

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan perekonomian di Indonesia umumnya berbasis pada ekonomi kerakyatan, yang mana hal ini dapat dilihat pada sector Usaha Mikro Kecil (UMK) yang menjadi salah satu bentuk usaha yang banyak dijalani oleh pengusaha di Indonesia. Usaha Mikro Kecil (UMK) merupakan suatu model baru dalam kegiatan perniagaan atau perdagangan yang diartikan sebagai suatu usaha perniagaan yang pengelolaannya dilakukan oleh individu atau perorangan serta badan usaha dengan lingkup kecil yang lebih dikenal dengan istilah mikro. Usaha Mikro Kecil (UMK) ini memiliki pemilik yang menjadi pengelola sekaligus dan modal yang juga disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal. Sasaran utama dari pasar Usaha Mikro Kecil (UMK) umumnya bersifat lokal, meskipun tidak jarang pasar usaha UMK ini sudah bertaraf internasional. Bentuk atau jenis usaha dari UMK ini ada beberapa jenis, yakni perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, perusahaan di bidang perdagangan, dan perusahaan di bidang jasa (Diansari dan Rahmantio, 2020).

Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMK secara aktif. Hal ini disebabkan karena UMK mempunyai fleksibilitas dan

kemampuan dalam menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang bergerak secara fluktuatif. Misalnya saat diterpa krisis moneter, ada sebagian UMK yang tetap mampu bertahan meskipun terseok-seok di tengah banyaknya perusahaan besar yang mengalami kebangkrutan. Adanya UMK ini juga membawa banyak hal positif bagi penyerapan tenaga kerja yang mana jumlah kelahiran dan angka produktivitas masyarakat tergolong sangat tinggi. Hadirnya UMK ini membawa angin segar untuk Pemerintah dalam memberikan sumber penghidupan atau pemasukan bagi masyarakat setempat melalui cara penyerapan tenaga kerja. Pemerintah dan legislatif memberikan perhatian lebih terhadap UMKM dengan disahkannya Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adanya peraturan tersebut memberikan payung hukum yang kuat bagi UMK dan UMKM untuk mengepakkan sayapnya lebih lebar dan leluasa demi kokohnya perekonomian Indonesia.

Para UMK tersebut dalam menjalankan usaha tentu harus memiliki modal usaha, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran guna mencapai keberhasilan usaha. Menurut Muhammad (dalam Salim dan Rahmadhani, 2024) modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan dan menjalankan suatu usaha. Modal disini dapat diartikan secara fisik yang berhubungan dengan hal-hal yang melekat pada faktor produksi, seperti mesin, peralatan, kendaraan, bangunan dan sebagainya. Modal non fisik berupa dana yang digunakan untuk membeli segala kebutuhan variabel lain dalam proses produksi. Hal tersebut sejalan dengan pengertian dari Ashari (dalam Tambunan, 2020) yang mendefinisikan modal adalah faktor yang mempunyai faktor dan peran penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan

ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh pula.

Selain modal usaha, kemampuan wirausaha juga diperlukan untuk dimiliki oleh setiap UMK. Menurut Mardhatillah (2022) Kemampuan wirausaha adalah kemampuan dari seorang wirausaha dalam bersikap, berfikir, dan bertindak secara konsistensi sebagai perwujudan dari pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dimiliki oleh seseorang yang langsung berpengaruh terhadap kinerja. Kemudian, Kasmir (dalam Salim & Rahmadhani, 2024) mendefinisikan kemampuan wirausaha adalah seseorang yang mampu memiliki sikap inisiatif dan proaktif dengan mengambil resiko, berorientasi pada prestasi dengan mempunyai komitmen pada berbagai pihak untuk menjalankan suatu usaha. Kemampuan wirausaha juga dapat diartikan sebagai kemampuan dari wirusaha dalam membuat dan menggunakan asset intelektual dan non-intelektual dalam pengembangan usaha atau layanan baru yang akan mengarah pada keberhasilan usaha (Mardhatillah, 2022).

Tak hanya itu, strategi pemasaran juga turut berperan dalam keberhasilan usaha. Strategi pemasaran ini diartikan sebagai seluruh system yang berhubungan dengan kegiatan usaha, dimana hal tersebut bertujuan dalam merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan produk yang akan memberikan kepuasan terhadap pembeli (Stanton dan Lamarto, 2019). Kemudian, Kotler (dalam Tambunan, 2020) mendefinisikan strategi pemasaran merupakan sebuah sosial dan manajerial individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran

produk-produk dengan pihak lainnya. Ketika pengusaha melakukan upaya dalam memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi (Salim dan Rahmadani, 2024)

Salah satu bukti dari keberanian UMK dalam melebarkan sayapnya atas payung hukum tersebut adalah dengan berdirinya sejumlah UMK di Desa Pangkah Weta Kabupaten Gresik yang secara khusus bergerak dalam usaha bidang budidaya perikanan. Hal tersebut juga didorong dengan kondisi geografis yang berada di pesisir utara Jawa Timur dan memiliki garis pantai yang panjang, menjadikannya daerah yang strategis untuk kegiatan perikanan. Selain itu, keberadaan beberapa wilayah tambak di Gresik juga mendukung berkembangnya industri budidaya ikan, seperti udang, bandeng, dan berbagai jenis ikan lainnya.

**Tabel 1.1 Produksi Penangkapan di Laut dan Produksi Budidaya Ikan (KG)
di Kabupaten Gresik Tahun 2023**

Produksi Penangkapan di Laut dan Produksi Budidaya Ikan (KG)	
Kecamatan	Tahun 2023
Wringinanom	50,939.04
Driyorejo	76,482.38
Kedamean	89.63
Menganti	2,022,935.67
Cerme	17,421,695.51
Benjeng	5,916,803.06
Balongpanggang	1,417,437.2
Duduksampeyan	24,567,131.53
Kebomas	2,825,140.07
Gresik	665,887.41
Manyar	17,676,812.91
Bungah	19,924,833.47
Sidayu	20,968,282.93

Dukun	8,857,551.33
Panceng	7,088,026.55
Ujungpangkah	29,321,746.59
Sangkapura	2,888,580.15
Tambak	3,176,610.19
TOTAL KESELURUHAN	164,866,985.6

Sumber : Badan Pusat Statistik Perikanan dan Peternakan Kab Gresik 2023

Berdasarkan data diatas bahwasannya total produksi penangkapan ikan di laut dan produksi budidaya ikan Kabupaten Gresik sebesar 164,866,986.6 Kg, dengan penyumbang produksi ikan terbanyak ada di Kecamatan Ujungpangkah yakni total produksi 29,321,746.59 Kg. Pencapaian tersebut terdapat sumbangsih besar dari peran pembudidaya ikan yang ada di Desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik. Pasalnya, Desa Pangkah Wetan ini menjadi Desa yang jumlah pembudidaya ikan paling banyak di Kecamatan Ujungpangkah.

Adanya pencapaian tersebut menunjukkan bahwa para UMK memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung sektor perikanan di Kabupaten Gresik, khususnya di Desa Pangkah Wetan yang menjadi penyumbang produksi ikan terbesar. Keberadaan para pembudidaya ikan skala kecil hingga menengah tidak hanya berkontribusi pada peningkatan produksi, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi masyarakat setempat. Dengan berkembangnya usaha budidaya ikan, desa-desa di wilayah tersebut semakin berdaya dalam mengoptimalkan potensi perikananannya.

Menurut Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag), UMKM mencakup berbagai jenis usaha dengan skala kecil hingga menengah yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pengaturan hukumnya, UMKM diatur

dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang menetapkan kriteria berdasarkan aset dan pendapatan tahunan. Kriteria yang digunakan untuk mengklasifikasikan UMKM terbagi menjadi tiga kategori utama. Usaha mikro adalah usaha dengan aset maksimal Rp50 juta dan pendapatan tahunan tidak lebih dari Rp300 juta. Usaha kecil memiliki aset antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan pendapatan tahunan berkisar antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar. Sedangkan usaha menengah memiliki aset antara Rp500 juta hingga Rp10 miliar dan pendapatan tahunan yang berkisar antara Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar.

Menteri Koperasi dan UKM Republik Indonesia menegaskan bahwa UMKM merupakan pilar utama dalam perekonomian nasional. UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menjadi penyedia lapangan kerja yang signifikan. Salah satu contoh usaha yang termasuk dalam kategori UMKM adalah pembudidayaan ikan bandeng. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, usaha ini biasanya masuk dalam kategori Usaha Kecil (UK), tergantung pada besaran aset dan pendapatan tahunannya. Jika aset dan pendapatan tahunan usaha budidaya ikan bandeng berada dalam rentang usaha kecil, maka usaha tersebut dikategorikan sebagai UK. Namun, jika skala usahanya lebih besar, maka dapat tergolong dalam usaha menengah. Dalam klasifikasi resmi Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) tahun 2020, usaha pembudidayaan ikan bandeng masuk dalam kode KBLI 03251, yang mencakup kegiatan pembesaran ikan bersirip air payau, dan dikategorikan sebagai usaha kecil.

Pembudidaya ikan bandeng sendiri merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam kegiatan pembesaran dan pemeliharaan ikan bandeng di lingkungan perairan,

terutama di tambak air payau. Para pembudidaya ikan bandeng tersebut menjadi penopang perekonomian daerah utama di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik. Ditinjau dari produksi penangkapan ikan laut dan produksi budidaya ikan untuk wilayah Desa Pangkah Wetan yang menjadi lokasi produksi dalam penangkapan dan budidaya ikan bandeng yang tertinggi di seluruh wilayah Kabupaten Gresik, UMK atau petani ikan tersebut tidak terlepas dengan adanya kendala dalam proses pencapaian keberhasilan usaha. Banyak dari UMK tersebut masih mengeluhkan terkait keterbatasan modal yang dimiliki dalam pengembangan usaha, kemampuan wirausaha dalam mengelola usaha, dan strategi pemasaran produk ikan yang dimiliki demi tercapainya keberhasilan usaha.

Peneliti pun telah melakukan pra-survey terhadap 20 responden pelaku UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik. Menurut data pra-survey yang ditemukan peneliti, terdapat 14 dari 20 responden yang menyatakan setuju bahwa modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan sisanya yakni 6 dari 20 responden menyatakan bahwa modal, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran tidak memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha yang dijalankan.

Tujuan dari setiap berdirinya usaha adalah keberhasilan dalam membangun dan mengelola usaha tersebut. Pasalnya, dengan tercapainya keberhasilan usaha dari UMK ini akan mendorong penguatan perekonomian nasional. Keberhasilan usaha sendiri diartikan sebagai kondisi dimana suatu bisnis yang berjalan dapat mencapai tujuannya. Acuan lainnya terhadap keberhasilan usaha ini dapat dilihat pula pada situasi dimana perusahaan mencapai suatu peningkatan dibandingkan kinerja

sebelumnya. Menurut Mudzakar (dalam Pinem et al., 2024) Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lain seperti sederajat atau sekelasnya. Sedangkan menurut Hismadiyani, Fatimah, & Firmansyah (dalam Handayani, 2023) Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Terkait keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil (UMK) ini setidaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor modal, kemampuan wirausaha, dan bagaimana startegi dalam pemasaran suatu produk dari UMK tersebut.

Suatu usaha dapat dijalankan dengan adanya modal sebagai pondasi dalam membangun usaha. Meskipun modal menjadi faktor utama dalam berdirinya suatu usaha, akan tetapi hal yang paling utama sebenarnya adalah bagaimana cara wirausaha dalam mengelola modal secara optimal untuk mencapai keberhasilan usaha. Dengan kata lain, modal usaha adalah hal mutlak yang diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Menurut Listyawan (dalam Syafawati, 2023) pengertian modal usaha adalah sebagian dana yang akan digunakan sebagai pengeluaran pokok untuk memulai berdagang, dipinjamkan dan sebagainya, atau bisa juga sebuah harta benda/kekayaan (uang, barang, jasa, dan sebagainya) yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang dapat menambah kekayaan. Besaran modal bagi setiap pelaku usaha adalah masalah yang paling penting, modal yang terlalu besar dari yang dibutuhkan akan menambah beban pembiayaannya. Sebaliknya, modal yang terlalu sedikit juga akan menyulitkan jalannya usaha.

Hal tersebut relevan dengan hasil penelitian dari Dina Sofia Aprilia dan Inaya Sari Melati (2021) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan antara modal dengan keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Pasar Tiban *Sunday Morning* UGM Yogyakarta. Berbeda dengan hasil penelitian dari Herawati (2019) yang menunjukkan bahwa modal usaha tidak memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha yang dijalankan.

Selanjutnya, selain faktor modal terdapat faktor kemampuan wirausaha yang turut berperan cukup penting dalam tercapainya keberhasilan usaha. Dalam poin faktor kemampuan wirausaha ini menjadi faktor internal keberhasilan usaha dalam menghadapi seluruh rintangan dan persaingan dalam dunia bisnis. Menurut Syafawati (2023) terdapat 2 faktor penentu yang menyebabkan wirausahawan gagal dalam berwirausaha yaitu faktor intern dan faktor ektern. Faktor intern yang menyebabkan ketidak berhasilan usaha adalah seorang wirausaha yang tidak kompeten dalam hal manajerial, kurang berpengalaman, kurang dapat mengendalikan keuangan, gagal dalam hal perencanaan, kurangnya pengawasan dalam hal penggunaan peralatan dan memiliki sikap yang kurang bersungguh- sungguh dalam berusaha. Faktor ekstern yang menyebabkan kegagalan usaha yaitu penentuan lokasi usaha yang tidak tepat. Oleh karena itu, setidaknya seorang pelaku usaha memiliki kemampuan wirausaha dengan mencakup kemampuan atau pemahaman terkait bidang usaha yang diambil, menemukan pasar yang cocok, mengelola keuangan, dan mengembangkan hubungan kemitraan antar perusahaan.

Hal tersebut relevan dengan hasil penelitian dari Rizqi Bagus Dinata (2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha secara stimulant terdapat pengaruh yang

positif dan signifikan antara variabel kemampuan wirausaha dengan keberhasilan usaha. Sedangkan, hasil penelitian dari Putri Ayu Lestari, dkk (2024) menunjukkan bahwa kemampuan wirausaha tidak memberikan pengaruh dan tidak signifikan terhadap keberhasilan.

Kemudian, faktor terakhir yang mempengaruhi keberhasilan usaha yakni strategi pemasaran dari produk yang dimiliki. Strategi pemasaran menjadi salah satu kegiatan utama dari perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya dalam berkembang, serta mendapatkan keuntungan dari kegiatan pertukaran yang dilakukan (Aprilia, 2021). Menurut Djamarah dan A. Zain (dalam Pinem et al., 2024) mengenai definisi strategi pemasaran adalah bagaimana melakukan cara yang tepat untuk mengajak penjual atau pembeli untuk mendapatkan keuntungan dari metode yang digunakan dalam transaksi jual beli produk atau komoditi. Pemasaran merupakan masalah yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia. Apalagi jaman sekarang teknologi sudah berkembang, pemasaran sebenarnya dapat dengan mudah menggunakan E-commerce, tapi kebanyakan UMKM belum mampu sepenuhnya mengadopsi E-commerce karena kurangnya kesiapan teknologi (Diansari dan Rahmantio, 2020).

Selain dengan E-commerce, media sosial saat ini juga dapat digunakan dalam melakukan pemasaran. Penggunaan media cetak, radio, televisi, Facebook, log, Twitter, YouTube, dan situs lain merupakan cara untuk mencapai target audience. Hal tersebut relevan dengan hasil penelitian dari Elys Sastika Tambunan (2020) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun, berbeda dengan hasil penelitian dari Eka

Merdekawati dan Novi Rosyanti (2019) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM.

**Tabel 1.2 Produksi Budidaya Ikan di Tambak (KG)
di Kabupaten Gresik Tahun 2022 dan Tahun 2023**

Kecamatan	Jumlah Produksi Ikan Budidaya	
	2022	2023
Wringinanom	52,548.73	50,939.04
Driyorejo	78,899.25	76,482.38
Kedamean	92.47	89.63
Menganti	2,086,861.00	2,022,935.67
Cerme	17,972,225.90	17,421,695.51
Benjeng	6,103,775.67	5,916,803.06
Balongpanggang	1,462,228.60	1,417,437.20
Duduksampeyan	24,065,347.72	24,567,131.54
Kebomas	2,777,273.31	2,752,400.37
Gresik	40.62	39.37
Manyar	17,345,825.38	17,419,426.28
Bungah	19,145,727.22	19,387,678.76
Sidayu	19,306,471.26	19,665,014.33
Dukun	9,137,452.40	8,857,551.33
Panceng	5,391,229.59	5,605,026.55
Ujungpangkah	26,272,838.13	27,238,484.58
Sangkapura	73,127.46	75,580.15
Tambak	426,936.55	442,759.88

Kabupaten Gresik	151,698,901.30	152,917,475.60
------------------	----------------	----------------

Sumber : Badan Pusat Statistik Perikanan dan Peternakan Kab Gresik Tahun 2024

Berdasarkan data produksi Budidaya ikan di tambak bahwasanya pada tahun 2022 Kecamatan Ujungpangkah memproduksi ikan budidaya dengan jumlah 26,272,838.13 sedangkan di tahun 2023 dengan jumlah 27,238,484.58 KG yang dimana mengalami kenaikan sebesar 965,646.45 KG, tentunya hal tersebut akan menjadi tantangan untuk para UMK di wilayah tersebut untuk terus mempertahankan jumlah produksi ikan tersebut, namun untuk sampai di titik ini tentunya dibutuhkan adanya modal usaha yang digunakan oleh para UMK untuk memproduksi sejumlah ikan tersebut, sedangkan masih banyak UMK di desa Pangkah Wetan yang mengeluhkan terkait modal usaha mereka.

Dilihat dari perkembangan bisnis budidaya ikan secara global, ditemukan bahwa kebutuhan ikan secara global akan terus mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya permintaan yang dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk dunia setiap tahunnya. Dimana dengan peningkatan permintaan kebutuhan ikan, prospek usaha budidaya ikan ini cukup tinggi yang pastinya akan semakin meningkatkan persaingan yang kompetitif. Sementara itu, ditengah kompetitifnya persaingan usaha budidaya ikan, UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan ini juga dihadapkan dengan permasalahan modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran dimana hal ini sesuai dengan pra survey yang dilakukan oleh peneliti di awal.

Berdasarkan pernyataan fenomena, permasalahan objek penelitian, dan

adanyata beberapa kajian dan pendapat ahli yang masih memperdebatkan apakah modal usaha, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha, hal ini menjadi alasan peneliti mengapa tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha UMK, khususnya untuk pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik. Oleh sebab itu, judul yang dapat diambil oleh peneliti adalah “Pengaruh modal, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran pada keberhasilan UMK Pembudidaya Ikan Bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah modal berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan?
2. Apakah kemampuan wirausaha berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan?
4. Apakah modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran

berpengaruh secara simultan terhadap usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, sehingga agar penelitian menjadi lebih fokus dan terarah pada akar permasalahan yang sesungguhnya. Permasalahan yang akan dibatasi pada penelitian ini, yaitu:

1. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah modal, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha.
2. Subjek penelitian ini yakni UMK yang bergerak di bidang pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan, Kabupaten Gresik.
3. Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Desa Pangkah Wetan, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam menggali data yakni pada bulan Desember 2024 sampai Mei 2025.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha

pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan.

4. Untuk mengetahui mengenai pengaruh modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha pada UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan.

1.5 Manfaat Penelitian

Merujuk pada latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan. Maka penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi serta memiliki kebermanfaatan diantaranya :

1. Teoritis/Akademi

Besar harapan penelitian ini mampu berkontribusi dalam menambah kajian yang merefleksikan bidang manajemen, utamanya dalam bidang manajemen keuangan dan sumber daya manusia (SDM) guna dapat mengembangkan pengetahuan, penalaran dan mengimplementasikan di masyarakat.

2. Praktis

- a) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini ditargetkan dapat memberikan pengetahuan secara mendalam bagi peneliti dan mahasiswa umum berupa gambaran mengenai Pengaruh modal usaha, kemampuan wirausaha dan pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMK) Pembudidaya Ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan

- b) Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini menjadi sumber referensi untuk menambah

wawasan dan menambah kajian-kajian teoritis terkait Pengaruh modal usaha, kemampuan wirausaha dan pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMK).

c) Bagi UMK di Desa Pangkah Wetan

Memberikan masukan berupa sumbangan kajian yang berguna untuk mengevaluasi usaha mikro kecil menengah (UMK) yang telah dijalankan sebelumnya, khususnya untuk UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan.