata lain t hitung $>$ t tabel. Sementara temuan signifikansi yang diperoleh adalah 0,005 lebih kecil dari nilai yang diinginkan yaitu 0,05, namun masih dapat dianggap signifikan. Dengan kata lain, sifat wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kuliner di Kecamatan Natar. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_a disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berhasil sifat kewirausahaan yang diterapkan maka perkembangan UMKM kuliner di Kecamatan Natar akan semakin meningkat. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian penelitian Nur Huri Mustofa dan Aflilia Tina Nur Anisa (2021) yang menunjukkan Karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM.

Fakta bahwa modal usaha memiliki nilai t hitung sebesar 2,860 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,994 atau dengan kata lain t hitung $>$ t tabel menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha. . Sedangkan hasil signifikansi yang diperoleh adalah 0,006 yang lebih kecil dari nilai yang diperlukan yaitu 0,05, namun masih dapat dianggap signifikan. Dengan kata lain, modal usaha memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner di Kecamatan Natar. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Pengembangan UMKM kuliner Kabupaten Natar akan meningkat berbanding lurus dengan besarnya modal usaha yang diterapkan. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian penelitian Yuppy Triwidatin dan Yoyok Priyo Hutomo (2022) yang menunjukkan Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kecamatan Sukaraja Kabupaten bogor.

Nilai t hitung sebesar 0,316 yang lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,994 atau dengan kata lain t hitung $<$ t tabel menunjukkan bahwa pemasaran online tidak memberikan pengaruh yang menguntungkan bagi perkembangan usaha. Meskipun hasil uji signifikansi 0,753 kali lebih tinggi dari ambang batas 0,05, namun masih dapat dianggap tidak penting. Akibatnya H_0 disetujui tetapi H_a ditolak atau dengan kata lain pemasaran online tidak berpengaruh secara signifikan dan menguntungkan bagi pertumbuhan UMKM kuliner di Kecamatan Natar.

Menurut temuan penelitian, kewirausahaan, modal usaha, dan pemasaran online semuanya berfungsi secara bersama-sama untuk mempengaruhi pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner di Kabupaten Natar. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha akan meningkat jika fitur kewirausahaan, modal usaha, dan pemasaran online meningkat secara bersamaan. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian penelitian Yuppy Triwidatin dan Yoyok Priyo Hutomo (2022) yang menunjukkan karakteristik wirausaha, Modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM kuliner di Kecamatan Sukaraja Kabupaten bogor.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Bertumbuhnya usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner di Kecamatan Natar dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh karakteristik wirausaha, sehingga perkembangan usaha akan meningkat seiring dengan karakteristik tersebut.
2. Pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner di Kecamatan Natar dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh modal usaha, sehingga dengan meningkatnya modal usaha maka perkembangan usaha juga akan meningkat.
3. Pemasaran online tidak berdampak apapun terhadap pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner di Kecamatan Natar, membuktikan bahwa tidak ada keterkaitan antara keduanya.
4. Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner di Kecamatan Natar dipengaruhi secara positif serta signifikan oleh perkembangan karakteristik kewirausahaan, modal usaha, dan pemasaran online secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika faktor-faktor ini meningkat, maka perkembangan bisnis juga akan meningkat.

Saran

Saran yang dapat dibuat dalam penelitian ini didasarkan pada kesimpulan di atas dan meliputi:

1. Dilihat dari hasil perhitungan analisis deskriptif pada variabel karakteristik wirausaha nilai sub variabel yang menyatakan bahwa “Saya dapat mengembangkan jaringan atau hubungan kerja secara luas” menghasilkan nilai presentase terendah yang menunjukkan bahwa para pelaku usaha kuliner di Kecamatan Natar merasa kurang puas terhadap kemampuan mengembangkan jaringan kerja secara luas. Hal ini bisa ditingkatkan dengan bergabung dengan forum atau komunitas para pelaku usaha karena dengan melakukan hal tersebut akan banyak menemukan banyak kenalan yang bergerak dibidang apapun yang pasti dapat menjadi rekan bisnis yang cukup potensial bagi usaha yang dijalankan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM, khususnya UMKM kuliner di Kecamatan Natar Lampung Selatan dalam mengkaji dan menyelesaikan permasalahan yang mungkin berkembang selama menjalankan usahanya. Kemudian, agar usaha yang dijalanannya tumbuh dan maju, diharapkan UMKM di Kecamatan Natar Lampung Selatan memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, mampu mengelola modal usaha, dan mampu menggunakan pemasaran secara online.

3. Temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai kerangka atau bahan sumber untuk penelitian tambahan. Penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya menambah jumlah responden dan memasukkan variabel independen yang memungkinkan efek yang jauh lebih baik pada kualitas penelitian dengan harapan peneliti lain yang akan meneliti penelitian terkait dari sudut yang berbeda juga akan melakukannya, karena dalam penelitian ini pada hasil koefisien determinasi (R^2) rendah, dan juga lebih memperbanyak referensi.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, T (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam.*, repository.iainbengkulu.ac.id, <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/828>

Buchari Alma, Haji. (2006). *Kewirausahaan / H. Buchari Alma*. Bandung :: Alfabeta,.

Engka, DSM, & Tolosang, KD (2019). Analisis pengaruh modal, lama usaha, dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di kecamatan langowan timur. *Jurnal Berkala ilmiah ...*, ejournal.unsrat.ac.id, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/25782>

Hadjimanolis, A (2000). An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country. *R&D Management*, Wiley Online Library, <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00174>

Halim, A (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, stiemmamuju.e-journal.id,

<https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>

Jauhari, J (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, ejournal.unsri.ac.id, <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/article/view/718>

Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).

Puspita Widiati, F. ., & Lestira Putri Warganegara, T. . (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL, MOTIVASI, DAN BISNIS KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2003–2012. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.296>

Rahmi, A, & Yogia, MA (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa. *Valuta*, journal.uir.ac.id, <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/download/1133/699>

Rukajat, A (2018). Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach.,books.google.com,https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=1pWEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=rुकajat&ots=9PoDDp8Pf4&sig=gz-AEWo4AikRckvuWgkc-y3z6yc

Triwidatin, Y, & Hutomo, YP (2022). Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Jurnal Multidisiplin Madani*, journal.formosapublisher.org,<https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/view/1482>