

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, pandemi global Covid-19 telah memberikan tantangan yang cukup berat yang belum pernah terjadi sebelumnya bagi individu, ekonomi, pasar keuangan, lembaga keuangan dan pemerintah. Yang paling terlihat adalah gangguan ekonomi yang sangat besar diseluruh dunia termasuk di Indonesia sendiri. Dalam Laporan OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) menyebutkan bahwa pandemi ini berimplikasi terhadap ancaman krisis ekonomi besar yang ditandai dengan terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, rendahnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, melemahnya bursa saham yang pada akhirnya mengarah kepada ketidakpastian. Tentunya itu semua sangat mengancam juga perekonomian nasional Indonesia. Ketika dampak pandemi Covid-19 ini terus berkembang di Indonesia dan belahan dunia lainnya, ini sangat mempengaruhi orang dan komunitas yang berbeda dengan cara yang berbeda-beda. Menurut Pakpahan (2020) ada tiga sektor yang terkena imbas langsung pandemic Covid-19 ini, yaitu sektor pariwisata, perdagangan dan investasi. Salah satunya yang paling terkena dampak pada sektor perdagangan, karena adanya pandemi Covid-19 di Indonesia ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang mana UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional.

Di Indonesia, kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah tidak perlu diragukan lagi. Diantaranya adalah kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan GNP (*Gross National Product*), kontribusi UMKM terhadap investasi nasional, kontribusi UMKM dalam penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi UMKM terhadap penciptaan devisa Indonesia. Hal tersebut telah menunjukkan kalau UMKM di Indonesia sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Maka dari itu pemberdayaan UMKM sangatlah penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Kontribusi UMKM terhadap GNP (*Gross National Product*) menjadi indikator pentingnya UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Tentunya dalam eksistensi dan kinerja UMKM terlebih dalam masa pandemi Covid-19 ini memberikan dampak berbagai macam masalah dan kendala. Di masa pandemi Covid-19 ini, diterbitkan Peraturan pemerintah No 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar, ditambah lagi dengan adanya himbauan “di rumah saja” membuat adanya batasan pergerakan orang dan barang yang mengharuskan masyarakat untuk tetap di rumah jika tidak ada keperluan yang mendesak. Hal tersebut membuat terbatasnya operasi UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung. Kondisi seperti ini membuat pelaku UMKM harus mampu menyesuaikan diri untuk dapat bertahan pada masa pandemi Covid-19.

Para penggerak UMKM perlu menciptakan terobosan dan strategi yang baru agar tetap bisa bertahan di tengah lesunya ekonomi di Indonesia, dengan dukungan dari pemerintah. Bagaimana UMKM dapat bertahan semasa pandemi Covid-19 ini banyak menarik perhatian peneliti, diantaranya bagaimana kinerja UMKM dan bagaimana strategi bertahan UMKM tersebut. Menurut Nurandini dan Lataruva (2014), kinerja dapat diartikan sebagai tingkatan pencapaian yang diperoleh atas hasil kerja tertentu, sementara itu kinerja dalam kegiatan bisnis merupakan tingkat pencapaian hasil atas terwujudnya tujuan kegiatan bisnis tersebut.

Kinerja UMKM dapat dilihat dari hasil atau evaluasi kerja perusahaan yang telah digapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagian kegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaan (Mutegi et.al.,2015 dalam Kumalasari, 2019). Menurut Munizu (2013:10) penilaian kinerja UMKM dapat dilihat melalui beberapa indikator diantaranya melalui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, penambahan tenaga kerja, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba. Selama masa pandemi Covid-19 ini, para pelaku UMKM sangat mengalami penurunan kinerja dimulai dari keuangan, pemasaran, produksi hingga sumber daya manusia.

Ada beberapa UMKM yang menghentikan produksi karena kurangnya daya beli masyarakat dimasa pandemi ini. Kurangnya penjualan menyebabkan tidak lancarnya keuangan pada UMKM tersebut, sehingga banyak UMKM yang melakukan pengurangan atau pemulangan sementara tenaga kerja yang mereka miliki. Hal tersebut mencerminkan penurunan kinerja pada suatu UMKM.

Meningkatnya kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu tidak terlepas dari keberhasilan secara swadaya dalam mengembangkan potensi diri untuk meraih sejumlah prestasi seperti kemampuan didalam memenuhi kebutuhan hidup dan memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Jika kita mengacu pada istilah kinerja. Kinerja merupakan hasil yang diperoleh perusahaan, atau pun sekelompok orang setelah memanfaatkan berbagai sumber daya yang terdapat didalam perusahaan atau dimiliki individu.

Kinerja adalah cerminan tentang pencapaian atau sasaran, pelaksanaan program, usaha, dan kebijakan yang dicoba untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan dalam kelompok ataupun organisasi (Mashun, 2012:14). Sebuah organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan suatu usaha di tuntut mempunyai suatu kinerja termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). (Wibowo, 2018) supaya kinerja dari UMKM ini baik sehingga diperlukan alat ukur guna mengetahui kinerja dalam keberhasilan dari UMKM itu sendiri. Semetara strategi bertahan juga sangat diperlukan UMKM agar pelaku usaha dapat mempertahankan usahanya, apalagi pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini.

Susilo et al., (2013:12) menyebutkan bahwa strategi bertahan atau survival yang diterapkan oleh perusahaan berkaitan erat dengan kemampuan bertahan perusahaan. Menurut Wenzel, dkk (2020), ada 4 (empat) strategi untuk menanggapi krisis pandemi Covid-19 saat ini, yaitu: *retrenchment* (pengehematan), *persevering* (fokus pada usaha), *innovating* (inovasi) dan *exit*

(menutup usaha). Sedangkan menurut Hadilawati (2020) ada beberapa strategi bertahan yang dapat dilakukan UMKM untuk mempertahankan bisnisnya, yaitu penjualan melalui *e-commerce*, *digital marketing* (pemasaran digital), perbaikan kualitas produk dan layanan, serta *customer relationship marketing* (manajemen hubungan pelanggan).

Menurut (Hardilawati, 2020), untuk mampu bertahan dalam kondisi covid ini, maka diperlukan suatu strategi bagi UMKM dengan melakukan perdagangan secara elektronik, teknik pemasaran menggunakan digital, perbaikan kualitas produk, menambah pelayanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Namun keberhasilan dalam menghadapi hal tersebut tergantung dari karakteristik pelaku wirausaha. Keunikan dalam personal bagi para pelaku UMKM merupakan gambaran secara umum karakteristik wirausaha. Keberhasilan suatu usaha juga tidak terlepas dari karakteristik wirausaha yang merupakan kunci memaksimalkan efisiensi hal ini karena memungkinkan UMKM berfikir lebih positif guna menciptakan kreatifitas (Dhamayantie & Fauzan, 2017).

Karakteristik wirausaha memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wirausaha yang ditetapkan dengan kinerja usaha. Karakteristik wirausaha mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.

Setyawati (2013) mengemukakan bahwa kinerja UKM didukung oleh karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha. Semua itu merupakan hakekat dari kewirausahaan yang harus ada pada UKM. Setyawati (2013) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian, integrasi atau sintesis dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu atau kesatuan dan kepribadian seseorang di pertimbangkan dari titik pandang etis dan moral. Pemilik usaha harus memiliki karakteristik wirausaha yang kuat dalam menjalankan usaha, sehingga dengan demikian dapat memberikan kekuatan untuk usaha yang dijalani.

Para pelaku usaha mempunyai cara tersendiri dalam mengembangkan produk/usahanya untuk mencapai keberhasilan. Karakteristik wirausaha mempengaruhi kelangsungan usaha yang sedang dirintisnya, apakah usaha tersebut akan bertahan lama atau tidak. Seorang wirausaha selalu mempunyai prinsip dengan usaha yang dilakukannya dan membutuhkan kerja keras yang optimal dan berani dalam mengambil resiko untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Karena konsistensi dan pendirian wirausaha akan menjadi dampak yang akan membawa keberhasilan usahanya.

Selain karakteristik wirausaha terdapat juga permasalahan penentu faktor keberhasilan suatu usaha, yaitu berupa adanya dukungan modal. Dalam memulai sebuah usaha salah satu hal paling penting yang di butuhkan adalah modal. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi. Dalam penelitian ini modal yang di maksud adalah modal awal. Modal yang besar akan memungkinkan jumlah persediaan

barang dagang yang akan dijual semakin banyak. Hal ini memungkinkan akan turut mempengaruhi tingkat pendapatan pengusaha. Kekurangan modal awal bagi sebagian pedagang akan sangat membatasi kemampuan mengadakan persediaan barang yang cukup.

Seorang pelaku UMKM mampu menjalankan usahanya jika memiliki modal yang cukup. Besarnya modal yang dimiliki bagi setiap pelaku usaha jika terlalu sedikit justru akan menyulitkan usahanya terlebih lagi jika modal yang diperoleh atau yang dimiliki bukan modal sendiri akan menambah beban pembiayaan, sehingga mutlak diperlukan modal dalam melaksanakan usahanya. Listyawan (2011: 9) modal usaha merupakan dana sebagian yang digunakan untuk pengeluaran pokok memulai usaha guna menghasilkan atau menambah kekayaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ari & Supri, 2018) bahwa hasil penelitian modal usaha memiliki pengaruh signifikan pada kinerja UMKM di Kota Madiun. Meskipun UMKM dalam perekonomian nasional diakui memiliki peran, namun dalam peningkatan kinerja terdapat beberapa kendala diantaranya keterbatasan modal, keterbatasan sumber daya manusia serta keterbatasan (Utari & Dewi, 2014).

Alannita & Suaryana (2014) kecanggihan teknologi di masa saat ini mempunyai pertumbuhan yang pesat apalagi sanggup menciptakan berbagai macam sistem teknologi dirancang untuk menolong manusia dalam bekerja guna menciptakan kualitas. Menurut Ismail dan King (2013) mendefinisikan teknologi dapat dipahami sebagai upaya untuk mendapatkan suatu “produk atau jasa” yang dilakukan oleh manusia dengan memanfaatkan peralatan (tools), proses dan sumber daya (resources). Kemajuan teknologi membuat perusahaan harus berpikir

untuk terus mengembangkan produk yang dihasilkan karena dengan kecanggihan teknologi akan meningkatkan tuntutan konsumen terhadap kemanfaatan suatu produk. Perubahan teknologi merupakan salah satu faktor utama pendorong persaingan. Teknologi menjadi faktor yang penting bagi perusahaan dalam membantu perusahaan meningkatkan kinerja dan selanjutnya mencapai keunggulan kompetitif (Alannita & Suaryana, 2014).

Banyak teknologi dapat mempermudah penggunaannya dalam implementasinya. UMKM yang sudah banyak menggunakan teknologi data yang selalu mutakhir (terkomputerisasi dan terintegrasi) dengan didukung aplikasi teknologi secara modern dengan harapan dapat memberikan dampak positif pada kelangsungan suatu kinerja UMKM. Kecanggihan teknologi dapat merubah kebiasaan para pelaku usaha. Raymond & Paré (2012:14) menyatakan kecanggihan teknologi memberikan gambaran bahwa teknologi informasi sudah banyak digunakan oleh usaha kecil.

Banyaknya usaha mikro kecil dan menengah saat ini yang menyebabkan kelangsungan usaha mengalami tingkat persaingan yang tinggi, terutama industri yang memproduksi produk yang sejenis. Pada umumnya industri kecil merupakan salah satu alternatif yang diharapkan pemerintah untuk memecahkan masalah ekonomi, karena dianggap tetap mampu bertahan dan mengantisipasi kelesuan ekonomi. Jenis UMKM yang ada di Desa Mahato terdiri dari usaha kuliner, usaha *fashion*, usaha kosmetik, usaha bidang otomotif, usaha cendramata dan usaha agrobisnis. Adapun data pertumbuhan UMKM yang ada di Desa Mahato dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
UMKM Berdasarkan Jenis Usaha Di Desa Mahato Tahun 2021

No	Jenis UMKM	Jumlah
1.	Usaha kuliner	33
2.	Usaha <i>Fashion</i>	9
3.	Usaha Kosmetik	3
4.	Usaha bidang otomotif	10
5.	Usaha Cendramata	5
6.	Usaha agrobisnis	7
Total		67

Sumber : Kantor Desa Mahato, 2021

Tabel 1.2
UMKM Di Desa Mahato Berdasarkan Kriteria UMKM

Tahun	Jumlah Dalam Unit			Total
	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	
2017	19	12	1	32
2018	26	14	1	41
2019	38	25	1	64
2020	36	30	3	69
2021	34	27	7	67

Sumber : Kantor Desa Mahato, 2021

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dan 1.2, dapat dilihat bahwa jumlah UMKM secara keseluruhan di Desa Mahato berdasarkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang masuk ke kantor desa Mahato setiap tahunnya selalu berubah. Pada bidang usaha mikro terjadi penurunan jumlah unit surat izin usaha pada tahun 2019 ke tahun 2021 terus mengalami penurunan unit usaha, hal ini disebabkan karena banyaknya pelaku usaha yang tidak lagi melanjutkan usahanya dikarenakan dampak dari COVID 19. Pada bidang usaha kecil terjadi peningkatan jumlah unit SIUP setiap tahunnya dan tidak mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena semakin bertambahnya jumlah unit usaha serta surat izin usahanya. Pada bidang usaha menengah terjadi penurunan jumlah unit SIUP dari

tahun 2020 sampai tahun 2021. Hal ini disebabkan karena dampak adanya COVID 19.

Permasalahan mengenai karakteristik kewirausahaan bahwa kurangnya kepercayaan diri, inisiatif serta motivasi dalam meningkatkan usahanya menjadi salah satu faktor yang dapat menurunkan penjualannya karena beberapa para pelaku UMKM cepat memutuskan atau menyerah begitu saja tidak ada keberanian mengambil resiko untuk mempertahankan perkembangan usahanya. Setiap usaha UMKM di Desa Mahato harus memiliki karakter dan kemampuan dalam meningkatkan penjualannya agar usahanya dapat bertahan dan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada UMKM di Desa Mahato, mengenai variabel karakteristik kewirausahaan para responden memiliki karakteristik yang kurang baik, mereka tidak percaya diri dalam melakukan penjualan jika mengalami situasi yang sulit di prediksi, seperti situasi saat ini yaitu adanya virus *covid* corona, namun di satu sisi sebagian dari mereka memiliki inisiatif untuk melakukan strategi lain dalam penjualan jika mengalami penurunan, seperti memasarkan produk UMKM melalui *online* dan bisa di antar ke rumah pembeli atau pembeli bisa mengambil langsung ke rumah si penjual, karena mereka tetap ingin mendapatkan keuntungan seperti sebelum adanya situasi sekarang ini agar tingkat penjualan tetap meningkat, karena mereka tidak berani mengambil risiko jika jumlah penjualan tidak sesuai dengan yang telah mereka rencanakan, dan jika mereka salah dalam mengambil langkah, maka berpengaruh pada kinerja usahanya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dilapangan terhadap 10 orang pemilik UMKM yang dilakukan pada tanggal 23 Juli 2021, ditemukan permasalahan utama terkait dengan permodalan yaitu lain: kurangnya permodalan baik dari segi jumlah maupun sumbernya untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja maupun modal investasi dalam pengembangan usaha. Dalam hal peminjaman kredit kepihak lain atupun lembaga keuangan, usaha mikro umumnya tidak memiliki jaminan yang cukup untuk bisa mengakses pembiayaan perbankan. Disamping terbentur jaminan, juga karena mekanisme proses pembiayaan dilakukan secara formal yang umumnya tidak bisa dipenuhi usaha mikro.

Keberhasilan kinerja pelaku atau pribadi sangat dipengaruhi oleh aspek kecanggihan teknologi guna menunjang usaha dalam memperoleh data secara akurat untuk pengambilan keputusan (Hamta & Putri (2019). Penelitian yang dilakukan oleh Hamta & Putri (2019) menyatakan bahwa kecanggihan teknologi memiliki berpengaruh positif signifikan pada kinerja.

Fenomena ini sangat menarik bagi penulis untuk dikaji lebih mendalam dan akan penulis tuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISIK WIRUSAHA, MODAL USAHA DAN KECANGGIHAN TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA UMKM DI MASA PANDEMIC COVID-19 (STUDI PADA UMKM DI DESA MAHATO)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*?

2. Bagaimanakah pengaruh modal usaha terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*?
3. Bagaimanakah pengaruh kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*?
4. Bagaimanakah pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha secara parsial terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.
2. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha secara parsial terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kecanggihan teknologi secara parsial terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.
4. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi secara simultan terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai pengembangan wawasan dan ilmu pengetahuan baik secara teoritis maupun praktis.

2. Bagi Masyarakat/Mahasiswa

Bagi pihak mahasiswa dan masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana kinerja dan strategi bertahan UMKM di Desa Mahato pada masa pandemi Covid-19.

3. Bagi Akademis

penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu acuan penelitian dimasa mendatang terkait dengan kinerja UMKM Desa Mahato pada masa pandemi Covid-19.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi, kerangka konseptual serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, tehnik pengambilan data, defenisi operasional variabel penelitian, instrumen penelitian dan teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan analisa sistem yang diusulkan dengan menggunakan sistem anailisis desfkriptif, serta pembahasan secara detail final elisitasi yang ada di bab sebelumnya, di jabarkan secara satu persatu dengan menerapkan konsep sesudah adanya sistem yang diusulkan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Karakteristik Wirausaha

Menurut Zimmerer (2012:8) 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.

Berdasarkan 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.

2.1.1.1 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.

2.1.1.2 Indikator Karakteristik Wirausaha

Menurut 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.

2.1.2 Modal Usaha

2.1.2.1 Pengertian Modal Usaha

Modal 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 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.

Berbeda dengan Moekijat (2012:63), mengemukakan bahwa biasanya modal dianggap terdiri dari uang tunai, kredit, hak membuat dan menjual sesuatu (paten), mesin-mesin dan gedung-gedung. Akan tetapi sering istilah tersebut dipergunakan untuk menyatakan hak milik total yang terdiri atas jumlah yang ditanam, surplus dan keuntungan-keuntungan yang tidak dibagi.

2.1.2.2 Jenis-jenis Modal

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).

2.1.2.3 Indikator Pendukung Modal 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.

Menurut Purwanti (2013:7), indikator modal usaha adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan modal

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

2. Besarnya modal

Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha yang dijalankan dalam pencapaian pendapatan.

2.1.3 Kecanggihan Teknologi Informasi

2.1.3.1 Pengertian Kecanggihan Teknologi Informasi

Kecanggihan teknologi di masa kini memiliki perkembangan yang pesat bahkan mampu menghasilkan beraneka ragam teknologi sistem yang dirancang untuk membantu pekerjaan manusia dalam menghasilkan kualitas informasi terbaik. Keanekaragaman teknologi tersebut memberikan kemudahan bagi para pengguna teknologi dalam implementasi. Perusahaan yang memiliki teknologi informasi yang canggih (terkomputerisasi dan terintegrasi) dan didukung oleh aplikasi pendukung teknologi modern, diharapkan dapat memberikan dampak

positif bagi kelangsungan kinerja perusahaan dengan menghasilkan laporan keuangan yang tepat waktu, akurat, dan dapat dipercaya.

Definisi kecanggihan teknologi informasi menurut Raymond & Pare (2014: 57) adalah bahwa kecanggihan teknologi informasi sebagai multi-dimensi yang mengacu pada sifat, kompleksitas dan interdependensi penggunaan teknologi informasi dan manajemen dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, konsep kecanggihan teknologi informasi mengintegrasikan kedua aspek yang berkaitan dengan menggunakan sistem informasi dan sistem informasi manajemen. Pengertian kecanggihan teknologi informasi menurut Ellitan dan Anatan (2009: 14) adalah kecanggihan teknologi informasi bila diaplikasikan pada rantai aktivitas akan menghasilkan produk yang memiliki nilai tinggi.

Menurut Huber (2013) kecanggihan teknologi informasi adalah kegunaan dari kecanggihan TI menyebabkan informasi lebih tersedia dan lebih cepat untuk didapatkan, termasuk informasi eksternal, informasi internal, dan informasi yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat meningkatkan aksesibilitas/keterjangkauan informasi. Menurut El Loudi (2013) kecanggihan teknologi informasi adalah kecanggihan TI dalam organisasi memiliki pengaruh langsung pada banyaknya informasi eksternal dan internal yang tersedia.

Dari pengertian beberapa para ahli, dapat disimpulkan bahwa kecanggihan teknologi informasi adalah suatu konstruksi yang mengacu pada penggunaan alam, kompleksitas, dan saling ketergantungan teknologi informasi dan manajemen yang mampu menghasilkan beraneka ragam teknologi sistem, dirancang untuk membantu pekerjaan manusia dalam menghasilkan kualitas informasi.

2.1.3.2 Indikator Kecanggihan Teknologi Informasi

Menurut Ismail dan King (2013) ada empat indikator kecanggihan teknologi informasi, yaitu:

1. *Technological sophistication*/Kecanggihan Teknologi
 - a. *Variety of IT used*/Keragaman teknologi informasi yang digunakan.
 - b. *Hardware characteristics*/Karakteristik *hardware*.
 - c. *Development tools*/Perangkat pengembangan.
 - d. *Man-machine interface*/Media komunikasi antara operator dengan perancangan yang mampu memberikan informasi yang diperlukan.
 - e. *Processing mode*/Cara pengolahan.
 - f. *Type of operation*/Jenis operasi.
2. *Informational sophistication*/Kecanggihan Informasi
 - a. *Type of applications portfolio*/Jenis aplikasi portofolio
 - b. *Integration of applications*/Integrasi aplikasi.
3. *Functional Sophistication*/Kecanggihan Fungsional
 - a. *Decisional level*/Tingkat keputusan.
 - b. *User participation*/Partisipasi pengguna.
4. *Managerial sophistication*/Kecanggihan Manajerial
 - a. *Top management support*/Dukungan manajemen puncak.
 - b. *IT investment*/Investasi TI.
 - c. *IT adoption process*/Proses adopsi TI.
 - d. *Control of TI*/Kontrol TI.
 - e. *Evaluation of TI*/Evaluasi TI

Menurut Ellitan dan Anatan (2016:14), indikator untuk mengukur kecanggihan teknologi yang digunakan adalah:

1. Kemanfaatan meliputi:
 - a. Menjadi pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
 - b. Menjadi pekerjaan lebih menyenangkan
2. Konsekuensi jangka panjang meliputi :
 - a. Meningkatkan kualitas kerja
 - b. Meningkatkan fleksibilitas pekerjaan

2.1.4 Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. 1) Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Usaha mikro 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, usaha kecil atau

usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar hingga paling banyak Rp.50 milyar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-

perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Menurut Tambunan (2012:27), UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

2.1.4.1 Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu 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 baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.5 Kinerja UMKM

2.1.5.1 Pengertian Kinerja UMKM

Kinerja UMKM dalam penelitian ini diartikan sebagai kinerja pemasaran UMKM yang merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, sebagai cermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Selain itu kinerja perusahaan dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu secara internal dan eksternal. Kinerja perusahaan merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahakan untuk menghasilkan kinerja baik berupa kinerja pemasaran maupun kinerja keuangan (Ferdinand, 2011: 6).

Kinerja pemasaran menurut Tjiptono (2011:239) kinerja pemasaran merupakan titik *overspent* dan *underdelivered*, karena sulitnya mengukur efektifitas dan efisiensi setiap aktivitas, keputusan atau program pemasaran. Kinerja pemasaran lebih obyektif dan terfokus pada profitabilitas dan produktivitas keputusan pemasaran.

Kinerja pemasaran adalah merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, keberhasilan kinerja pemasaran tercermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Disamping itu ukuran keberhasilan kinerja pemasaran juga dapat dilihat dari tingkat keberhasilan produk baru yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kinerjanya semakin baik. Pandangan kinerja juga terdapat dalam pemasaran yang merupakan out-put dari aktivitas pemasaran dari sebuah perusahaan. Dalam arti luas, manajemen kinerja dapat dilihat sebagai proses menyeluruh yang berhubungan dengan kinerja, sehingga termasuk sub-proses seperti perencanaan kinerja, pengukuran, pelaporan dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja.

Keats *et al.*, (2013:16) mendefinisikan kinerja pemasaran sebagai kemampuan organisasi untuk mentransformasikan diri dalam menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang. Umumnya ukuran kinerja pemasaran perusahaan diukur melalui nilai rupiah penjualan, *Return On Investmen*, *Return On Asset*. Namun ukuran-ukuran tersebut dipandang sebagai ukuran agregatif yang dihasilkan melalui proses akuntansi dan keuangan, tetapi tidak secara langsung menggambarkan aktivitas manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan definisi kinerja dalam penelitian ini adalah hasil pencapaian aktivitas usaha yang merupakan hasil penerapan strategi untuk meningkatkan penjualan, keuntungan maupun pangsa pasar.

2.1.5.2 Indikator Kinerja UMKM

Menurut Ferdinand (2012:23), menyatakan bahwa kinerja pemasaran merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Adapun indikator untuk mengukur kinerja pemasaran 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 Agustinus (2011:23), mengusulkan lima indikator untuk penentuan standar pengukuran kinerja pemasaran yaitu:

1. Posisi pasar.

Penilaian yang nyata terhadap keberhasilan perusahaan adalah mengukur posisi pangsa pasarnya dibandingkan dengan para pesaing. Apakah pangsa pasar telah meningkat atau cenderung menurun.

2. Kinerja inovasi (divisi riset dan pengembangan).

Bagaimana urutan pengeluaran riset dan pengembangan (sebagai persentase penjualan) dalam industri.

3. Produktivitas.

Kinerja ini berhubungan dengan “nilai tambah” *out-put*. Penjualan per karyawan merupakan salah satu ukuran produktivitas.

4. Likuiditas dan aliran kas (*cash flow*).

Kriteria aliran kas biasanya lebih baik daripada masalah keuntungan.

5. Keuntungan/kemampulabaan.

Kriteria ini akan mengukur:

- a) Apakah margin keuntungan meningkat atau menurun.
- b) Menghitung dan mengukur hasil kinerja yang telah dicapai.
- c) Membandingkan antara standar dengan hasil yang dicapai dan jika melampaui batas toleransi, harus dianalisa penyebab-penyebabnya.
- d) Mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Mukoffi (2021)	Karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemi covid-19	Hasil penelitian bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM, begitu juga modal usaha yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

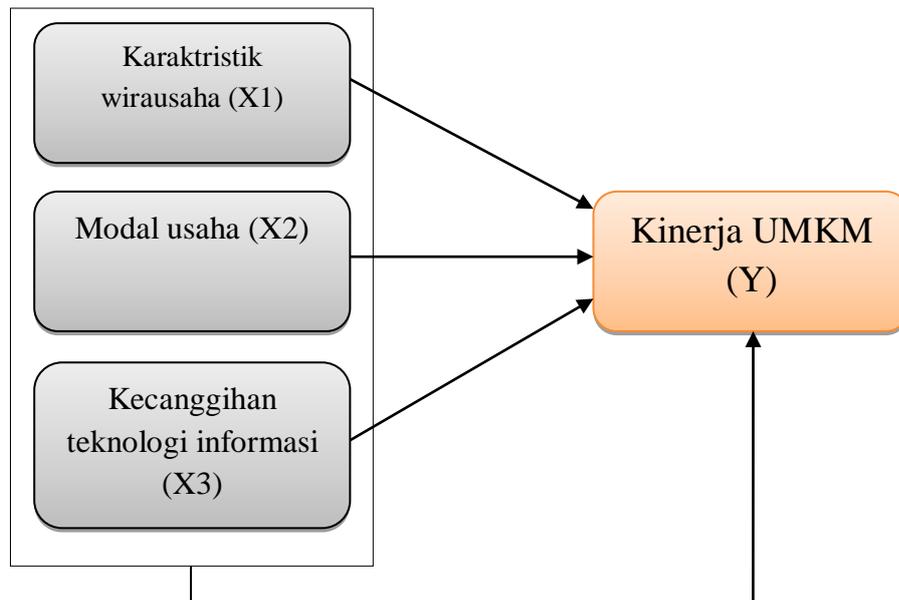
Berlanjut ke hal 36...

...Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
2.	Oktaviana dkk (2020)	Pengaruh modal usaha dan kualitas sumber daya manusia (SDM) terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Rebo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikansi modal usaha dan kualitas SDM baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja UKM di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo
3.	Ardiani dan Putra (2018)	Pengaruh karakteristik wirausaha dan pemberian dana bergulir terhadap kinerja UMKM	Ada pengaruh yang signifikan variable karakteristik wirausaha dan pemberiandana Bergulir terhadap Kinerja Wirausaha
4.	Alfrian dan Pitaloka (2020)	Strategi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia	Berdasarkan hasil studi literatur, terdapat empat strategi bertahan untuk UMKM yaitu, 1) melakukan pemasaran dengan digital marketing, 2) memperkuat SDM, 3) melakukan inovasi kreatif dan 4) peningkatan pelayanan kepada konsumen. Dengan strategi-staregi tersebut diharapkan UMKM di Indonesia dapat bertahan dan selamat dari kondisi krisis akibat pandemik COVID-19
5.	Hamta dan Putri (2019)	Pengaruh kecanggihan teknologi informasi, partisipasi manajemen dan kemampuan teknik pemakai sistem informasi akuntansi pada kinerja	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan teknik pemakai sistem informasi akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja, secara simultan kecanggihan teknologi informasi, partisipasi manajemen dan kemampuan teknik pemakai sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja

2.2 Kerangka Konseptual

Sesuai dengan latar belakang dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi informasi mempengaruhi kinerja UMKM. Dalam hubungannya dalam uraian tersebut maka akan disajikan kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kajian dan kerangka konseptual diatas maka dapat dikemukakan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Diduga karakteristik wirausaha memiliki pengaruh kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.
- H2 : Diduga modal usaha memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.
- H3 : Diduga kecanggihan teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.
- H4 : Diduga karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi informasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kinerja UMKM di masa pandemic *covid-19*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif korelasional. Menurut Masngudi (2012:12) yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memastikan seberapa besar variasi-variasi yang disebabkan oleh satu variabel, berhubungan dengan variasi yang disebabkan oleh variabel yang lain. Untuk menentukan arah hubungan antara variabel penelitian digunakan pengukuran korelasi.

Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diuji adalah korelasi antara karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi informasi, sebagai variabel bebas (*independen/prediktor*) dan Kinerja UMKM sebagai variabel terikat (*dependent*). Mengingat data yang terkumpul berupa angka-angka, maka analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM di Desa Mahato. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai bulan September 2021.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Masngudi (2012:12)“ populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Berdasarkan

pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Desa Mahato yang di ambil berjumlah 67 UMKM.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:117) berpendapat sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh UMKM di Desa Mahato sebanyak 67 UMKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel jenuh yang mana semua UMKM dijadikan sampel. Menurut Sugiyono (2014:117) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dari perusahaan berupa data yang dapat dihitung berbentuk angka yang diperoleh dari dokumen atau laporan-laporan.

2. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa pendapat dari responden terhadap pertanyaan dalam bentuk kuesioner.

3.3.2. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data primer dari penelitian ini yaitu responden yang memberikan tanggapan dalam kuesioner mengenai variabel-variabel dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diolah oleh orang lain dan telah dipublikasikan. Data tersebut diperoleh dari buku, laporan instansi terkait maupun dari literatur-literatur yang ada.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Riduwan (2014:10) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan alat-alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Data yang akan dikumpulkan dapat berupa angka-angka, keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam fakta yang berhubungan dengan fokus penelitian yang diteliti. Sehubungan dengan pengertian teknik pengumpulan data dan wujud data yang akan dikumpulkan, maka dalam penelitian ini akan digunakan dua teknik utama pengumpulan data yaitu:

1. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari instansi atau lembaga meliputi laporan kegiatan instansi/lembaga yang relevan dengan fokus penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner disebarkan pada responden dalam hal ini sebanyak 62 responden.

Pemilihan dengan model angket ini didasarkan atas alasan bahwa:

- 1) Responden memiliki waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan.
- 2) Setiap responden menghadapi susunan dan cara pengisian yang sama atas pertanyaan yang diajukan.
- 3) Responden mempunyai kebebasan memberikan jawaban.
- 4) Dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau keterangan dari banyak responden dan dalam waktu yang tepat.

3.5 Defenisi Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Penelitian

Variabel	Uraian Penelitian	Indikator	Pengukuran
Karakteristik wirausaha (X1)	Yuyus (2013:10) 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.	Sudrajat (2011:30-37) 1. Percaya diri 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Berani mengambil resiko 4. Kepemimpinan 5. Berorientasi ke masa depan	Ordinal
Modal usaha (X2)	Riyanto (2012:34) modal 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	Purwanti (2013:7) 1. Pemanfaatan modal 2. Besarnya modal	Ordinal

Berlanjut ke hal 42...

...Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Uraian Penelitian	Indikator	Pengukuran
Kecanggihan teknologi informasi (X3)	Bahwa kecanggihan teknologi informasi sebagai multi-dimensi yang mengacu pada sifat, kompleksitas dan interdependensi penggunaan teknologi informasi dan manajemen dalam suatu organisasi.	Elitan dan Anatan (2012:614) 1. Kemanfaatan 2. Konsekuensi jangka panjang	Ordinal
Kinerja UMKM (Y)	Kinerja adalah konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Ferdinand (2011 : 6).	Ferdinand (2012:23) 1. Pertumbuhan pelanggan 2. Harga 3. Kualitas 4. Konsisten	Ordinal

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:117), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Data dalam penelitian ini dijarah dengan menggunakan teknik kuesioner. Teknik kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data tentang karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), kecanggihan teknologi informasi (Y) sebagai variabel bebas atau prediktor dan kinerja UMKM (Y) sebagai variabel terikat atau kriterium, yang dikonstruksi sendiri oleh peneliti di bawah bimbingan para pembimbing. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini baik *favorabel* dan *unfavorabel*, yaitu (SS) sangat setuju, (S) setuju, (RG) ragu-ragu, (TS) tidak setuju dan (STS) sangat tidak setuju. Instrumen dalam penelitian ini di uji dengan uji instrumen terdiri dari:

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan mengukur validitas yang dilakukan dengan mengkolerasikan skor butir pertanyaan

dengan total skor variabel. Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidaknya, maka ditetapkan criteria statistik sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, maka variabel tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel. Jika kuesioner dinyatakan reliabel atau handal maka jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* (Arikunto, 2010 :196). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan menguji statistic Cronbach Alpha (α) suatu variabel dikatakan reabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

3.7 Teknik Analisa Data

Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi dan uji hipotesis.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2014:117). Statistik deskriptif merupakan

metode statistic yang digunakan untuk menggambarkan atau mendiskripsikan data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah informasi.

- a. Mendiskripsikan profil responden menurut: jenis kelamin, usia, pendidikan, masa kerja dan penghasilan.
- b. Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan pada variabel penelitian dan nilai rata-rata.

Untuk mengetahui tingkat capaian responden (TCR) dan kriteria responden tersebut digunakan formulasi atau rumus yang dikembangkan oleh Sudjana (2012:14) sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Skor rata-rata}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Dengan kriteria nilai tingkat capaian responden diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Klasifikasi Tingkat Capaian Responden

Tingkat Capaian Responden (%)	Kriteria
90 – 100	Sangat Baik
80 – 89	Baik
65 – 79	Cukup
55 – 64	Kurang Baik
0 – 54	Tidak Baik

Sumber : Riduwan 2014

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi dikatakan linier harus melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linearitas (Ghozali, 2014:92). Berikut ini akan dilakukan uji asumsi klasik terhadap model regresi sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2014:92), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas variabel dilakukan dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal tidaknya suatu sebaran adalah $p > 0.05$ sebaran dinyatakan normal, dan jika $p < 0.05$. Jika hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (p) adalah lebih besar dari 0,05, jadi, data adalah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$, dengan Rumus: $VIF = 1/1-R^2$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2014:94), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

Heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat Garfik Plott (*Scatter plot*). Jika tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh Secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap kinerja UMKM. Analisis regresi ganda menurut Sugiyono (2014:117) digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X_{1,2,3} = Karakteristik wirausaha, modal usaha, kecanggihan teknologi informasi
- Y = Kinerja UMKM
- e = Standar Error

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi, tahap selanjutnya adalah mencari nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2_{xy} = Koefisien kuadrat korelasi ganda

3.7.5 Pengujian Hipotesis

3.7.5.1 Uji t

Untuk mengetahui variabel independen mana yang paling signifikan hubungannya dengan variabel dependen, perlu diadakan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan uji t. Yaitu untuk menguji variabel independen secara individual. pada *output* SPSS uji parsial dengan t-test dapat dilihat pada tabel *coefficients*. Yaitu jika *p-value* (pada kolom *sig.*) pada masing-masing variabel independen lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau t hitung lebih besar dari t tabel, berarti variabel masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.5.2 Uji F

Untuk menguji hipotesis maka digunakan uji F ratio untuk membuktikan tingkat keberartian variabel bebas terhadap variabel terikat. dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan:

K = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya anggota sampel

R = Koefisien korelasi ganda

Untuk menentukan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau ditolak, maka digunakan asumsi sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan hasil uji regresi linear berganda lebih kecil dari 0,05, maka variabel bebas yaitu karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi informasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM.
2. Jika nilai signifikan hasil uji regresi linear berganda lebih besar dari 0,05, maka variabel bebas yaitu karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi informasi, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM.