

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari usaha nasional yang berperan penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. UMKM juga dapat dianggap sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi nasional dan regional (daerah), karena berpotensi dalam memberdayakan semua sumber daya yang ada dan mendorong tumbuhnya pengembangan kewirausahaan. Peranan UMKM di Indonesia yaitu (1) peningkatan kesempatan kerja, (2) pemerataan pendapatan, (3) pembangunan ekonomi pedesaan, (4) peningkatan ekspor nonmigas dan (5) berkontribusi terhadap peningkatan PDB (Tambunan, 2012:9).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dari pelaku bisnis ini sangat berpengaruh dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Maka dari itu perlu adanya pengembangan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) agar tetap eksis peranannya dalam membangun perekonomian Negara. Setiap UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UMKM dituntut untuk dapat mengembangkan usaha karena persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Hal ini dilakukan supaya UMKM dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses.

Definisi pengembangan usaha itu sendiri menurut Anoraga (2013:4) yaitu proses dan tindakan yang pada dasarnya dilakukan memiliki tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang semula kecil hingga menjadi besar, tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha menjadi besar tidaklah mudah. Banyak sekali kendala-kendala yang dialami para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan usahanya.

Sebagai pelaku usaha harus memiliki karakter wirausaha seperti memiliki sifat berani mengambil risiko, semangat yang tinggi, etos kerja yang tinggi, pantang menyerah, pandai mencari peluang, mau menerima kegagalan, berorientasi pada masa depan dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi untuk dapat mengembangkan usahanya. Fluktuatifnya perkembangan UMKM merupakan suatu permasalahan klasik. UMKM yang memiliki peran secara kuantitas seperti mampu membuka lapangan pekerjaan, peningkatan jumlah omzet dan asset UMKM namun belum dapat diimbangi dengan kualitas UKM.

Ketidakseimbangan antara kuantitas dan kualitas tersebut merupakan permasalahan klasik perkembangan UMKM berkaitan dengan rendahnya produktifitas. Keadaan ini disebabkan karena masalah karakteristik wirausaha dari para pelaku UKM, modal usaha dan modal psikologi. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dan penelitian terdahulu diketahui ada banyak variabel yang bisa mempengaruhi perkembangan usaha. Akan tetapi ada beberapa faktor yang dianggap cukup signifikan dalam mempengaruhi tingkat perkembangan usaha, faktor-faktor tersebut antara lain yaitu karakteristik wirausaha, modal usaha serta modal psikologis (Sari, 2016:51).

Karakteristik adalah sesuatu yang berhubungan dengan watak, perilaku maupun tabiat atau sikap seseorang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin, Jadi karakteristik wirausaha yaitu perilaku maupun sikap yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk menjalankan usahanya (Sari, 2016:52). Penelitian dari Vijaya dan Irwansyah (2017:55) menyatakan bahwa karakteristik wirausaha dapat berpengaruh terhadap perkembangan usahanya. Seorang yang memiliki karakter wirausaha yang baik mampu untuk mengembangkan usahanya karena mampu mengorganisir usaha yang dijalaninya (Sari, 2016:52).

Karakteristik kewirausahaan secara umum menggambarkan keunikan personal atau psikologis seseorang yang terdiri dari dimensi nilai sikap dan kebutuhan. Sari (2016) dalam penelitiannya berhasil menemukan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara nyata dan positif terhadap kompetensi kewirausahaan maupun kinerja usaha. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun karakteristik kewirausahaan karena karakteristik kewirausahaan sangat menentukan keberhasilan usaha. Karakteristik kewirausahaan merupakan kunci untuk memaksimalkan efisiensi dari penggunaan faktor-faktor pengembangan daya saing ekonomi, memungkinkan UMKM memiliki pola pikir (*mind-set*) yang lebih positif, membangun kesensitifan terhadap pasar dan penciptaan daya pikir kreatif (Sari, 2016:52).

Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Modal dapat berasal dari modal

sendiri atau modal pinjaman dari pihak lain seperti lembaga keuangan. Sesuai dengan karakteristik skala usahanya, UMKM tidak memerlukan modal dalam jumlah yang terlalu besar (Ashari dalam Utari dan Dewi, 2014:579). Minimnya modal yang dimiliki oleh pelaku usaha akan menghambat pertumbuhan UMKM sehingga sulit untuk berkembang, karena semakin banyak modal yang dimiliki pelaku usaha maka dapat memperbesar volume usahanya untuk berkembang. Menurut penelitian Vijaya dan Irwansyah (2017) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan faktor modal usaha terhadap perkembangan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng. Modal usaha yang dimaksud adalah modal usaha yang digunakan dalam menunjang usaha dan kemudahan mendapatkan modal usaha. Semakin besar modal yang digunakan dan semakin mudah untuk mendapatkan modal usaha akan mengakibatkan meningkatnya perkembangan usaha (Vijaya dan Irwansyah, 2017).

Disamping karakteristik wirausaha dan minimnya modal usaha pemilik UMKM ini ada faktor lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya yaitu modal psikologis. Untuk dapat mengatasi kemungkinan kebangkrutan tidak terjadi maka dibutuhkan beberapa hal yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Hal pertama yang harus dimiliki adalah modal psikologis (Vijaya dan Irwansyah, 2017:47). Seperti hasil penelitian dari Dewi (2013) yang menyatakan bahwa modal psikologis memiliki pengaruh yang paling besar terhadap perkembangan UMKM. Berdasarkan penelitian dari Dewi (2013) bahwa optimis, mempunyai daya tahan, bekerja keras, mempunyai visi kedepan serta berani mengambil risiko merupakan faktor dalam perkembangan usaha. Sehingga berdasarkan hal tersebut hal yang dapat diukur dari modal psikologis adalah

optimis, mempunyai daya tahan, bekerja keras, mempunyai visi kedepan serta berani mengambil risiko (Dewi, 2013).

Salah satu persaingan ketat di dunia bisnis UMKM adalah pada bidang kuliner. Setiap daerah memiliki ciri khas kulinernya masing-masing, salah satunya di Kota Pasir Pengaraian. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha UMKM jenis kuliner yang beragam mulai dari rumah makan, restoran, warung, kedai, cafe bahkan bistro. Adapun perkembangan jumlah unit usaha berskala mikro, kecil dan menengah di Pasir Pengaraian Periode 2018 - 2020 dalam tiga tahun terakhir mengalami peningkatan sebagaimana ditunjukkan oleh Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah UMKM di Pasir Pengaraian**

| No    | Skala Usaha    | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------|----------------|------|------|------|------|
| 1.    | Usaha Mikro    | 92   | 108  | 113  | 126  |
| 2.    | Usaha Kecil    | 29   | 34   | 66   | 84   |
| 3.    | Usaha menengah | 16   | 19   | 36   | 44   |
| Total |                | 137  | 161  | 215  | 254  |

Sumber : Dsiperindag Kabupaten Rokan Hulu, 2022

Tabel 1.1 dapat dilihat perkembangan jumlah UMKM di Pasir Pengaraian setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Perkembangan unit usaha mikro dan kecil di Pasir Pengaraian cenderung meningkat dari tahun 2018-2021. Unit usaha yang mengalami perkembangan yang cepat adalah usaha mikro. Hal ini dikarenakan kegiatan usaha mikro merupakan pilihan terakhir bagi masyarakat yang tidak bisa mendapat pekerjaan yang lebih baik. Usaha mikro juga tidak membutuhkan modal yang besar dan keahlian khusus untuk menjalankannya. sehingga banyak masyarakat yang membuka usaha kecil-kecilan dan sangat

sederhana. Adapun data UMKM berdasarkan jenis usaha kuliner yang ada di Pasir Pengaraian dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2 Data Jenis UMKM Kuliner Pasir Pengaraian**

| No    | Jenis UMKM Kuliner | Jumlah |
|-------|--------------------|--------|
| 1     | Makanan            | 162    |
| 2     | Minuman            | 41     |
| Total |                    | 203    |

Sumber : Disperindag Kabupaten Rokan Hulu, 2022

Tabel 1.2 terlihat bahwa jenis UMKM kuliner yang ada di Pasir Pengaraian sudah banyak, sehingga diperlukan suatu strategi untuk pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terdapat beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM yaitu:

Secara keseluruhan karakteristik wirausaha para pelaku usaha UKM di Pasir Pengaraian masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari sikap pelaku usaha yang memiliki percaya diri, jiwa kepemimpinan, orientasi pada masa depan, dan daya kreativitas yang masih rendah serta minimnya ide-ide yang dimilikinya hal ini juga dapat dilihat dari kondisi usaha yang dijalaninya tidak memiliki keunggulan yang lebih menonjol dibandingkan dengan usaha lainnya yang sejenis.

Fenomena yang terjadi pada pelaku UMKM di Pasir Pengaraian ialah pada umumnya sebagian besar UMKM tersebut tidak optimis pada usahanya, hal ini dapat dilihat dari banyaknya UMKM yang selalu tidak percaya diri di dalam bersaing. Seringkali mereka menganggap bahwa dirinya tidak mampu untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Padahal jika dilihat dari produk yang mereka

hasilkan, sebenarnya UMKM tersebut memiliki potensi yang besar untuk dapat lebih maju lagi. Selain itu, pelaku UMKM tersebut cenderung takut untuk mengambil risiko di dalam usahanya seperti pengakuan dari Ibu Yani salah satu pemilik UMKM kuliner jenis makanan berupa kebab mengatakan bahwa mereka mengemas kebab sampai siap saji disaat ada yang memesan saja tidak tersedianya stok untuk pembelian langsung, hanya terdapat stok penjualan kebab mentah yang menyebabkan jika ada konsumen yang ingin membeli produk yang siap saji harus memesannya terlebih dahulu dan harus menunggu, tentunya hal ini akan memerlukan banyak waktu lagi. Hal ini berlandaskan ketakutan dalam hal terjadinya produk tidak laku, produk mengalami kerusakan, atau bahkan mengalami kerugian. Dari segi indikator berorientasi pada tugas dan hasil permasalahan UMKM adalah sebagian dari UMKM tersebut tidak memiliki pembukuan keuangan di dalam usahanya, padahal jika ada pembukuan keuangan di dalam suatu usaha dapat mempermudah proses evaluasi usaha dan dapat menilai dari keberhasilan usaha tersebut.

Permasalahan lain yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM adalah modal usaha, berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan di lapangan hampir seluruh para pelaku UMKM di Pasir Pengaraian memiliki masalah dalam permodalan. Rata-rata para pelaku UMKM tersebut memiliki modal yang sangat terbatas. Hal ini dikarenakan modal yang didapat hanya dari modal sendiri, umumnya para pelaku UMKM enggan untuk meminjam pada lembaga keuangan seperti bank, koperasi atau penggadaian hal ini disebabkan mulai dari ketakutan tidak dapat membayar, riba dalam hal bunga

pinjaman, serta rumitnya prosedur peminjaman. Hal inilah membuat para pelaku UMKM hanya memanfaatkan modal yang seadanya dan sulit untuk dapat mengembangkan usahanya. Para pelaku UMKM tersebut juga cenderung tidak dapat mengelola modalnya dengan baik. Hal ini dikarenakan kebanyakan para pelaku UMKM tersebut seringkali tidak membedakan mana uang usaha dan uang pribadi sehingga para pelaku UMKM tersebut seringkali menggunakan uang usaha untuk keperluan sehari-harinya dan untuk memenuhi keinginannya. Hal inilah yang menyebabkan modal usaha yang dimiliki terbatas dan tidak berkembang.

Permasalahan selanjutnya dari segi modal psikologis yang dimiliki pelaku UMKM adalah kurangnya inovasi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, membuat pelaku UMKM tersebut sulit untuk mengembangkan usahanya. Seperti halnya pada kemasan, umumnya pengemasan masih dilakukan secara sederhana dan tradisional. Kemudian kurangnya inovasi pada produk, pada umumnya dari tahun ke tahun para UMKM hanya menjual produk yang sama. Hal ini disebabkan adanya ketidakmampuan para UMKM untuk menciptakan produk baru dan tidak adanya keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru. Hal inilah yang membuat sulitnya para pelaku UMKM untuk bersaing dengan perusahaan lainnya di mana perusahaan yang lain selalu mengutamakan inovasi di dalam produknya, seringkali mereka hanya memanfaatkan usaha mereka hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup saja, lemahnya kesadaran para pelaku UMKM dalam meningkatkan usahanya inilah yang menyebabkan para pelaku UMKM tersebut sulit berkembang.



Masalah modal psikologis lain yang dihadapi pemilik UMKM berdasarkan hasil observasi dan wawancara adalah kurangnya sikap UMKM menjadi seorang yang pekerja keras, dilihat saat penjualan menurun kebanyakan para UMKM hanya berdiam diri dan hanya menunggu konsumen yang datang, tidak adanya inisiatif untuk menganalisis penyebab menurunnya penjualan atau mencoba strategi baru yang lebih baik lagi, kemudian para pelaku UMKM biasanya hanya memanfaatkan tenaga kerjanya sendiri tanpa meminta bantuan kepada orang lain. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM tersebut lebih menyukai bekerja sendiri tanpa dibantu oleh orang lain. Hal ini membuat saat terjadi pesanan yang banyak, para UMKM tersebut cenderung tidak mampu untuk memproduksinya sendiri. Sehingga membuat perkembangan usahanya menjadi terhambat.

Dari berbagai permasalahan yang ada, secara tidak langsung tentunya berdampak pada perkembangan usaha UMKM. Dilihat dari sisi pertumbuhan pelanggan mengalami keterlambatan karena tingginya tingkat persaingan UMKM jenis kuliner yang ada di Pasir Pengaraian. Selain itu pemilik UMKM terkadang kesulitan dalam menentukan harga penjualan produk yang sesuai, karena sesama pedagang saling berkompetisi memberikan harga jual terendah untuk menarik konsumen, hal ini tentunya mempengaruhi keuntungan yang diperoleh UMKM, padahal keuntungan tersebut merupakan faktor penting bagi UMKM agar dapat mengembangkan usahanya.

Dengan melihat penjelasan dan permasalahan yang dihadapi UMKM jenis kuliner di Pasir Pengaraian, maka penulis termotivasi untuk meneliti “**Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Modal Psikologis terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Jenis Kuliner di Pasir Pengaraian**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian?
2. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian?
3. Apakah modal psikologis berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian?
4. Apakah karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.

2. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.
3. Untuk mengetahui pengaruh modal psikologis berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.
4. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat ganda, di samping bermanfaat secara teoritis juga mempunyai manfaat praktis. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan terutama berhubungan dengan karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) .
- b. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang bersangkutan guna menjadikan penelitian ini lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya.

## 2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan kebijakan strategis mengenai perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasir Pengaraian.

## 3. Secara kebijakan

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat bagi para wirausahawan dalam mengembangkan usahanya dan memaksimalkan keuntungan agar bisa meningkatkan kesejahteraan para pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang akan digunakan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.**

Bab ini berisi penjelasan tentang landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dikemukakan tentang ruang lingkup penelitiannya, lokasi penelitiannya, objek penelitiannya, populasi

dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, defenisi operasional, instrument penelitian, dan teknik pengumpulan data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data penelitian dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Merupakan penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 UMKM maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

Usaha Mikro merupakan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro yang telah diatur didalam Undang-Undang.

Usaha Kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif berdiri sendiri baik yang dimiliki orang perorangan dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh UU No. 20 Tahun 2008.

Sedangkan Usaha Menengah merupakan usaha dalam ekonomi produktif yang bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan dan menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan sesuai yang sudah diatur dengan Undang-Undang.

Badan Pusat Statistik Nasional (BPS) memberikan definisi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil ialah entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang tenaga kerja, sedangkan usaha menengah ialah entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 tenaga kerja.

Menurut pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro

Usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) itu tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan tahunannya paling banyak Rp.300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil

Usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) dan maksimal yang dibutuhkan mencapai Rp.500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) itu tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunannya antara Rp.300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai paling banyak Rp.2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah

Usaha yang memiliki kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai Rp.500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) dan paling banyak Rp.10.000.000.000 (Sepuluh Milyar Rupiah) itu tidak termasuk bangunan dan

tanah tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunannya mencapai Rp.2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai Rp.50.000.000.000 (Lima Puluh Milyar Rupiah).

Menurut Rumondang (2018:2), UMKM berperan penting dalam membangun dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, UMKM dapat mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia dan dengan adanya UMKM menyediakan banyak lapangan pekerjaan serta menyerap tenaga kerja di Indonesia.

UMKM sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995, yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih Rp.200 juta dan itu tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha atau yang memiliki total penjualan tahunannya 1 (satu) Milyar dan milik warga Negara Indonesia.

Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan kedalam 4 (empat) kelompok. Menurut Nurnugroho (2011:4) klasifikasi UMKM adalah sebagai berikut:

1. *Livehood Activities*

Merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Seperti pedagang kaki lima.

2. *Micro Enterprise*

Merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum mempunyai sifat kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise*

Merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak.



#### 4. *Fast Moving Enterprise*

Merupakan UMKM yang sudah punya jiwa kewirausahaan dan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Karena dengan UMKM ini pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja akan menjadi berkurang. Dan dengan penyerapan tenaga kerja yang meningkat UMKM juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, UMKM ini dianggap memiliki peran yang cukup strategis dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto) (Tambunan, 2012:12).

#### **2.1.2 Definisi Karakteristik Wirausaha**

Menurut Zimmerer (2014:8) wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan bisnis baru dan orang yang biasanya langsung berhadapan dengan resiko mampu mengidentifikasi dalam mencapai keberhasilan. Wirausaha mampu mengidentifikasi berbagai kesempatan dan mencurahkan seluruh sumber daya yang ia miliki untuk mengubah kesempatan itu suatu yang menguntungkan. kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar (Suryana, 2011:2). Seorang wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang, pengertian wirausaha disini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru (Alma, 2011:24).

Lupiyoadi (2012:7) berpendapat bahwa wirausaha adalah orang yang kreatif dan inovatif serta mampu mewujudkannya untuk peningkatan kesejahteraan diri, masyarakat dan lingkungannya. Pengertian wirausaha berdasarkan pendapat Robbins dan Coulter (2012:7) adalah proses di mana seseorang atau sekelompok orang menggunakan usaha dan sarana yang terorganisasi untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai dan bertumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan.

Berdasarkan pengertian wirausaha menurut pendapat beberapa ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa wirausaha adalah seseorang yang berani mengambil risiko untuk membuka usaha yang bertujuan untuk mencari dan mendapatkan profit atau keuntungan.

Beberapa pendapat dan kesimpulan para ahli mengenai karakteristik wirausaha berbeda-beda, tetapi pada intinya adalah, bahwa seorang wirausaha merupakan individu yang mempunyai ciri dan watak tertentu untuk berprestasi lebih tinggi dari kebanyakan individu-individu lainnya. Akar kata karakter dapat dilacak dari kata latin *kharakter*, *kharassein* dan *kharax*, yang maknanya *tools for marking*, *to engrave*, dan *pointed stake*. Kata ini mulai banyak digunakan (kembali) dalam bahasa perancis *caractere* pada abad ke-14 dan kemudian masuk dalam bahasa inggris menjadi *character*, sebelum akhirnya menjadi bahasa Indonesia *karakter*. Karakter mengandung pengertian (1) suatu kualitas positif yang dimiliki seseorang, sehingga membuatnya menarik dan atraktif, (2) reputasi seseorang dan (3) seseorang yang memiliki kepribadian yang eksentrik (Leonardus, 2012:7). Jadi Karakteristik wirausaha menurut Yuyus (2013:10)

dapat didefinisikan sebagai hal yang berhubungan dengan ciri khas, perilaku, watak, tabiat, sikap, serta tindakan seseorang untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha dan sikap dan tindakan seseorang wirausahawan dalam kesehariannya.

Menurut Baihaqi (2013:24), karakteristik wirausaha adalah orang yang memiliki kesiapan mental baik menghadapi keadaan merugi atau untung. karakteristik wirausaha menurut Steers dan Braunstein (2012:45) adalah kemampuan mencapai persyaratan dalam berwirausaha yang efektif dalam suatu usaha ataupun bisnis. Demikian halnya dengan karakteristik wirausaha menurut Mulyadi (2013:97) ialah kecenderungan tindakan seseorang yang berlandaskan jiwa dan unsur-unsur wirausaha. Karakteristik wirausaha juga merupakan bentuk penyesuaian diri dengan lingkungan. Hal ini juga berarti kepribadian wirausaha dapat diciptakan oleh lingkungan yang mendukung tumbuhnya wirausaha.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai karakteristik wirausaha dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha adalah ciri khas yang melekat pada diri seseorang yang dapat membedakannya dengan orang lain.

#### **2.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Karakteristik Wirausaha**

Menurut Mulyadi (2013:97), mengatakan faktor yang mempengaruhi terciptanya karakteristik wirausaha yang dimiliki seseorang adalah sebagai berikut:

1. Faktor lingkungan keluarga

Wirausahawan yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orang tua yang juga *entrepreneur*, karena mereka memiliki pengalaman yang lebih luas

dalam usaha, selanjutnya pengaruh pekerjaan orang tua terhadap pertumbuhan semangat kewirausahaan ternyata memiliki pengaruh yang signifikan.

## 2. Faktor pendidikan

Pendidikan yang baik akan memberikan pengetahuan yang lebih baik dalam mengelola usaha. Hal tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam mengatasi masalah dan mengoreksi penyimpangan dalam bisnis.

## 3. Faktor usia

Bisa terkait dengan keberhasilan bila dihubungkan dengan lamanya seseorang menjadi *entrepreneur*. Artinya dengan bertambahnya usia seorang *entrepreneur* maka semakin banyak pengalaman dibidang usahanya.

## 4. Faktor pengalaman kerja

Faktor ini tidak sekedar menjadi salah satu hal yang menyebabkan seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Pengalaman ketidakpuasan dalam bekerja juga turut menjadi salah satu pendorong dalam mengembangkan usaha baru.

Suryana (2013:98), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Faktor Individu yaitu berasal dari diri individu berupa: *locus of control*, toleransi, pengambilan resiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, usia, komitmen dan ketidakpuasan.

2. Faktor Lingkungan yaitu berasal dari pengaruh lingkungan secara umum berupa: peluang, model peran, aktivitas, pesaing, inkubator, sumberdaya dan kebijakan pemerintah.
3. Faktor Lingkungan Sosial yaitu berasal dari pengaruh lingkungan orang-orang terdekat seperti: Keluarga, orang tua dan kelompok.

#### **2.1.2.2 Indikator Karakteristik Wirausaha**

Menurut Scarborough dan Zimmerer (2012:14) mengemukakan delapan karakteristik wirausaha meliputi:

1. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
2. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko yang rendah dan menghindari risiko yang tinggi.
3. *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
4. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
5. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan.

7. *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. *Value of achievement over money*, yaitu selalu menilai prestasi dengan uang.

Menurut Sudrajad (2011:30-37) karakteristik yang perlu dimiliki wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri

Kepercayaan diri merupakan sikap dan keyakinan yang harus dimiliki seorang wirausaha dalam menghadapi tugas dan pekerjaan. Di dalam sikap percaya diri terkandung nilai-nilai keyakinan, optimisme dan ketidaktergantungan serta yakin akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Seorang wirausaha yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, harus berinisiatif, berorientasi laba atau hasil, tanggap, dan semangat berprestasi.

3. Berani mengambil risiko

Keberanian dan kemampuan mengambil risiko dan suka menghadapi tantangan merupakan nilai utama dalam kewirausahaan. Misalnya, seorang wirausaha yang takut mengambil risiko bisnis, akan menyebabkan wirausahawan tersebut akan mengalami kesulitan dalam berinisiatif. Tentu pengambilan risiko ini dilaksanakan setelah melalui pemikiran, analisis, perhitungan serta pertimbangan yang matang.

#### 4. Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang sukses tidak terlepas dari sifat kepemimpinannya, kepeloporannya, keteladanannya dalam mengendalikan usaha bisnisnya mengarahkan, menggerakkan orang lain, serta bertanggung jawab untuk meningkatkan usaha.

#### 5. Berorientasi ke masa depan

Seorang wirausaha haruslah berwawasan ke masa depan, mempunyai visi ke depan dan mengetahui kemana kegiatan bisnisnya tersebut akan dibawa, mampu melihat dan memanfaatkan peluang untuk mengadakan langkah-langkah perubahan menuju masa depan yang lebih baik.

### **2.1.3 Defenisi Modal Usaha**

Modal usaha adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah *output*. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Tambunan, 2012:13).

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Nugroho (2011:9) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

Menurut Riyanto (2012:34) modal usaha merupakan hasil produksi yang digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya, kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau pun kekuasaan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal.

Slamet (2014:6) berpendapat bahwa modal usaha adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk memproduksi kekayaan yang lebih banyak lagi. Sedangkan menurut Ashari (2014:79) modal usaha adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli dapat disimpulkan bahwa modal usaha dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan kegiatan bisnis.

### **2.1.3.1 Jenis-jenis Modal Usaha**

Menurut Mardiyatmo (2011:14) ada beberapa jenis-jenis modal usaha yaitu sebagai berikut:

#### **1. Modal Sendiri**

Adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain sebagainya.

Kelebihan modal sendiri adalah:

- a. Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan.



- b. Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.
- c. Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama
- d. Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain.

## 2. Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak.

## 3. Modal Patungan

Selain modal sendiri atau pinjaman, juga bisa menggunakan modal usaha dengan cara berbagai kepemilikan usaha dengan orang lain. Caranya dengan menggabungkan antara modal sendiri dengan modal satu orang teman atau beberapa orang (yang berperan sebagai mitra usaha).

Slamet (2014:106) berpendapat ada tiga jenis modal usaha berdasarkan perencanaan kebutuhan modal, yaitu:

### 1. Modal Tetap

Modal tetap adalah modal yang diperlukan untuk membeli asset tetap, seperti bangunan, tanah, perlengkapan dan lain-lain.

## 2. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang dibutuhkan untuk mendukung operasi perusahaan dalam jangka pendek.

## 3. Modal Pertumbuhan

Modal yang dibutuhkan untuk membiayai pertumbuhan atau perkembangan perusahaan ke arah yang baru.

### **2.1.3.2 Indikator Modal Usaha**

Slamet (2014:16) berpendapat ada tiga indikator modal usaha berdasarkan perencanaan kebutuhan modal, yaitu:

#### 1. Jumlah modal

Modal merupakan suatu bagian terpenting untuk menjalankan suatu usaha. Jumlah modal adalah keseluruhan modal usaha yang digunakan dalam perusahaan. Besar kecilnya modal usaha yang digunakan bergantung besar kecilnya usaha yang akan didirikan. Begitu juga dengan besar kecilnya modal usaha yang dimiliki akan berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha. Semakin besar jumlah modal yang dimiliki maka akan mendorong suatu usaha untuk berkembang.

#### 2. Sumber modal

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Bantuan modal yang diterima dimanfaatkan untuk keberlangsungan usaha dan mengembangkan usaha.

Menurut Mardiyatmo (2011:16) ada hal yang perlu dicermati oleh pengusaha untuk keberhasilan dalam menggunakan modal usahanya yaitu sebagai berikut:

1. Faktor manusia

Faktor manusia adalah faktor utama yang mendukung keberhasilan usaha. Mereka yang berhasil di dalam berwiraswasta pada dasarnya karena mereka mempunyai keunggulan diantaranya rajin, beretos kerja tinggi, optimisme, bersemangat dan sebagainya.

2. Faktor keuangan

Faktor keuangan merupakan faktor penunjang dari pendukung keberhasilan usaha. Faktor tersebut digunakan sebagai modal usaha dan membiayai pengeluaran-pengeluaran perusahaan. Faktor terpenting dalam masalah keuangan bukan dalam hal besarnya dana yang dimiliki, tetapi terletak pada kepandaianya mengelola keuangan yang ada. Disini harus diterapkan sikap disiplin yang ketat dalam mengelolanya. Berarti wirausahawan harus selalu membuat pembukuan dan administrasi yang rapi, teliti dan tepat.

2. Faktor organisasi

Fungsi organisasi dalam usaha adalah untuk menetapkan kegiatan yang harus dilaksanakan serta pengelompokan kegiatan berwirausaha.

3. Faktor perencanaan

Perencanaan perusahaan merupakan alat pengawasan dan alat pengendalian. Oleh karena itu, seorang wirausahawan sejak mendirikan perusahaan sebaiknya mulai merencanakan hal-hal berikut ini: jenis produk yang akan

dibuat, jumlah dana yang diperlukan, jumlah produk yang akan dibuat, wilayah pemasaran produk.

#### 4. Faktor mengatur usaha

Pada umumnya wirausahawan yang sudah berpengalaman dapat menghindari masalah-masalah atau hal-hal yang banyak merugikan perusahaan. Dalam mengatur perusahaan wirausahawan perlu melakukan kegiatan usaha sebagai berikut: menyusun uraian tugas pokok untuk menjalankan usahanya, menyusun struktur organisasi usaha, memperkirakan tenaga kerja yang dibutuhkan, menetapkan balas jasa dan insentif, membuat jadwal usaha.

#### 5. Faktor pemasaran

Faktor pemasaran produk perusahaan dapat ditinjau dari berikut ini :daya serap pasar dan prospeknya, kondisi pemasaran dan prospeknya, program pemasarannya.

#### 6. Faktor administrasi

Semakin berkembangnya suatu bisnis atau usaha, maka urusan atau masalah yang dihadapi oleh wirausahawan juga semakin banyak dan rumit. Disamping itu, karena daya ingat manusia yang terbatas maka kejadian-kejadian penting dari wirausahawan yang berhasil selalu dicatat dan didokumentasikan. Semua ini berkaitan dengan masalah administrasi usaha.

#### 2.1.4 Defenisi Modal Psikologis

Menurut Luthans, dkk (2012:10) *psychological capital* atau modal psikologis ini menyangkut tentang 'siapa Anda' dan lebih penting lagi, 'siapa Anda menjadi'. Modal psikologis didefinisikan di sini sebagai "keadaan psikologis yang positif pada diri individu yang ditandai dengan: 1) memiliki kepercayaan (*selfefficacy*) untuk mengambil dan meletakkan upaya yang diperlukan untuk sukses dalam tugas yang menantang; 2) membuat atribusi positif (optimisme) tentang sukses sekarang dan di masa depan; 3) tekun menggapai tujuan dan bila perlu, mengarahkan jalan agar tujuan (harapan) berhasil dan 4) ketika dilanda masalah dan kesulitan, mempertahankan dan melenting kembali untuk mencapai keberhasilan (Luthans dkk, 2012:10).

Bandura (2011:24) yang mengemukakan bahwa modal psikologis mengacu pada keyakinan sejauh mana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau melakukan suatu tugas yang diperlukan untuk mencapai suatu hasil tertentu. Keyakinan akan seluruh kemampuan ini meliputi kepercayaan diri, kemampuan menyesuaikan diri, kapasitas kognitif, kecerdasan dan kapasitas bertindak pada situasi yang penuh tekanan.

Menurut Kahn (2011:16) modal psikologis merupakan persepsi individu akan kapasitasnya dalam menyelesaikan suatu tugas. Mawanti (2011:42) mendefinisikan modal psikologis sebagai kepercayaan diri yang tinggi akan kemampuan diri untuk menggunakan kemampuan kontrol dirinya (*self-control*). Cain (2015:18) mengartikan modal psikologis sebagai kepercayaan diri akan kemampuan diri dalam melakukan suatu tindakan yang diperlukan untuk hasil yang diinginkan.

Menurut Sulistyawati (2010:11) seseorang yang memiliki modal psikologis yang tinggi, mampu mengatur kehidupan mereka untuk lebih berhasil. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Balkis (2011:14) bahwa modal psikologis merupakan keyakinan dasar yang memimpin seseorang untuk mencapai kesuksesan atau keberhasilan. Seseorang dengan modal psikologis yang tinggi ketika awalnya tidak berhasil, mereka akan mencoba cara yang baru dan bekerja lebih keras. Ketika masalah timbul, seseorang dengan modal psikologis yang kuat tetap tenang dalam menghadapi masalah dan mencari solusi, bukan memikirkan kekurangan dari dirinya.

Modal psikologis memiliki keefektifan yaitu individu mampu menilai dirinya memiliki kekuatan untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan. Tingginya modal psikologis yang dipersepsikan akan memotivasi individu secara kognitif untuk bertindak secara tepat dan terarah, terutama apabila tujuan yang hendak dicapai merupakan tujuan yang jelas. Modal psikologis selalu berhubungan dan berdampak pada pemilihan perilaku, motivasi dan keteguhan individu dalam menghadapi setiap persoalan. Modal psikologis akan berkembang berangsur-angsur secara terus menerus sering meningkatkan kemampuan dan bertambahnya pengalaman-pengalaman yang berkaitan.

Dari beberapa pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa modal psikologis adalah keyakinan dan kemantapan individu, memperkirakan kemampuan yang ada yang menghasilkan perilaku yang diusahakan sehingga tercapai tujuan yang diinginkan.

#### **2.1.4.1 Indikator Modal Psikologis**

Menurut Luthans dkk (2012:10), indikator modal psikologis yang harus dimiliki wirausaha adalah:

1. Pekerja keras

Memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.

2. Resiliensi

Kemampuan individu dalam mengatasi tantangan hidup serta mempertahankan energi yang baik sehingga dapat melanjutkan hidup secara sehat atau dengan kata lain kemampuan untuk kembali dari situasi keterpurukan namun juga kegiatan-kegiatan yang positif dan menantang, misalnya target penjualan dan kemauan untuk berusaha melebihi normal atau melebihi keseimbangan.

3. Inovatif

Seorang wirausaha harus memiliki sikap kreatif, yaitu kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat permasalahan dan peluang yang ada.

4. Mandiri

Sifat kemandirian yang dimiliki seorang wirausaha menunjukkan bahwa ia selalu mengembalikan perbuatannya sebagai tanggung jawab pribadi. Keberhasilan dan kegagalan merupakan konsekuensi pribadi wirausaha. Dalam hal ini, seorang wirausaha bertindak dapat mengambil keputusan dan memiliki berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan.

## 5. Bertanggung jawab

Ide, perilaku dan implementasi dari aktivitas yang dijalankna seorang wirausah tidak terlepas dari tuntutan dan tanggung jawab. Oleh karena itu, komitmen sangat diperlukan dalam pekerjaan sehingga mampu melahirkan tanggung jawab.

Menurut Desmita (2012: 21), terdapat empat indikator modal psikologis yaitu:

### 1. Harapan

Harapan atau *hope* adalah sesuatu yang tampak sebagai emosi, meski juga berkaitan dengan komponen kognitif. Hope secara ringkas dapat diterjemahkan sebagai suatu emosi yang berakar pada pengalaman terdahulu dan dipengaruhi oleh faktor eksternal serta kontrol keyakinan kolaboratif.

### 2. Optimisme

Optimisme adalah suatu tendensi atau kecenderungan untuk mengharapkan hasil yang menguntungkan.

### 3. Resiliensi

Resiliensi (daya lentur, ketahanan) adalah kemampuan atau kapasitas insani yang dimiliki seseorang, kelompok atau masyarakat yang memungkinkannya untuk menghadapi, mencegah, meminimalkan dan bahkan menghilangkan dampak-dampak yang merugikan dari kondisi yang tidak menyenangkan, atau mengubah kondisi kehidupan yang menyengsarakan menjadi suatu hal yang wajar untuk diatasi.



#### 4. Kepercayaan diri

Keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengarahkan motivasi, sumber kognitif, dan metode kerja yang dibutuhkan untuk melaksanakan dengan sukses sebuah tugas tertentu dalam sebuah konteks yang telah diberikan.

#### **2.1.5 Definisi Perkembangan**

Menurut Warren (2011:15) perkembangan adalah suatu jawaban terhadap perubahan, suatu strategi pendidikan yang kompleks yang diharapkan untuk merubah kepercayaan, sikap, nilai dan susunan organisasi, sehingga organisasi dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan itu sendiri.

Jadi, perkembangan UMKM Menurut Warren (2011:15) adalah suatu tindakan atau proses untuk memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik, sehingga UMKM dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan yang terjadi. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam program pembangunan nasional untuk meletakkan landasan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Perkembangan menurut Adisasmita (2012:17) pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dikatakan berkembang bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari bisnis. Menurut Tarigan (2011:23) perkembangan merupakan kemampuan suatu perusahaan agar dapat berkembang menjadi lebih baik yang dilakukan bertahap hingga usaha yang dijalankan lebih maju lagi.

Perkembangan UMKM dapat dilihat dari jumlah penjualan yang semakin meningkat dikarenakan dari kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada, melakukan inovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing, mempunyai akses yang luas terhadap lembaga-lembaga keuangan baik bank dan non bank sehingga dapat meningkatkan usahanya.

Perkembangan Usaha menurut Afuah (dalam Putri, 2014:5) merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan merupakan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha. Sedangkan menurut Anoraga (2012:66) perkembangan usaha ini pada dasarnya adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas.

Dapat disimpulkan bahwa Perkembangan UMKM adalah suatu proses dan tindakan untuk memajukan kondisi UMKM menjadi lebih baik lagi, yang pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang semula kecil hingga menjadi besar. Perkembangan Usaha Miro, Kecil dan Menengah (UKM) merupakan suatu komponen yang penting untuk memajukan perekonomian pada negara.

### **2.1.5.1 Langkah-langkah Mengembangkan Usaha**

Dari sudut manajemen, pembinaan dan pengembangan bidang produksi dan pemasaran diakui sebagai langkah strategis dalam usaha meningkatkan kinerja usaha kecil. Dua unsur tersebut dilengkapi dengan pengembangan sumber daya manusia sebagai pelaksana dua unsur di atas. Menurut pasal 17 UU No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil dirumuskan langkah-langkah tentang pembinaan dan pengembangan di bidang sumber daya manusia sebagai berikut:

1. Memasyarakatkan dan membudidayakan kewirausahaan
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial
3. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultan Usaha Kecil
4. Menyediakan tenaga penyuluhan dan konsultasi usaha kecil.

Upaya lain yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha menurut Anoraga (2012:66) adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan makro untuk dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya usaha kecil.
2. Menghilangkan monopoli terutama pada industri hulu serta menghilangkan kolusi yang mendorong munculnya monopoli yang menyebabkan usaha kecil sulit berkembang.
3. Mengembangkan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha besar dan didasarkan saling menguntungkan ke dua belah pihak.
4. Usaha kecil juga perlu meningkatkan efisiensi usaha.

5. Perlu dibentuk dan diperkuatnya asosiasi untuk sektor usaha kecil untuk memperkuat usaha kecil dalam posisi tawar menawarnya dan posisi persaingannya.

#### **2.1.5.2 Indikator Perkembangan Usaha**

Indikator perkembangan UMKM menurut Ferdinand (2012:23) sebagai berikut:

1. Pertumbuhan pelanggan adalah tingkat pertumbuhan pelanggan yang berhasil dicapai oleh perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah konsumen.
2. Harga yaitu besarnya uang yang harus dibayarkan konsumen untuk menikmati jasa suatu produk.
3. Kualitas yaitu keunggulan yang dimiliki perusahaan untuk menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen tetap percaya dalam menggunakan produknya.
4. Konsisten yaitu perusahaan mampu memberikan kepastian kepada konsumen misalnya dalam hal ketepatan waktu.

Menurut Anoraga (2012:66), ada beberapa indikator yang mempengaruhi perkembangan UMKM, indikator tersebut antara lain:

1. Peningkatan jumlah pendapatan

Jumlah pendapatan merupakan total keseluruhan pendapatan yang diterima dari suatu unit usaha, perusahaan atau organisasi pada satu periode tertentu baik dari segi keuntungan maupun omzet penjualan. Sebuah usaha dikatakan berkembang apabila jumlah pendapatannya sangat tinggi.

## 2. Pertumbuhan Pelanggan

Meningkatnya konsumen atau pembeli tetap pada suatu usaha yang menyediakan barang/jasa. Usaha kecil dan menengah dikatakan berkembang, bila jumlah pelanggan dari usaha kecil dan menengah tersebut mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.

## 3. Perkembangan Produksi

Perkembangan produksi merupakan kenaikan produksi suatu usaha dari hari ke hari, minggu ke minggu, tahun ke tahun. Dengan adanya perkembangan produksi diharapkan mampu meningkatkan perkembangan suatu usaha. Dalam hal ini sebagai wirausaha harus memaksimalkan seluruh kemampuan yang dimilikinya dalam mengembangkan produknya. Usaha yang dapat dilakukan agar mendapatkan hasil yang maksimal untuk mengembangkan produk yaitu pengusaha harus mampu memberikan inovasi dan mengembangkan produk sehingga mendapatkan hasil yang maksimal pun dapat dicapai oleh pengusaha.

## 4. Pertumbuhan tenaga kerja

Ciri usaha yang mengalami perkembangan adalah mampu menyerap tenaga kerja yang banyak. Tenaga kerja di suatu perusahaan berfungsi membantu proses produksi barang maupun jasa. Suatu usaha yang berkembang membutuhkan banyak tenaga kerja untuk melakukan proses produksi. Selain itu, usaha yang berkembang membutuhkan spesialisasi tenaga kerja sesuai dengan bidangnya dan keahlian yang dimiliki.

### 2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan

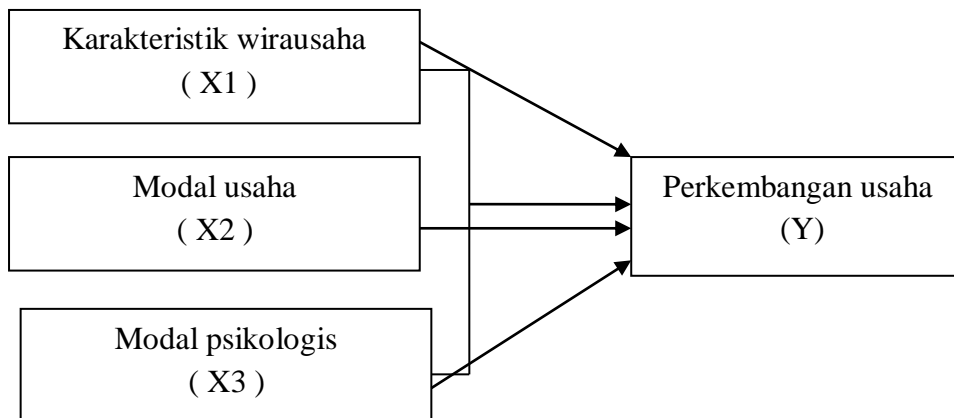
Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| <b>Nama peneliti dan tahun</b> | <b>Judul penelitian</b>  | <b>Hasil Penelitian</b>   |
|--------------------------------|--|---|
| Vijaya dan Irwansyah (2017)    | Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan startegi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng tahun 2017   | Semua variabel bebas modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan startegi pemasaran berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap perkembangan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng                                  |
| Dewi (2013)                    | Pengaruh faktor modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik ukm terhadap perkembangan usaha pedagang di pasar tradisional (studi kasus pada pedagang sembako dan snack di pasar Peterongan) | Variabel modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional peterongan. |
| Sari (2016)                    | Pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) gula aren di Kabupaten Lombok Barat   | Karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara nyata dan positif terhadap kompetensi kewirausahaan maupun kinerja usaha   |

## 2.2 Kerangka Konseptual

Secara ringkas kerangka berpikir dari penelitian ini dapat dilihat pada paradigma penelitian pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konseptual**

## 2.3 Hipotesis

Dari kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.
- H2 : Modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.
- H3 : Modal psikologis berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.

H4 : Karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Suharso (2011:26) Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subyek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya. Lokasi penelitian adalah di Pasir Pengaraian.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti. Untuk membuat batasan populasi terdapat tiga kriteria yang harus terpenuhi, yaitu isi, cakupan, dan waktu. Batasan populasi juga mengandung konsep populasi target dan populasi survey. Populasi target merupakan batasan populasi yang sudah direncanakan di dalam rancangan penelitian. Sementara populasi survey merupakan batasan populasi yang ditemukan di lapangan, yang bisa saja berbeda dengan batasan targetnya Suharso (2011:26). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh UMKM kuliner di Pasir Pengaraian dengan jumlah 203 UMKM.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan dari populasi yang anggotanya disebut sebagai subyek Suharso (2011:26). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *aksidental sampling*. Menurut Riduwan (2012:19) “teknik *aksidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja secara tidak sengaja maupun dengan sengaja bertemu dengan peneliti dan cocok dengan karakteristiknya maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel atau responden”. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu: (Umar, 2013:78).

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{203}{1 + 203 (0,1)^2} \quad n = 66,99 \text{ dibulatkan menjadi } 67 \text{ UMKM}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 UMKM dengan pembagian sampel yaitu:

1. Jenis kuliner makanan =  $\frac{162}{203} \times 67 = 53,4$  dibulatkan menjadi 53 UMKM
2. Jenis kuliner minuman =  $\frac{41}{203} \times 67 = 13,5$  dibulatkan menjadi 14 UMKM

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari dalam bentuk informasi baik lisan maupun tertulis.

Sedangkan Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka dan masih perlu dianalisis kembali.

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh (Arikunto, 2012:14). Sumber data dapat berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

Sumber data pimer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Sementara sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumenb. serta bahan kepustakaan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk menghimpun data yang diperlukan, maka dipergunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Notoatmodjo (2012:131), metode observasi (pengamat) adalah suatu hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya rangsangan.

2. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

3. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan sebagai penguat dan bukti pelaksanaan hasil penelitian, dokumentasi dilaksanakan pada tempat penelitian sesuai

kebutuhan yang diperlukan, artinya tidak semua pelaksanaan penelitian akan didokumentasikan.

#### 4. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder yaitu dengan mempelajari berbagai literatur, buku-buku penunjang referensi dan sumber lain yang berhubungan dengan objek penelitian yang akan dibahas guna mendapatkan landasan teori dan sebagai dasar melakukan penelitian.

### 3.5 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai suatu konsep yang mempunyai variasi atau keragaman. Variabel dalam penelitian dibedakan atas variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasi seperti terlihat pada tabel 3.1.

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel Penelitian**

| <b>Variabel</b>               | <b>Konsep</b>   | <b>Indikator</b>  | <b>Skala</b> |
|-------------------------------|---|---|--------------|
| Karakteristik wirausaha ( X1) | Mulyadi (2013:97) ialah kecenderungan tindakan seseorang yang berlandaskan jiwa dan unsur-unsur wirausaha.                                    | Sudrajat (2011:30-37)<br>1. Percaya diri<br>2. Berorientasi pada tugas dan hasil<br>3. Berani mengambil resiko<br>4. Kepemimpinan<br>5. Berorientasi masa depan | Ordinal      |
| Modal usaha (X2)              | Slamet (2014:6) berpendapat bahwa modal usaha adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk memproduksi kekayaan yang lebih banyak lagi. | Slamet (2014:6)<br>1. Jumlah modal<br>2. Sumber modal   | Ordinal      |

Berlanjut ke hal 45...

...Lanjutan Tabel 3.1

| Variabel                          | Konsep   | Indikator   | Skala   |
|-----------------------------------|--|---|---------|
| Modal psikologis (X3)             | Mawanti (2011:42) mendefinisikan modal psikologis sebagai kepercayaan diri yang tinggi akan kemampuan diri untuk menggunakan kemampuan kontrol dirinya ( <i>self-control</i> ).    | Luthans dkk (2012:10)<br>1. Pekerja keras<br>2. Resiliensi<br>3. Inovatif<br>4. Mandiri<br>5. Bertanggung jawab | Ordinal |
| Variabel terikat Perkembangan (Y) | Tarigan (2011:23) perkembangan merupakan kemampuan suatu perusahaan agar dapat berkembang menjadi lebih baik yang dilakukan bertahap hingga usaha yang dijalankan lebih maju lagi. | Ferdinand (2012:23)<br>1. Pertumbuhan pelanggan<br>2. Harga<br>3. Kualitas<br>4. Konsisten                      | Ordinal |

### 3.6 Instrumen Penelitian

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2012:86) yaitu “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skor setiap pernyataan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. 2**  
**Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner**

| No | Jawaban                   | Bobot Nilai |
|----|---------------------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju (SS)        | 5           |
| 2  | Setuju (S)                | 4           |
| 3  | Kurang Setuju (KS)        | 3           |
| 4  | Tidak Setuju(TS)          | 2           |
| 5  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1           |

Sumber: Statiska Untuk Penelitian, Sugiyono (2012:87).

Suatu instrumen dapat dikatakan baik apabila telah memenuhi dua persyaratan, yaitu valid dan reliabel. Berikut ini adalah pembahasan tentang uji validitas dan reliabilitas dari instrument-instrument yang ada:

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas Instrument adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrumen. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka dikatakan valid dan sebaliknya jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka dikatakan tidak valid dengan level of significant = 5%. Untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian, dengan demikian nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,2404. Adapun pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai positif atau signifikan  $< 0,05$  maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan signifikan  $> 0,05$  maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil yang diperoleh relatif konsisten. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Sugiyono, 2012:45). Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Reliable berkaitan dengan keterandalan suatu indikator. Informasi yang ada pada indikator ini tidak berubah-ubah atau konsisten, artinya bila suatu pengamatan dilakukan dengan perangkat ukur yang sama lebih dari satu kali, hasil

pengamatan tetap sama. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > 0,60. Jadi pengujian reliabilitas instrument dalam penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, perlu segera dilakukan pengolahan data. Pengolahan data ini disebut sebagai analisis data. Secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian:

#### 3.7.1 Deskriptif Kuantitatif

Masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TCR = \frac{Rs}{N} \times 100 \%$$

Dimana:

TCR = Tingkat Capaian Responden  
 Rs = Rata-rata skor jawaban responden  
 N = Nilai skor jawaban maksimum

**Tabel 3. 3**  
**Pedoman untuk Memberikan kriteria TCR**

| Nilai TCR    | Keterangan  |
|--------------|-------------|
| 85% - 100%   | Sangat baik |
| 71% - 84.99% | Baik        |
| 61% - 70.99% | Cukup baik  |
| 51% - 60.99% | Kurang baik |
| 0% - 50.99%  | Tidak baik  |

*Sumber: Sudjana (2012:15)*

## **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

### **3.7.2.1 Normalitas data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2012:110). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan statistik *Kolgomorov-Smirnov* dengan SPSS 18. Kriteria yang digunakan adalah membandingkan nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* dengan nilai alpha 5% sehingga apabila nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

### **3.7.2.2 Uji Multikolinearitas.**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan VIF lebih dari 10 maka model regresi mengalami multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka model tersebut tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2012:14).

### **3.7.2.3 Uji Heteroskedasitas.**

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser yang selanjutnya dilakukan perbandingan antara nilai Sig. t dengan 0,05. Jika Sig-thitung lebih kecil dari 0,05, maka akan terjadi heteroskedstisitas.



### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah alat uji statistik, yang digunakan untuk melakukan estimasi mengenai bagaimana perubahan nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas dinaikkan atau diturunkan. Adapun perhitungan persamaan regresi berganda ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Perkembangan
- $\alpha$  : Konstanta dari persamaan regresi
- $\beta_i$  : Koefisien regresi dari variabel independen ke-i
- $X_1$  : Karakteristik wirausaha
- $X_2$  : Modal usaha
- $X_3$  : Modal psikologis
- e : error term, ( residual/prediction error)

### 3.7.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

### 3.7.5 Pegujian Hipotesis

#### 3.7.5.1 Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2012:28) pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak berarti:  
adanya pengaruh signifikan dari karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis secara bersama-sama terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.
- Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima berarti:  
Asumsi bila terjadi penerimaan  $H_0$ , maka dapat diartikan sebagai tidak adanya pengaruh signifikan dari karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis secara bersama-sama terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian.

#### 3.7.5.2 Uji Secara Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2012:23) pengambilan keputusan uji regresi berganda dapat mengacu pada dua hal, yaitu dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , atau dengan membandingkan nilai signifikan dengan nilai probabilitas 0,05.

##### 1. Membandingkan nilai $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$ :

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} >$  dari nilai  $t_{tabel}$ , artinya variabel bebas karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis berpengaruh terhadap variabel terikat (perkembangan Usaha

Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian).

2) Jika nilai  $t_{hitung} <$  dari nilai  $t_{tabel}$ , artinya variabel bebas (karakteristik wirausaha, modal usaha dan modal psikologis) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jenis kuliner di Pasir Pengaraian).

2. Membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas 0,05:

1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel terikat.

2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel terikat