

**PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL
TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) COUNTER HANDPHONE
DI KECAMATAN KARTASURA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:
FRIDA AISIDIKTYA
NIM. 14.51.11.029**

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA
2018**

PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL
TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) COUNTER HANDPHONE
DI KECAMATAN KARTASURA

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:
Frida Aisidiktya
NIM. 14.51.11.029

Surakarta, 21 Agustus 2018

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Septi Kurnia Prastiwi, S.E., M.M.
NIP. 19830924 201403 2 002

PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL
TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) COUNTER HANDPHONE
DI KECAMATAN KARTASURA

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh :

FRIDA AISIDIKTYA
NIM. 14.51.11.029

Surakarta, 21 Agustus 2018

Disetujui dan disahkan Oleh:
Biro Skripsi



Ika Yoga, S.E., M.M.
NIP. 19790406 201403 1 001

SURAT PERNYATAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : FRIDA AISIDIKTYA
NIM : 14.51.11.029
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) COUNTER HANDPHONE DI KECAMATAN KARTASURA” .

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 23 Juli 2018



Frida Aisidiktya

Septi Kurnia Prastiwi, S.E., M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Frida Aisidiktya

Kepada Yang Terhormat,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Di Surakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Frida Aisidiktya NIM: 14.51.11.029 yang berjudul :

“PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) COUNTER HANDPHONE DI KECAMATAN KARTASURA”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah.
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera di munaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 21 Agustus 2018
Dosen Pembimbing Skripsi



Septi Kurnia Prastiwi, S.E., M.M.
NIP. 19820924 201403 2 002

PENGESAHAN

**PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL
TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) COUNTER HANDPHONE
DI KECAMATAN KARTASURA**

Oleh:

FRIDA AISIDIKTYA
NIM. 14.51.11.029

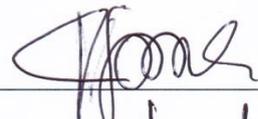
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari Kamis tanggal 16 Agustus 2018/ 1439 H dan dinyatakan telah
memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji 1 (Merangkap Ketua Sidang)
Khairul Imam, SHI., M.Si.
NIP. 19821120 201403 1 001



Penguji 2
Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.
NIP. 19721109 199903 2 002



Penguji 3
Ade Setiawan, M.Ak.
NIP. 19800712 201403 1 003



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Surakarta



Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D
NIP. 19561011 198303 1 002

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

Mungkin kecepatan memiliki batas, namun harapan tidak pernah terbatas.

(Valentino Rossy)

You're constantly trying to prove yourself, even after you've made it.

(Chester Bennington vokalis band Linkin Park)

Watch your thoughts they become words

Watch your words because they will become actions

Watch your action for they become habits

Watch your habits they become your character

And finally

Watch your character because it will ultimately become your destiny

(Taka vokalis band One Oke Rock)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin,

Setetes keberhasilan yang telah Engkau hadiahkan utukku,

Ucap syukur yang senantiasa tanpa henti kepada-Mu, ya Allah..

Kupersembahkan karya kecil ini,

Untuk Bapak dan Ibu yang telah menjadi cahaya di hidupku,

Yang senantiasa mendukung, serta mendoakan ku di setiap sujudnya,

Selalu mendampingi, di saat ku lemah tak berdaya....

Untuk kakak, adik dan sahabat-sahabatku tercinta,

Teman-teman MBS kelas A angkatan 2014

Yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam perjalanan karya ini....

Terimakasih . . .

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan mengambil judul “Pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Counter Handphone di Kecamatan Kartasura”

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Datien Eriska Utami, S.E. M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan selaku dosen Pembimbing Akademik Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.
4. Septi Kurnia Prastiwi, S.E., M.M, selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Ika Yoga M,M. selaku Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta yang telah mengarahkan dan memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama 4 tahun ini.
7. Kedua orang tua ku tercinta Ibu Supartinah, dan Bapak Barkah Supriyanto yang dengan penuh kasih sayang selalu mendukung saya baik dalam bentuk doa, usaha, dan materi.
8. Orang tua kedua ku tersayang Ibu Tuter Rahayu, dan Bapak Drs. Supardjo yang dengan penuh kasih sayang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk saya.
9. Kakak ku tersayang Rabbil Sonya Gesa, S.H dan Rosa Oktavia yang selalu menemaniku mengerjakan skripsi ini.
10. Yang terkasih pasangan hidup saya Muhammad Ryan Ikhsanudin, S.Pd yang selalu membuat saya bangkit ketika saya putus asa dan selalu memberikan *support* terbaiknya.

11. Sahabat Putune Nabi Adam Rizky Wahyu Sih Utami, Ima Kiat Septiana, Bidayatul Hidayah, Nurul Ismiati, Yudhi Putra Pamungkas, dan Herdin Febriyanto yang selalu memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi.
12. Sahabat ku Eni Istikhomah S, Mitha Arum Sari, Agus Heri Suwanto, dan Ardyan Dwi Romadlon yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.
13. Teman-teman kelas A Manajemen Bisnis Syariah IAIN Surakarta angkatan 2014, terimakasih telah memberikan sesuatu yang lain dalam hidup penulis yaitu kekompakan, masa-masa indah bersama kalian tidak akan pernah terlupakan.
14. Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
15. Segenap para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam mengisi kuesioner.
16. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia bisnis.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 23 Juli 2018

Penulis

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of External Factors and Internal Factors on Business Performance on Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs). The number of perpetrators counter mobile phone business that continues to develop the ability to compete in marketing their products. This type of research is quantitative research. The population in this study is the counter mobile phone business in Kecamatan Kartasura. The sample was chosen by using Cluster Sampling technique (sample area) and numbered 108 respondents.

The results showed that external factors and internal factors have a positive and significant impact on business performance. Based on regression result, external factor has the most dominant influence to business performance at counter mobile phone in Kecamatan Kartasura compared with internal factor. Better the actors counter mobile phone in District Kartasura further increase marketing activities.

Keywords: External Factors, Internal Factors, Business Performance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jumlah para pelaku usaha *counter handphone* yang terus berkembang menuntut kemampuan bersaing dalam memasarkan produknya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha *counter handphone* di Kecamatan Kartasura. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan teknik *Cluster Sampling (Area Sampling)* dan berjumlah 108 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal dan faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil regresi, faktor eksternal mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kinerja usaha pada *counter handphone* di Kecamatan Kartasura dibandingkan dengan faktor internal. Sebaiknya para pelaku usaha *counter handphone* di Kecamatan Kartasura lebih meningkatkan kegiatan pemasarannya.

Kata Kunci: Faktor Eksternal, Faktor Internal, Kinerja Usaha

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERSETUJUAN BIRO SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Peneliti.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8

1.5	Tujuan Penelitian.....	8
1.6	Manfaat Penelitian.....	9
1.7	Jadwal Penelitian.....	9
1.8	Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II LANDASAN TEORI		
2.1	Kajian Teori.....	12
2.1.1	Kinerja Usaha.....	12
	1. Pengertian Kinerja Usaha.....	12
	2. Indikator Kinerja Usaha	14
2.1.2	Faktor Eksternal.....	14
	1. Pengertian Faktor Eksternal.....	14
	2. Indikator Faktor Eksternal.....	15
2.1.3	Faktor Internal.....	18
	1. Pengertian Faktor Internal.....	18
	2. Indikator Faktor Internal	19
2.2	Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
2.3	Kerangka Berfikir.....	24
2.4	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	26
3.2	Jenis Penelitian.....	26
3.3	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4	Data dan Sumber Data.....	28

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Variabel Penelitian.....	30
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.8	Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	40
4.2	Karakteristik Responden.....	43
4.3	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	47
4.3.1	Uji Statistik Deskriptif.....	47
4.3.2	Uji Validitas.....	47
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	49
4.3.4	Uji Asumsi Klasik.....	49
	1. Uji Multikolonieritas.....	50
	2. Uji Heterokedastisitas.....	51
	3. Uji Normalitas.....	51
4.3.5	Uji Ketetapan Model.....	52
	1. Uji Koefisien Determinasi.....	52
	2. Uji Statistik F.....	53
4.3.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.3.7	Uji Hipotesis.....	55
4.4	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	56
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	59

5.2	Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3	Saran-saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Isi dan Rekapitulasi Jumlah UMKM Tahun 2017	
SeKecamatan Kartasura.....	2
Tabel 1.2 Persentase Penduduk yang Pernah Mengakses Internet Tahun 2010-2015.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Jumlah Karyawan.....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Lama Usaha.....	46
Tabel 4.6 Karakteristik Pendapatan.....	46
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4.8 Uji Validitas.....	48
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.10 Uji Multikolonieritas.....	50
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.13 Uji Koefisien determinasi.....	53
Tabel 4.14 Uji Statistik F.....	54
Tabel 4.15 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	24
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	65
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kuesioner.....	69
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS.....	78
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	83

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak era reformasi jumlah angka pengangguran di negara Indonesia menunjukkan angka yang tidak stabil. Menurut data Badan Pusat Statistik (2017), angka persentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) menurun pada periode Februari 2017 sebesar 5,33 persen dibandingkan dengan periode Februari 2016, yaitu sebesar 5,50 persen. Angka pada periode Februari 2017 tersebut pun menunjukkan angka yang lebih rendah dibandingkan dengan periode Agustus 2016 yaitu 5,61 persen.

Menurunnya angka persentase tingkat pengangguran di Indonesia berdampak pada angka persentase tingkat kemiskinan. Menurut data Badan Pusat Statistik (2017) jumlah penduduk miskin di Indonesia pada periode September 2017 mencapai 26.289,99 juta orang (10,12 persen), berkurang 1.474,33 juta orang dibandingkan pada periode September 2016 dengan angka 27.764,32 juta orang (10,47 persen). Walau secara statistik persentase angka kemiskinan di Indonesia mengalami penurunan selama kurun waktu dari September 2016 – September 2017 namun kesejahteraan masih belum terwujud secara merata.

Sebagai upaya perwujudan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang, dan berkeadilan maka langkah Pemerintah adalah pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam Tap MPR Nomor: XVI/MPR-RI/1998, yang dimaksud pemberdayaan adalah pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan

dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang cukup besar terhadap pembangunan ekonomi nasional, hal ini dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang dapat bertahan ketika menghadapi krisis ekonomi di negara Indonesia. Perkembangan jumlah unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin meningkat, tentunya diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan yang besar. Perkembangan jumlah unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini pun terjadi di Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Daftar Isi Dan Rekapitulasi Jumlah UMKM Tahun 2017 Se Kecamatan Kartasura

No.	Uraian	Jumlah 2016	Jumlah 2017	Jumlah Kenaikan
	Kecamatan Kartasura	587	1.850	1.263
1.	Desa Pucangan	19	103	84
2.	Desa Ngemplak	12	85	73
3.	Desa Gumpang	27	116	89
4.	Desa Makamhaji	29	149	120
5.	Desa Pabelan	145	220	75
6.	Desa Gonilan	10	144	134
7.	Desa Singopuran	32	95	63
8.	Desa Ngabeyan	28	101	73
9.	Desa Wirogunan	12	101	89
10.	Desa Kertonatan	6	54	48
11.	Kelurahan Kartasura	254	429	175
12.	Kelurahan Ngadirejo	13	253	240

Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM Kabupaten Sukoharjo.

Dunia usaha di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya berbagai jenis usaha yang didirikan oleh para pelaku usaha. Dari data pada Tabel 1.1, terdapat beberapa jenis usaha yaitu jenis usaha perdagangan seperti toko kelontong; toko bangunan; warung makan; toko baju; *catering*; dan toko pusat oleh-oleh, jenis usaha industri seperti konveksi; meubel; dan penerbit buku, jenis usaha jasa seperti jasa pengiriman barang; bengkel; jasa *event organizer*; *counter handphone*; *fotocopy*; dan *laundry*, dan jenis usaha pertanian seperti jual pupuk, pestisida dan benih pertanian.

Saat ini sektor bisnis di bidang telekomunikasi berkembang dengan pesat. Salah satu penyebab perkembangan yang begitu pesat adalah karena sangat diperlukannya kebutuhan publik terhadap sarana telekomunikasi yang efektif dan efisien. Industri pasar baru-baru ini sedang diserbu oleh *gadget* dan *smartphone* canggih. Orang-orang dapat lebih mudah untuk mengakses internet dengan menggunakan *gadget* dan *smartphone* canggih dari pada menggunakan *notebook* dan laptop. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Persentase Penduduk yang Pernah Mengakses Internet Tahun 2010 – 2015

Tahun	Media Mengakses Internet
	Telepon Seluler
2010	51.3 %
2011	51.4 %
2012	57.9 %
2013	65.9 %
2014	73.7 %
2015	85.5 %

Sumber: <https://www.bps.go.id/>

Bertambahnya persentase penduduk yang pernah mengakses internet melalui *gadget* dan *smartphone* canggih, otomatis bertambah pula kebutuhan

kuota internet dari kartu SIM Card Prabayar untuk mengakses internet. Ini dapat menjadi peluang usaha untuk para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang membuka usaha di sektor bisnis telekomunikasi seperti usaha *counter handphone* yang menjual *gadget* dan *smartphone* canggih serta menjual kartu SIM Card Prabayar untuk mengakses internet, dan usaha *accesories handphone* yang menjual berbagai macam jenis *accesories* untuk *gadget* dan *smartphone*.

Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang paling banyak diminati saat ini adalah usaha *counter handphone*. Produk yang dijual dari usaha ini meliputi isi ulang pulsa, *gadget* dan *smartphone* canggih, *accesories handphone*, dan berbagai jenis kartu SIM Card Prabayar untuk mengakses internet. Faktor yang menyebabkan usaha *counter handphone* banyak diminati adalah karena kebutuhan publik terhadap sarana telekomunikasi yang efektif dan efisien sangat diperlukan, modal yang diperlukan sedikit, tempat usaha yang tidak harus besar, dan merupakan usaha yang berkelanjutan dimana produk yang dijual sudah menjadi kebutuhan primer bagi konsumen. Dari beberapa faktor tersebut maka banyak pelaku usaha yang tertarik mendirikan usaha *counter handphone*.

Dengan banyaknya jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* yang ada saat ini maka artinya persaingan usaha semakin ketat. Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura, mereka mengatakan bahwa masih banyak hambatan dalam meningkatkan kinerja usahanya yaitu dari aspek kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan,

persaingan harga isi ulang pulsa dan kartu SIM Card kuota internet yang memiliki selisih harga dengan kompetitor, lokasi usaha yang kurang strategis atau lokasi yang sulit dijangkau oleh konsumen, jam operasional *counter handphone* yang terkadang tidak menentu, semakin maraknya jual-beli pulsa secara *online* yang lebih memudahkan pelanggan dalam membeli pulsa tanpa harus keluar rumah, keuntungan penjualan isi ulang pulsa yang kecil, dan tingginya biaya sewa kios.

Dalam meningkatkan daya saing dengan para kompetitor, para pelaku usaha *counter handphone* pun harus mempunyai strategi untuk meningkatkan kinerja usahanya. Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura, kinerja usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha tersebut masih kurang maksimal. Mereka belum memaksimalkan kinerja usahanya dalam kegiatan pemasaran, seperti jarang mengadakan promosi terhadap produk yang dijual dan jarang memberi diskon atau promo pada event atau hari tertentu.

Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diantaranya adalah pengaruh faktor eksternal dan faktor internal. Keberhasilan tergantung dari kemampuan dalam mengelola kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha. Setiap tahap pertumbuhan perusahaan merupakan hasil dari dua lingkungan dimana perusahaan melakukan bisnisnya, yakni lingkungan eksternal dan internal (Musran, 2010).

Menurut Sudiarta et al., (2014) banyak faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Dari faktor

internal lebih condong berasal dari pengusaha itu sendiri, diantaranya adalah: (1) akses permodalan, (2) kemampuan berwirausaha, (3) SDM, (4) pemasaran, (5) rencana bisnis, dan (6) pengetahuan keuangan. Sementara itu dari faktor eksternal dihadapkan pada permasalahan dari luar, diantaranya: (1) dukungan pemerintah, (2) legalitas, (3) jaringan sosial, (4) akses kepada informasi, (5) teknologi, dan (6) pembinaan.

Beberapa penelitian dan studi sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini dan dapat dijadikan acuan atau rujukan untuk dikembangkan dalam penelitian ini, antara lain (Musran, 2010) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor – faktor eksternal yang terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, dan aspek peranan lembaga terkait mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap faktor – faktor internal usaha mikro dan kecil. Faktor-faktor eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil. Dan faktor-faktor internal yang terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi/operasional, dan aspek pasar dan pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil.

Penelitian Sudiarta et al (2014) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terbentuk dari indikator akses permodalan, kemampuan berwirausaha, SDM, pemasaran, rencana bisnis, dan pengetahuan keuangan. Sedangkan faktor eksternal terbentuk dari dukungan pemerintah, legalitas, jaringan sosial, akses kepada informasi, teknologi dan

pembinaan. Faktor internal lebih menekankan pada akses permodalan yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Sedangkan faktor eksternal lebih menekankan pada dukungan yang diberikan oleh pemerintah. Dan faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli adalah faktor internal.

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang manajemen pemasaran dengan mengambil judul **“Pengaruh Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Counter Handphone di Kecamatan Kartasura”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi suatu masalah sebagai berikut:

1. Terjadi peningkatan jumlah angka Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya di Kecamatan Kartasura. Salah satu jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut adalah usaha *counter handphone*, hal tersebut membuat persaingan usaha *counter handphone* semakin ketat.
2. Masih banyaknya hambatan yang dihadapi oleh para pelaku usaha *counter handphone* dalam meningkatkan kinerja usahanya. Mulai dari aspek kualitas pelayanan, modal yang dibutuhkan, harga produk, lokasi usaha, biaya sewa tempat usaha, keuntungan yang didapat sedikit, persaingan secara *online*, dan kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produknya.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura.

1.4 Rumusan Masalah

Untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Usaha pada UMKM, rumusan masalah yang akan dikaji adalah:

1. Apakah Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMKM *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura?
2. Apakah Faktor Internal berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMKM *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian yang akan dikemukakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Faktor Eksternal terhadap Kinerja Usaha pada UMKM *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Faktor Internal terhadap Kinerja Usaha pada UMKM *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka yang dapat menjadi manfaat dan kegunaan dari penulisan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki sumbangan teoritis dalam khasanah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
 - b. Memenuhi persyaratan bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Bisnis Syariah pada IAIN Surakarta.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai masukan informasi bagi para pelaku usaha mengenai pentingnya faktor – faktor dalam meningkatkan kinerja usaha.
 - b. Bagi pelaku usaha, sebagai bahan kaji untuk rujukan yang terkait langsung dengan persoalan pemasaran dalam upaya meningkatkan kinerja usaha dengan mengoptimalkan faktor – faktor yang terkait.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang mengenai pokok pikiran penyusunan tentang masalah yang terjadi. Identifikasi masalah berisi berbagai masalah yang relevan. Batasan masalah menunjukkan fokus objek dan variabel yang akan dikaji. Rumusan masalah merupakan inti

dari gambaran skripsi yang akan dikaji. Tujuan penelitian mengungkapkan tujuan yang akan dicapai peneliti yang mengacu pada isi dan rumusan masalah penelitian. Manfaat penelitian merupakan bagian yang isinya menyebutkan mengenai berbagai manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Sistematika penulisan penelitian mencakup uraian singkat pembahasan dari tiap bab.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang kajian teori yang relevan dan menjelaskan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian. Hasil penelitian berisi analisis penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kerangka berfikir berisi pola hubungan antar variabel kerangka konsep yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan waktu dan wilayah penelitian, metode penelitian menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian. Variabel-variabel menjelaskan dan menyebutkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Operasional variabel mengemukakan batasan-batasan variabel secara operasional untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Populasi dan sampel menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan populasi, sampel, jumlah sampel dan seterusnya. Data dan sumber data menjelaskan berbagai hal terkait dengan data. Alat

analisis data menjelaskan alat analisis yang digunakan penelitian dalam menguji data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan profil subyek penelitian yang menjelaskan dan menggambarkan subyek penelitian. Pengujian dan hasil analisis data menampilkan proses pengujian data dengan menggunakan model dan alat analisis data serta hasil pengujian tersebut. Pembuktian hipotesis menyajikan jawaban atas hipotesis yang dibuat peneliti. Pembahasan hasil analisis menjelaskan dan membahas hasil pengujian di atas dan menginterpretasikan dalam kalimat naratif. Jawaban atas pertanyaan dalam perumusan masalah menyajikan atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang uraian hasil kesimpulan yang merangkum hasil penelitian yang telah diuraikan dalam bab IV. Keterbatasan menunjukkan adanya kelemahan yang dilakukan oleh peneliti. Saran-saran merupakan rekomendasi lebih lanjut dari hasil dan kesimpulan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kinerja Usaha

1. Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja atau *performance* adalah usaha yang dilakukan dari hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Jadi, kinerja adalah prestasi yang dicapai suatu organisasi dalam periode tertentu yang diukur berdasarkan perbandingan dengan berbagai standar (Sudiarta et al., 2014).

Kinerja atau performansi adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Apabila kinerja individu baik, maka kemungkinan besar kinerja perusahaan atau organisasi akan baik (Ardiana et al., 2003). Kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja sebuah perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan (Suci, 1999).

Kinerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja usaha dalam aspek pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut

Djodjobo & Tawas (2014) kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang ditetapkan perusahaan sebagai prestasi pasar produk, dimana setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk – produknya. Pengukuran peningkatan kinerja dengan kriteria tunggal tidak akan mampu memberi pemahaman yang komprehensif tentang kinerja sesungguhnya dari suatu perusahaan.

Kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama yaitu nilai penjualan yang ditunjukkan dengan nilai keuntungan uang atau unit, pertumbuhan penjualan yang ditunjukkan dengan kenaikan penjualan produk, dan porsi pasar yang ditunjukkan dengan kontribusi produk dalam menguasai pasar produk dibandingkan dengan kompetitor yang pada akhirnya bermuara pada keuntungan perusahaan (Djodjobo & Tawas, 2014).

Dari beberapa pengertian kinerja usaha di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha dalam aspek pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah hasil yang dicapai oleh pengusaha kecil dari menjalankan usahanya untuk mengukur dampak dari strategi yang ditetapkan perusahaan sebagai prestasi pasar produk.

Menurut Suryana (2013: 108) keberhasilan dalam berwirausaha ditentukan oleh tiga faktor, yaitu kemampuan dan kemauan, tekad yang kuat dan kerja keras, dan kesempatan dan peluang. Setiap usaha yang dijalankan pada umumnya pasti akan banyak menghadapi hambatan. Hambatan ini dapat disebabkan oleh ancaman dari pihak luar perusahaan, maupun kelemahan yang muncul dari dalam perusahaan sendiri. Namun, dibalik semua hambatan yang harus dihadapi oleh

para pelaku usaha terdapat kunci sukses dalam menjalankan usahanya. Empat kunci sukses diantaranya fokus kepada tujuan, tidak bersaing kecuali dengan diri sendiri, jadilah pemenang bukan korban perubahan, dan jika mengelola bisnis di rumah pisahkanlah urusan keluarga dan kepentingan bisnis (Suparyanto, 2012).

Dari waktu ke waktu banyak orang yang membuka usaha. Beberapa antara mereka mampu bertahan dan bahkan berkembang, tetapi sebagian besar mengalami kegagalan. Alasan perusahaan yang bermula dengan keberhasilan bukan karena pendirinya mempunyai modal besar pada saat mengawali usaha mereka, hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa perusahaan mereka dikelola oleh wirausahawan yang mengetahui apa yang mereka kerjakan.

2. Indikator Kinerja Usaha

Indikator dari Kinerja Usaha menurut Musran (2010) adalah:

1. Pertumbuhan penjualan
2. Pertumbuhan modal
3. Pertumbuhan tenaga kerja
4. Pertumbuhan pasar
5. Pertumbuhan laba

2.1.2 Faktor Eksternal

1. Pengertian Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya peluang dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor ini menyangkut dengan kondisi -kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*), dan lingkungan

bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya (Fahmi, 2013).

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar usaha yang mempengaruhi kinerja usaha. Faktor eksternal mempengaruhi sebuah perusahaan dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan perusahaan. Faktor eksternal akan mempengaruhi struktur organisasi dan proses internal perusahaan (Sandra et al., 2015). Lingkungan eksternal merupakan kondisi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kehidupan perusahaan (Lofian et al., 2014).

2. Indikator Faktor Eksternal

Adapun indikator-indikator dalam faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja usaha akan diuraikan sebagai berikut (Sudiarta et al., 2014):

1) Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah sangat diperlukan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dalam hal ini, para pelaku usaha *counter handphone* berinisiatif untuk membuat paguyuban SOC (*Solo Outlet Comunnity*) atau perkumpulan para pelaku usaha *counter handphone* se SoloRaya. Namun, dalam wawancara peneliti dengan salah satu anggota SOC menyatakan bahwa belum adanya campur tangan pemerintah dalam hal pengembangan usaha *counter handphone* ini.

2) Legalitas

Jika dalam suatu usaha ingin tumbuh dan berkembang untuk jangka waktu lama, maka mutlak usaha tersebut harus disahkan oleh pihak yang berwenang, dilegalisasi, dan mendapatkan izin dari pemerintah. Hal ini dimaksud agar

merek, nama, logo (identitas) perusahaan juga dilindungi dari pengambilalihan oleh pesaing yang baru muncul. Sebaiknya sebelum suatu usaha didirikan seharusnya pelaku usaha harus mengenal, mengerti, dan memahami aspek – aspek legalitas dan proses prosedur perizinan usaha tersebut agar di kemudian hari tidak timbul masalah yang besar bagi kelangsungan usaha tersebut (Hendro, 2011).

Dalam membangun usaha, penting sekali untuk para pelaku usaha mengesahkan usahanya atau melegalitaskan usahanya. Hal ini bertujuan agar usaha yang ia dirikan diakui oleh secara tertulis oleh pemerintah daerah dan tidak menimbulkan masalah yang besar untuk kelangsungan hidup usaha untuk kedepannya.

3) Jaringan Sosial

Para pelaku usaha *counter handphone* perlu mempunyai jaringan dari luar lingkungan untuk berbagi pengalaman dengan berbagai macam masalah yang telah mereka hadapi. Dalam wawancara peneliti dengan salah satu pelaku usaha *counter handphone*, bahwa pelaku usaha *counter handphone* tersebut mendapatkan ajakan untuk menjadi anggota paguyuban SOC (*Solo Outlet Community*) dan paguyuban ATHOS.

Paguyuban SOC (*Solo Outlet Community*) yaitu perkumpulan para pelaku usaha *counter handphone*, dan paguyuban ATHOS yaitu perkumpulan para teknisi *handphone*. Paguyuban ini berguna sebagai tempat berbagi pengalaman mereka dalam menjadi pelaku usaha *counter handphone* dan berbagi pengalaman mereka dalam menjalani usaha mereka. Dengan menjadi

anggota salah satu paguyuban tersebut, maka secara otomatis para pelaku usaha *counter handphone* tersebut jaringan sosialnya akan semakin berkembang.

4) Akses Kepada Informasi

Para pelaku usaha *counter handphone* harus selalu mengikuti dalam mendapatkan informasi dari luar bagaimana perkembangan pada bidang usahanya. Ini dikarenakan dapat berdampak pada aspek harga dan spesifikasi produknya.

5) Teknologi

Saat ini, teknologi sudah dapat berkembang dengan pesat. Seperti mulai bermunculannya situs perdagangan *online*, situs jual beli pulsa secara *online*, dan berbagai macam situs *online* lainnya. Para pelaku usaha *counter handphone* harus selalu *up to date* dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Ini dikarenakan berkaitan dengan bagaimana cara mereka dalam hal memasarkan dan menjual produknya. Mereka menjual berbagai macam jenis kartu SIM Card dengan berbagai macam merek dan dengan spesifikasi yang berbeda setiap dikeluarkannya produk yang baru.

6) Pembinaan

Pembinaan yang dimaksud dalam hal ini adalah pembinaan yang diberikan oleh produsen untuk para pelaku usaha saat menyetorkan produknya. Pelaku usaha harus menguasai bagaimana spesifikasi produk yang akan ia jual. Sebagai contoh, pelaku usaha dalam membeli produk dari Indosat pasti selalu mendapat pembinaan dari pihak Indosat, ini dimaksudkan agar pelaku usaha

tersebut memahami bagaimana spesifikasi produknya seperti nomor layanan kartu, penjelasan mengenai jaringan kartu, bagaimana kriteria kartu yang akan dijual seperti jumlah kuota internet dan bonus sms dan telephone dari kartu tersebut.

2.1.3 Faktor Internal

1. Pengertian Faktor Internal

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional, yaitu: (1) pemasaran, (2) keuangan, (3) operasi, (4) sumber daya manusia, (5) penelitian dan pengembangan, (6) sistem informasi manajemen, (6) dan budaya perusahaan (*corporate culture*) (Fahmi, 2013).

Faktor-faktor internal yang positif dapat digunakan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Sebaliknya faktor internal yang negatif harus dihindari oleh perusahaan karena akan menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan. Faktor internal menjadi dasar guna membangun tujuan dan strategi dalam menciptakan kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi (Sandra et al., 2015).

Lingkungan internal merupakan cerminan kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi perusahaan dan dapat mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan. Hal ini dapat menunjukkan kekuatan sumber daya, meliputi aspek material atau nonmaterial yang dimiliki perusahaan dalam

menjalankan usaha dan fungsinya untuk memproduksi secara komersial (Lofian et al., 2014)

2. Indikator Faktor Internal

Adapun indikator-indikator dalam faktor internal yang mempengaruhi kinerja usaha akan diuraikan sebagai berikut (Sudiarta et al., 2014):

1) Akses Permodalan

Modal adalah sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi perusahaan mulai dari berdiri sampai beroperasi. Modal terdiri dari uang dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sementara modal keahlian diperlukan untuk mengelola atau menjalankan usaha tersebut (Kasmir, 2007).

Jenis modal jika dilihat dari sumbernya dibagi menjadi dua macam, yaitu modal sendiri dan modal asing (pinjaman) (Kasmir, 2007). Bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* yang mendirikan usaha di rumah sendiri, mereka mendapatkan modal dari modal sendiri. Namun, bagi pelaku usaha yang harus menyewa kios atau ruko sebagian dari mereka mendapatkan modal dari pinjaman. Karena bagi para pelaku usaha yang menyewa kios atau ruko harus membayar sewa kios atau ruko mereka setiap bulan/tahunnya.

2) Kemampuan Berwirausaha

Kemampuan berwirausaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana kemampuan para pelaku usaha *counter handphone* menggunakan atau memanfaatkan kecanggihan teknologi yang sudah semakin berkembang saat ini. Para pelaku usaha *counter handphone* dapat memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang saat ini dengan cara menggunakan beberapa situs *online* untuk memasarkan dan menjual produknya. Seperti menjadi salah satu admin penjual isi ulang pulsa dan paket data dalam suatu situs *online*, contoh: tokopedia.

3) Sumber Daya Manusia

Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya untuk dikelola oleh pelaku usaha adalah sumber daya manusia yang dimiliki. Menurut (Rivai, 2005: 1) manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. SDM yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana pelaku usaha mengelola perusahaannya, bagaimana pelaku usaha memasarkan produknya, bagaimana pelaku usaha mengelola keuangannya dan membedakan antara keuangan usaha dan keuangan milik pribadi atau keluarga, dan bagaimana pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja usahanya.

4) Pemasaran

Pemasaran menurut *American Marketing Association (AMA)* adalah proses perencanaan dan penerapan konsepsi, penetapan harga, dan distribusi barang, jasa, dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu

atau organisasi. Pemasaran mencakup berbagai aktivitas yang dituju pada rangkaian berbagai jenis barang, jasa, dan ide. Aktivitas ini meliputi pengembangan, penetapan harga, promosi, dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan barang jasa oleh konsumen maupun industri pengguna (Machfoedz & Mas'ud, 2005).

Sebagian para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak banyak melakukan kegiatan pemasaran untuk mengenalkan produk dan usahanya. Para pelaku usaha melakukan kegiatan pemasaran dengan memasang spanduk-spanduk kecil pada pohon di pinggir jalan yang sekiranya banyak dilewati oleh khalayak ramai. Dan sebagian dari mereka hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut.

5) Rencana Bisnis

Untuk memulai suatu usaha diperlukan perencanaan dalam bentuk dokumen tertulis yang berisikan ide dasar dan pertimbangan pendirian perusahaan. Perencanaan usaha mempunyai empat tujuan dasar: identifikasi lingkup dan kesempatan bisnis, pendekatan yang digunakan dalam memanfaatkan kesempatan, identifikasi faktor penentu keberhasilan usaha, dan rencana permodalan. Perencanaan yang baik dapat menjembatani ide menuju realita yang diharapkan (Machfoedz & Mas'ud, 2005).

Dalam mendirikan usaha, langkah lebih baik jika pelaku usaha tersebut membuat rencana bisnis untuk usaha yang akan didirikannya. Dengan rencana bisnis yang ia buat, maka akan ada target ke depan yang akan ia kejar. Pelaku usaha *counter handphone* membuat rencana bisnis untuk meningkatkan

kinerjanya. Rencana bisnis ini berupa jenis produk yang dijual, alat yang dibutuhkan untuk usaha, modal yang dibutuhkan untuk membuka usaha dan biaya sewa serta membayar karyawan, dan sebagainya.

6) Pengetahuan Keuangan

Setiap perusahaan, baik besar maupun kecil, memerlukan biaya untuk beroperasi. Untuk mendapatkan uang, perusahaan harus terlebih dahulu mengeluarkan uang untuk membeli persediaan dan mendapat pasokan, perlengkapan dan fasilitas, dan untuk menggaji karyawan (Machfoedz & Mas'ud, 2005).

Pengetahuan keuangan sangat dibutuhkan oleh setiap pelaku usaha. Pengetahuan ini berguna untuk pencatatan keuangan pada setiap periode di perusahaannya. Seperti pencatatan akuntansi dalam pembuatan neraca laba/rugi untuk setiap periode. Namun, masih banyak ditemukan para pelaku usaha yang masih belum paham dengan pencatatan akuntansi untuk pencatatan keuangan perusahaannya.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu mengenai variabel – variabel yang mempengaruhi kinerja usaha yang telah banyak dilakukan. Hasil dari beberapa penelitian akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dipilih diantaranya adalah sebagai berikut:

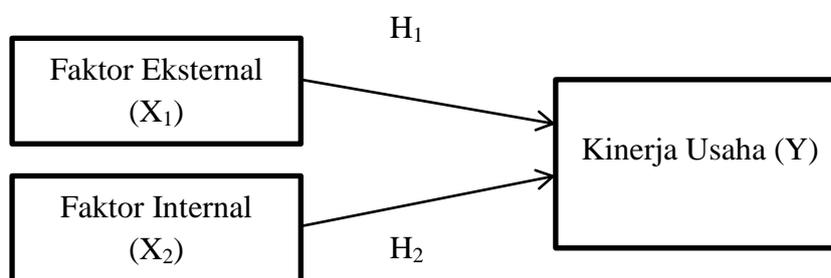
Tabel 2.1
Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Judul Jurnal, Nama Penulis, Tahun Terbit, Metode, Σ Sampel	Hasil Penelitian
1.	<p>Identifikasi Faktor Eksternal dan Faktor Internal Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UKM Mebel Rotan di Jepara.</p> <p>Budi Lofian dan Sisno Riyoko, 2014.</p> <p>Metode Survey Deskriptif.</p> <p>143 UKM Mebel Rotan di Jepara.</p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif antar faktor eksternal terhadap faktor internal.</p> <p>2. Terdapat pengaruh positif antar faktor eksternal terhadap kinerja UKM.</p> <p>3. Terdapat pengaruh positif antar faktor internal terhadap kinerja UKM.</p>
2.	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli.</p> <p>I Putu Lanang Eka Sudiarta, I Ketut Kirya, I Wayan Cipta, 2014.</p> <p>Metode Penelitian Eksploratif.</p>	<p>1. Faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli adalah Faktor Internal dan Faktor Eksternal.</p> <p>2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli adalah Faktor Internal.</p>
3.	<p>Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan.</p> <p>Musran Munizu, 2010.</p> <p>Teknik <i>Simple Random Sampling</i>.</p> <p>300 UMK di Sulawesi Selatan.</p>	<p>1. Faktor-Faktor Eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha.</p> <p>2. Faktor-Faktor Internal mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha.</p>

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah suatu model konseptual mengenai bagaimana teori-teori berhubungan dengan beberapa faktor yang akan didefinisikan sebagai suatu permasalahan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari variabel.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



2.4 Hipotesis

Menurut Lestari, n.d didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/jawaban) ini dapat diterima atau tidak.

Pada penelitian terdahulu faktor-faktor eksternal yang terdiri atas aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, dan aspek peranan lembaga terkait akan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) dengan kontribusi sebesar 0,254 atau 25,4% (Musran, 2010). Terdapat pengaruh langsung dari faktor eksternal terhadap kinerja usaha dengan besarnya pengaruh sebesar 0,358 (Purwaningsih et al., 2015). Maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut ini:

H₁: Faktor Eksternal akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pada penelitian terdahulu faktor – faktor internal yang terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi/operasional, dan aspek pasar dan pemasaran mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) dengan kontribusi sekitar 0,792 atau 79,2 % (Musran, 2010). Terdapat pengaruh langsung dari faktor internal terhadap kinerja usaha dengan besarnya pengaruh sebesar 0,590 (Purwaningsih et al., 2015). Maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut ini:

H₂: Faktor Internal akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu yang direncanakan dimulai dari penyusunan usulan penelitian sampai terlaksana laporan penelitian ini, yaitu pada bulan Januari 2018 hingga bulan Juli 2018. Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang penyajian hasil penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini lebih menekankan analisisnya pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistik, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.

Data yang diperlukan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Data primer diperoleh dari responden dengan mengisi jawaban tanggapan atau pertanyaan pada kuesioner yang dibagikan kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura mengenai kinerja usahanya.

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010: 61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-

benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. Populasi dalam penelitian ini adalah 108 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila dari populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representatif atau mewakili (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian, seorang peneliti sering kali menggunakan data sampel dengan beberapa pertimbangan. Inilah yang disebut dengan *sampling*, yaitu proses memilih sejumlah elemen dari populasi yang mencakup untuk mempelajari sampel dan memahami karakteristik elemen populasi.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik pengambilan *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *Cluster Sampling (Area Sampling)* yang dikombinasikan ke *stratified random sampling* terhadap para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Counter Handphone di Kecamatan Kartasura. Teknik *Cluster Sampling* atau teknik *sampling* daerah digunakan untuk menentukan sampel jika obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas. Untuk menentukan mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampel ditetapkan secara bertahap dari wilayah yang luas sampai wilayah terkecil. Setelah terpilih sampel terkecil, kemudian baru dipilih sampel secara acak (Sugiyono, 2010).

Teknik *sampling* daerah ini sering digunakan melalui dua tahap, yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah, dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara *sampling* juga. Obyek dalam penelitian ini berstrata (tidak sama) maka pengambilan sampelnya perlu menggunakan *stratified random sampling*.

3.4 Data dan Sumber Data

Sumber data primer adalah sumber data yang didapat langsung dari responden oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data yang digunakan merupakan data yang langsung diambil dari obyek penelitian yang didapatkan dari jawaban responden melalui pengisian kuesioner yang sudah dibuat oleh peneliti. Dalam penelitian ini jawaban yang didapat adalah jawaban kuesioner dari beberapa responden yang menjadi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura yang disebarkan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan skala interval yang mempunyai karakteristik yang sama seperti yang dimiliki oleh skala nominal dan ordinal dengan ditambah karakteristik lain yaitu interval yang tetap. Dengan demikian peneliti dapat

melihat besarnya perbedaan karakteristik antara satu individu atau objek dengan yang lainnya. Skala pengukuran interval murni merupakan angka sehingga menggunakan operasi aritmatika, misalnya penjumlahan atau perkalian. Pengukuran tersebut menggunakan data interval dengan teknik *agree – disagree.scale*, dengan pernyataan setuju – tidak setuju menggunakan rentang nilai 1 – 10.

Skor 1 ditempatkan pada jenjang jawaban terendah ‘sangat tidak setuju’ sampai pada jenjang jawaban tertinggi ‘sangat setuju’ dengan skor 10.

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai sumber dan berbagai cara, apabila dilihat dari segi cara teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), daftar pertanyaan (*questionnaire*), observasi atau pengamatan langsung.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner atau daftar isian adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan kepada setiap responden. Kuesioner merupakan alat yang efektif untuk berbagai cara pengumpulan data. Daftar pertanyaan yang diberikan pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura dengan maksud orang tersebut bersedia memberikan responden sesuai

dengan permintaan peneliti. Kuesioner berupa daftar pertanyaan tertulis yang disebarakan kepada responden.

3.6 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010: 2) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat) (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini yang dimaksud variabel *independent* adalah Faktor Eksternal (X_1) dan Faktor Internal (X_2).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010). Maka dalam penelitian ini yang dimaksud dengan variabel *dependent* adalah Kinerja Usaha (Y).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010: 2) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang variabel tersebut kemudian peneliti dapat menarik

kesimpulan dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel *dependent* dan variabel *independent*.

Dalam penelitian ini definisi operasional dari variabel dan indikator penelitian sebagai berikut:

3.7.1 Kinerja Usaha

Kinerja adalah prestasi yang dicapai suatu organisasi dalam periode tertentu yang diukur berdasarkan perbandingan dengan berbagai standar (Sudiarta et al., 2014). Kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja sebuah perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan (Suci, 1999).

Kinerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja usaha dalam aspek pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Djodjoko & Tawas (2014) kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang ditetapkan perusahaan sebagai prestasi pasar produk, dimana setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk – produknya. Pengukuran peningkatan kinerja dengan kriteria tunggal tidak akan mampu memberi pemahaman yang komprehensif tentang kinerja sesungguhnya dari suatu perusahaan.

Adapun indikator dari Kinerja Usaha menurut Musran (2010) adalah:

- 1) Pertumbuhan Penjualan
- 2) Pertumbuhan Modal
- 3) Pertumbuhan Tenaga Kerja
- 4) Pertumbuhan Pasar

5) Pertumbuhan Laba

3.7.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya peluang dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor ini menyangkut dengan kondisi – kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*), dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya (Fahmi, 2013).

Faktor eksternal mempengaruhi usaha *counter handphone* dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Adapun indikator dari Faktor Eksternal adalah sebagai berikut (Sudiarta et al., 2014):

- 1) Dukungan Pemerintah
- 2) Legalitas
- 3) Jaringan Sosial
- 4) Akses Kepada Informasi
- 5) Teknologi
- 6) Pembinaan

3.7.3 Faktor Internal

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional, yaitu: pemasaran; keuangan; operasi; sumber daya

manusia; penelitian dan pengembangan; sistem informasi manajemen; dan budaya perusahaan (*corporate culture*) (Fahmi, 2013).

Faktor internal dalam usaha *counter handphone* dapat mempengaruhi perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan usaha tersebut. Faktor internal menjadi dasar guna membangun tujuan dan strategi dalam menciptakan kekuatan dan mengatasi kelemahan usaha *counter handphone* tersebut.

Adapun indikator dari Faktor Internal adalah sebagai berikut (Sudiarta et al., 2014):

- 1) Akses Permodalan
- 2) Kemampuan Berwirausaha
- 3) Sumber Daya Manusia
- 4) Pemasaran
- 5) Rencana Bisnis
- 6) Pengetahuan Keuangan

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah disajikan. Perhitungan variabel dapat dilakukan dengan uji instrumen penelitian.

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2010).

3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi (r_{hitung}) $> r_{tabel}$ dan nilai r positif. Suatu instrumen dikatakan valid apabila taraf probabilitas kesalahan (sig) $\leq 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila taraf probabilitas kesalahan (sig) $\geq 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Ghozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

Uji reliabilitas hanya dilakukan pada instrumen yang valid pada pengujian validitas. Teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah

menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Uji reliabilitas instrumen tersebut menggunakan pengujian dengan taraf signifikan 5%, jika suatu konstruk atau variabel memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka variabel tersebut dinyatakan reliabel (Ghozali, 2011).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini juga menggunakan beberapa pengujian klasik, diantaranya adalah:

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independent*). Jika variabel bebas (*independent*) saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas (*independent*) yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas (*independent*) sama dengan nol (Ghozali, 2011).

Uji multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas (*independent*) lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas (*independent*) lainnya. Kriteria pengujian pada uji multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , kriteria tersebut menunjukkan adanya multikolonieritas antar variabel bebas (*independent*) dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut dari *unstandardized residual* terhadap variabel bebas (*independent*) dengan variabel bebas. Syarat model dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah jika signifikansi seluruh variabel bebas (*independent*) $> 0,05$

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2011).

Penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal.

3.8.4 Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependent*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (*independent*) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*dependent*) sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas (*independent*) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel terikat (*dependent*) (Ghozali, 2011).

Kelemahan penggunaan koefisien determinasi adalah terjadinya bias terhadap jumlah variabel bebas (*independent*) yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas (*independent*) akan meningkatkan R^2 walaupun variabel itu tidak signifikan. Oleh karena itu dianjurkan menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas (*independent*) ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2011)

2. Uji Statistik F

Menurut Ghozali (2011: 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independent*) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent*). Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol. Artinya, apakah semua variabel bebas (*independent*) bukan

merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*). Hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol. Artinya, semua variabel bebas (*independent*) secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*).

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Variabel-variabel *independent* (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* (Y).

H_a : Variabel-variabel *independent* (X) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* (Y).

Menurut Ghozali (2011: 98) menyatakan bahwa dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependent* dengan variabel *independent*. Variabel *dependent* diasumsikan random yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel *independent* diasumsikan memiliki nilai tetap (Ghozali, 2011).

Adapun bentuk persamaanya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Kinerja Usaha
α	= Konstanta
b_1, b_2	= Koefisien regresi parsial
X_1	= Variabel Faktor Eksternal
X_2	= Variabel Faktor Internal
e	= <i>Error</i>

3.8.6 Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol. Artinya, apakah suatu variabel *independent* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol. Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel *dependent* (Ghozali, 2011).

Kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, variabel *independent* secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, variabel *independent* secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
2. Berdasarkan probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel *independent* secara individu berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Gambaran umum penelitian berisi tentang informasi dari objek penelitian. Objek penelitian ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* terdiri dari *counter handphone* yang menjual berbagai macam jenis *gadget*, pulsa, SIM Card kartu perdana, *accecories handphone*, dan kartu/kuota internet. Objek penelitian berjumlah 108 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *cluster sampling (area sampling)* yang dikombinasikan dengan *stratified random sampling*. Kecamatan Kartasura memiliki 10 desa dan 2 kelurahan, dan peneliti hanya menggunakan 10 desa. Pengambilan 10 desa ini dilakukan secara *random*. Karena desa-desa di Kecamatan Kartasura itu berstrata maka pengambilan sampelnya perlu menggunakan *stratified random sampling*. *Random* tidak dilakukan langsung pada seluruh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah *counter handphone* di Kecamatan Kartasura, tetapi pada 10 desa sebagai kelompok atau *cluster*. Dalam pembagiannya, setiap satu desa di Kecamatan Kartasura peneliti mengambil sampel dengan jumlah 10 hingga 13 pelaku usaha *counter handphone*.

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 108 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan mendatangi *counter-counter hanpdhone* yang berada di Kecamatan Kartasura dan meminta ketersediaan waktu bagi para pelaku usaha untuk mengisi kuesioner penelitian.

4.1.1 Obyek Penelitian

Usaha mikro kecil dan menengah atau yang lebih sering didengar dengan istilah populer UMKM, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah disebutkan bahwa keberadaan UMKM dan pengelolaannya oleh pemerintah dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, meliputi (Harsono, 2014):

- 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
- 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- 3) Meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

1. Pengertian Usaha Mikro

Definisi usaha mikro sebagaimana yang dimaksudkan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, antara lain meliputi (Harsono, 2014):

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Pengertian Usaha Kecil

Usaha kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut (Harsono, 2014):

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Pengertian Usaha Menengah

Sementara yang dimaksud usaha menengah sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan

atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut (Harsono, 2014):

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha *counter handphone* di Kecamatan Kartasura tercatat dalam *database* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Kartasura bahwa rata-rata memiliki kekayaan bersih atau aset mulai dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah), dan memiliki hasil penjualan tahunan mulai dari Rp 22.000.000,00 (dua puluh dua juta rupiah) sampai dengan Rp 1.200.000.000,00 (satu milyar dua ratus juta rupiah). Sehingga usaha *counter handphone* dapat disebut dalam kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden menjelaskan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini, karena dengan menjelaskan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini maka akan dapat diketahui sejauh mana identitas responden dalam penelitian ini. Oleh karena itu, karakteristik responden

dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, jumlah karyawan, lama usaha, dan pendapatan perbulan. Penjelasan sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	72	67
Perempuan	36	33
Total	108	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 108 jumlah responden, sebagian besar responden adalah berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 72 responden pemilik UMKM atau 67%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sedikit sekali dengan jumlah 36 responden atau 33%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<20 th	-	-
21-30 th	38	35
31-40 th	60	56
41-50 th	10	9
Total	108	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari 108 jumlah responden, sebagian besar responden berumur antara 31-40 tahun dengan jumlah 60 responden pemilik UMKM atau sebesar 56%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	-	-
SMP	5	5
SLTA	93	86
Diploma/Sarjana	10	9
Total	108	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 108 jumlah responden, sebagian besar responden memiliki riwayat pendidikan SLTA dengan jumlah 93 responden pemilik UMKM atau sebanyak 86%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase (%)
1-5 orang	98	91
6-10 orang	10	9
11-15 orang	-	-
Total	108	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa dari 108 jumlah responden, sebagian besar responden memiliki karyawan 1-5 orang dengan jumlah 98 responden pemilik UMKM atau sebanyak 91%.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan lama usaha pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase (%)
<5 th	68	63
5-10 th	30	28
10-15 th	10	9
Total	108	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dari 108 jumlah responden, sebagian besar responden memiliki lama usaha <5 tahun dengan jumlah 68 responden pemilik UMKM atau sebanyak 63%.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan Pendapatan Per Bulan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
<1 jt	10	9
1-10 jt	74	68,5
10-15 jt	20	18,5
>15 jt	4	4
Total	108	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa dari 108 jumlah responden, sebagian besar responden memiliki pendapatan per bulan 1-10 juta dengan jumlah 74 responden pemilik UMKM atau sebanyak 68,5%.

4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data

Pengujian dalam penelitian ini untuk menjelaskan data yang ada dalam penelitian. Hasil dari uji tersebut menjelaskan seberapa akurat data yang digunakan, model yang dibuat dalam penelitian sudah layak atau tidak, dan hipotesis dalam penelitian memiliki keterkaitan satu sama lain atau tidak.

4.3.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FaktorEksternal	108	16,00	60,00	46,0093	8,31561
FaktorInternal	108	13,00	60,00	47,5000	8,41394
KinerjaUsaha	108	12,00	50,00	37,4907	7,87816
Valid N (listwise)	108				

Sumber: data primer diolah, 2018

4.3.2 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan pada tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu faktor eksternal, faktor internal, dan kinerja usaha. Teknik yang dipakai yaitu

melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan/ Pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Teknik ini membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 108, $df = n-2$, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,189.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Faktor Eksternal (X_1)	FE1	0,649	0,189	Valid
	FE2	0,707	0,189	Valid
	FE3	0,599	0,189	Valid
	FE4	0,782	0,189	Valid
	FE5	0,628	0,189	Valid
	FE6	0,664	0,189	Valid
Faktor Internal (X_2)	FI1	0,642	0,189	Valid
	FI2	0,794	0,189	Valid
	FI3	0,812	0,189	Valid
	FI4	0,746	0,189	Valid
	FI5	0,721	0,189	Valid
	FI6	0,699	0,189	Valid
Kinerja Usaha (Y)	KU1	0,688	0,189	Valid
	KU2	0,567	0,189	Valid
	KU3	0,694	0,189	Valid
	KU4	0,775	0,189	Valid
	KU5	0,780	0,189	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Pada table 4.8 Nilai *corrected item-total correlation* yang kurang dari r_{tabel} menunjukkan bahwa pertanyaan tidak mampu mengukur variabel yang ingin diukur, dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid. Dilihat dari hasil tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai korelasi dari tiap skor butir pernyataan variabel yang ada dalam penelitian di atas r_{tabel} yaitu 0,189 yang berarti valid

semua item pernyataan mampu mengukur variabel faktor eksternal, faktor internal, dan kinerja usaha.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas, maka tahap selanjutnya adalah pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kekonsistenan jawaban responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel faktor eksternal, faktor internal, dan kinerja usaha. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak *SPSS 20.0 for Windows*, yang memberi fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha Coefficient* (α). Hasil perhitungan uji reliabilitas disajikan dalam Tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Alpha cronbach''s</i>	<i>Critical value</i>	Kesimpulan
Faktor Eksternal	0,860	0,70	Reliabel
Faktor Internal	0,900	0,70	Reliabel
Kinerja Usaha	0,869	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,7$ (Ghozali, 2011). Pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Artinya semua jawaban responden sudah konsisten dalam menjawab setiap item pertanyaan yang mengukur masing-masing variabel. Variabel tersebut meliputi faktor eksternal, faktor internal, dan kinerja usaha.

4.3.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atau persamaan regresi berganda yang digunakan.

Pengujian ini terdiri atas uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Berikut hasilnya akan dijabarkan satu per satu.

1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*) (Ghozali, 2012).

Hasil pengujian Multikolonieritas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Faktor Eksternal	,769	1,301
Faktor Internal	,769	1,301

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: data primer diolah, 2018

Dari tabel 4.10 berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai Tolerance dari variabel Faktor Eksternal (X1) dan Faktor Internal (X2) adalah 0,769, nilai Tolerance tersebut menunjukkan $> 0,10$. Sedangkan untuk nilai (*Variance Inflation Factor*) VIF dari variabel Faktor Eksternal (X1) dan Faktor Internal (X2) adalah 1,301, nilai VIF tersebut menunjukkan < 10 .

Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena syarat untuk tidak terjadi multikolonieritas sudah dipenuhi yaitu nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .

2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2012). Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,209	,975		4,317	,000
1 Faktor Eksternal	-,051	,032	-,228	-1,595	,117
Faktor Internal	-,052	,028	-,259	-1,814	,076

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.11 berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Faktor Eksternal (X_1) sebesar 0,117 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Faktor Eksternal. Sementara itu, diketahui itu nilai signifikansi variabel Faktor Internal (X_2) yaitu sebesar 0,076 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Faktor Internal.

3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test sebagai berikut:

Tabel 4.12
 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,91522955
	Absolute	,111
Most Extreme Differences	Positive	,082
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,137

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig.* pada hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Besarnya nilai Kolmogorov Smirnov yaitu sebesar 1,158. Hasil nilai *Asym. Sig* diperoleh sebesar 0,137, hasil ini bila dibandingkan dengan probabilitas 0,05 maka lebih besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal.

4.3.5 Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel *independent* dalam menggambarkan variabel *dependent* nya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai semakin mendekati angka satu berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel *dependent* semakin tinggi (Ghozali, 2012). Hasil analisis koefisien determinasi

(R^2) yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi pada *software SPSS 20.0 for Windows* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.13
Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,611	,603	4,96182

a. Predictors: (Constant), Faktor Eksternal, Faktor Internal

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,603 atau 60,3% pada variabel faktor eksternal dan faktor internal secara bersama-sama mempengaruhi kinerja usaha sudah bagus karena $>0,05$ atau 5% atau karena lebih besar dari 0,5. Sedangkan 39,7% lagi dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

2. Uji Statistik F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel *independent* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*/terikat (Ghozali, 2012). Hasil uji statistik F sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Statistik F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4055,926	2	2027,963	82,372	,000 ^b
	Residual	2585,065	105	24,620		
	Total	6640,991	107			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Faktor Eksternal, Faktor Internal

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 82,372 dan nilai Sig. F 0,000. Nilai Sig. F tersebut lebih kecil dari nilai alpha (α) yang dalam penelitian ini sebesar 5% (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil ini lebih besar jika dibandingkan dengan Ftabel diperoleh nilai Ftabel =1,37 (diperoleh dari excel) maka H_0 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor eksternal, dan faktor internal secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kinerja usaha.

4.3.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Persamaan regresi berganda mengandung makna bahwa dalam suatu persamaan regresi terdapat satu variabel *dependent* dan lebih dari satu variabel *independent*. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu kinerja usaha. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15
 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,989	3,152		-,631	,529
1 Faktor Eksternal	,530	,066	,559	8,049	,000
Faktor Internal	,318	,065	,340	4,893	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 model regresi linear berganda berdasarkan hasil analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -1,989 + 0,530 X_1 + 0,318 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Koefisien untuk variabel faktor eksternal adalah 0,530 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan variasi faktor eksternal maka akan mengalami peningkatan nilai kinerja usaha sebesar 0,530.
- Koefisien untuk variabel faktor internal adalah 0,318 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan variasi faktor internal maka akan mengalami peningkatan nilai kinerja usaha sebesar 0,318.

4.3.7 Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel (Ghozali, 2012). Uji t bermaksud untuk menguji pengaruh variabel *independent* (faktor eksternal dan

faktor internal) terhadap variabel *dependent* (kinerja usaha) secara terpisah. Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Statistik t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,989	3,152		-,631	,529
1 Faktor Eksternal	,530	,066	,559	8,049	,000
Faktor Internal	,318	,065	,340	4,893	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha
Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 mengenai hasil uji t di atas dapat diketahui sebagai berikut:

Variabel faktor eksternal diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,049 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,982) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\rho < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya faktor eksternal berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja usaha.

Variabel faktor internal diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,893 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,982) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\rho < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya faktor internal berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja usaha.

4.4 Pembahasan Hasil Analisis Data

Dari hasil uji F regresi yang dilakukan ditemukan bahwa seluruh variabel yang meliputi faktor eksternal dan faktor internal secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Sedangkan dari hasil uji t yang dilakukan bahwa secara parsial variabel berpengaruh adalah faktor eksternal dan faktor internal secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha. Penjelasan dari tiap variabel sebagai berikut:

4.4.1 Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan uji t, variabel faktor eksternal diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,049 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,982) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\rho < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya faktor eksternal berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja usaha.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Lofian & Riyoko (2014) mengenai faktor eksternal pada kinerja usaha yang menunjukkan bahwa faktor eksternal mempengaruhi kinerja usaha.

Faktor eksternal berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura. pada dasarnya faktor eksternal dapat mempengaruhi peningkatan kinerja usaha pada UMKM. Hal ini dibuktikan dengan semakin pemilik usaha memiliki jaringan sosial yang baik, akses untuk informasi yang cukup baik dan teknologi yang digunakan sudah canggih maka pemilik usaha dapat lebih mudah untuk lebih melakukan kegiatan pemasarannya dalam meningkatkan kinerja usahanya. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan menyebarluaskan brosur promo secara online kepada seluruh kerabat pelaku usaha melalui berbagai media sosial.

4.4.2 Faktor Internal berpengaruh terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan uji t, variabel faktor internal diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,893 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,982) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\rho < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya faktor internal berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja usaha.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Sandra & Purwanto (2015) “Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Faktor internal berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura. pada dasarnya faktor internal dapat mempengaruhi peningkatan kinerja usaha pada UMKM. Hal ini dibuktikan dengan semakin pemilik usaha memiliki modal usaha yang baik, jiwa dan kemampuan dalam berwirausaha yang cukup baik dan kegiatan promosi yang dilakukan sudah cukup baik maka pemilik usaha dapat lebih mudah untuk lebih melakukan kegiatan pemasarannya dalam meningkatkan kinerja usahanya. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan menyebarkan brosur promo pada masyarakat sekitar lokasi *counter* dengan mendatangi dari rumah ke rumah, dan menempelkan brosur pada tempat-tempat strategis yang banyak dijumpai oleh para konsumen.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh faktor eksternal dan faktor internal terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor eksternal berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura.
2. Faktor internal berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Counter Handphone* di Kecamatan Kartasura.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian heterokedastisitas, menjelaskan bahwa telah terjadi heterokedastisitas. Sehingga peneliti melakukan transformasi variabel untuk mengobati adanya heterokedastisitas.
2. Hasil data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, menjelaskan bahwa rata-rata usaha *counter handphone* di Kecamatan Kartasura hanya memiliki jumlah karyawan antara 1-10 orang.
3. Hasil data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, menjelaskan bahwa rata-rata usaha *counter handphone* di Kecamatan Kartasura mengalami perkembangan usaha setelah rentang waktu 15 tahun.

4. Hasil data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, menjelaskan bahwa rata-rata usaha *counter handphone* di Kecamatan Kartasura hanya memiliki pendapatan paling besar 15 juta perbulan.

5.3 Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang penulis ajukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang menunjukkan bahwa variabel faktor eksternal yang paling berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura, maka disarankan dalam faktor internal agar lebih berpengaruh sebaiknya para pelaku usaha harus lebih memperhatikan faktor internal dalam usahanya sehingga akan berpengaruh pada kinerja usahanya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang menunjukkan bahwa variabel faktor eksternal yang paling berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *counter handphone* di Kecamatan Kartasura, maka pelaku usaha sebaiknya sama-sama memperhatikan semua faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usahanya dan setelah itu dikombinasikan, karena semua faktor itu penting. Pelaku usaha perlu melihat faktor eksternal dan faktor internal secara keseluruhan. Namun pelaku usaha perlu melihat faktor mana yang paling berpengaruh dan mana yang paling tidak berpengaruh, sehingga strategi yang diterapkan tepat untuk meningkatkan kinerja usahanya.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada terdapat variabel yang terbukti saling mempengaruhi satu sama lain, namun variabel lainnya di luar, sehingga di

sarankan untuk penelitian selanjutnya di harapkan agar dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih variatif serta memperkaya teori yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, I. D. K. R., Brahm ayanti, I. A., & Subaedi. (2003). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_299571919353.pdf
- Badan Pusat Statistik. (2017). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Provinsi, 1986 - 2017. *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Provinsi, 1986 - 2017*.
- Darya, I. G. P. (2012). Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kompetensi Usaha Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kota Balikpapan, *1*(1), 65–78.
- Daryanto. (2013). *Pengantar Kewirausahaan*. (U. Athelia K, Ed.). Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Demeter, K., Szász, L., & Rácz, B. G. (2016). The impact of subsidiaries' internal and external integration on operational performance. *International Journal of Production Economics*, *182*, 73–85. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.08.014>
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, *2*(3), 1214–1224.
- Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. (Asakir, Ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi Keli). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. (P. P. Harto, Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hadiyati, E. (2012). Karakteristik Kewirausahaan Dan Perusahaan Serta Kompetensi Kewirausahaan Sebagai Penentu Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM), 117–124. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDPT/article/download/131/224>

- Harsono, B. (2014). *Tipe Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses dan Kelas Dunia Melalui UMKM*. (R. L. Toruan, Ed.). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hendro. (2011). *Dasar - Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis*. (R. Rahmat, Ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hermawan, H., & Damai, D. C. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Madiun. *Jurnal Ekomaks*, 1(September), 29–38.
- Indriyatni, L. (2013). Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil, 5(1), 54–70. <https://media.neliti.com/media/publications/120905-ID-identifikasi-faktor-faktor-yang-mempenga.pdf>
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan* (Edisi 1). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)* (Edisi 1). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (1995). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Indo). Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, F. (n.d.). Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan binong jati bandung. <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240/18108>
- Lofian, B., & Riyoko, S. (2014). Identifikasi Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UKM Mebel Rotan Di Jepara. *Jurnal Disprotek*, 5(2), 8–15.
- Machfoedz, M., & Mas'ud, M. (2005). *Kewirausahaan Metode, Manajemen, Dan Implementasi* (Edisi 2005). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Musran, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), pp.33-41. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.33-41>
- Purwaningsih, R., & Kusuma, P. D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro*, (2000), 7–12.
- Purwanti, P. (2017). 8 Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Paling Sukses Saat Ini. Retrieved from <https://dosenekonomi.com/bisnis/pejuang-bisnis/jenis-usaha-mikro-kecil-dan-menengah>

- Purwidiyanti, W., & Rahayu, T. S. M. (2015). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Industri Kecil Dan Menengah Di Purwokerto Utara. *Kinerja*, 19(1), 149–159.
- Rivai, V. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik* (Edisi 1). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rokhayati, O. I., & Lestari, H. D. (n.d.). Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Gula Kelapa (Studi Kasus UMKM Gula Kelapa Di Kabupaten Banyumas), 544–556.
- Sandra, A., & Purwanto, E. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Jakarta. *Business Management Journal*, 11(1), 27.
- Sudiarta, E., Lanang, I. P., Kirya, I. K., & Cipta, I. W. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bangli, 2(1). <https://doi.org/https://media.neliti.com/media/publications/176529-ID-analisis-faktor-faktor--yang-mempengaruhi.pdf>
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik NonParametris Untuk Penelitian*. (B. R. Setiadi, Ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suparyanto. (2012). *Kewirausahaan Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil* (Caetakan K). Bandung: ALFABETA, cv.
- Supranto. (2016). *Statistik: Teori dan Aplikasi*. (A. Maulana, Ed.) (Edisi Kede). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi 4). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- UU20Tahun2008UMKM. (2008).

Lampiran 2
Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- c. Usia : < 20th 21-30 th
31-40 th 41-50 th
> 50 th
- d. Pendidikan : SD
SMP
SLTA
Diploma/Sarjana
- e. Jumlah Karyawan : 1-5 org 6-10 org
11-15 org 16-20 org
- f. Lama Usaha : < 5th
5-10th
10-15th
15-20th
- g. Pendapatan Per Bulan : < 1jt
1jt – 10jt
10jt – 15 jt
> 15 jt

Lampiran 3

Rekapitulasi Data Kuesioner

DATA TABULASI PENELITIAN RESPONDEN

Faktor Eksternal

No. Res	Item No.						Total X1
	1	2	3	4	5	6	
1	1	5	8	9	9	9	41
2	3	9	9	8	8	8	45
3	5	4	6	7	6	7	35
4	3	4	5	6	7	7	32
5	1	1	5	6	6	6	25
6	7	8	8	7	7	7	44
7	6	9	7	8	8	8	46
8	8	8	10	10	10	10	56
9	4	5	8	8	8	8	41
10	2	2	7	6	8	9	34
11	3	7	5	7	8	7	37
12	5	5	7	7	7	7	38
13	5	5	7	7	7	7	38
14	5	5	7	6	7	7	37
15	5	5	6	7	7	7	37
16	5	6	7	7	8	8	41
17	1	5	8	8	7	8	37
18	5	5	7	8	10	7	42
19	8	8	10	9	10	10	55
20	10	8	10	9	10	10	57
21	6	6	8	8	8	8	44
22	5	10	10	10	9	9	53
23	3	8	8	7	8	8	42
24	1	1	8	8	10	10	38
25	3	6	8	8	8	8	41
26	5	5	10	9	10	9	48
27	4	4	9	9	9	10	45
28	4	7	8	8	9	10	46
29	5	8	9	8	10	10	50
30	5	9	9	9	10	9	51
31	8	10	9	10	9	8	54
32	8	9	8	9	10	9	53
33	9	10	9	10	8	9	55

34	8	9	9	10	9	8	53
35	10	10	8	9	9	8	54
36	8	9	6	8	9	8	48
37	8	10	8	9	8	10	53
38	5	3	9	7	7	6	37
39	1	7	7	6	9	8	38
40	9	7	9	8	8	7	48
41	7	8	7	9	8	7	46
42	8	9	7	8	10	10	52
43	8	8	10	9	9	10	54
44	4	5	9	8	10	8	44
45	6	6	9	9	10	10	50
46	10	10	10	10	10	10	60
47	4	4	4	7	7	8	34
48	1	1	9	5	3	2	21
49	4	5	6	5	5	5	30
50	6	6	9	9	8	7	45
51	9	10	10	7	8	8	52
52	8	8	8	8	8	8	48
53	7	8	8	8	8	9	48
54	7	6	8	5	6	6	38
55	8	3	10	8	3	7	39
56	1	1	1	3	6	4	16
57	3	5	8	10	10	6	42
58	6	6	7	7	7	6	39
59	7	9	9	9	9	9	52
60	8	5	10	8	9	8	48
61	2	4	8	4	5	6	29
62	7	9	8	9	8	9	50
63	9	10	10	10	7	7	53
64	6	7	9	9	9	9	49
65	8	9	10	10	10	8	55
66	8	7	9	9	9	9	51
67	6	9	7	8	9	10	49
68	7	8	10	10	10	10	55
69	9	10	10	9	10	10	58
70	8	9	10	10	10	9	56
71	6	7	7	8	9	8	45
72	7	8	9	9	9	9	51
73	8	9	10	9	9	10	55
74	10	8	9	9	10	10	56

75	10	10	10	9	9	9	57
76	8	9	8	9	9	10	53
77	9	9	9	10	10	10	57
78	9	8	9	9	9	10	54
79	6	7	9	8	9	8	47
80	5	7	9	9	10	8	48
81	8	9	7	7	8	9	48
82	5	8	7	7	9	9	45
83	4	10	10	9	6	5	44
84	5	7	7	7	6	5	37
85	5	7	7	7	6	5	37
86	8	8	8	8	8	8	48
87	7	9	8	7	7	7	45
88	7	7	8	8	7	7	44
89	7	8	8	7	7	8	45
90	3	5	6	8	7	7	36
91	3	5	5	6	7	5	31
92	10	10	10	10	10	10	60
93	7	7	8	10	10	8	50
94	7	7	7	8	8	10	47
95	6	7	8	10	10	10	51
96	6	8	8	10	9	8	49
97	9	8	7	10	10	9	53
98	7	8	9	10	10	10	54
99	6	8	9	8	8	8	47
100	5	9	9	10	10	10	53
101	6	9	8	9	8	9	49
102	5	7	8	7	9	10	46
103	4	7	6	8	9	9	43
104	5	8	9	10	10	10	52
105	5	8	9	7	8	10	47
106	6	7	8	9	9	9	48
107	7	10	9	10	8	9	53
108	7	9	9	9	8	10	52

Faktor Internal

No. Res	Item No.						Total X2
	1	2	3	4	5	6	
1	5	10	10	7	10	10	52
2	7	7	4	5	6	7	36
3	6	8	7	8	4	6	39

4	5	5	6	5	5	7	33
5	3	10	7	5	10	10	45
6	2	5	5	6	7	7	32
7	8	9	8	8	8	9	50
8	8	10	10	9	10	8	55
9	8	8	7	7	6	9	45
10	4	8	8	8	9	7	44
11	4	3	5	7	8	6	33
12	7	7	6	7	6	7	40
13	6	7	7	7	7	7	41
14	6	6	7	7	6	6	38
15	6	7	6	6	7	8	40
16	7	8	7	8	8	8	46
17	6	7	7	6	7	7	40
18	8	7	6	9	7	5	42
19	10	10	10	10	10	10	60
20	10	10	7	10	8	9	54
21	6	8	8	8	8	8	46
22	7	8	8	8	8	8	47
23	6	8	8	6	8	8	44
24	7	9	10	10	8	10	54
25	8	10	10	10	10	10	58
26	9	9	9	9	10	9	55
27	8	9	10	9	10	9	55
28	7	8	10	9	10	9	53
29	6	8	9	10	10	8	51
30	7	9	7	8	10	9	50
31	7	9	10	9	10	10	55
32	8	9	10	9	8	9	53
33	8	9	10	9	9	10	55
34	10	9	10	9	10	10	58
35	10	10	9	10	8	9	56
36	8	9	8	9	10	8	52
37	8	10	8	9	8	9	52
38	7	9	7	7	9	10	49
39	6	8	8	7	9	9	47
40	8	9	8	8	7	8	48
41	8	9	8	9	8	7	49
42	9	8	9	9	8	7	50
43	7	9	9	9	10	9	53
44	8	8	8	8	7	8	47

45	8	8	9	9	10	6	50
46	10	10	10	10	10	10	60
47	7	9	7	7	6	7	43
48	2	7	7	8	9	10	43
49	5	5	6	5	6	7	34
50	9	9	8	8	8	8	50
51	7	8	9	6	8	10	48
52	1	9	7	8	8	8	41
53	6	8	8	7	9	8	46
54	6	6	6	6	6	7	37
55	8	10	10	10	10	8	56
56	5	5	5	5	4	3	27
57	8	9	9	8	9	8	51
58	6	7	8	8	9	7	45
59	9	9	8	8	7	9	50
60	10	9	10	8	9	10	56
61	5	8	7	4	9	9	42
62	7	9	8	10	6	9	49
63	8	9	7	10	7	8	49
64	9	8	9	9	8	8	51
65	8	7	8	8	9	9	49
66	7	9	10	9	8	7	50
67	6	8	9	9	9	9	50
68	9	9	9	9	9	9	54
69	9	10	10	10	10	8	57
70	8	9	7	9	9	9	51
71	10	10	8	6	9	9	52
72	9	7	8	9	10	10	53
73	10	10	10	9	9	9	57
74	7	9	8	9	9	9	51
75	8	10	10	10	9	9	56
76	9	9	9	10	10	10	57
77	8	9	6	7	7	7	44
78	6	7	7	8	8	9	45
79	7	8	8	9	10	10	52
80	10	10	9	9	8	8	54
81	7	10	8	8	8	9	50
82	8	8	7	7	7	6	43
83	1	1	2	3	5	6	18
84	4	8	8	5	8	8	41
85	8	8	8	8	8	8	48

86	2	2	4	3	1	1	13
87	1	4	4	5	5	4	23
88	7	6	8	7	10	10	48
89	8	4	8	8	7	8	43
90	7	7	8	7	7	7	43
91	5	6	8	6	8	8	41
92	6	6	5	6	4	5	32
93	10	10	10	10	10	10	60
94	9	10	9	9	8	9	54
95	9	9	8	7	9	9	51
96	9	10	7	8	10	9	53
97	6	8	7	9	10	10	50
98	10	8	9	8	9	10	54
99	9	8	8	8	8	10	51
100	6	7	6	7	8	9	43
101	8	9	7	8	9	10	51
102	9	9	9	8	9	10	54
103	7	9	8	9	10	10	53
104	6	7	8	9	10	10	50
105	7	7	7	7	7	7	42
106	8	9	7	7	10	10	51
107	8	9	10	8	9	9	53
108	8	9	9	9	10	10	55

Kinerja Usaha

No. Res	Item No.					Total Y
	1	2	3	4	5	
1	10	9	3	7	10	39
2	5	5	2	5	3	20
3	7	6	7	7	9	36
4	5	6	7	7	8	33
5	2	2	2	1	5	12
6	6	7	2	6	7	28
7	9	7	8	9	9	42
8	10	10	5	10	10	45
9	6	6	5	6	6	29
10	9	8	5	8	8	38
11	6	7	3	5	6	27
12	7	7	6	7	7	34
13	7	7	6	7	7	34
14	7	7	6	7	7	34

15	6	6	5	6	6	29
16	7	8	6	8	8	37
17	7	7	5	5	7	31
18	8	8	5	5	8	34
19	10	10	9	10	10	49
20	10	8	7	10	10	45
21	8	8	8	8	8	40
22	10	10	6	10	10	46
23	6	6	4	4	4	24
24	9	9	5	5	8	36
25	10	8	4	4	5	31
26	7	6	6	5	6	30
27	5	5	5	5	5	25
28	10	9	7	8	10	44
29	9	8	6	9	9	41
30	10	7	5	9	8	39
31	10	10	10	8	10	48
32	8	9	10	8	9	44
33	10	9	10	8	9	46
34	10	9	10	10	10	49
35	10	10	10	9	10	49
36	8	9	8	9	8	42
37	8	9	10	9	8	44
38	5	6	2	9	7	29
39	5	5	4	7	7	28
40	9	9	6	9	9	42
41	7	8	9	8	7	39
42	8	7	9	6	8	38
43	10	9	9	10	10	48
44	8	9	6	9	9	41
45	7	9	5	6	9	36
46	10	10	10	10	10	50
47	6	6	7	8	7	34
48	6	6	1	7	5	25
49	4	5	4	4	6	23
50	7	7	7	7	8	36
51	9	9	6	5	9	38
52	8	8	8	8	8	40
53	9	7	3	4	5	28
54	6	4	6	6	7	29
55	9	9	8	8	9	43

56	4	4	4	3	3	18
57	4	3	4	4	8	23
58	6	4	4	7	7	28
59	9	9	8	10	10	46
60	10	8	9	8	10	45
61	7	5	4	6	6	28
62	9	8	9	9	10	45
63	8	8	8	8	8	40
64	9	9	8	9	8	43
65	10	5	7	8	9	39
66	9	6	8	9	9	41
67	8	4	7	8	8	35
68	7	4	8	9	10	38
69	9	6	10	10	10	45
70	7	6	8	9	10	40
71	8	5	9	8	8	38
72	9	6	9	10	10	44
73	9	6	10	10	10	45
74	10	7	8	8	10	43
75	10	5	10	10	10	45
76	7	6	9	9	9	40
77	8	7	8	9	9	41
78	8	5	9	9	10	41
79	9	6	10	10	10	45
80	10	7	8	8	8	41
81	7	7	8	9	9	40
82	8	8	7	7	7	37
83	6	5	5	4	10	30
84	7	7	5	6	7	32
85	8	8	8	8	8	40
86	5	1	4	1	4	15
87	6	6	6	8	8	34
88	6	5	5	6	7	29
89	8	7	6	7	7	35
90	7	6	5	6	8	32
91	5	6	3	7	7	28
92	10	10	10	10	10	50
93	9	9	9	9	9	45
94	8	9	9	8	10	44
95	10	9	8	9	9	45
96	8	7	8	8	8	39

97	8	8	8	8	8	40
98	9	6	7	9	10	41
99	8	7	9	9	10	43
100	9	7	7	8	7	38
101	10	9	9	9	10	47
102	8	8	8	9	9	42
103	10	7	8	9	10	34
104	8	9	7	8	10	42
105	8	8	9	7	8	40
106	8	7	9	9	9	42
107	9	6	10	10	10	45
108	8	5	10	10	9	42

Lampiran 4

Hasil Olah Data SPSS

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FaktorEksternal	108	16,00	60,00	46,0093	8,31561
FaktorInternal	108	13,00	60,00	47,5000	8,41394
KinerjaUsaha	108	12,00	50,00	37,4907	7,87816
Valid N (listwise)	108				

Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FE1	5,9907	2,35017	108
FE2	7,1204	2,22861	108
FE3	8,1204	1,52068	108
FE4	8,1944	1,43689	108
FE5	8,3426	1,49242	108
FE6	8,2407	1,58775	108

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FE1	40,0185	43,495	,649	,845
FE2	38,8889	43,408	,707	,828
FE3	37,8889	53,520	,599	,846
FE4	37,8148	51,031	,782	,820
FE5	37,6667	53,252	,628	,842
FE6	37,7685	51,507	,664	,835

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46,0093	69,149	8,31561	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FI1	7,1204	2,04947	108
FI2	8,0926	1,73764	108
FI3	7,8889	1,59047	108
FI4	7,8796	1,58095	108
FI5	8,2130	1,68585	108
FI6	8,3056	1,60873	108

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FI1	40,3796	48,294	,642	,901
FI2	39,4074	48,543	,794	,873
FI3	39,6111	49,997	,812	,871
FI4	39,6204	51,378	,746	,881
FI5	39,2870	50,655	,721	,884
FI6	39,1944	51,990	,699	,887

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
47,5000	70,794	8,41394	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KU1	7,7778	1,88121	108
KU2	7,0463	1,82088	108
KU3	6,8611	2,28550	108
KU4	7,6019	1,97621	108
KU5	8,2037	1,70628	108

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KU1	29,7130	41,795	,688	,843
KU2	30,4444	44,922	,567	,871
KU3	30,6296	37,432	,694	,846
KU4	29,8889	39,016	,775	,821
KU5	29,2870	41,926	,780	,825

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37,4907	62,065	7,87816	5

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Faktor Eksternal	,769	1,301
Faktor Internal	,769	1,301

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,209	,975		4,317	,000
1 Faktor Eksternal	-,051	,032	-,228	-1,595	,117
Faktor Internal	-,052	,028	-,259	-1,814	,076

a. Dependent Variable: RES2

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,91522955
	Absolute	,111
Most Extreme Differences	Positive	,082
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,137

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,611	,603	4,96182

a. Predictors: (Constant), Faktor Eksternal, Faktor Internal

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4055,926	2	2027,963	82,372	,000 ^b
Residual	2585,065	105	24,620		
Total	6640,991	107			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Faktor Eksternal, Faktor Internal

Regresi Berganda dan Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,989	3,152		-,631	,529
1 Faktor Eksternal	,530	,066	,559	8,049	,000
Faktor Internal	,318	,065	,340	4,893	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Lampiran 5

Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

Nama Lengkap : Frida Aisidiktya

Tempat dan Tanggal Lahir : Surakarta, 08 April 1996

Agama : Islam

Alamat : Grobogan, Rt 03/Rw 06, Malangjiwan, Colomadu,
Karanganyar

No. Telephone : 085803200167

Email : aisidiktyafrida@gmail.com

Kewarganegaraan : Indonesia

Nama Ayah Kandung : Barkah Supriyanto

Nama Ibu Kandung : Supartinah

Riwayat Pendidikan Formal

No.	Pendidikan	Tahun
1	SD Negeri 02 Sobokerto	2002-2008
2	SMP Negeri 02 Colomadu	2008-2011
3	SMA Negeri Kartasuta	2011-2014
4	Institut Agama Islam Negeri Surakarta	Sekarang