
ANALISIS EMPIRIS KESUKSAN UMKM: PERAN MINDSET KEWIRAUSAHAAN, MODAL USAHA, DAN STRATEGI PEMASARAN DI KABUPATEN GOWA

Rosmawati¹, Ahmad Firman², Muhammad Hidayat³
(^{1,2,3})ITB Nobel Indonesia Makassar, Indonesia
¹Email Korespondensi : Sabartetap91@mail.com

Diterima: 02-02-2026 Direvisi : 02-03-2026 Disetujui : 02-04-2026 Diterbitkan : 02-04-2026

Abstract

This study aims to analyze the implementation of Field Experience Practice (PPL) in improving the pedagogical competence of education students at SMA NU and to identify the factors influencing its success. This research used a qualitative approach with a descriptive type. The subjects of the study were student teachers, supervising teachers, and field supervisors. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The results showed that the implementation of PPL improved students' pedagogical competence, especially in lesson planning and teaching practice. However, students still faced difficulties in classroom management, time management, and the use of varied learning methods. The success of the program was influenced by the quality of mentoring, institutional planning, and the school environment. Therefore, PPL plays an important role in preparing professional and adaptive future teachers.

Keywords: *Field Experience Practice, pedagogical competence.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dalam meningkatkan kompetensi pedagogik mahasiswa program studi kependidikan di SMA NU serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa praktikan, guru pamong, dan dosen pembimbing lapangan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan PPL mampu meningkatkan kompetensi pedagogik mahasiswa, terutama dalam perencanaan dan pelaksanaan pembelajaran. Namun, mahasiswa masih mengalami kendala dalam pengelolaan kelas, pengaturan waktu, dan penggunaan metode pembelajaran yang bervariasi. Keberhasilan pelaksanaan PPL dipengaruhi oleh kualitas bimbingan guru pamong, perencanaan program dari institusi, serta lingkungan sekolah. Oleh karena itu, PPL menjadi sarana penting dalam membentuk calon guru yang profesional dan adaptif

Kata Kunci: Praktik Pengalaman Lapangan, kompetensi pedagogik

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyanggah fungsi penting dalam membangun suatu perekonomian di Indonesia. UMKM mempunyai pengertian sebagai urat nadi atau jalan penentu berkembangannya perekonomian daerah dan nasional (Hasri dkk., 2014). Tumbuhnya ekonomi nasional dapat ditinjau dari perekonomian daerah, karena apabila daerah tersebut memiliki kondisi ekonomi berkembang, maka akan mempengaruhi ekonomi nasional. Pada umumnya perkembangan ekonomi daerah ditunjang oleh keaktifan pelaku usaha. UMKM juga dianggap usaha yang mampu bertahan di tengah terjadinya krisis ekonomi, buktinya pemerintah mempercayakan UMKM untuk mempersempit dampak negatif dari krisis ekonomi. UMKM juga menjadi solusi dalam perekrutan tenaga kerja baik yang diberhentikan akibat pemutusan kontrak maupun pengangguran.

UMKM memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena UMKM di Indonesia berjumlah sangat banyak dan tersebar di banyak wilayah. UMKM di Indonesia meningkatkan kesempatan kerja (menambah lapangan pekerjaan), meratakan pendapatan masyarakat, membangun dan menopang ekonomi pedesaan, serta meningkatkan angka PDB negara (Tambunan, 2012). Selain itu, keberhasilan suatu UMKM juga mencerminkan kesuksesan para wirausahawan di Indonesia.

UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi

kriteria-kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

Di dalam undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria ini, usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki nilai aset paling banyak Rp 50.000.000,00 atau dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 hingga maksimum Rp 2.500.000.000,00. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 hingga paling banyak Rp 10.000.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp 2.500.000.000,00 sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000,00 (Tambunan, 2012).

Peranan UMKM semenjak krisis moneter pada tahun 1997 begitu penting dan merupakan langkah awal pemulihan dari perekonomian nasional, karena UMKM merupakan usaha marjinal yang berarti masih menggunakan teknologi sederhana, modal yang relatif rendah, akses terhadap pinjaman atau kredit yang rendah, dan masih berorientasi pada pasar tradisional (Kurniawan & Fauziah, 2015).

Kesuksesan sebuah UMKM dapat diukur dalam 4 aspek yaitu sales growth, gross profit, capital growth, dan work expansion (Abdulwahab & Al-Damen, 2015). Sales growth merupakan tolak ukur dalam pencapaian keberhasilan perusahaan dalam pertumbuhan di masa yang akan datang karena sangat erat kaitannya dengan meningkatnya laba perusahaan. Tingkat pertumbuhan perusahaan diperoleh dari bertambahnya volume penjualan dengan peningkatan harga dalam penjualan yang dilakukan perusahaan, di mana penjualan merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan

untuk memperoleh laba (Geovana, 2015). Pertumbuhan laba kotor dikategorikan sebagai acuan kesuksesan yang penting dalam menjalankan bisnis UMKM. Laba merupakan sebuah instrumen penting dalam kelangsungan hidup suatu bisnis UMKM agar senantiasa dapat beroperasi dengan dana yang didapatkan berupa laba tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu mindset kewirausahaan, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap variabel dependen, yaitu kesuksesan UMKM. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Gowa selama periode April hingga Juni 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gowa. Teknik penentuan sampel menggunakan pendekatan Hair, dengan jumlah indikator sebanyak 21, sehingga diperoleh ukuran sampel sebanyak 105 responden (5 kali jumlah indikator).

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, termasuk data dari instansi terkait seperti Dinas Koperasi dan UMKM. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala pengukuran Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarakan kepada pelaku UMKM. Sebelum analisis dilakukan, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas (Corrected Item-Total Correlation) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha), dengan kriteria nilai $\alpha > 0,60$.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas (Variance Inflation Factor/VIF < 10), dan uji heteroskedastisitas.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

di mana:

- Y = Kesuksesan UMKM
- X_1 = Mindset kewirausahaan
- X_2 = Modal usaha
- X_3 = Strategi pemasaran

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) dengan tingkat signifikansi 5%. Selain itu, dilakukan analisis koefisien determinasi (Adjusted R^2) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Variabel dominan ditentukan berdasarkan nilai koefisien regresi terbesar.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh *Mindset* Kewirausahaan Terhadap Kesuksesan UMKM

Mindset kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Terdapat hubungan yang signifikan antara pola pikir wirausaha yang ditetapkan dengan kinerja usaha. Pola pikir wirausaha mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.

Pola pikir kewirausahaan bagi setiap orang dapat mendorong motivasi untuk membuat suatu lapangan pekerjaan. Membuat lapangan pekerjaan

baru dapat dilakukan dengan inovasi, peluang, kreativitas dan dari berbagai jenis usaha kecil lainnya. Dengan memiliki fokus usaha kecil-kecilan, seseorang akan dapat memahami keuntungan dan ketidakpastian yang akan di capai dalam usahanya. Pola pikir kewirausahaan merupakan seorang yang memiliki pola pikir yang berbeda dari orang-orang pada umumnya. Oleh karena itu, seorang wirausaha (entrepreneur) memiliki tantangan dan perjuangan yang lebih banyak dari profesi lain. Profesi seorang wirausaha memiliki ilmu yang dapat di pelajari saat berada di lingkungan keluarga, teman, sekolah dan lain-lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nandi Ilham Maulana, (2023) dengan judul Pengaruh Entrepreneurial Mindset Terhadap Keberhasilan Usaha. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial mindset* memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha yang berada pada kategori tinggi. *Mindset* kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan UMKM Kabupaten Gowa hal ini ditunjukkan melalui jawaban responden yang merespon atas pertanyaan yang diajukan yang menjadi indikator dalam penelitian ini dari hasil pertanyaan yang diajukan dapat diketahui bahwa para pelaku usaha UMKM Kabupaten Gowa memiliki rasa percaya diri terhadap kemampuan sendiri dan bertanggung jawab terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga bisa meningkatkan usaha mereka masing-masing

Dari hasil penelitian juga terlihat jika para pelaku usaha UMKM Kabupaten Gowa selalu mencari ide-ide kreatif untuk memenangkan persaingan pasar dan dapat mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan konsumen di pasar serta memiliki visi untuk mengembangkan bisnis dan memenangkan persaingan.

Dari indikator indikator penelitian tersebut jelas jika pola pikir kewirausahaan telah dikembangkan dan diinternalisasi dengan sangat baik sehingga hal tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pencapaian kesuksesan usaha khususnya UMKM di Kabupaten Gowa.

2. Pengaruh Variabel Modal Usaha Terhadap Kesuksesan UMKM

Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal, jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu juga pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, net working, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sulit untuk mendapatkan modal uang.

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Modal usaha adalah hal yang sangat diperlukan dan harus tersedia dalam menjalankan sebuah usaha. Modal merupakan faktor pendukung yang sangat dibutuhkan oleh setiap pelaku usaha, karena dengan modal dapat mempengaruhi karakteristik wirausaha. Pendapatan dalam setiap usaha akan dipengaruhi oleh besar kecilnya modal awal usaha tersebut didirikan.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan faktor modal usaha terhadap kesuksesan UMKM di Kabupaten Gowa . Modal usaha yang dimaksud adalah modal usaha yang digunakan dalam menunjang usaha dan kemudahan mendapatkan modal usaha. Semakin besar modal yang digunakan dan semakin mudah untuk mendapatkan modal usaha akan mengakibatkan meningkatnya perkembangan usaha.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Mohammad Nurizki, Ari Kristiana, Slamet Bambang Riono, Dwi Harini, dan Hendri Sucipto (2022) dengan judul Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada Pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes. Hasil penelitian ini diketahui nilai koefisien korelasi R Square sebesar 0.637 dan nilai koefisien determinasi ganda $R^2 = 0.798$ serta Adjusted R Square sebesar 0.630. Koefisien determinasi sebesar 0.637 menyatakan besarnya kontribusi variabel independen modal usaha (X1) dan strategi pemasaran (X2) sebesar 63.70% dalam menerangkan variabilitas variabel dependen volume penjualan (Y) pada pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes. Koefisien korelasi sebesar 0.637 tersebut menyatakan adanya pengaruh simultan variabel independen modal usaha dan strategi pemasaran terhadap variabel dependen volume penjualan.

Salah hal yang mendukung atau menguatkan jika modal usaha menjadi variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha adalah semakin besar modal usaha maka akan semakin besar peluang kesuksesan usaha.

3. Pengaruh Variabel Strategi Pemasaran Terhadap Kesuksesan UMKM

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usahanya dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya

dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian di bidang pemasaran. Dalam pencapaian tujuan perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam memulai menjalankan suatu usaha perlu adanya rencana strategi pemasaran pendahuluan untuk memperkenalkan produk baru itu ke pasar. Rencana tersebut terdiri dari tiga bagian pertama pemosisian produk, pangsa pasar. Bagian kedua tentang strategi distribusi dan anggaran. Bagian ketiga melakukan strategi bauran pemasaran yaitu strategi tentang harga, distribusi, produk, promosi yang akan dijalankan. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Sementara itu strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.

Penelitian ini bermaksud mengungkap sejauhmana faktor strategi pemasaran dapat mempengaruhi kesuksesan UMKM di Kabupaten Gowa dan dari hasil penelitian ini terbukti jika strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Mardhatillah, Putri (2022) judul penelitian Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Lama Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau di Kecamatan Lubuklinggau Timur 1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, strategi pemasaran dan lama usaha terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau di Kecamatan Lubuklinggau Timur I. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia dan kepada para pelaku UMKM di Kecamatan Lubuklinggau Timur I. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan perhitungan berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 80 responden yang diperhitungkan dari data yang didapat dari Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau dengan menggunakan rumus Purposive Sampling. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa modal usaha, strategi pemasaran dan lama usaha masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel modal usaha, strategi pemasaran dan lama usaha terhadap perkembangan UMKM.

Dari hasil penelitian ini juga terlihat para pelaku usaha menganalisis karakteristik konsumen dengan membuat target pasar. Para pelaku usaha selalu melihat *traffic* penjualan serta berusaha meningkatkan ketertarikan calon pembeli untuk meningkatkan penjualan produk agar usaha mereka semakin sukses dan berkembang.

4. Pengaruh Variabel *Mindset* Kewirausahaan, Modal Usaha dan strategi pemasaran secara bersama sama Terhadap Kesuksesan UMKM

Suatu *mindset* kewirausahaan akan berpengaruh terhadap cara berpikir atau pola pikir para pelaku usaha dalam membangun kepercayaan diri, pertanggungjawaban, pencarian ide-ide, mengidentifikasi peluang serta menentukan visi dan misi suatu usaha. Sama halnya dengan modal usaha yang sangat berimbas pada kelangsungan suatu usaha karena besarnya modal usaha sangat menunjang tingkat keberhasilan usaha. Begitu pula dengan strategi pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk.

Dari uraian di atas maka jelas jika ketiga variabel yaitu *mindset* kewirausahaan, modal usaha, dan strategi pemasaran secara bersama-sama akan berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Dalam penelitian ini *mindset* kewirausahaan, modal usaha, dan strategi pemasaran terbukti secara bersama-sama atau (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan UMKM di Kabupaten Gowa. Dengan demikian ketiga faktor tersebut merupakan hal yang harus mendapatkan perhatian secara bersama untuk meningkatkan perkembangan usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa mindset kewirausahaan, modal usaha, dan strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan UMKM di Kabupaten Gowa. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pola pikir kewirausahaan, ketersediaan serta pengelolaan modal usaha, dan penerapan strategi pemasaran yang tepat merupakan faktor penting dalam mendorong keberhasilan usaha. Secara parsial, mindset kewirausahaan terbukti berkontribusi dalam meningkatkan kesuksesan UMKM, yang mengindikasikan bahwa pola pikir inovatif, proaktif, dan berorientasi pada peluang menjadi faktor kunci dalam pengembangan usaha. Modal usaha juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, yang menegaskan pentingnya akses dan pengelolaan sumber daya finansial dalam mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

Selain itu, strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan UMKM, sekaligus menjadi variabel yang paling dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara mindset kewirausahaan, dukungan modal usaha, dan strategi pemasaran yang tepat menjadi determinan utama dalam mencapai kesuksesan UMKM di Kabupaten Gowa..

Daftar Pustaka

- Halim, Abdul. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomu Kabupaten Mamuju. file:///C:/Users/ASUS%20E202S/Downloads/39-Article%20Text-100-1-10-20200425.pdf. Diakses 10 Maret 2023
- Senjoyo, 2018. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kesuksesan UMKM Di Kota Surabaya. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7748/6958>. Diakses 10 Maret 2023.
- Lamading, Hariyanti. A. 2022. Membangun Mindset Enterpreneurship di Era Digital pada Masyarakat Labuan. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/428>. Diakses 10 Maret 2023
- Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik wirausaha, modal dan usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/65/46>. Diakses 10 Maret 2023.
- Dewi, Purwati, Edward Gagah P.T.S, SE, MM, dan Patricia Dhiana P, SE, MM. 2021. Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha dan Startegi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha dengan Perkembangan Usaha sebagai Variabel Intervening. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1742/1682> Diakses 10 Maret 2023
- Indriyani, Melly Pitria, , Dumadi, Hilda Kumala Wulandari. 2022. Sosialisasi Penentuan Harga Pokok Produksi dalam Menunjang Kesuksesan UMKM di Desa Parereja. <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/sabda/article/view/116> Diakses 11 Maret 2023
- Mustofa, Nur Huri, Afrilia Tina Nur Annisa. 2021. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS/article/view/2687/2007> Diakses 11 Maret 2023.
- Maulana, Nadi Ilham. 2023. PENGARUH ENTREPRENEURIAL MINDSET TERHADAP KEBERHASILAN USAHA. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia. <http://repository.upi.edu/88630/> Diakses 11 Maret 2023.
- Tambunan, Elys Sastika. 2015. Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/15398>. Diakses 11 Maret 2023
- Purwati, Dewi, Edward Gagah Purwa, Patricia Dhiana Paramita. 2021. PENGARUH KEMAMPUAN USAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN PERKEMBANGAN USAHA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1742>. Diakses 11 Maret 2023
- Sumari, Sumari dan Jihan Amelia Putri. 2022. Karakteristik Kewirausahaan, Strategi

Pemasaran dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok - Jakarta Utara). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/2636> Diakses 11 Maret 2023

- Milliati, Halwa dan Ali Sofwan. Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha. <https://journal.unisnu.ac.id/jra/article/view/jra.v6i1.191/125> Diakses 13 Maret 2023
- Mardhatillah, Putri (2022) Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Lama Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau di Kecamatan Lubuklinggau Timur 1. <http://repository.radenfatah.ac.id/23810/> Diakses 13 Maret 2023
- Buchori, Ahmad., Irkham Auladi., Ridho Ferinudin.,dwi Rizki Pangesti., Dian Rahmawati., Luk Lui Kafita., Arba'atul Husna., annisa Azzahra., Dini Khoirunnisak., Adelia Puspita., R. Aj. Endang Apriliani. PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM GULA JAWA DI DESA JONGGLOSARI KECAMATAN LEKSONO KABUPATEN WONOSOBO. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/Community/article/view/111> Diakses 13 Maret 2023