

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan peningkatan ekonomi yang tidak diimbangi oleh pendapatan, penurunan pengangguran dan kemiskinan. Masyarakat desa sudah melakukan beberapa cara untuk pembangunan desa untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui UMKM.² Perkembangan perusahaan kecil dan menengah berkembang pesat pada saat ini. Kondisi ini dikarenakan UMKM merupakan bisnis yang fleksibel sehingga banyak yang memilih mendirikan usaha atau bisnis perseorangan, Banyaknya jumlah pengusaha baru tidak menghalangi munculnya pesaing baru yang mengeluarkan jenis produk yang sama atau berbeda.³

UMKM merupakan suatu komponen perekonomian yang sangat strategis dan melibatkan seseorang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM juga merupakan komponen ekonomi paling besar dalam lanskap perekonomian nasional pada fase tekanan ekonomi, sekaligus berperan sebagai motor penyebar dinamika pemulihan pertumbuhan ekonomi pascakrisis.⁴

² Aufa Nadya dan Syafitri, "Analisis Pengaruh Faktor Pertumbuhan Ekonomi, Pendidikan, Dan Pengangguran Terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan Di Indonesia", *Media Ekonomi* 27, no. 1 (2019):37-52

³ Lina Rifda Naufalin, "Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Banyumas," *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi* 22, no. 1 (2020): 95–102

⁴ Sesi Enjel, "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Agen Kelapa Sawit Di Desa Sungai Badak Kecamatan Mesuji)" (UIN Raden Intan Lampung, 2019).

Ketika krisis ekonomi global melanda, dampaknya secara langsung memperlemah stabilitas perekonomian Indonesia. Pada periode krisis 1997–1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang mampu bertahan dan tetap menunjukkan ketahanan usaha. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM pascakrisis justru mengalami peningkatan dan tidak menunjukkan penurunan. Sektor ini bahkan mampu menyerap tenaga kerja antara 85 hingga 107 juta orang hingga tahun 2021, sementara pelaku usaha berskala besar hanya berjumlah sekitar 4.968 unit. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor yang sangat produktif untuk terus dikembangkan karena kontribusinya signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi baik pada level makro maupun mikro, serta memiliki kemampuan mendorong perkembangan pesat pada sektor-sektor ekonomi lainnya.⁵

UMKM memegang peranan strategis dalam menopang struktur perekonomian nasional. Menurut Sumadi dan Fitria, UMKM memiliki potensi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah dan menyediakan peluang usaha yang dapat meningkatkan ekonomi lokal.⁶ Namun UMKM sering menghadapi berbagai kendala saat berkembang, seperti masalah pembiayaan, pengelolaan usaha dan daya saing.⁷

⁵ Naufalin, “Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Banyumas.”

⁶ Sumadi and Tira Nur Fitria, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi Di Karang Anom Klaten,” *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2020).

⁷ Audrey M Siahaan, Rusliaman Siahaan, and Yanti Elisabet Siahaan, “Faktor Pendukung Dan Penghambat Kinerja UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing,” *Jurnal Stindo Profesional* 6, no. 6 (2020): 143–156.

Jumlah pelaku ekonomi yang tinggi serta kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja menjadikannya sektor yang patut memperoleh perhatian khusus. Melalui kontribusinya dalam menyerap angkatan kerja, memperkuat kapasitas konsumsi masyarakat, meningkatkan besaran permintaan, serta merangsang aliran investasi, perkembangan UMKM menunjukkan dinamika yang semakin progresif. akan memperkuat struktur ekonomi domestik. Meskipun itu bukan hal yang mudah untuk memiliki peran yang strategis dalam mengembangkan UMKM. UMKM menghadapi beberapa kendala yang kompleks. Salah satu kendala yang paling sering dihadapi oleh UMKM adalah pengelolaan manajemen tenaga kerja yang buruk, minimnya permodalan, keterbatasan teknologi produksi, tidak stabilnya pasokan bahan baku, dan kesulitan dalam memperluas akses pasar.⁸

Kabupaten Kediri terdiri atas 26 kecamatan, 1 kelurahan, dan 343 desa (dari total 666 kecamatan, 777 kelurahan, dan 7.727 desa di Provinsi Jawa Timur). Pada tahun 2017, jumlah penduduk Kabupaten Kediri tercatat sebanyak 1.571.555 jiwa dengan luas wilayah 1.386,05 km² dan tingkat persebaran penduduk mencapai 1.133 jiwa per km². Sementara itu, pada tahun 2021 jumlah penduduk meningkat menjadi 1.673.157 jiwa dengan tingkat kepadatan mencapai 1.097 jiwa per km².⁹

Proses pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kediri menunjukkan pertumbuhan yang

⁸ Sulistia Teguh, Perlindungan Hukum dan Pemberdayaan Pengusaha Kecil dalam Ekonomi Pasar Bebas, Hukum Bisnis Volume 27 Nomor 1 Tahun 2008. Bandingkan dengan Mulyadi Nitisusastro, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Cet. II (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 40-42

⁹ Badan pusat Statistik Kabupaten Kediri.

cukup signifikan. Perkembangannya tersebar di seluruh 26 kecamatan dan sebagian besar berada di bawah pembinaan berbagai dinas pemerintah Kabupaten Kediri. Adapun jumlah UMKM di Kabupaten Kediri pada tahun 2017, 2018, 2019, dan 2020 dapat dilihat pada data berikut.

**Tabel 1. 1 Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
Kabupaten Kediri Tahun 2017-2020**

No.	Kecamatan	Jumlah			
		2017	2018	2019	2020
1.	Semen	262	264	384	196
2.	Mojo	200	208	287	311
3.	Kras	120	127	157	159
4.	Ngadiluwih	178	195	256	400
5.	Kandat	128	135	223	237
6.	Wates	171	185	231	245
7.	Ngancar	118	125	137	132
8.	Puncu	82	89	113	78
9.	Plosoklaten	91	101	142	129
10.	Gurah	444	447	499	329
11.	Gampengrejo	92	99	115	219
12.	Grogol	260	263	281	456
13.	Papar	300	308	320	300
14.	Purwoasri	122	126	157	207
15.	Plemahan	98	102	128	198
16.	Kandangan	70	77	99	194
17.	Kepung	88	93	116	198
18.	Pare	389	409	496	452
19.	Tarokan	52	52	67	379
20.	Kunjang	85	87	93	72
21.	Banyakan	872	876	897	890
22.	Ringinrejo	126	132	154	198
23.	Kayen Kidul	72	87	106	82
24.	Ngasem	229	265	329	222

25.	Badas	245	249	276	326
26.	Pagu	37	40	66	96
	Jumlah	4931	5141	6093	6705

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri

Tabel 1.1 menampilkan jumlah UMKM yang ada di setiap kecamatan kabupaten Kediri dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Di tahun 2017 mencapai 4.931, di tahun berikutnya tahun 2018 mencapai sekitar 5.141, dan pada tahun 2019 mencapai 6.093, dan pada tahun 2020 membus diangka 6.705.

UMKM yang beroperasi di Kecamatan Wates mempunyai peluang yang besar untuk terus mengembangkan dikarenakan letaknya yang strategis. Lokasi Pasar Wonorejo berada di wilayah pusat aktivitas ekonomi masyarakat menjadikannya salah satu sentra perdagangan penting di Kecamatan Wates. Keberadaan pasar ini mempermudah para pelaku UMKM dalam memperluas pangsa pasar serta mengenalkan masyarakat pada produk mereka lebih luas.

Di Pasar Wonorejo sendiri, terdapat berbagai jenis pelaku UMKM dengan beragam komoditas dagangan, mulai dari kebutuhan pokok hingga hasil olahan lokal. Berdasarkan data yang ada, sebagian besar pedagang di pasar ini menjual produk seperti sayur-mayur, sembako, ayam potong, buah-buahan, kelapa, hingga jajanan pasar. Selain itu, terdapat pula pedagang yang bergerak di bidang peracangan, pakaian, plastik, serta produk olahan seperti tahu, tempe, dan jenang.

Keberagaman jenis usaha tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Pasar Wonorejo memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, menyediakan kebutuhan harian masyarakat, dan menjadi sumber mata pencaharian utama bagi warga sekitar. Data berikut menggambarkan sejumlah orang yang mempunyai UMKM di Pasar Wonorejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri.

Tabel 1. 2 Data Seseorang yang Mempunyai UMKM di Pasar Wonorejo Tahun 2020

No.	Jenis Dagangan	Jumlah	Presentasi
1.	Ayam Potong	16	7,05%
2.	Baju	6	2,64%
3.	Baju dan Jajan	1	0,44%
4.	Baju / Perhiasan	1	0,444%
5.	Botok	1	0,44%
6.	Buah	8	3,52%
7.	Buah / Plastik	1	0,44%
8.	Bunga Sekaran	3	1,32%
9.	Capar	2	0,88%
10.	Cecek	3	1,32%
11.	Cecek / Brambang Goreng	1	0,44%
12.	Daging	3	1,32%
13.	Gorengan	1	0,44%
14.	Grosir Jajan	5	2,20%
15.	Gudang Sembako	3	1,32%
16.	Ikan Segar	2	0,88%

No.	Jenis Dagangan	Jumlah	Presentasi
17.	Jagung	1	0,44%
18.	Jajan Pasar	5	2,20%
19.	Jenang	2	0,88%
20.	Kelapa	10	4,41%
21.	Kerupuk	7	3,08%
22.	Lele	3	1,32%
23.	Lombok	1	0,44%
24.	Lontong	1	0,44%
25.	Lontong Sayur	1	0,44%
26.	Masakan	2	0,88%
27.	Minuman	1	0,44%
28.	Nasi	3	1,32%
29.	Pakan Ternak	3	1,32%
30.	Panjahit	1	0,44%
31.	Pepaya Pasrah	1	0,44%
32.	Perabot Dapur	1	0,44%
33.	Perancangan	19	8,37%
34.	Peyek	1	0,44%
35.	Pindang	3	1,32%
36.	Pisang	4	1,76%
37.	Plastik	3	1,32%
38.	Plastik / Buah	1	0,44%
39.	Sate Ali	1	0,44%
40.	Sayuran	41	18,06%
41.	Selep Daging	4	1,76%
42.	Selep Kelapa	1	0,44%
43.	Selepan	1	0,44%
44.	Sembako	32	14,10%

No.	Jenis Dagangan	Jumlah	Presentasi
45.	Sembako Gudang	3	1,32%
46.	Singkong	2	0,88%
47.	Tahu	2	0,88%
48.	Tape	3	1,32%
49.	Telur	1	0,44%
50.	Telur / Plastik	1	0,44%
51.	Toserba / Perhiasan	1	0,44%
52.	Warung	2	0,88%
	Total	227	100,00%

Sumber: BUMDES Pasar Wonorejo, 2024

Berdasarkan Tabel 1.2, jumlah orang yang mempunyai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasar Wonorejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri tercatat sebanyak 227 orang yang mempunyai usaha dengan jenis dagangan yang beragam. Sebagian besar pelaku usaha bergerak di bidang penjualan sayuran sebanyak 41 orang (18,06%), diikuti oleh sembako sebanyak 32 orang (14,10%), dan peracangan sebanyak 19 pelaku (8,37%). Jenis usaha lainnya meliputi kelapa, ayam potong, kerupuk, buah-buahan, jenang, tahu, tempe, dan berbagai produk olahan lokal lainnya. Keberagaman jenis usaha menandakan bahwa UMKM di Pasar Wonorejo mempunyai peluang ekonomi yang besar serta berperan penting untuk mendukung aktivitas perdagangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kecamatan Wates.

Perkembangan UMKM masih terkendala oleh beberapa tantangan baik internal maupun eksternal. Permasalahan internal seperti kekurangan modal,

rendahnya kapabilitas sumberdaya manusia, serta kurang tepanya bauran pemasaran. Adapun permasalahan eksternal seperti kurangnya tempat yang memadai, kurangnya wawasan dan akses yang terbatasnya, pendistribusian yang masih bermasalah dan kurangnya stok bahan baku, administrasi yang sangat tinggi serta akses pasar yang kurang potensial.¹⁰

Modal berperan sebagai elemen penopang yang sangat esensial dalam pengoperasian suatu usaha. Keberadaan modal menjadi prasyarat utama sebelum aktivitas bisnis dapat dijalankan. Besaran modal yang dimiliki akan menentukan arah pertumbuhan usaha serta kemampuan dalam menghasilkan pendapatan. Sumber permodalan sendiri dapat bersifat internal, berupa dana pribadi, maupun eksternal, seperti fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh institusi keuangan.¹¹ Modal merupakan sumber daya finansial yang memegang peran vital bagi keberlangsungan dan pengembangan UMKM.¹² Ketersediaan sumber dana tidak hanya dibutuhkan untuk mengupayakan kecukupan operasional dasar, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam ekspansi usaha, serta perluasan akses pasar.¹³ Ketika pelaku UMKM tidak memiliki modal yang mencukupi, berbagai kendala akan muncul seperti

¹⁰ Ainnia Dewi Oktavia and Dewi Komala Sari, "Market Orientation Drives Competitive Edge and Performance in Indonesian MSMEs," *Academia Open* 9, no. 1 (2024): 10–21070.

¹¹ Kartika Putri, Ari Pradhanawati, and Bulan Prabawani, "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, no. 4 (2014): 313–322.

¹² Jerome Michael Foeh, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Dan Pencatatan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi Di Kota Malang," *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan* 2, no. 5 (2022): 590–599.

¹³ Elys Sastika Tambunan, "Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM," *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 9, no. 3 (2020): 239–247.

keterbatasan kapasitas produksi, hambatan dalam adopsi teknologi, serta ketidakefektifan bauran pemasaran.

Pengelolaan sumber dana yang baik memungkinkan UMKM bertumbuh secara berkelanjutan dan dapat bersaing kedepannya.¹⁴ Putri dan Setyawan, menunjukkan bahwa peningkatan modal kerja serta akses pendanaan secara langsung berkontribusi terhadap perbaikan kinerja UMKM di Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten.¹⁵ Lestari dan Fadli, berpendapa modal kerja serta volume penjualan mempunyai pengaruh pada peningkatan laba bersih UMKM di Telukjambe Timur, Karawang.¹⁶ Kedua temuan ini mempertegas bahwa ketersediaan modal bukan hanya berfungsi sebagai penunjang teknis usaha, melainkan sebagai pilar utama dalam mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di tengah dinamika ekonomi.

Selain aspek permodalan, mutu sumber daya manusia menjadi variabel lain yang turut menentukan dinamika pertumbuhan sebuah usaha. Sugeng dalam Edi Soetrisno menjelaskan bahwa kualitas sumber daya manusia mencakup kapasitas pengetahuan serta dorongan internal yang dapat ditampilkan oleh individu dalam lingkungan kerja. Mutu SDM tidak dapat dilepaskan dari praktik kerja profesional, sehingga standar kinerja yang baik harus terintegrasi dengan peran dan tugas yang dijalankan seseorang dalam

¹⁴ Rika Yuliana and Vidi Hadyarti, "Analisis Pengaruh Modal Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Wilayah Pesisir Madura," *Jurnal Administrasi Kantar* 10 (2022): 144–152.

¹⁵ Aicintya Christy Susila Putri and Ignatius Roni Setyawan, "Pengaruh Modal Kerja Dan Akses Pendanaan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 8, no. 1 SE-Articles (January 29, 2024): 228–240, <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/28422>.

¹⁶ Deka Putri Lestari and U M Fadli, "Pengaruh Modal Kerja Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada UMKM Di Telukjambe Timur Karawang," *PAJAMKEU: Pajak dan Manajemen Keuangan* 1, no. 3 (2024): 117–129.

profesinya. Oleh karena itu, tidak mengejutkan apabila kompetensi SDM yang unggul kerap diharapkan muncul pada kelompok profesional. Kualitas SDM sendiri meliputi dua ranah utama: aspek fisik, seperti kondisi kesehatan dan kecukupan gizi pekerja, serta aspek nonfisik yang berkaitan dengan kemampuan bekerja, kapasitas berpikir, dan berbagai keterampilan lainnya.¹⁷

Apabila sumber daya manusia memiliki dorongan motivasi yang kuat, menunjukkan kreativitas, serta mampu menghasilkan berbagai inovasi, maka performa kerja yang dicapai akan cenderung lebih maksimal. Dengan demikian, diperlukan serangkaian langkah yang dilakukan secara konsisten untuk memperkuat kompetensi dan kapabilitas SDM, antara lain melalui program pelatihan, peningkatan pendidikan, serta pendampingan dalam bidang kewirausahaan. Misalnya, dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, UMKM akan lebih adaptif terhadap perubahan pasar, mampu menciptakan produk yang berdaya saing, serta menjalankan operasional usaha secara lebih terarah dan tidak menyita banyak biaya, sehingga kemudian akan mendorong peningkatan dan pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Bauran pemasaran merupakan serangkaian keputusan strategis yang berkaitan dengan pemilihan serta pengkajian kondisi pasar sasaran, yaitu kelompok konsumen yang ingin dijangkau oleh perusahaan. Setelah karakteristik pasar tersebut dipahami, perusahaan kemudian merumuskan komposisi strategi pemasaran yang paling selaras dan diharapkan mampu

¹⁷ Inggar Ariani Karendra, "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada Kpri Pertagama Kota Madiun," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya* 4, no. 1 (2016): 57–67.

memberikan tingkat kepuasan yang optimal bagi segmen yang dibidik.¹⁸ Bauran pemasaran yang efektif menjadi faktor yang penting dalam menilai kemampuan suatu usaha dalam menghadapi persaingan, baik pada perusahaan yang beroperasi dalam sektor pengolahan barang dan penyediaan jasa. Bauran pemasaran dapat dijadikan sebagai landasan dalam merumuskan perencanaan usaha secara menyeluruh dan terarah.

Bauran pemasaran akan berfungsi secara optimal apabila disertai dengan perencanaan yang tersusun secara sistematis, baik pada aspek internal maupun eksternal perusahaan. Pada tahap pra-implementasi berbagai strategi promosi maupun strategi pemasaran lainnya, perusahaan harus terlebih dahulu menentukan pasar sasaran secara tegas melalui proses pemilihan pasar yang dilakukan dengan cermat. Kegagalan dalam mendefinisikan pasar yang dituju serta ketidakmampuan dalam mengidentifikasi potensi pasar merupakan salah satu penyebab utama kegagalan usaha. Kondisi ini dipengaruhi oleh banyaknya jumlah konsumen dan keberagaman preferensi dalam membeli, dapat menyebabkan entitas tidak mendapatkan jangkauan seluruh pangsa pasar secara efektif.¹⁹

Pemerintah Kabupaten Kediri, khususnya di wilayah Kecamatan Wates, melalui institusi dan dinas terkait, berupaya mengatasi berbagai tantangan dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha yang telah dijalankan meliputi pemberian sumber dana usaha, pembinaan

¹⁸ Nurhadi Nurhadi Nurhadi, "Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Persepektif Ekonomi Syariah," *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2019).

¹⁹ Toton Fanshurna and Andreas Gedhe Pangestu, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di KSPPS BMT NU," *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)* 1, no. 3 (2023): 114–119.

melalui pelatihan, penyelenggaraan pameran produk, penyediaan fasilitas pendukung, serta pelaksanaan monitoring dan pengawasan secara berkelanjutan.

Sehingga dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan ilustrasi yang komprehensif mengenai berbagai faktor yang berperan dalam memengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo. Sehingga dengan hal itu, Atas dasar minat penelitian, peneliti memilih untuk mengangkat judul **“Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Bauran Pemasaran terhadap Pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri ”**.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertulis di atas, untuk menghindari agar tidak menyimpang dari inti masalah maka dapat diputuskan beberapa kendala yang ada pada penelitian diantaranya yaitu:

1. Keterbatasan sumber dana usaha masih menjadi kendala utama dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.
2. Kapabilitas sumber daya manusia seseorang yang mempunyai UMKM masih rendah. Hal ini berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan usaha serta ketidakmampuan dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan tren konsumen.

3. Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh pelaku masih UMKM belum berjalan secara efektif dalam menjangkau pasar dan meningkatkan penjualan.

C. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana sumber dana modal usaha dalam mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri?
2. Bagaimanakah kualitas sumber daya manusia dalam mempengaruhi pengembangan di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana bauran pemasaran dalam mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri?
4. Bagaimana simultan modal usaha, kualitas sumberdaya manusia, dan bauran pemasaran dalam mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini mencakup:

1. Mengetahui bagaimana modal usaha mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri.

2. Mengetahui bagaimana kualitas sumber daya manusia mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri.
3. Mengetahui bagaimana bauran pemasaran mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri.
4. Mengetahui bagaimana simultan modal usaha, kualitas sumberdaya manusia, dan bauran pemasaran mempengaruhi pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya pada variabel independen dan variabel dependen yang ditetapkan. Variabel independen terdiri dari modal usaha (X1), kualitas sumber daya manusia (X2), dan bauran pemasaran (X3), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri.

F. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian dapat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini dapat dijelaskan seperti dibawah ini:

1. Manfaat Teoritis / Ilmiah

Penelitian ini Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah pengetahuan mengenai berbagai faktor yang

berkontribusi terhadap pengembangan UMKM. Khususnya, penelitian ini dapat menambah pemahaman terkait dinamika pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Harapan dari penelitian ini ialah agar temuan yang dihasilkan mampu dijadikan pijakan akademik bagi mahasiswa dalam menelaah dinamika permodalan usaha, mutu sumber daya manusia, strategi bauran pemasaran, serta terobosan produk yang berkontribusi pada perkembangan UMKM.

b. Bagi Penulis

Hasil studi ini menjadi tambahan informasi bagi penulis dalam konteks pengembangan UMKM serta ragam unsur yang turut membentuk dan menggerakkan proses perkembangannya. Penelitian ini turut menghadirkan nilai guna berupa penerapan nyata dari berbagai konsep teoretis yang berkaitan dengan operasional UMKM.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil studi ini diharapkan untuk digunakan menjadi media penambahan pemahaman keilmuan secara lebih mendalam mengenai bagaimana modal usaha, kualitas sumber daya manusia, dan bauran pemasaran dalam mempengaruhi pengembangan UMKM.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual berfungsi sebagai komponen penelitian yang menguraikan sifat dasar dari persoalan yang akan dikaji. Adapun rumusan definisi konseptual untuk setiap variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Modal Usaha

Menurut Diah Lydianti, modal usaha memegang peranan krusial dalam proses produksi. Bagi unit usaha yang baru mulai beroperasi, modal berfungsi sebagai tenaga penggerak untuk menjalankan aktivitas bisnis awal. Sementara itu, bagi perusahaan yang telah beroperasi dalam jangka waktu lama, modal lebih sering dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan kapasitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.²⁰

b. Kualitas Sumber daya Manusia

Gary S. Becker menyatakan kualitas sumber daya manusia mencakup unsur pengetahuan, kecakapan, kompetensi, serta karakter individu yang mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing. Kualitas tersebut dipandang sebagai bentuk investasi yang dapat ditingkatkan melalui proses pendidikan maupun pelatihan, sehingga

²⁰ Dr. Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Dan Bisnis Badi Usaha Mikro, Kecil & Menengah* (Samarinda: RV Pustaka Horizon, 2017)

berkontribusi terhadap kemajuan ekonomi serta perkembangan sosial secara menyeluruh.²¹

c. Bauran Pemasaran

marketingC mix yang diungkapkan oleh Kotler merupakan media untuk memengaruhi permintaan konsumen untuk barang atau jasa yang mereka tawarkan, juga menekankan pentingnya memperluas *marketing mix* serta elemen pelengkap berupa *people* (sumber daya manusia), *process* (alur proses), dan *physical evidence* (bukti fisik).²²

d. Pengembangan UMKM

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu proses terencana dan berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha, kinerja, serta daya saing pelaku UMKM agar mampu bertahan dan berkembang dalam lingkungan ekonomi yang dinamis. Pengembangan UMKM mencakup berbagai upaya seperti peningkatan kualitas sumber daya manusia, akses terhadap permodalan, penerapan teknologi, serta perluasan jaringan dan akses pasar. Melalui pengembangan tersebut, UMKM diharapkan tidak hanya mengalami pertumbuhan dari sisi jumlah usaha, tetapi juga peningkatan produktivitas, efisiensi, dan kontribusinya terhadap perekonomian serta kesejahteraan masyarakat.²³

²¹ Becker, G. S.(1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*.

²² Kotler, P. (2003). *Marketing Management*

²³ Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan salah satu instrumen penting dalam penelitian karena menjadi bagian dari tahapan pengumpulan data. Keberadaannya membantu peneliti dalam mengarahkan proses pengukuran maupun observasi terhadap variabel yang diteliti, sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan instrumen pengukuran. Adapun definisi operasional untuk setiap variabel dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. Modal Usaha

Definisi operasional sumber dana usaha yaitu modal yang dianggarkan untuk memulai suatu usaha. Sumber dana ini bisa berbentuk uang, barang, listrik dan barang yang lainnya. Modal usaha merupakan modal yang digunakan sebagai operasional bulanan yang terdiri gaji karyawan, biaya listrik dan sebagainya.

b. Kualitas Sumber Daya Manusia

Definisi operasional mutu sumber daya manusia adalah Kualitas sumber daya manusia berkaitan dengan tingkat mutu individu, mencakup kemampuan fisik maupun nonfisik. Aspek tersebut terbagi menjadi dua dimensi, yaitu dimensi fisik yang berkaitan dengan kondisi jasmani, serta dimensi nonfisik yang meliputi kemampuan berpikir, bekerja, dan keterampilan yang dimiliki seseorang..

c. Bauran Pemasaran

Definisi operasional bauran pemasaran atau *marketing mix* merujuk pada seperangkat elemen pemasaran yang digunakan perusahaan untuk

mencapai tujuan pemasaran pada pasar yang menjadi sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas variabel-variabel yang dapat dikendalikan perusahaan untuk mempengaruhi segmen pasar tertentu sesuai strategi yang ditetapkan. Unsur utama dalam bauran pemasaran meliputi produk, harga, distribusi, serta aktivitas perusahaan dalam memasarkan penawarannya.

d. Pengembangan UMKM

Pengembangan UMKM ini diartikan sebagai tingkat peningkatan kemampuan dan kinerja usaha yang dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain peningkatan akses permodalan, peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha, peningkatan kapasitas produksi, perluasan pemasaran, serta pertumbuhan omzet atau pendapatan usaha. Pengembangan UMKM diukur berdasarkan persepsi pelaku UMKM terhadap perubahan kondisi usaha yang dialami setelah memperoleh pembinaan, pelatihan, atau dukungan dari pihak terkait, yang selanjutnya dinilai menggunakan skala pengukuran tertentu untuk dianalisis secara kuantitatif.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bagian Awal

Bagian pendahuluan mencakup sejumlah halaman awal, antara lain sampul luar, sampul dalam, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata

pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, serta halaman abstrak.

2. Bagian Inti

a. Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat uraian mengenai dasar permasalahan yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian. dari pembahasan yang akan diteliti. Sehingga bab ini bertujuan untuk mengarahkan peneliti agar tidak melebar atau fokus pada objek yang akan diteliti, serta memperjelas mengenai sumber dana usaha, mutu sumberdaya manusia, dan bauran pemasaran dalam mempengaruhi pengembangan umkm di Kecamatan Wates.

b. Bab II Landasan Teori

Pada bagian ini berisi penjelasan yang merujuk pada kajian konsep-konsep yang membahas tentang bagaimana sumber dana modal, mutu sumberdaya manusia, dan bauran pemasaran dapat mempengaruhi pengembangan umkm di Kecamatan Wates, serta hubungan-hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat, studi sebelumnya terkait dengan judul, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

c. Bab III Metode Penelitian

Bagian ini memaparkan pendekatan penelitian yang dilihat dari aspek eksplanasinya. Selain itu, bab ini juga menguraikan pendekatan serta jenis penelitian yang digunakan, populasi dan teknik penarikan sampel, karakteristik sampel penelitian, sumber data, variabel yang

diteliti, skala pengukuran, prosedur pengumpulan data, instrumen yang digunakan, serta metode analisis data yang diterapkan.

d. Bab IV Hasil Penelitian

Pada bagian ini berisi Bagian ini menyajikan uraian atas data yang telah dikumpulkan. Temuan penelitian kemudian dijelaskan melalui interpretasi yang mengarah pada penarikan implikasi penelitian, disertai dengan pelaksanaan pengujian hipotesis.

e. Bab V Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini memuat hasil studi yang telah diperoleh beserta pembahasannya, serta menguraikan berbagai temuan studi yang telah dipaparkan pada bagian hasil penelitian sebelumnya..

f. Bab VI Penutup

Pada bab ini memuat penarikan simpulan dari hasil studi serta anjuran yang harapannya bisa bermanfaat dan memiliki nilai untuk stakeholder dalam penelitian.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat keaslian skripsi, serta daftar riwayat hidup.