

INTISARI

Pemberian akses terhadap pelaku usaha baik dari segi pemberdayaan, modal terutama pemasaran produk sangat penting dalam mengembangkan wirausaha, terutama penting bagi pelaku usaha mengenali segmentasi pasar dan kualitas. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penilaian terhadap penerapan pasar wirausaha (*marketpreneur*) dari Model Tetrapreneur. Analisis penilaian penerapan dilakukan dalam mengukur program melalui tiga hal yakni *key concept*, *key action* serta *key measurment* dan mengukur UMKM berdasarkan data niat, motivasi, kemampuan manajerial, kewirausahaan serta jaringan. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan metode survei melalui instrumen kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian yang diperoleh dari Skala Likert terhadap 25 atribut kuesioner pada UMKM menunjukkan kategori “setuju”, adapun nilai yang terendah yakni berdasarkan pada jaringan yang dimiliki UMKM, sedangkan program masih belum sesuai pada *key action* dari Pasar Wirausaha. Instrumen wawancara dalam penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran terkait dengan UMKM yang berada dalam Program Pasar Halal.

Kata Kunci : Pemberdayaan, Pasar Wirausaha (*Marketpreneur*), Model Tetrapreneur.

ABSTRACK

Providing access to entrepreneurs regarding empowerment, capital, and especially product marketing is crucial for developing entrepreneurship. Entrepreneurs need to understand market segmentation and product quality. This study aims to assess the implementation of the Marketpreneur concept within the Tetrapreneur Model. The evaluation focuses on three aspects: key concepts, key actions, and key measurements. Additionally, it is important to evaluate MSMEs based on data related to intent, motivation, managerial ability, entrepreneurship, and networks. The research design used is quantitative descriptive research using a survey method through questionnaires and interview instruments. The Likert Scale analysis of 25 questionnaire attributes on MSMEs produced an overall "agree" response. The network aspect of MSMEs received the lowest score, and the program's implementation is not fully aligned with the key actions. Interview instruments in this research provide an overview of MSMEs participating in the Halal Market Program.

Keyword : Empowerment, Marketpreneur, Tetrapreneur Model.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENDEKATAN PASAR WIRUSAHA (MARKETPRENUER) PADA PENGUKURAN PASAR HALAL -
BAZNAS BERDASARKAN MODEL
TETRAPRENEUR**

Zaima Latifah, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>