

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM Batik Tegal merupakan usaha yang memiliki nilai kebudayaan yang tinggi serta menurut data BPS Kabupaten Tegal menyatakan bahwa Usaha Pengolaan menempati urutan tertinggi yang mana produk Batik merupakan urutan pertama di Kabupaten Tegal. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kredit, pembinaan dan strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM Batik Tegal di Kabupaten Tegal.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuesioner. Kuesioner didapatkan dari 70 responden yang merupakan pemilik UMKM Batik Tegal yang menggunakan fasilitas Lembaga Keuangan Mikro dan Lembaga Keuangan lain, serta sudah memiliki tempat usaha. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel kredit, pembinaan dan strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM Batik Tegal di Kabupaten Tegal yang dapat diketahui pada nilai tingkat signifikansi $< 0,05$. Variabel kredit berpengaruh positif dengan nilai β sebesar 0,378, variabel pembinaan berpengaruh positif dengan nilai β sebesar 0,202 dan Variabel strategi pemasaran juga berpengaruh positif dengan nilai β sebesar 0,375.

Kata Kunci : UMKM Batik Tegal, Kredit, Pembinaan, Strategi Pemasaran, Kabupaten Tegal