

**PENGARUH MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO DI
DESA SABAJIOR KECAMATAN PANYABUNGAN
BARAT KABUPATEN MANDAILING NATAL**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

SALWA SELVIA

NIM. 22080002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2026/2027**

**PENGARUH MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO DI
DESA SABAJIOR KECAMATAN PANYABUNGAN
BARAT KABUPATEN MANDAILING NATAL**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi(S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Disusun oleh:

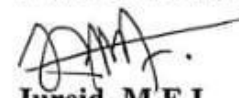
Salwa Selvia

(22080002)

PEMBIMBING I


Raisat Afandi, M.E.I
NIP. 198310182019031006

PEMBIMBING II


Jureid, M.E.I
NIP. 198806242019031010

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2026**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama Salwa Selvia, Nim 22080002, dengan judul **“Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal”**. Pada program studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

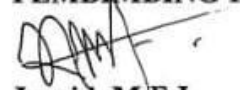
Panyabungan, Agusutus 2026

PEMBIMBING I



Faisal Allandi, M.E.I
NIP. 198310182019031006

PEMBIMBING II

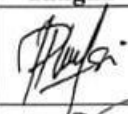
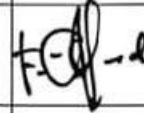


Jureid, M.E.I
NIP. 198806242019031010

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal.”” a.n Salwa Selvia, NIM. 22080002, Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal yang dilaksanakan tanggal 24 September 2026.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

NO	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Nurintan Siregar, M.E NIP. 198610212019032008	Ketua Sidang/ Penguji I		29/09/2026
2	Dr. Enni Sari Siregar, M.E NIP. 199007302019082001	Sekretaris Sidang/Penguji II		29/09/2026
3	Faisal Affandi, M.E.I NIP. 198308082019031006	Penguji III		29/09/2026
4	Jureid, M.E.I NIP. 198806242019031010	Penguji IV		29/09/2026

Mandailing Natal, September 2026

Mengetahui,

Ketua STAIN Mandailing Natal


Dr. Mars Samin Lubis, M.Ed
NIP. 197305012003121004

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salwa Selvia

Nim : 2080002

Prodi : Ekonomi Syariah

Tempat/Tgl Lahir : Sabajior, 15 Desember 2004

Alamat : Sabajior Kec.Panyabungan Barat Kab, Mandailing Natal

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal”** adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang diambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, 16 September 2026



Salwa Selvia

NIM. 2080002

STAIN MADINA

ABSTRAK

Salwa Selvia (Nim: 22080002) Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro di Desa Sabajior yang berjumlah 30 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sensus, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel. Data penelitian diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan program SPSS 25 melalui analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro, dengan nilai t-hitung sebesar $6,387 > t\text{-tabel } 2,052$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sementara itu, strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro, dengan nilai t-hitung sebesar $0,296 < t\text{-tabel } 2,052$ dan nilai signifikansi $0,770 > 0,05$. Secara simultan, modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro, dengan nilai F-hitung sebesar $20,696 > F\text{-tabel } 3,35$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,605 menunjukkan bahwa modal usaha dan strategi pemasaran secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,5% variasi pendapatan pelaku usaha mikro, sedangkan 39,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Pendapatan Usaha Mikro,

ABSTRACT

Salwa Selvia (Nim:22080002) The Effect of Business Capital and Marketing Strategy on the Income of Micro Business Actors in Sabajior Village, Panyabungan Barat District, Mandailing Natal Regency. This study aims to analyze the effect of business capital and marketing strategy on the income of micro business actors in Sabajior Village, Panyabungan Barat District, Mandailing Natal Regency, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using an explanatory survey method. The population consisted of all micro business actors in Sabajior Village, totaling 30 business actors. The sampling technique used was total sampling or census, in which the entire population was selected as the research sample. The data were collected through observation and questionnaires using a Likert scale and analyzed using SPSS version 25 through multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results showed that business capital had a positive and significant effect on the income of micro business actors, with a t-value of $6.387 > t\text{-table of } 2.052$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, marketing strategy did not have a significant effect on the income of micro business actors, with a t-value of $0.296 < t\text{-table of } 2.052$ and a significance value of $0.770 > 0.05$. Simultaneously, business capital and marketing strategy had a significant effect on the income of micro business actors, with an F-value of $20.696 > F\text{-table of } 3.35$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The R Square value of 0.605 indicates that business capital and marketing strategy jointly explain 60.5% of the variation in micro business actors' income, while the remaining 39.5% is explained by other factors outside the research model.

Keywords: Business Capital, Marketing Strategy, Income Micro Business,

KATA PENGANTAR

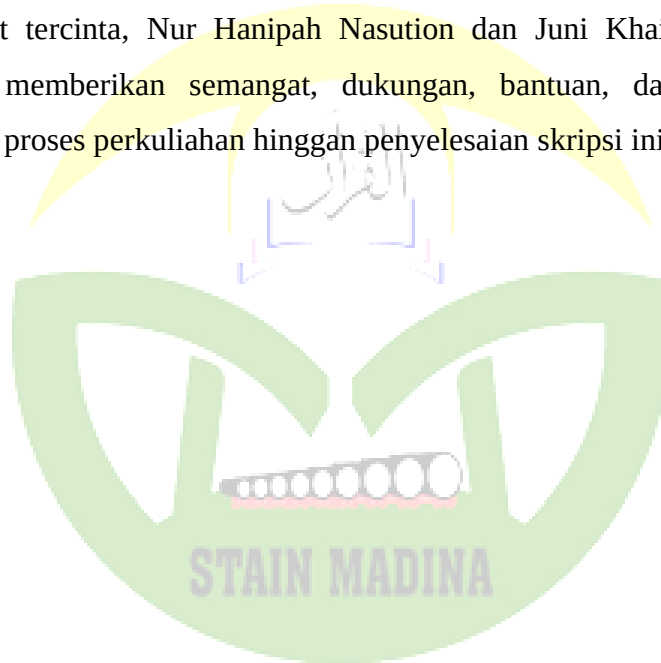
Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal”** dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi gama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan, namun berkat bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mara Samin Lubis, M.Ed, Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, yang telah mengelola dan mengembangkan STAIN Mandailing Natal lebih maju.
2. Bapak Paisal Rahmat, M.E, selaku Dosen Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
3. Ibu Rina Sari Lubis, M.Pd, Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Islam Negeri Mandailing Natal.
4. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku pembimbing I yang telah memberikan banyak arahan, masukan, serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
5. Bapak Jureid, M.E.I selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak arahan, masukan, serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
6. Ibu Nurintan Siregar, M.E selaku penguji I yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Dr. Enni Sari Siregar, M.E selaku penguji II yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.

8. Bapak dan Ibu dosen program studi ekonomi syariah yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan.
9. Teristimewa kepada kedua orang tua, Ayah tercinta Muhammad Yusuf dan pintu surgaku Imma Hayati, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi kepada penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
10. Pemerintah Desa Sabajior, yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian pada pelaku usaha mikro.
11. Teman –Teman Program Studi Ekonomi Syariah, yang telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini
12. Sahabat tercinta, Nur Hanipah Nasution dan Juni Khairani Lbs, yang selalu memberikan semangat, dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.



DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
LEMBAR KEASLIAN KARYA.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Msnfsst Prnrlitn	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Teori	9
1. Modal Usaha.....	9
2. Strategi Pemasaran.....	11
3. Pendapatan Pelaku Usaha Mikro	14
B. Hasil Penelitian yang Relevan	18
C. Kerangka Berpikir.....	23
D. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Sumber Data.....	26
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	28
F. Populsdi fsn Sampel	28

G. Teknik Pengumpulan Data.....	29
H. Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
1. Sejarah Singkat Desa Sabajior.....	38
2. Letak Geografis dan Bata Wilayah.....	38
3. Kondisi Demografis Desa Sabajior	39
B. Hasil Penelitian.....	40
1. Temuan Umum.....	40
2. Temuan Khusus.....	43
C. Pembahasan	
1. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat	59
2. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat	61
3. Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro	62
4. Besarnya Kemampuan Modal Usaha dan Strategi Pemasaran dalam Menjelaskan Pendapatan.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sabajior pada Tahun 2023-2026	3
Tabel 1.2	Modal Usaha Mikro di Desa Sabajior	3
Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan	19
Tabel 3.1	Definisi Operasional Penelitian Variabel	27
Tabel 3.2	Skala Likert	30
Tabel 3.3	Instrumen Penelitian	31
Tabel 4.1.	Jumlah Penduduk	39
Tabel 4.2.	Usia Penduduk.....	39
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	41
Tabel 4.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha	42
Tabel 4.8.	Deskripsi Variabel Pendapatan Pelaku Usaha Mikro (Y)	43
Tabel 4.9.	Deskripsi Variabel Modal Usaha (X1)	44
Tabel 4.10.	Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran (X2).....	45
Tabel 4.11.	Hasil Uji Validitas Pendapatan Usaha Mikro (Y)	46
Tabel 4.12.	Hasil Uji Validitas Modal Usaha (X1)	47
Tabel 4.13.	Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran(X2)	47
Tabel 4.14.	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.15.	Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.16.	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.17.	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	54
Tabel 4.18.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.19.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	57
Tabel 4.20.	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.21.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1	Peta lokasi Desa Sabajior	39
Gambar 4.2	Hasil Uji Histogram Uji Normalitas	51
Gambar 4.3	Hasil Uji Normal P-P Plot Uji Normalitas	51
Gambar 4.4	Scatterplot uji Heterokedastisitas.....	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia karena memiliki peran dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian UMKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha, mampu menyerap sekitar 119 juta tenaga kerja, dan memberikan kontribusi sekitar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Besarnya peran tersebut menunjukkan bahwa keberadaan usaha mikro memiliki arti penting bagi perekonomian masyarakat. Namun, dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha mikro masih menghadapi berbagai kendala, terutama keterbatasan modal usaha dan lemahnya strategi pemasaran. Keterbatasan modal dapat menghambat peningkatan kapasitas usaha, sedangkan strategi pemasaran yang belum optimal dapat membatasi jangkauan pasar dan penjualan. Oleh karena itu, modal usaha dan strategi pemasaran menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro (Badan Pusat Statistik, 2026a).

Permasalahan tersebut juga dapat dilihat pada kondisi perekonomian Kabupaten Mandailing Natal. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal, struktur perekonomian daerah didominasi oleh sektor pertanian, perdagangan, dan industri pengolahan yang di dalamnya terdapat aktivitas usaha masyarakat. Pada tahun 2025, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mandailing Natal mencapai 4,38%, dengan sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 50,77%, perdagangan sebesar 13,37%, dan industri pengolahan sebesar 10,92%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha masyarakat memiliki peranan dalam mendukung perekonomian daerah. Namun, pelaku usaha masih menghadapi permasalahan berupa keterbatasan modal, akses pembiayaan yang belum optimal, kemampuan pemasaran yang masih rendah, serta persaingan

usaha yang semakin tinggi. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan dan mempertahankan pendapatan usahanya (Badan Pusat Statistik, 2026b).

Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku usaha mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal (Badan Pusat Statistik, 2025). Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pemerintah desa, sebagian pelaku usaha masih menjalankan usaha secara sederhana dengan menggunakan modal pribadi dalam jumlah yang relatif terbatas. Keterbatasan tersebut dapat menjadi kendala dalam menambah persediaan barang maupun melakukan pengembangan usaha. Dari sisi pemasaran, kegiatan penjualan masih banyak dilakukan secara langsung dan melalui promosi dari mulut ke mulut, sedangkan pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi relatif sempit sehingga kesempatan untuk memperoleh konsumen baru dan meningkatkan penjualan menjadi terbatas.

Permasalahan tersebut juga dapat dilihat dari perkembangan jumlah usaha mikro di Desa Sabajior. Berdasarkan data Kantor Desa Sabajior, jumlah usaha mikro pada tahun 2023 sebanyak 43 pelaku usaha, meningkat menjadi 46 pelaku usaha pada tahun 2024, kemudian menurun menjadi 30 pelaku usaha pada tahun 2025. Data tersebut menunjukkan adanya perubahan jumlah usaha mikro dari tahun ke tahun. Kondisi ini menjadi gambaran bahwa keberlangsungan usaha mikro di Desa Sabajior perlu mendapatkan perhatian, khususnya terkait faktor-faktor yang dapat mendukung kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan pendapatan.

Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Mikro di Desa Sabajior pada Tahun 2023-2025

Tahun	Jumlah Usaha Mikro
2023	43
2024	46
2025	30
Total	119

Sumber : Kantor Desa Sabajior Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah usaha mikro di Desa Sabajior mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Jumlah pelaku usaha meningkat dari 43 pada tahun 2023 menjadi 46 pada tahun 2024, tetapi kemudian menurun menjadi 30 pada tahun 2025. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha mikro masih menghadapi berbagai tantangan. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kemampuan usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan pendapatan, khususnya modal usaha dan strategi pemasaran.

Tabel 1.2 Jenis dan Rata –Rata Modal Usaha Mikro di Desa Sabajior

No	Jenis Usaha Mikro	Jumlah pelaku usaha	Rata-Rata Modal Usaha
1	Warung Sembako	7	RP.18.000.000
2	Usaha Rumah Makan	2	RP.10.000.000
3	Penjualan kue dan jajanan	2	RP.3.000.000
4	Penjualan sayur –Mayur	7	RP.8.500.000
5	Konter pulsa dan paket data	3	RP.8.500.000
6	Usaha jahit	2	RP.7.000.000
7	Usaha bengkel Motor	1	RP.8.500.000
8	Usaha jasa servis elektronik	2	RP.5.000.000
9	Produksi Pabrik Tempe	1	RP.9.500.000
10	Penjualan Pupuk dan Pakan ternak	2	RP. 9.000.000
11	Usaha Pangkas Rambut	1	RP.3.500.000

Jumlah	30	RP. 10.016.667
--------	----	----------------

Sumber : Berdasarkan hasil observasi awal

Berdasarkan Tabel 1.2, terdapat 30 pelaku usaha mikro di Desa Sabajior yang menjalankan berbagai jenis usaha dengan kebutuhan modal yang berbeda-beda. dengan rata-rata modal sebesar Rp. 10.016.667 per pelaku usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, modal usaha menjadi salah satu aspek penting dalam kegiatan usaha mikro. Modal diperlukan untuk memenuhi kebutuhan operasional, menyediakan persediaan, serta mendukung pengembangan usaha. Ketika modal yang dimiliki terbatas, kemampuan pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas dan mengembangkan kegiatan usahanya juga dapat terbatas. Oleh karena itu, kondisi modal usaha perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan pendapatan yang diperoleh pelaku usaha mikro. Selain modal, strategi pemasaran juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan pendapatan usaha. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu pelaku usaha memperkenalkan produk, menentukan harga, menjangkau konsumen, serta meningkatkan kegiatan promosi. Sebaliknya, pemasaran yang masih terbatas dapat menyebabkan produk hanya dikenal oleh konsumen tertentu sehingga peluang peningkatan penjualan menjadi lebih kecil. Kondisi pelaku usaha di Desa Sabajior yang masih banyak mengandalkan penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut menunjukkan bahwa aspek pemasaran masih perlu diperhatikan.

Dalam perspektif Ekonomi Syariah, kegiatan usaha tidak hanya diarahkan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Modal usaha harus diperoleh dan digunakan melalui cara yang halal serta dikelola secara amanah. Demikian pula kegiatan pemasaran harus dilakukan dengan menerapkan kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*al-'adl*), dan transparansi serta menghindari praktik *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Dengan demikian, pendapatan yang diperoleh tidak hanya dilihat dari peningkatan secara ekonomi, tetapi juga dari proses usaha yang sesuai dengan ketentuan syariah. Secara teoritis, modal usaha memberikan kemampuan kepada pelaku usaha untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas usahanya, sedangkan strategi pemasaran berperan dalam meningkatkan efektivitas pemasaran sehingga dapat memperluas jangkauan

konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Meningkatnya kegiatan penjualan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan usaha. Dengan demikian, modal usaha dan strategi pemasaran diduga memiliki pengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara modal usaha, strategi pemasaran, dan keberhasilan usaha belum memberikan hasil yang sepenuhnya sama. Penelitian yang dilakukan oleh (Iasoma et al., 2021) menemukan bahwa modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha mikro. Penelitian (Irfan, 2023) menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan UMKM dengan digital marketing sebagai variabel moderasi. Selanjutnya, Penelitian (Afifah Fakhrun Nisa, 2024) menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM, sedangkan intensitas pemasaran digital tidak berpengaruh secara parsial. Sementara itu, penelitian (Fadhilah et al., 2024) menunjukkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sedangkan literasi keuangan dan pemanfaatan media sosial memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan temuan empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang masih perlu dikaji. Selain itu, penelitian yang ada memiliki perbedaan pada variabel, objek, dan lokasi penelitian. Penelitian ini secara khusus memfokuskan pada pendapatan pelaku usaha mikro sebagai variabel dependen dengan modal usaha dan strategi pemasaran sebagai variabel independen pada pelaku usaha mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini juga menggunakan perspektif Ekonomi Syariah dengan memperhatikan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan menghindari praktik riba, gharar, serta maysir. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pelaku usaha mikro di Desa Sabajior masih menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan modal usaha dan strategi pemasaran. Keterbatasan modal dapat menghambat pengembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran yang belum optimal dapat membatasi jangkauan konsumen dan penjualan. Di sisi lain, hasil

penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh modal dan pemasaran terhadap keberhasilan usaha. Kondisi tersebut menjadi dasar untuk menguji secara empiris apakah modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian dilakukan pada pelaku usaha mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal yang hingga saat ini belum pernah menjadi lokasi penelitian mengenai pengaruh modal usaha dan strategi pemasaran terhadap pendapatan usaha mikro. Kedua, penelitian menggunakan pendapatan pelaku usaha mikro sebagai variabel dependen, bukan perkembangan usaha ataupun kinerja usaha sebagaimana penelitian sebelumnya. Ketiga, penelitian dianalisis dalam perspektif Ekonomi Syariah dengan menekankan bahwa modal usaha dan strategi pemasaran harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*al-'adl*), serta menghindari praktik riba, *gharar*, dan *maysir*, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan kajian ekonomi syariah khususnya pada sektor usaha mikro.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh modal usaha dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam meningkatkan pengelolaan modal dan pemasaran, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Ekonomi Syariah mengenai kegiatan usaha mikro yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Istiqoh et al., 2026).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih jauh tentang pengaruh modal usaha dan strategi pemasaran, yang penulis beri judul: **“Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya kemampuan permodalan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior diduga menghambat pengembangan kapasitas usaha dan peningkatan pendapatan.
2. Strategi pemasaran yang belum optimal, karena sebagian pelaku usaha mikro masih mengandalkan pemasaran secara tradisional dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal untuk memperluas jangkauan pasar.
3. Pendapatan usaha mikro yang belum stabil dan belum optimal, yang diduga dipengaruhi oleh keterbatasan modal usaha serta kurang efektifnya strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha mikro.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh modal usaha (X_1) dan strategi pemasaran (X_2) terhadap pendapatan pelaku usaha mikro (Y) pada pelaku usaha mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan Barat, Kabupaten Mandailing Natal. Variabel lain di luar penelitian ini tidak dibahas.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan di atas, rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian adalah:

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan Barat, Kabupaten Mandailing Natal?
2. Apakah Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Pendapatan pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan Barat, Kabupaten Mandailing Natal?
3. Apakah modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan Barat, Kabupaten Mandailing Natal?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan Barat, Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan, Barat Kabupaten Mandailing Natal.
3. Untuk Menganalisis pengaruh modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro di Desa Sabajior, Kecamatan Panyabungan Barat, Kabupaten Mandailing Natal.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, memperkaya literatur ekonomi syariah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usaha mikro.
2. Secara praktis, pelaku UMKM sebagai bahan evaluasi pengelolaan modal dan pemasaran.
3. Bagi pemerintah desa, sebagai dasar penyusunan program pemberdayaan ekonomi masyarakat.
4. Bagi Dinas Koperasi, sebagai bahan pengambilan kebijakan pembinaan UMKM.
5. Bagi Akademisi menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.