

## ANALISIS PENGARUH MODAL AWAL DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERTUMBUHAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA SURABAYA

Vella Angelia Mardaheni<sup>1</sup>, Erwan Eunike Graceshanda<sup>2</sup>

Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Email : [vella.23347@mhs.unesa.ac.id](mailto:vella.23347@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [erwan.23406@mhs.unesa.ac.id](mailto:erwan.23406@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal awal dan strategi pemasaran terhadap pertumbuhan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Surabaya. Metode kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah UMKM di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal awal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Semakin besar modal awal yang dimiliki, semakin besar pula potensi pertumbuhan pendapatan UMKM. Selain itu, strategi pemasaran juga terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan. UMKM yang menerapkan strategi pemasaran yang tepat, seperti pemasaran digital dan promosi yang efektif, cenderung mengalami pertumbuhan pendapatan yang lebih tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa baik modal awal maupun strategi pemasaran merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh UMKM di Surabaya untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk menyediakan akses permodalan yang lebih mudah bagi UMKM serta memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan strategi pemasaran yang efektif.

### ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of initial capital and marketing strategies on the income growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the City of Surabaya. Quantitative methods were used by distributing questionnaires to a number of MSMEs in Surabaya. The research results show that initial capital has a significant influence on MSME income growth. The greater the initial capital you have, the greater the potential for MSME income growth. Apart from that, marketing strategies have also been proven to have a positive effect on revenue growth. MSMEs that implement appropriate marketing

### Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

strategies, such as digital marketing and effective promotions, tend to experience higher revenue growth. This research concludes that both initial capital and marketing strategy are important factors that MSMEs in Surabaya must pay attention to to improve their business performance. The implication of this research is that it is important for the government and related institutions to provide easier access to capital for MSMEs and provide training and assistance in developing effective marketing strategies.	
---	--

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Surabaya memiliki peran yang sangat krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Sebagai tulang punggung perekonomian, UMKM berkontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, untuk dapat bersaing dan berkembang pesat, UMKM membutuhkan modal yang cukup dan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh modal awal dan strategi pemasaran terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Kota Surabaya. Modal awal menjadi faktor penentu dalam menentukan skala usaha, kualitas produk atau jasa, serta kemampuan UMKM untuk melakukan inovasi. Di sisi lain, strategi pemasaran yang tepat akan membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini akan menguji hipotesis bahwa semakin besar modal awal dan semakin efektif strategi pemasaran yang diterapkan, maka akan semakin tinggi pertumbuhan pendapatan UMKM. Variabel-variabel yang akan dianalisis meliputi jumlah modal awal, jenis strategi pemasaran yang digunakan (digital marketing, promosi tradisional, dll.), dan tingkat pertumbuhan pendapatan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi pertumbuhan pendapatan UMKM, seperti lingkungan bisnis, kebijakan pemerintah, dan karakteristik pelaku usaha. Dengan memahami pengaruh modal awal dan strategi pemasaran, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pengembangan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Surabaya serta memberikan rekomendasi bagi para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki.

## LANDASAN TEORI

### Teori Modal (Capital Theory)

Teori Modal adalah kerangka konseptual yang membahas peran modal sebagai salah satu faktor utama dalam proses produksi, investasi, dan pertumbuhan ekonomi atau bisnis. Teori ini berfokus pada bagaimana UMKM mendapat modal awal dan bagaimana bisa mendapatkan modal awal tersebut. Modal mencakup semua aset berwujud maupun tidak berwujud yang digunakan UMKM untuk mendukung aktivitas produktif, seperti uang, peralatan, bangunan, dan sumber daya manusia. Dalam konteks bisnis, modal awal sering dianggap sebagai penentu keberhasilan suatu usaha. Dalam konteks penelitian seperti UMKM

di Surabaya, teori ini membantu menganalisis bagaimana modal awal menjadi faktor penting dalam memulai dan mengembangkan bisnis, terutama jika dikombinasikan dengan strategi pemasaran yang efektif.

## METODE PENELITIAN

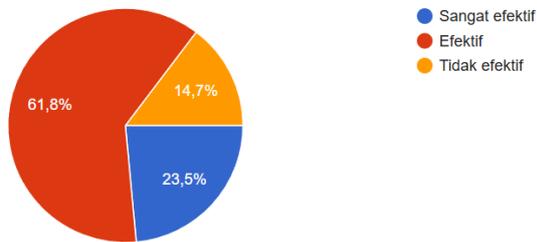
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel penelitian secara numerik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memberikan hasil yang objektif dan dapat diolah menggunakan teknik statistik, sehingga mampu menguji hipotesis secara empiris.

Kelebihan Pendekatan Kuantitatif Memberikan output yang terukur & obyektif. Memungkinkan generalisasi output penelitian terhadap populasi yg lebih luas. Analisis data berbasis kuesioner bisa menaruh konklusi yang valid & reliable. Rekomendasi Penguatan Pastikan jumlah sampel relatif representatif buat membentuk konklusi yg akurat. Gunakan pengujian validitas & reliabilitas dalam berita umum buat memastikan kualitas instrumen penelitian. Sertakan analisis naratif buat menaruh citra generik responden & ciri UMKM yg terlibat. Pendekatan kuantitatif ini memungkinkan penelitian menaruh wawasan yg terukur & berbasis data buat tahu faktor-faktor yang mempengaruhi.

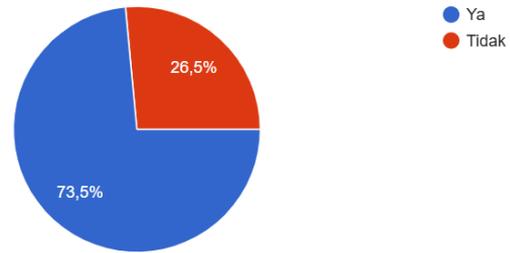
Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data. Kuesioner dirancang untuk mendapatkan data primer langsung dari responden, yaitu pemilik UMKM di Kota Surabaya. Instrumen ini terdiri dari pertanyaan tertutup yang menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada pemilik UMKM di Surabaya. Distribusi langsung memungkinkan peneliti untuk memastikan bahwa responden benar-benar memahami pertanyaan yang diajukan. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti jenis usaha dan lokasi, untuk memastikan data yang representatif dari populasi UMKM di Surabaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik modal awal maupun strategi pemasaran memiliki peran yang krusial dalam mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM di Kota Surabaya. Seperti pada gambar 1 yang menunjukkan bahwa persentase responden yang menyetujui modal awal sebagai faktor penting dalam pertumbuhan pendapatan UMKM di Kota Surabaya sebanyak 73,5% dan responden tidak setuju sebanyak 26,5% yang berarti modal awal sangat berperan penting bagi pertumbuhan pendapatan UMKM di kota Surabaya. Gambar 2 menunjukkan bahwa persentase yang memilih strategi pemasaran sangat efektif yaitu 23,5% dan efektif sebanyak 61,8%. Hal ini berarti strategi pemasaran berperan penting dalam pertumbuhan UMKM di kota Surabaya



Gambar 1



Gambar 2

Berdasarkan analisis data pembahasan data ini menghubungkan angka-angka yang didapatkan dengan teori atau penelitian sebelumnya. Dalam teori modal oleh Karl Marx, modal tidak hanya dianggap sebagai sumber daya ekonomi, tetapi juga sebagai faktor produksi yang mendukung keberlanjutan aktivitas usaha. Modal awal membantu UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan menciptakan nilai tambah dalam kegiatan ekonomi mereka. Hal ini juga sejalan dengan pandangan Pierre Bourdieu yang menyatakan bahwa modal ekonomi (dalam bentuk aset dan dana) menjadi pilar utama dalam menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan. Modal sosial menurut Pierre Bourdieu mencakup jaringan relasi yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan ekonomi. Dalam konteks ini, pelaku UMKM yang memiliki hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, dan komunitas bisnis lainnya dapat memanfaatkan modal sosial untuk mendukung pemasaran produk mereka. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar. Berdasarkan teori modal, modal awal memberikan fondasi bagi UMKM untuk memulai usaha, sementara modal sosial yang diwujudkan melalui strategi pemasaran efektif membantu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, kedua faktor ini saling melengkapi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM. Data dijelaskan dalam sub-bab untuk memudahkan pembaca memahami poin-poin penting. Sub-bab pertama dapat berfokus pada pengaruh modal awal, sedangkan sub-bab kedua membahas efektivitas strategi pemasaran.

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan UMKM di Surabaya sangat dipengaruhi oleh ketersediaan modal awal yang memadai dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Modal awal yang mencukupi menjadi fondasi kuat bagi pertumbuhan usaha, sementara strategi pemasaran yang tepat, seperti pemanfaatan teknologi digital dan promosi yang terarah, mampu meningkatkan kinerja bisnis secara signifikan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk memberikan dukungan yang lebih intensif kepada UMKM dalam hal akses permodalan dan pengembangan kapasitas di bidang pemasaran. penelitian ini menunjukkan bahwa modal awal dan strategi pemasaran memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM di Kota Surabaya. Berdasarkan analisis data:

## 1. Modal awal

Sebanyak 73,5% responden setuju bahwa modal awal sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM. Modal awal menjadi komponen utama yang memungkinkan UMKM untuk memulai operasional bisnis, membeli aset, dan memenuhi kebutuhan produksi. Hal ini sejalan dengan teori modal yang menyebutkan bahwa modal merupakan fondasi penting dalam menciptakan dan menjalankan usaha secara berkelanjutan.

## 2. Strategi pemasaran

Sebanyak 85,3% responden menilai strategi pemasaran yang diterapkan sangat efektif dan efektif dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Strategi pemasaran yang baik memanfaatkan modal sosial, seperti jaringan relasi, untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya tarik produk kepada konsumen

## 3. Hubungan kedua faktor

Modal awal memberikan kemampuan finansial bagi UMKM untuk memulai dan mengembangkan usaha, sedangkan strategi pemasaran memperkuat posisi bisnis di pasar. Keduanya saling melengkapi dalam mendorong pertumbuhan UMKM, sebagaimana dijelaskan dalam teori modal ekonomi dan sosial.

## Rekomendasi

### 1. Peningkatan akses modal

Pemerintah dan lembaga keuangan dapat memfasilitasi akses modal yang lebih mudah bagi pelaku UMKM melalui program pinjaman dengan bunga rendah atau bantuan modal usaha.

### 2. Pelatihan strategi pemasaran

UMKM perlu diberikan pelatihan tentang strategi pemasaran modern, seperti penggunaan platform digital dan media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar mereka.

### 3. Penguatan modal sosial

Pelaku UMKM perlu didorong untuk membangun jaringan relasi yang lebih kuat, baik dengan komunitas lokal, pelanggan, maupun pemasok, agar dapat memanfaatkan modal sosial secara maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, M. K., & Krisnaningsih, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM di Kota Surabaya. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 143-159.
- Wafiroh, H., Lailatul, I. N., & Evhin, A. (2023). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(2), 194-201.
- Kistari, F. A., & Marlina, N. (2022). Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14595-14605.
- Durman, B. K. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Warung Makan di Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya.* (Analysis of Factors that Influence the Income of Food Stall Business Actors in Sukolilo District, Surabaya City) (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

- Estefany, N. V., & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181-195.
- Lestari, D., & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 216-229.
- HADI, M. S. (2024). *PENGARUH MODAL USAHA, LOKASI USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN UMKM SABLON CLOTH BANDUNG DI LAMONGAN* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM DARUL'ULUM LAMONGAN).
- Hasan, A. F., & Rohman, A. (2024). ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di kabupaten purbalingga. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(2), 305-313.
- Laili, R. F., & Wijanarko, A. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Pelatihan, Teknologi Informasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan Wirausaha Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 4(1).
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Rapii, M., Riswanto, A., & Febriani, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 42-50.
- Mariani, H. (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Bidang Kuliner di Wilayah Bogor Timur* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Ulumuddin, I. (2023). *Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pengusaha Warung Kopi di Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Sitepu, S. N. B., Sienatra, K. B., Teguh, M., & Kenang, I. H. (2024). Pelatihan Kewirausahaan dan Sistem Pemasaran Online kepada Pelaku UMKM Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(1), 257-267.
- Hutomo, A. A., Mulyati, A., & Pratiwi, N. M. I. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja Dan Jam Kerja Terhadap Kinerja Usaha UMK Toko Kelontong Di Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 6630-6624.
- Pratiwi, D. T., & Widodo, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Industri Abon Daging Sapi Bu Sarti di Kota Surabaya. *AGRISCIENCE*, 4(1), 96-113.
- Aprilia, D. S., & Melati, I. S. (2021). Pengaruh jumlah tenaga kerja, modal usaha dan bauran pemasaran terhadap keberhasilan usaha umkm sentra batik kota pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2(1), 1-14.
- Sintya, N. S. (2020). Evaluasi Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT di UKM "Jambangan Pitoe" Surabaya. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Fajriyah, S. A. (2022). *Analisis Pengaruh Tenaga Kerja, Modal Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Warung Makan Di Kelurahan Manyar Sabrangan Kota Surabaya (Analysis of the Effect of Labor, Business Capital and Working Hours on the Income of Food Stall Traders in Manyar Sabrangan Village, Surabaya City)* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Almaidah, S., & Enderwati, T. (2019). Analisis pengaruh karakteristik wirausaha, modal, motivasi, pengalaman, dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM penghasil mete di kabupaten wonogiri. *EDUSAINTEK*, 3.