

## PENGARUH MODAL, KEMAMPUAN WIRAUSAHA DAN STRATEGI PEMASARAN PADA KEBERHASILAN UMK PEMBUDIDAYA IKAN BANDENG DI DESA PANGKAH WETAN KABUPATEN GRESIK

Dicky Ardiansyah<sup>1</sup>, Suharto<sup>2</sup>, M.Syafii<sup>3</sup>

[dickykw84@gmail.com](mailto:dickykw84@gmail.com)<sup>1</sup>, [hartodua580129@gmail.com](mailto:hartodua580129@gmail.com)<sup>2</sup>, [syafiimochamad87@gmail.com](mailto:syafiimochamad87@gmail.com)<sup>3</sup>

Universitas Gresik

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro kecil (UMK) pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan, Kabupaten Gresik. Masalah utama yang diangkat adalah bagaimana ketiga variabel tersebut secara parsial dan simultan memengaruhi keberhasilan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 81 pelaku UMK yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier berganda, serta uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMK pembudidaya ikan bandeng. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 60,4% variabel keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi UMK dalam meningkatkan keberhasilan usahanya melalui pengelolaan modal, penguatan kapasitas wirausaha, dan pengembangan strategi pemasaran.

**Kata Kunci:** Modal, Kemampuan Wirausaha, Strategi Pemasaran, Keberhasilan Usaha, UMK Budidaya Ikan Bandeng.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of capital, entrepreneurial ability, and marketing strategy on the success of micro and small enterprises (MSEs) of milkfish farmers in Pangkah Wetan Village, Gresik Regency. The main issue raised is how the three variables partially and simultaneously affect business success. This study used a quantitative approach with a survey method of 81 MSEs selected through purposive sampling technique. Data analysis was carried out with multiple linear regression tests, as well as t tests, F tests, and the coefficient of determination ( $R^2$ ). The results showed that partially, the variables of capital, entrepreneurial ability, and marketing strategy had a positive and significant effect on business success. Simultaneously, the three variables also had a significant effect on the business success of milkfish farming MSEs. The coefficient of determination shows that 60.4% of the business success variable can be explained by the three independent variables, while the rest is influenced by other factors outside the research model. The findings are expected to be a practical reference for MSEs in improving their business success through capital management, strengthening entrepreneurial capacity, and developing marketing strategies..*

**Keywords:** Capital, Entrepreneurial Capacity, Marketing Strategy, Business Success, MSEs, Milkfish Farming.

### PENDAHULUAN

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 Rahmanto, 2020).

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 wirausaha 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 (Soegoto, 2016).

Salah satu bukti dari keberanian UMK dalam melebarkan sayapnya atas payung hukum tersebut adalah dengan berdirinya sejumlah UMK di Desa Pangkah Wetan 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 Produksi Penangkapan di Laut dan Produksi Budidaya Ikan (KG)

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
Balongpanggung	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
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>	<b>164,866,985.6</b>

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.

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 menunjukkan 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. 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. Hal tersebut relevan dengan hasil penelitian dari Rizqi Bagas 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- comerse karena kurangnya kesiapan teknologi (Diansari dan Rahmantio, 2020).

Tabel 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
Balongpanggung	1,462,228.60	1,417,437.20
Duduksampayan	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 adanya 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”.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen berupa modal ( $X_1$ ), kemampuan wirausaha ( $X_2$ ), dan strategi pemasaran ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha ( $Y$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan, Kabupaten Gresik. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan pelaku usaha aktif yang berusia lebih dari 25 tahun. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 67 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian yang diperoleh dari teori-teori yang relevan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial (uji t) maupun simultan (uji F). Selain itu, dilakukan pula uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap keberhasilan usaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Penelitian**

Kabupaten Gresik merupakan wilayah yang berada di di sebelah barat laut Kota Surabaya, yang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur. Di sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Selat Madura dan Kota Surabaya, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Mojokerto, sedangkan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lamongan. Wilayah ini memiliki luas sebesar 1.191,25 km<sup>2</sup>, yang terbagi dalam 18 Kecamatan dan terdiri dari 330 Desa dan 26 Kelurahan. Kabupaten Gresik juga mempunyai wilayah Kepulauan, yaitu Pualau Bawean dan beberapa pulau kecil di sekitarnya. Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai dengan memiliki panjang pantai 140 km, 69 km di daratan Pulau Jawa, yaitu memanjang mulai dari Kecamatan Kebomas, Kebomas, Gresik, Manyar, Bungah, Sidayu, Ujungpangkah dan Panceng serta Kecamatan Sangkapura dan Tambak yang lokasinya berada di Pulau Bawean.

Secara administratif, Desa Pangkah Wetan terletak di wilayah Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik dengan posisi dibatasi oleh Laut Jawa di sebelah utara, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Karangrejo, sebelah timur berbatasan dengan Desa Serowo, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Pangkah Kulon. Jumlah penduduk di Desa Pangkah Wetan ini mencapai 11.423 jiwa dengan rincian 5.766 laki-laki dan 5.657 perempuan. Kemudian, mengingat Desa Pangkah Wetan ini cenderung lebih luas di wilayah pesisir tidak heran jika banyak masyarakat yang menjadi pembudidaya ikan atau pun nelayan. Sebagian besar para pembudidaya ikan di Desa Pangkah Wetan ini memilih untuk membudidaya ikan bandeng dan udang.

## B. Hasil Penelitian

### 1) Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai data terdistribusi dengan normal atau tidak. Dimana model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residul yang terdistribusi normal. Uji kolmogorof-smirnov (K-S), merupakan uji data yang digunakan dalam penelitian ini yang digunakan untuk menguji normalitas. Pada uji kolmonogorof smirnov data dikatakan normal jika nilai signifikan > dari 0,05 atau 5% maka distribusi dinyatakan normal. Sebagai berikut adalah hasil uji normalitas.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48871421
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.051
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas diatas, pada kolom kolmogorof-smirnov menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal, karena nilai signifikan 0,200 lebih besar dari nilai alpha 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residul data terdistribusi normal dan mosal regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Muktikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent variable). Dalam model regresi yang baik sbenarnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan melihat tolerance dan variance Inflation Facotr (VIF). Apabila nilai tolerance > 0,01 dan VIF < 10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Berikut adalah uji multikolinieritas :

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	5.642	1.357		4.159	.000		
	MODAL	.332	.083	.343	4.015	.000	.702	1.424
	KEMAMPUAN WIRAUUSAHA	.234	.067	.298	3.498	.001	.710	1.408
	STRATEGI PEMASARAN	.285	.058	.377	4.914	.000	.874	1.144

Sumber: Data Primer yang diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil output diketahui nilai Tolerance Modal, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran masing-masing sebesar 0,702; 0,170 dan 0,874 > 0,10 dengan nilai VIF masing-masing sebesar 1,424; 1,408 dan 1,144 < 10,00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala Multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode glejer, yaitu dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residulnya. Jika nilai signifiaknsi (Sig) antara variabel bebas dengan absolut residul > 0,05, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas dan sebaliknya. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut hasil uji heterokedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.272	.828		2.745	.008
	MODAL	-.016	.050	-.042	-.316	.753
	KEMAMPUAN WIRAUUSAHA	-.028	.041	-.092	-.689	.493
	STRATEGI PEMASARAN	-.022	.035	-.076	-.633	.528

Sumber: Data Primer yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil output diketahui nilai Sig. Modal, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran masing-masing sebesar 0,753; 0,493 dan 0,528 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini dikarenakan masing-masing variabel memiliki nilai probabilitas yang lebih besar dari nilai alpha (Sig > 0,05).

d. Uji Autorelasi

Uji autorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara potensi kesalahan yang mengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, jika ada berarti terdapat autokorelasi. Penelitian yang baik adalah ketika uji autokorelasi nya tidak ada, dimana hasil uji ini yang menggunakan nilai Durbin-Watson (DW) antara -2 sampai 2. Berikut hasil uji autokorelasi pada penelitian ini, yakni:

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 <sup>a</sup>	.604	.589	1.51744	1.491

a. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN, KEMAMPUAN WIRAUSAHA, MODAL

b. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut pada penelitian ini di uji autorelasi menunjukkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,491 yang artinya nilai DW berada dalam rentang nilai antara -2 sampai +2, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model penelitian ini.

e. Uji Linearitas

Regresi linier dibangun berdasarkan asumsi bahwa variabel-variabel yang dianalisis memiliki hubungan linier. Strategi untuk memverifikasi hubungan linier tersebut dapat dilakukan dengan anova. Uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEBERHASILAN USAHA * MODAL	Between Groups	(Combined)	228.316	9	25.368	8.199	.000
		Linearity	170.804	1	170.804	55.202	.000
		Deviation from Linearity	57.513	8	7.189	2.323	.068
	Within Groups		219.684	71	3.094		
	Total		448.000	80			

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas dapat diketahui nilai linieritas sebesar 0,000 yang artinya nilai linieritas kurang dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan bahwa H0 ditolak atau modal usaha dengan keberhasilan usaha memiliki hubungan yang linier.

**Hasil Uji Linieritas Variabel (X2) dengan Y**

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEBERHASILAN USAHA * KEMAMPUAN WIRAUSAHA	Between Groups	(Combined)	272.659	11	24.787	9.754	.000
		Linearity	155.531	1	155.531	61.204	.000
		Deviation from Linearity	117.128	10	11.713	4.609	.063
	Within Groups		175.341	69	2.541		
	Total		448.000	80			

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas dapat diketahui nilai linieritas sebesar 0,063 yang artinya nilai linieritas kurang dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan bahwa H0 ditolak atau kemampuan wirausaha dengan keberhasilan usaha memiliki hubungan yang linier.

**Hasil Uji Linieritas Variabel (X2) dengan Y**

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEBERHASILAN USAHA * STRATEGI PEMASARAN	Between Groups	(Combined)	214.701	14	15.336	4.338	.000
		Linearity	148.257	1	148.257	41.942	.000
		Deviation from Linearity	66.444	13	5.111	1.446	.163

	Within Groups	233.299	66	3.535		
	Total	448.000	80			

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas dapat diketahui nilai linieritas sebesar 0,000 yang artinya nilai linieritas kurang dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak atau strategi pemasaran dengan keberhasilan usaha memiliki hubungan yang linier.

Berdasarkan tabel di atas uji linieritas antara modal terhadap keberhasilan usaha dapat dilihat dari tabel F deviation from linearity sebesar 2,232 dengan tingkat signifikansi 0,068. Uji linieritas antara kemampuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha dapat dilihat dari tabel F deviation from linearity sebesar 4,609 dengan tingkat signifikansi 0,063. Kemudian, hasil uji linieritas antara strategi pemasaran dengan keberhasilan usaha yang dilihat dari tabel F deviation from linearity sebesar 1,446 dengan tingkat signifikansi 0,163 dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa asumsi linier dalam penelitian ini terpenuhi.

## 2) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan jumlah variabel independen lebih dari satu. Hasil uji ini akan menunjukkan apakah ada hubungan antara modal usaha, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik. Berikut hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini:

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.642	1.357		4.159	.000
	MODAL	.332	.083	.343	4.015	.000
	KEMAMPUAN WIRAUSAHA	.234	.067	.298	3.498	.001
	STRATEGI PEMASARAN	.285	.058	.377	4.914	.000

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Dari hasil perhitungan regresi linier tersebut dapat diketahui bahwa antara modal (X<sub>1</sub>), kemampuan wirausaha (X<sub>2</sub>), dan strategi pemasaran (X<sub>3</sub>) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) dapat dirumuskan dalam perhitungan sebagai berikut:

$$Y = 5,642 + 0,332X_1 + 0,234X_2 + 0,285X_3$$

Berdasarkan persamaan model regresi tersebut di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 5,642 yang berarti jika modal (X<sub>1</sub>), kemampuan wirausaha (X<sub>2</sub>), dan strategi pemasaran (X<sub>3</sub>) bernilai nol maka besarnya keberhasilan usaha UMK ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan sebesar 5,642
- Koefisien regresi Modal sebesar 0,332 yang berarti jika peningkatan Modal sebesar 1% akan menyebabkan meningkatnya Keberhasilan usaha sebesar 0,332. Ketika koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara keberhasilan usaha UMK ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan
- Koefisien regresi kemampuan wirausaha sebesar 0,234 yang berarti jika peningkatan kemampuan wirausaha sebesar 1% akan menyebabkan meningkatnya Keberhasilan usaha sebesar 0,234. Ketika koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif

antara keberhasilan usaha UMK ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan

- d. Koefisien regresi strategi pemasaran sebesar 0,285 yang berarti jika peningkatan strategi pemasaran sebesar 1% akan menyebabkan meningkatnya keberhasilan usaha sebesar 0,285. Ketika koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara keberhasilan usaha UMK ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan.

3) Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap variabel dependen keberhasilan usaha. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.642	1.357		4.159	.000
MODAL	.332	.083	.343	4.015	.000
KEMAMPUAN WIRAUSAHA	.234	.067	.298	3.498	.001
STRATEGI PEMASARAN	.285	.058	.377	4.914	.000

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat diinterpretasikan bahwa:

- a) Hasil uji t pengaruh variabel modal terhadap keberhasilan usaha yang tersaji pada tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 4,159 dan signifikansi nya 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai dari t hitung > t tabel 1,991 dengan signifikansi < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa modal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMK ikan bandeng Desa Pangkah Wetan secara parsial.
- b) Hasil uji t pengaruh variabel kemampuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,498 dan signifikansi 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel 1,991 dengan signifikansi < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha para UMK ikan bandeng secara parsial.
- c) Hasil uji t pengaruh variabel strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,914 dan signifikansi 0,000. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha UMK ikan bandeng Desa Pangkah Wetan secara parsial.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan atau secara bersama yaitu modal (X1), kemampuan wirausaha (X2) dan strategi pemasaran (X3) secara bersama terhadap variabel terikat yaitu keberhasilan usaha (Y) dengan menggunakan uji F (simultan).

Adapun dasar pengambilan keputusannya yakni ketika nilai signifikan hasilnya < 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya variabel modal (X1), kemampuan wirausaha (X2) dan strategi pemasaran (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Sebaliknya, jika nilai signifikan hasilnya > 0,05 maka hipotesis ditolak, yang artinya variabel modal (X1), kemampuan wirausaha (X2) dan strategi pemasaran (X3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Berikut hasil uji F dari

penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	270.698	3	90.233	39.187	.000 <sup>b</sup>
	Residual	177.302	77	2.303		
	Total	448.000	80			

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

b. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN, KEMAMPUAN WIRUSAHA, MODAL

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025

Penelitian ini menggunakan F tabel sebesar 2,487. Kemudian, berdasarkan tabel tersebut menunjukkan output bahwa variabel modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha memperoleh F hitung 39,187 dengan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung > F tabel 2,487 dengan signifikansi < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha.

e. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh dari modal (X1), kemampuan wirausaha (X2), dan strategi pemasaran (X3) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel keberhasilan usaha (Y). Berikut hasil uji koefisien determinasi dari penelitian ini:

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.777 <sup>a</sup>	.604	.589	1.51744	

a. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN, KEMAMPUAN WIRUSAHA, MODAL

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2025.

Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Jika hasilnya lebih dari 0,5 maka koefisien dianggap baik. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan besaran pengaruh antara modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha memperoleh nilai R square sebesar 0,604 atau 60,4% sedangkan sisanya sebesar 39,6% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa modal, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha masuk dalam kategori baik.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Modal, Kemampuan Wirausaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMK Pembudidaya Ikan Bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik. Responden pada penelitian ini berjumlah 81 orang, kemudian telah dianalisa dan disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara modal terhadap keberhasilan usaha yang didasarkan dari hasil t hitung 4,159 > t tabel 1,991 dengan nilai spesifikasi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan hubungan seperti ini menunjukkan bahwa makin besar modal yang dimiliki oleh pelaku UMK, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha. Kemudian, dapat diartikan pula bahwa besaran modal berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik.

Terdapat pengaruh positif antara kemampuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha

yang didasarkan dari hasil  $t$  hitung  $3,498 > t$  tabel  $1,991$  dengan signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dengan hubungan seperti ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan wirausaha pelaku UMK, maka semakin besar kemungkinan usaha mereka berhasil. Kemudian, diperoleh pula kesimpulan bahwa tingkat kemampuan wirausaha memberikan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik.

2. Terdapat pengaruh positif antara strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha yang didasarkan dari hasil  $t$  hitung  $4,914 > t$  tabel  $1,991$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan hubungan seperti ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan peluang dari keberhasilan usaha. Kemudian, diperoleh pula kesimpulan bahwa strategi pemasaran memberikan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel modal, kemampuan wirausaha, dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan UMK pembudidaya ikan bandeng di Desa Pangkah Wetan Kabupaten Gresik dengan  $F$  hitung  $39,187 > F$  tabel  $2,487$  dengan tingkat signifikansi  $0,000$ . Selanjutnya, nilai  $R$  Square sebesar  $0,640$  menunjukkan bahwa  $64\%$  keberhasilan UMK dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara  $36\%$  sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut:

#### 1) Bagi Pelaku UMK Pembudidaya Ikan Bandeng

Disarankan agar lebih memperhatikan aspek permodalan, baik melalui modal pribadi maupun akses pembiayaan dari lembaga keuangan. Selain itu, peningkatan kemampuan wirausaha melalui pelatihan dan pendampingan juga penting dilakukan untuk meningkatkan efisiensi usaha. Penggunaan strategi pemasaran yang kreatif, termasuk pemanfaatan media digital, dapat menjadi peluang besar untuk memperluas pasar.

#### 2) Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Perlu memberikan dukungan berkelanjutan berupa pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan, akses permodalan berbunga ringan, serta fasilitasi pemasaran hasil panen UMK. Pendampingan intensif di bidang manajerial dan pemasaran juga dapat mendorong peningkatan kinerja UMK.

#### 3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin turut memengaruhi keberhasilan UMK, seperti faktor teknologi, jaringan bisnis, atau dukungan kebijakan pemerintah. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif atau kombinasi kuantitatif-kualitatif dapat memperkaya pemahaman atas dinamika UMK di sektor perikanan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, K. R., Amir, L. S., & Hapiipi, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi dan hubungan sosial dalam kalangan generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(02), 85–94.
- Arsanti, M. (2018). Pengembangan bahan ajar mata kuliah penulisan kreatif bermuatan nilai-nilai pendidikan karakter religius bagi mahasiswa prodi PBSI, FKIP, UNISSULA. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 1(2), 69-88. <https://doi.org/10.24176/kredo.v1i2.2107>
- Azizah, F., Nugraha, D. B., Wahyuni, D. P. C., Effendy, A. S., Wirata, N. I. T., & Rahadian, S. (2021). Fenomena penggunaan bahasa slang dan nilai-nilai karakter pada mahasiswa. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 3(2), 62–69.
- Cahayu, N., Sumbayak, L. R., & Hadi, W. (2024). Pengaruh penggunaan bahasa gaul terhadap

- kemampuan berbahasa Indonesia pada generasi-Z. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, Dan Pengajarannya*, 3(1), 62–70.
- Fadilla, A. S., Alwansyah, Y., & Anggriawan, A. (2023). Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Oleh Mahasiswa. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 3(1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.30821/eunoia.v3i1.2527>
- Firdausy, A., Hamsyah, N., Fiashan, T. Z., Anindya, K. P., Hasbullah, A. M., & Asifa, F. (2025). Analisis Pengaruh Perkembangan Bahasa Slang Terhadap Kemampuan Berbahasa Baku Remaja Pengguna Tiktok. In *Jurnal Pendidikan West Science (Vol. 03, Issue 01)*.
- Halawa, N., Hia, Y. T., & Mendrofa, Y. (2024). Analisis Ragam Bahasa Gaul di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Nias. *Journal of Literature Language and Academic Studies*, 3(02), 64-67. <https://doi.org/10.56855/jllans.v3i02.1174>
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Nadiyah Adwinda, R., & Irwin Talenta, P. (2024). Analysis of Characteristics and Meanings of Slang Found in Netflix Reality Show “The Circle.”
- Nursabrina, N., Susanti, E., Bik, M. T. N., & Anugrah, M. R. (2024). Penurunan Minat Generasi Z Menggunakan Bahasa Daerah Sebagai Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(5), 2309-2315.
- Piki, M. A., & Sobari, T. (2020). Pengaruh bahasa Prokem terhadap pembentukan karakter berbahasa mahasiswa dalam media sosial. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1), 31-38. pengaruh Bahasa Prokem Terhadap Pembentukan Karakter Berbahasa Mahasiswa Dalam Media Sosial | *Parole : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*
- Ridlo, M., Satriyadi, Y., Nasution, A. H., & Arandri, N. A. (2021). Analisis pengaruh bahasa gaul di kalangan mahasiswa terhadap bahasa Indonesia di zaman sekarang. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 561-569.
- Sabbila, A. N. (2021). Penggunaan bahasa slang oleh remaja pesona rancaekek indah. *TEXTURA*, 2(2), 1–6.
- Safika, N. D. (2020). Pengaruh pemakaian bahasa gaul terhadap kemampuan berbahasa Indonesia remaja.
- Sitorus, R. S., Tamba, L. O. B., & Tansliova, L. (2024). Penggunaan bahasa gaul (slang) dan implikasi terhadap nilai karakter pada mahasiswa. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 2(2), 290-298.
- Sukamto, M. E. I. Y., & Palupi, M. F. T. (2022). Pengaruh Dialog Menggunakan Bahasa Gaul Terhadap Perilaku Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 2(01), 32-53. <https://doi.org/10.69957/relasi.v2i01.310>