



**ANTESEDEN YANG MEMPENGARUHI KINERJA  
USAHA KECIL MENENGAH SOUVENIR FOOD DI DESA  
TANJUNG ANOM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

**DHEA SRI OCTAVIANI**  
NPM 1415310530

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
M E D A N  
2019**



FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
M E D A N

PENGESAHAN SKRIPSI

N A M A : DHEA SRI OCTAVIANI  
NPM : 1415310530  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : S 1 ( STRATA SATU )  
JUDUL SKRIPSI : ANTESEDEN YANG MEMPENGARUHI KINERJA  
USAHA KECIL MENENGAH SOUVENIR DAN *FOOD* DI DESA  
TANJUNG ANOM

MEDAN, 19 Juni 2019

KETUA PROGRAM STUDI

DEKAN

(NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si.)

(Dr. SURYA NITA, S.H., M.Hum.)

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Dr. ELFITRA DESY SURYA, S.E., M.M.)

(MEGASARI GUSANDRA SARAGIH, S.E., M.S.M.)



FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN  
SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DHEA SRI OCTAVIANI  
NPM : 1415310530  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : S 1 ( STRATA SATU )  
JUDUL SKRIPSI : ANTESEDEN YANG MEMPENGARUHI KINERJA  
USAHA KECIL MENENGAH SOUVENIR DAN FOOD DI DESA  
TANJUNG ANOM

MEDAN, 19 Juni 2019

KETUA



(NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si.)

ANGGOTA II

(MEGASARI GUSANDRA SARAGIH, S.E., M.S.M.)

ANGGOTA I

(Dr. ELFITRA DESY SURYA, S.E., M.M.)

ANGGOTA III

(YOSSIE ROSANTI, S.E., M.M.)

ANGGOTA IV

(Drs.MANUNTUN PAKPAHAN, M.M.)

## SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Dhea Sri Octaviani  
Npm : 11415310530  
Fakultas : Sosial Sains  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : komplek Lp Klas I Tanjung Gusta Medan

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. memberi izin hak bebas royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih media/formatkan mengelola, mendistribusi dan mempublikasikan hasil karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan atauran yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, April 2019

  
METERAI FORMAL  
CFSB/APP/12470025  
6000  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PADJARAN  
MEDAN

(Dhea Sri Octaviani)

## SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Dhea Sri Octaviani  
Npm : 11415310530  
Fakultas : Sosial Sains  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : komplek Lp Klas I Tanjung Gusta Medan

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Social Sains Universitas Pembangunan Pancabudi Medan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, April 2019



(Dhea Sri Octaviani)



Dinyatakan tidak ada sangkut paut dengan UPT. Perpustakaan

Hat : Permohonan Meja Hijau

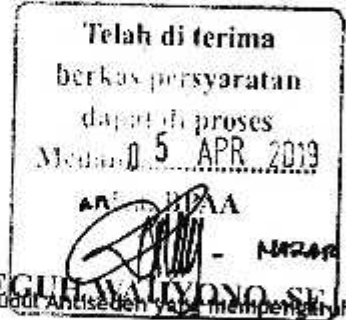
FM-BE



Medan, 05 April 2019  
Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
Fakultas SOSIAL SAINS  
UNPAB Medan  
Di -  
Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DHEA SRI OCTAVIANI  
Tempat/Tgl. Lahir : Medan / 25 Oktober 1996  
Nama Orang Tua : M. Khaidir  
N. P. M : 1415310530  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Manajemen  
No. HP : 082160518786  
Alamat : Komplek Lp Kelas 1 Tanjung Gusta Medan



Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Analisis dan Usaha Kecil Menengah souvenir food di Desa Tanjung Anom**, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan Ijazahnya lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk Ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalsir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan Ijazah dan tr sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 examplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 examplar untuk pengi dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatanga pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	650,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100.000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	0
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2.250,000</b>

05/04/2019  
*[Signature]*  
(nu)

Ukuran Toga : **XL**



Hormat saya  
*[Signature]*  
DHEA SRI OCTAVIANI  
1415310530

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

57  
05 APRIL 2019  
AN  
*[Signature]*  
LENI MARLINA, S. Kom., M. Kom.



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

### PERMOHONAN MENGAJUKAN JUDUL SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : DHEA SRI OCTAVIANI  
 Tempat/Tgl. Lahir : / 25 Oktober 1996  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1415310530  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Manajemen UKM  
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 141 SKS, IPK 3.29  
 Dengan ini mengajukan judul skripsi sesuai dengan bidang ilmu, dengan judul:

No.	Judul Skripsi	Persetujuan
1.	Antiseda yang mempengaruhi keberhasilan UKM untuk souvenir food ( studi kasus pada usaha Banana Nugget di kota Medan)	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Daya saing produk UKM terhadap keputusan konsumen mengkonsumsi makanan tradisional ( studi kasus pada UKM di kota Binjai )	<input type="checkbox"/>
3.	Promosi UKM dengan E-commerce terhadap keputusan konsumen produk souvenir food	<input type="checkbox"/>

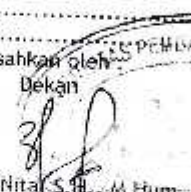
NB - Judul yang disetujui oleh Kepala Program Studi diberikan tanda

  
 ( Ir. Bhakti Alamisyah, M.T., Ph.D. )

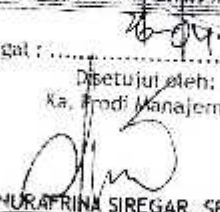
Medan, 18 April 2018

Pemohon,  
  
 ( DHEA SRI OCTAVIANI )

Nomor : .....  
 Tanggal : .....

Disahkan oleh  
 Dekan  
  
 ( Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh  
 Ka. Prodi Manajemen  
  
 ( NURAFINA SIREGAR, SE., M.Si. )

Tanggal : 18 April 2018

Disetujui oleh :  
 Dosen Pembimbing I :  
  
 Ehtada Dasy Suro, SE.MBA

Tanggal : 26 April 2018

Disetujui oleh :  
 Dosen Pembimbing II :  
  
 MELASARI GURANDIRA, SARAGIH, SE., M.Si.M

No. Dokumen: FM-LPPM-08-01

Revisi: 02

Tgl. Eff: 20 Des 2015

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Rabu, 18 April 2018 16:13:49





**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Dosen Pembimbing I : Dr. Effendi Dary Surya SE, MM  
Dosen Pembimbing II : Megasari Gusandra Saragih SE, MSM  
Nama Mahasiswa : DHEA SRI OCTAVIANI  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Nomor Pokok Mahasiswa : 1415310530  
Jenjang Pendidikan : S1  
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Antisipasi Yang Mempengaruhi Kinerja usaha kecil Menengah Souvenir Food di Desa Tantung Anom

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
10/12-2018	- latar belakang di susuaikan dengan UICM - tambahkan data yang men dukung fenomena - Teori di susuaikan dengan teori UICM	<i>[Signature]</i>	
7/12-2018	- populasi dan sampel di susuai kan dengan lapangan - Indikator di jadikan acuan dan membuat kuisioner	<i>[Signature]</i>	
4/1-2019	- Kesimpulan dan Saran di Cocokkan dengan Rumusan Masalah ACC- Meja Hijau	<i>[Signature]</i>	

ACC:  
Sidiang Meja Hijau  
*[Signature]*  
20/1-2019

Medan, 24 Januari 2019  
Diketahui/Disetujui oleh  
Dekan,



*[Signature]*  
Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.





UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : **SOSIAL SAINS**  
 Dosen Pembimbing I : **Dr. Eliska Desy Surya SE. MM**  
 Dosen Pembimbing II : **Megasari Gusandra Saragih SE, MSM**  
 Nama Mahasiswa : **DHEA SRI OCTAVIANI**  
 Jurusan/Program Studi : **Manajemen**  
 Nomor Pokok Mahasiswa : **1415310530**  
 Jenjang Pendidikan : **S1**  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : **Analisis dan Pengaruh Kinerja Usaha Kecil Menengah Souvenir Food di Desa Tansung Anom**

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
21/01-2019	- Pembacaan Latar belakang, tambahan data - Teori teori - Pengelasan populasi & sampel.	<i>[Signature]</i>	Dipenuhi
22/01-2019	- Pembacaan Gambaran Umum perusahaan - Karakteristik Responden, uji validitas & Reliabilitas.	<i>[Signature]</i>	Dipenuhi
23/01-2019	- uji T - uji F - uji Determinasi	<i>[Signature]</i>	Dipenuhi
24/01-2019	- Tambahan pembahasan - Pembacaan kesimpulan & saran.	<i>[Signature]</i>	
26/01-2019	Ace Sidang Maja Hijau	<i>[Signature]</i>	

*[Signature]*  
 Ace Sidang  
 26/01-2019

Medan, 24 Januari 2019  
 Diketahui/Ditetujui oleh :  
 Dekan  
  
 Dr. Sunanda S.H., M.Hum.

Plagiarism Detector v. 1092 - Originality Report:

Analyzed document: 12-02-19 10:05:01 AM

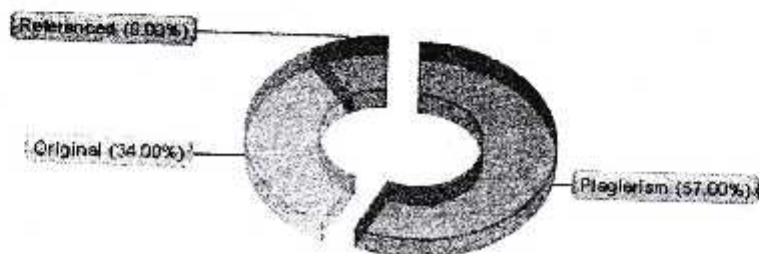
"DHEA SRI  
OCTAVIANI\_1415310530\_MANAJEMEN.doc"

Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi\_License2



2/05/19

Relation chart:



Distribution graph:

Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Top sources of plagiarism:

% 24	wrds: 3181	<a href="http://p2m.polibelam.ac.id/wp-content/uploads/2018/02/Cover-gabung-Artikel-ABEC-2017.pdf">http://p2m.polibelam.ac.id/wp-content/uploads/2018/02/Cover-gabung-Artikel-ABEC-2017.pdf</a>
% 24	wrds: 3077	<a href="http://103.215.25.60:46247/public/document/pencelitian/58642-laporan-akhir-prvi-2018-enrssa...">http://103.215.25.60:46247/public/document/pencelitian/58642-laporan-akhir-prvi-2018-enrssa...</a>
% 21	wrds: 2773	<a href="http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/kompartemen/article/download/2413/2041">http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/kompartemen/article/download/2413/2041</a>

[Show other Sources:]

Processed resources details:

208 - Ok / 44 - Failed

[Show other Sources]

Important notes:

Wikipedia:

Google Books:

Ghostwriting services:

Anti-cheating:

[not detected]

[not detected]

[not detected]

[not detected]

## SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : DHEA SRI OCTAVIANI  
NPM : 1415310530  
Tempat/ Tgl Lahir : Medan / 25 oktober 1996  
Alamat : Komplek I.p Klas I Tanjung Gusta Medan  
No Hp : 082160518786  
Nama Orang Tua : M. KHAIDIR, S.H / Almh. Nurlela  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Antecedent Yang Mempengaruhi Kinerja  
Usaha Kecil Menengah Souvenir Dan Food Di Desa Tanjung  
Anom

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.



1415310530



## ABSTRAK

---

Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro (UKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Antecedent yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Menengah Souvenir dan *Food* Desa Tanjung Anom. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom. Hasil penelitian menunjukkan *Management skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom. Hasil penelitian menunjukkan secara Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom. Hasil penelitian menunjukkan *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial mampu menjelaskan Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom sebesar 81,2% sedangkan sisanya sebesar 18,8% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Entrepreneurial orientation*, *Management skill*, Media sosial, Kinerja UKM

## ABSTRAK

---

The development of Small and Micro Enterprises (SMEs) in Indonesia is one of the priorities in national economic development. This is because the business is the backbone of a populist economic system that is not only aimed at reducing the problem of inequality between income groups and between business actors, or alleviating poverty and employment. More than that, the development is able to expand the economic base and can contribute significantly in accelerating structural change, the purpose of this study is to find out and analyze the antecedents that affect the performance of small and medium souvenir businesses and food villages in Tanjung Anom. The method used in this study is descriptive analysis method by describing or describing the data that has been collected as it is without the intention to make conclusions that apply to the general or generalization. The data analysis method used is Multiple Linear Regression using SPSS software. The results showed that Entrepreneurial Orientation had a positive and significant effect on the Performance of Souvenir and Food SMEs in Tanjung Anom Village. The results of the study showed that Management skills had a positive and significant effect on the Performance of Souvenir and Food SMEs in Tanjung Anom Village. The results showed that social media had a positive and significant effect on the performance of Souvenir and Food SMEs in Tanjung Anom Village. The results showed that Entrepreneurial Orientation, Management Skills and Social Media had a positive and significant effect on the Performance of Souvenir and Food SMEs in Tanjung Anom Village. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of Entrepreneurial orientation, Management skill and Social Media variables is able to explain the Performance of Souvenir and Food SMEs in Tanjung Anom Village by 81.2% while the remaining 18.8% is explained by independent variables not examined.

**Keywords:** Entrepreneurial orientation, Management skills, Social media, UKM performance

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	5
C. Perumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Keaslian Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	10
1 Kinerja UKM .....	10
2 <i>Entrepreneurial orientation</i> .....	15
3 <i>Management skill</i> .....	17
4 Media sosial.....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	21
C. Kerangka konseptual.....	22
D. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	26
C. Jenis dan Sumber Data.....	27
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
E. Pengukuran Variabel.....	29
F. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	30
1 Uji Kualitas Data .....	30
a. Uji Validitas.....	31
b. Uji Reabilitas .....	31
2 Uji Asumsi Klasik .....	32
a. Uji Normalitas.....	32
b. Uji Multikolinieritas .....	33
c. Uji Heterokedastisitas .....	33



G. Teknik Pengumpulan Data .....	35
H. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	37
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	37
2. Karakteristik Responden.....	41
3. Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4. Uji Validitan dan Uji Reabilitas .....	48
5. Pengujian Asumsi Klasik.....	53
6. Pengujian Hipotesis .....	57
B. Pembahasan .....	63
1. Pengaruh <i>Entrepreneurial orientation, Management skill</i> dan Media sosial terhadap Kinerja UKM konsumen.....	63
2. Pengaruh <i>Entrepreneurial orientation</i> terhadap Kinerja UKM konsumen.....	65
3. Pengaruh <i>Management skill</i> terhadap Kinerja UKM konsumen	67
4. Pengaruh Media sosial terhadap Kinerja UKM konsumen.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A Kesimpulan.....	71
B Saran .....	72

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Jumlah Penjualan .....	4
Table 1.2	Keaslian Penelitian .....	9
Tabel 2.1	Kriteria UKM .....	13
Table 2.2	Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel.....	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Penelitian .....	43
Tabel 4.6	Penjelasan Responden Atas variabel <i>Entrepreneurial orientation</i> .....	45
Tabel 4.7	Penjelasan Responden Atas variabel <i>Management skill</i> .....	46
Tabel 4.8	Penjelasan Responden Atas variabel Media sosial.....	47
Tabel 4.9	Penjelasan Responden Atas variabel Kinerja UKM.....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Entrepreneurial orientation</i> ..	49
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Management skill</i> .....	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Instrumen Media sosial.....	50
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Instrumen Kinerja UKM.....	51
Tabel 4.14	Hasil Uji Reabilitas Instrumen Instrumen Variabel.....	52
Tabel 4.15	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	54
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 4.18	Nilai Koefisien Determinasi (R Square).....	59
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan / Uji F.....	60
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial / Uji t .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Diagram Pencar Hasil SPSS.....	53
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	54
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Lampiran</b>
Lampiran 1 Kuesioner .....	77
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	81
Lampiran 2 Data Responden dan Hasil Output SPSS.....	83

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT, karena atas Rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Antesedan Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Menengah Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom**" ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin terwujud apa bila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu Nurafrina Siregar, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Ibu Dr. Elfitra Desi Surya, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Megasari Gusandra Saragih, S.E., M.S.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan mengenai ketentuan

penulisan proposal sehingga proposal ini dapat tersusun dengan rapi dan sistematis.

6. Kepada Orang tua yang saya cintai yakni ayah M. Khaidir dan Ibunda Nurlela (Almh), beserta abang saya Irfansyah Ramadhan dan Ridwan Gunawan, S.H. yang telah memberikan dukungan moril, materil beserta doa dan dukungannya kepada penulis hingga selesainya proposal saya ini.
7. Kepada teman-teman seangkatan khususnya Ruth Theresia Br Sgr, Winda Fitria, Sri Ulina Br Bukit, Anugrah Rizky Pratiwi, dan masih banyak lagi yang belum saya sebutkan. Terimakasih atas dorongan, semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini yang disebutkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih

Medan, 19 Juni 2019

Penulis

Dhea Sri Octaviani  
Npm : 1415310530



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

- Cara yang paling pasti untuk sukses adalah selalu mencobanya lagi
- Jangan persulit orang lain jika kamu tidak ingin diopersulit orang lain
- Tetaplah menjadi diri sendiri dan raihlah impianmu

### **Kupersembahkan Kepada:**

- Allah SWT maha pengasih lagi maha penyayang yang memberi peneliti kekuatan dan ketajaman pemikiran sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini
- Teristimewa kedua orang tua saya abang-abang saya yang selalu mendoakan, memberi semangat dan sumber kekuatan untuk penulis
- Teman-teman seangkatan
- Almamaterku

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro (UKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Perkembangan tahun 2013-2018 menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sebanyak 1.828.160 dengan perkembangan sebesar 3,80%.

Untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha Kecil dan Mikro (UKM), pemerintah terus berupaya mengarahkan pengelolaan UKM. Salah satu akselerasi yang dilakukan pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM saat ini adalah gerakan "*Satu Juta Usaha UMKM Naik Kelas*". Gerakan ini akan dirumuskan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015 - 2019. Upaya yang dilakukan pemerintah ini adalah agar pelaku UMKM siap menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang saat ini sudah berlangsung berjalan.

Sektor UMKM naik kelas adalah kinerja usaha yang baik dan berkembang, produktivitas bertambah, dan daya saingnya meningkat. Semua usaha mikro punya potensi sama untuk naik kelas ke kategori yang lebih tinggi. Usaha mikro bisa naik kelas menjadi usaha kecil, usaha kecil bisa menjadi usaha menengah, usaha menengah bisa naik menjadi usaha besar. Adapun indikator UKM naik kelas, adalah usahanya menjadi formal, total penjualan dan aset meningkat. Selain itu jumlah pelanggan yang dilayani, pajak yang dibayarkannya, dan jumlah karyawan meningkat, serta kualitas SDM bertambah dan produk yang dijual dan dihasilkan berkualitas serta pengelola usaha memiliki akses dalam membangun jaringan untuk mengembangkan usahanya.

Kota Medan sebagai kawasan bisnis dan perdagangan sebagai magnet para pencari kerja memiliki peluang usaha tersendiri bagi pengusaha kecil seperti UKM. Peluang bisa dilihat dari jumlah penduduk, gaya hidup yang serba praktis dan cepat. Persaingan usaha di Kota Medan cukup tinggi mengingat jumlah UKM di Kota Medan terus bertambah. Tantangan setiap UKM adalah mampu mempertahankan dan menjaga keberlangsungan usahanya. Berbicara kelangsungan usaha, pelaku UKM harus bisa mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi dalam berwirausaha. Tuntutan dan keharusan bagi pelaku UKM untuk memperhatikan faktor internal seperti aspek pemasaran, keuangan dan operasional. Para pelaku usaha UKM harus mampu untuk mengelola usahanya dengan memperhatikan sumberdaya yang ada serta mampu mengorganisir aspek-aspek tersebut.

Pelaku usaha harus memperhatikan faktor eksternal yaitu kebijakan ekonomi dan sosial, contoh kebijakan ekonomi yang bisa teridentifikasi adalah kenaikan harga bahan dan material, serta kenaikan harga BBM. Selain kebijakan ekonomi pelaku usaha harus menghadapi masalah perijinan dan pemenuhan standar produk. Faktor eksternal tersebut berpengaruh pada kinerja pada faktor internal pelaku usaha, seperti penentuan harga pokok produksi dan penjualan juga dipengaruhi oleh harga bahan-bahan, penentuan harga wajar yang sesuai dengan daya beli masyarakat juga menjadi prioritas yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, sebagai upaya untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Perlu dilakukan upaya-upaya yang mendukung peningkatan kinerja UKM yang terintegrasi dan tepat sasaran sebagai wujud implementasi sistem ekonomi kerakyatan. Implementasi ekonomi kerakyatan yang paling sesuai saat ini adalah koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah.

UKM saat ini juga berkembang di Kota Medan. Keberadaan Kota Medan Sebagai Kota Bisnis dengan banyak pekerja memberikan peluang potensial untuk berkembangnya usaha mikro kecil menengah. Selain potensi pasar para pelaku bisnis, Kota Medan juga merupakan wilayah yang cukup strategis dengan memiliki beraneka ragam adat istiadat dan kebiasaan masyarakat. Ada beberapa pusat bisnis yang ada banyak potensi pasarnya yaitu banyaknya pekerja yang tinggal di daerah tersebut seperti di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kecamatan Medan Kota dan Pusat Kota. Potensi pasar yang besar memicu dan menstimulasi para pengusaha untuk bisa bersaing memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam melakukan kegiatan bisnisnya UKM Desa Tanjung Anom menjual berbagai produk yang berasal dari hasil kegiatan masyarakat UKM Tanjung Anom dengan berbagai kualitas dan nilai produk, artinya produk yang dijual memiliki persaingan kualitas yang cukup ketat sehingga pelaku UKM saling bersaing dalam menunjukkan kualitas produk yang dibuat. Jumlah produk yang berasal dari hasil UKM di Desa Tanjung Anom semakin bertambah, namun yang menjadi masalah pemasaran produk belum terlihat dengan sempurna karena dilihat dari angka penjualan masih relatif menurun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya walaupun produk yang diciptakan pelaku UKM semakin bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih produk dari alternatif penilaian konsumen terhadap produk tersebut dengan memiliki kualitas yang berbeda-beda. Jumlah jenis penjualan produk yang ditawarkan oleh pelaku UKM yang berada di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah penjualan produk Souvenir dan Food**

Jenis-Jenis Produk	Jumlah Produk yang Terjual Pertahun (Buah)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Souvenir	17600	16700	17020	17970	16020
Bolu Pisang	3680	3195	3100	2850	2600
Kripik Pisang	4500	4300	2900	3400	2900
Opak	2500	1800	2200	2390	2400

Sumber: Pelaku UKM di Desa Tanjung Anom, data diolah, 2018

Pada Tabel 1.1 jumlah produk yang terjual setiap tahun bervariasi. Hal ini ditunjukkan oleh data yang menunjukkan produk yang terjual, salah satu jenis produk yang paling banyak laku terjual adalah Souvenir. Hal ini menunjukkan konsumen menilai produk itu cukup bagus dengan kualitas



dari produk tersebut sedangkan untuk jenis produk *ood* yang terdiri dari Bolu pisang, kripik pisang dan opak penjualannya bervariasi setiap tahun dibandingkan dengan souvenir oleh karena itu perlu evaluasi bagi pelaku UKM di Desa Tanjung Anom untuk meningkatkan produk dan memasarkan produk khususnya untuk *food*.

Berdasarkan hal diatas peneliti tertarik membuat penelitian yang berjudul **“Anteseden yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Menengah Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom”**.

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Dalam latar belakang yang sudah diuraikan tentang permasalahan yang terjadi, maka yang menjadi identifikasi dan batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Identifikasi Masalah**

Melihat semua hal yang melatar belakangi pengaruh kinerja UKM souvenir dan *food* maka dapat ditarik beberapa masalah yang timbul, yakni:

- a) Adanya *Entrepreneurial orientation*, namun masih belum menunjukkan adanya peningkatan positif kearah pemilihan produk UKM
- b) Adanya pengembangan *Management skill* namun belum menunjukkan terhadap kemampuan pelaku UKM untuk meningkatkan skill dalam menciptakan produk yang dapat bersaing di pasar

- c) Berkembangnya Media sosial bagi kalangan konsumen namun belum menghasilkan gambaran positif terhadap peningkatan produk UKM.
- d) Adanya *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial belum menunjukkan terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom Kota Medan karena dilihat jumlah pelaku UKM menurun jika dibandingkan dengan Pelaku UKM tahun sebelumnya.

## 2. Batasan Masalah

Dengan keterbatasan waktu dan sumber informasi maka penelitian kalinini harus dibatasi agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Adapun hal yang dibatasi pada penelitian kali ini adalah penelitian lebih focus meneliti Anteseden yang Mempengaruhi kinerja UKM Souvenir dan *Food*.

## C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah :

- 1) Apakah *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom?
- 2) Apakah *Management skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom?
- 3) Apakah Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom?

- 4) Apakah *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan yaitu:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Entrepreneurial orientation* terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Management skill* terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Media sosial terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial terhadap Kinerja UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom

##### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dilakukan dengan harapan sebagai berikut:

- a) Bagi UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom, sebagai masukan dalam melihat Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom Kota Medan, maka perlu diperhatikan dampak dari *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial.

b) Bagi UKM Souvenir *Food* di Desa Tanjung Anom

Diharapkan memberikan masukan bagi UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom untuk meningkatkan kinerja bisnis UKM dengan berusaha meyakinkan konsumen bahwa produk yang dijual memiliki kemampuan lebih baik dari pada produk perusahaan dan berusaha meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial.

c) Bagi peneliti, agar dapat mengaplikasikan teori selama masa studi dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran dan mempertajam kemampuan pengamatan khususnya untuk ilmu manajemen pemasaran.

#### **E. Keaslian Penelitian**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Octavia (2017) dengan judul “*Entrepreneurial Orientation dan Management Skill* Sebagai Antecedent Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)”, Sedangkan penelitian ini mengangkat judul penelitian yaitu: “Antecedent Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Menengah Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom”

Perbedaan penelitian terletak pada:

- 1) Variabel independen Octavia (2017) yaitu *Entrepreneurial orientation* dan *Management skill* sedangkan variabel penelitian ini adalah *Entrepreneurial orientation, Management skill* dan Media sosial

- 2) Lokasi penelitian Octavia (2017) dilaksanakan di Jambi sedangkan penelitian di Desa Tanjung Anom, Yang beralamat di Jalan Tanjung Anom Desa Tanjung Anom
- 3) Produk UKM yang diteliti Octavia (2017) yaitu Produk pesanan sedangkan penelitian ini adalah Souvenir dan *Food*.

Untuk melihat adanya perbedaan penelitian antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 1.1:

**Tabel 1.2 Keaslian Penelitian**

No	Keterangan	Octavia (2017)	Penelitian Sekarang
1	Judul Penelitian	<i>Entrepreneurial orientation dan management skill</i> Sebagai anteseden kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (UMKM)	Anteseden Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Menengah Souvenir <i>Food</i> Di Desa Tanjung Anom Kota Medan
2	Sampel	200 UMKM	55 UKM
3	Variabel Penelitian	<i>Entrepreneurial orientation dan Management skill</i>	<i>Entrepreneurial orientation, Management skill</i> dan Media sosial
4	Lokasi	Jambi	Kota Medan
5	Produk yang diteliti	Produk Pesanan	Souvenir dan <i>Food</i>
6	Metode Analisis Data	Structural Equation Modeling	Regresi berganda

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kinerja UKM**

###### **a) Pengertian Kinerja UKM**

Menurut Shinta dan Rusda (2017) menjelaskan bahwa kinerja bisnis dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur kinerja perusahaan: 1) imbalan atas penanaman modalnya dan 2) risiko dari penanaman modal mereka. Karena strategi bisnis yang harus dilaksanakan oleh manajer harus ditujukan untuk memuaskan pemilik bisnis. Para manajer harus menentukan bagaimana strategi bisnis yang bermacam-macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan resikonya.

Kinerja perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan individu yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen (Kotler, 2013), Soetjipto (2016) menyatakan bahwa untuk mengukur kinerja bisnis, dapat dilakukan dengan “*balanced score card*” (BSC).

Beberapa faktor penyebab utama rendahnya kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia yaitu:

- 1) Hampir 60% usaha kecil masih menggunakan teknologi tradisional;
- 2) Pangsa pasar cenderung menurun karena kekurangan modal;



- 3) Sebagian besar usaha kecil tidak mampu memenuhi administratif guna memperoleh bantuan dari Bank;
- 4) Tingkat ketergantungan terhadap fasilitas pemerintah cenderung sangat besar.

Sedangkan kendala-kendala yang umumnya dihadapi oleh para pengusaha kecil menengah atau UKM adalah:

1. Produktivitas rendah.
2. Nilai tambah rendah.
3. Jumlah investasi yang sangat kecil.
4. Jangkauan pasar yang sempit.
5. Jaringan usaha sangat terbatas.
6. Akses ke sumber modal dan bahan baku terbatas.
7. Manajemen yang masih belum profesional dan sumberdaya manusia
8. pada umumnya belum memiliki kualitas yang bersaing untuk maju

Berdasarkan dari beberapa kajian diatas penelitian ini mencoba untuk mengkaji dan melihat kendala yang berhubungan dengan kinerja usaha kecil dan menengah (UKM), yang dikaitkan pada manajemen dan kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki oleh UKM yang bersangkutan.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam perekonomian Indonesia UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut Rahmana (2008), beberapa lembaga atau instansi bahkan memberikan definisi tersendiri pada Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994.

Definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-

tingginya Rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) badan usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah 7 tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa)

#### **b) Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.

**Tabel 2.1 Kriteria UMKM**

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta-2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

#### **c) Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasar Perkembangan**

Berdasar Undang-undang UMKM, dari sudut pandang perkembangannya Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

**d) Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasar Posisi**

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang diantara negara-negara yang ada di Asia. dan pada negara berkembang memiliki beberapa karakteristik dari UMKM. Sulistyastuti (2014) menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia.

- 1) UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar.
- 2) Tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu.
- 3) Sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar.
- 4) Dan yang terakhir UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi

**e) Karakteristik/Indikator UKM di Indonesia**

- 1) Pertumbuhan penjualan meningkat
- 2) Pertumbuhan modal meningkat
- 3) Pertumbuhan pasar dan pemasaran
- 4) Keuntungan/laba usaha (Madura dalam Hati dan Irawati, 2017)

## **2. Entrepreneurial Orientation**

### **a) Pengertian *Entrepreneurial Orientation***

Orientasi wirausaha (*Entrepreneurial orientation*) dan hubungannya dengan kinerja bisnis telah menjadi topik penelitian yang menarik pada beberapa dekade. Beberapa studi menemukan semakin tinggi tingkat orientasi wirausaha maka semakin tinggi kinerja bisnis yang akan dicapai (Kreiser dan Davis dalam Mahmood dan Hanafi, 2013). Orientasi wirausaha adalah aktivitas yang menggunakan inovasi produk mengambil resiko dan berupaya secara proaktif melakukan inovasi dengan tujuan mengalahkan pesaing. Orientasi wirausaha (*entrepreneurial orientation*) berbeda dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Kewirausahaan didefinisikan sebagai *new entry* yang dapat dilakukan dengan memasuki pasar yang tetap ataupun pasar yang baru dengan produk atau jasa yang telah ada ataupun yang baru ataupun meluncurkan perusahaan baru. Sedangkan orientasi wirausaha didefinisikan sebagai penggambaran bagaimana *new entry* dilaksanakan oleh perusahaan. Orientasi wirausaha digambarkan oleh proses, praktek dan aktivitas pembuatan keputusan. Jadi kewirausahaan dapat dianggap sebagai produk dari orientasi wirausaha. Praktek dan aktivitas pembuatan keputusan (orientasi wirausaha) menghasilkan *new entry* (kewirausahaan) (Vrj dan Bedi, 2012). Penelitian Fairoz, Takenouchi dan Yukiko (2010) menemukan faktor yang sama yaitu inovatif, responsif, proaktif dan keberanian mengambil resiko merupakan dimensi-dimensi dari orientasi wirausaha.

### **b) Karakter/ Indikator Entrepreneur**

Menurut Lumpkin dan Dess dalam Islam et. al (2011), Orientasi wirausaha diukur melalui lima dimensi yaitu otonomi, inovasi, berani mengambil resiko, bertindak proaktif, dan agresif dalam bersaing. Otonomi adalah tindakan individu atau tim yang membawa ide-ide atau visi baru dan berupaya untuk mencapainya. Inovasi diartikan sebagai kecenderungan perusahaan untuk membolehkan dan inenduku'g ide-ide baru, percobaan, dan proses kreatif yang mungkin berupa produk baru, pelayanan baru, atau proses teknologi. Berani mengambil resiko adalah keberanian pelaku usaha untuk mengambil resiko atas segala keputusan yang diambilnya. Bertindak proaktif adalah keberanian pelaku usaha untuk melakukan tindakan guna menghadapi permasalahan di depan, kebutuhan, atau perubahan yang mungkin terjadi. Agresif dalam bersaing merupakan keberanian pelaku usaha untuk membuka pasar baru dan mencoba untuk lebih sukses lagi. Kelima dimensi ini menjadi satu kesatuan dalam diri wirausahawan dan kemudian menjadi panduan tindakan bagi wirausahawan tersebut.

Terdapat beberapa karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang *entrepreneur*, yaitu :

1. *Creation*, menciptakan suatu peluang bisnis dari peluang yang ada
2. *Innovation*, mengembangkan inovasi dalam lingkup bisnisnya yang meliputi produk baru, proses, market, material dan organisasi.
3. *Risk Undertake*, setiap *entrepreneur* menerima dan mengambil resiko bahwa bisnis yang dijalankannya mungkin akan mengalami kerugian atau kegagalan.

4. *General Management*, pemilik bisnis harus dapat mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya yang terbatas, dan yang terakhir adalah *performance intention*, menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan menghasilkan laba. ( Yulianto, 2013)

### **3. *Management skill***

#### **a. Pengertian *Management skill***

Menurut Handoko (2013) menjelaskan bahwa praktek manajerial adalah kegiatan yang dilakukan oleh manajer. Selanjutnya Siagian mengemukakan bahwa “Manajerial *skill* adalah keahlian menggerakkan orang lain untuk bekerja dengan baik”. Kemampuan manajerial sangat berkaitan erat dengan manajemen kepemimpinan yang efektif, karena sebenarnya manajemen pada hakekatnya adalah masalah interaksi antara manusia baik secara vertikal maupun horizontal. Oleh karena itu kepemimpinan dapat dikatakan sebagai perilaku memotivasi orang lain untuk bekerja ke arah pencapaian tujuan tertentu.

Kepemimpinan yang baik seharusnya dimiliki dan diterapkan oleh semua jenjang organisasi agar bawahannya dapat bekerja dengan baik dan memiliki semangat yang tinggi untuk kepentingan organisasi. Keterampilan atau *skill* dapat diartikan kemampuan yaitu kemampuan dari seseorang untuk melakukan berbagai jenis kegiatan kognitif atau diperlukan dengan satu cara yang efektif (Robbin, 2013). “Manajerial berasal dari kata manajer yang berarti orang yang menjadi pimpinan atau orang yang mengatur jadwal, memuat rencana.”

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia Manajer juga dapat diartikan sebagai orang yang bertanggungjawab atas hasil kerja orang-orang yang ada di



dalam organisasi. Adapun menurut Siagian (2013), “Keterampilan manajemen adalah keahlian menggerakkan orang lain untuk bekerja dengan baik. Keterampilan manajerial adalah kecakapan dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugastugas. Manajerial yaitu merencanakan, mengatur, memimpin, dan mengendalikan pelaksanaan organisasi untuk mencapai sasaran tertentu.

Adapun nilai-nilai yang terkandung di dalam ketiga kemampuan menurut Handoko (2013) sebagai berikut:

- 1) Kemampuan teknis yaitu: menguasai pengetahuan tentang metode, proses, prosedur, dan teknik untuk melaksanakan kegiatan khusus dan kemampuan untuk memanfaatkan serta mendayagunakan sarana, peralatan yang diperlukan dalam mendukung kegiatan yang bersifat khusus tersebut.
- 2) Kemampuan manusiawi merupakan kemampuan untuk memahami perilaku manusia dan proses kerja sama, kemampuan untuk memahami isi hati, sikap, dan motif orang lain, kemampuan untuk berkomunikasi secara jelas dan efektif, sehingga mampu menciptakan kerja sama yang efektif, kooperatif, praktis, dan diplomatis, dan mampu berperilaku yang dapat diterima kemampuan untuk menciptakan dan membina hubungan baik, memahami dan mendorong orang lain sehingga mereka bekerja secara suka rela, tidak ada paksaan dan lebih produktif (*working with people*). Dalam keterampilan manusiawi, seorang manajer harus memiliki kemampuan berinteraksi dengan berbagai macam manusia yang berbeda, hal ini mencakup: keterampilan memotivasi orang untuk bekerja, keterampilan mendengar orang lain, keterampilan berhubungan dengan orang lain

3) Kemampuan konseptual adalah kemampuan mental untuk mengkoordinasikan, dan memadukan semua kepentingan serta kegiatan organisasi. Dengan kata lain, kemampuan konseptual ini terkait dengan kemampuan untuk membuat konsep (*working with ideas*) untuk mengembangkan gagasan strategi sebagai kunci pemecahan masalah dari tiap-tiap hambatan organisasi. Keterampilan konseptual ini mutlak diperlukan oleh manajer karena salah satu fungsi manajerial adalah melakukan perencanaan.

**b. Karakter/Indikator *Management Skill***

Terdapat beberapa karakteristik yang harus dimiliki oleh seseorang *Management Skill*, yaitu:

1. Kemampuan Teknis
2. Kemampuan Manusiawi
3. Kemampuan konseptual
4. Kemampuan Bekerjasama (Handoko, 2013)

**4. Penggunaan Media Sosial Bagi UMKM**

**a. Pengertian Penggunaan Media Sosial Bagi UMKM**

Popularitas media sosial telah menciptakan sebuah paradigma baru *e-commerce* yang disebut *social commerce*. *Social commerce* merupakan bagian dari *e-commerce* dengan memanfaatkan interaksi sosial dan kontribusi pengguna media sosial dalam berbelanja online (Kim dan Park, 2013).

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sebagian besar pengguna internet Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial, hiburan dan *onlineshop*. Kegiatan perdagangan adalah aktivitas yang terbanyak dilakukan di media sosial yaitu sebesar 94,6% (APJII, 2016).

Fakta tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak penjual yang memanfaatkan teknologi media sosial untuk bisnis *online*. Media sosial menjadi platform yang menguntungkan bagi pelaku bisnis dan konsumen untuk bertransaksi serta menjalin komunikasi yang intens (Kumar dkk., 2016).

Media sosial sebagai suatu alat inovatif bagi UMKM dalam mendukung sistem bisnis. Oleh karena itu, penyebaran media sosial mencakup anteseden dalam adopsi, penggunaan dan konsekuen akan dapat dijabarkan dengan baik berdasarkan pada teori (Odoom dkk, 2017).

Studi ini menginvestigasi empat anteseden pada dua platform media sosial (facebook dan instagram) serta dampak penggunaan media sosial yang dijabarkan dalam lima kinerja secara lebih rinci. Replies dan mentions merupakan fitur interaktif pada media sosial yang berguna untuk memudahkan pelaku bisnis dalam berkomunikasi dengan konsumen (Lovejoy, Waters, dan Saxton, 2012). Pertimbangan penting dalam mengadopsi media sosial adalah interaktivitas, karena fitur interaktivitas dapat menjembatani adanya gap yang disebabkan oleh perbedaan waktu dan lokasi geografis antara penjual dan konsumen (Michaelidou dkk., 2011). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bukti empiris pengaruh

interaktivitas terhadap penggunaan media sosial bagi UMKM (Ainin dkk., 2015; Odoom dkk., 2017).

#### **b. Karakter/Indikator Penggunaan Media Sosial Bagi UKM**

Terdapat beberapa karakteristik yang harus dimiliki oleh seseorang pengguna media social bagi UKM, yaitu:

1. Layanan kepada Pelanggan
2. Penjualan
3. Pemasaran
4. Operasi Internal (Odoom dkk, 2017)

#### **B. Penelitian Terdahulu**

Berikut ini daftar referensi penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama (Tahun)</b>	<b>Judul</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil</b>
Anissa 2018	Analisis pemanfaatan <i>social commerce</i> bagi umkm: anteseden dan konsekuen	SEM-PLS	Hasil pengujian dengan SEM-PLS menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya dan kepercayaan merupakan faktor yang memotivasi pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial.Sedangkan kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.Penggunaan media sosial bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja UMKM yaitu kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal.Akan tetapi tidak ditemukan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja inovasi

Shinta dan Rusda (2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil menengah (umkm) Di kota batam	Lisrel	Hasil penelitian menunjukkan Hipotesis pertama diterima Faktor Eksternal berpengaruh signifikan terhadap faktor Internal pelaku usaha UMKM di Batam. Hipotesis kedua diterima Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sedangkan Hipotesis ketiga tidak diterima, faktor eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM.
Octavia (2017)	<i>Entrepreneurial orientation dan management skill</i> Sebagai anteseden kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (umkm)	Structural Equation Modeling	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif <i>entrepreneurial orientation</i> dan <i>Management skill</i> terhadap kinerja bisnis umkm.
Wiyono dkk (2013)	Analisis anteseden media sosial dan pengaruhnya terhadap pembelajaran organisasi umkm di eks karesidenan surakarta	<i>sStructural equation modeling</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel anteseden dari orientasi konsumen dan orientasi pesaing yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, tekanan manajer, program pelatihan, dan sistem reward berpengaruh pada pembelajaran organisasi di umkm se eks karesidenan surakarta.

### C. Kerangka Konseptual

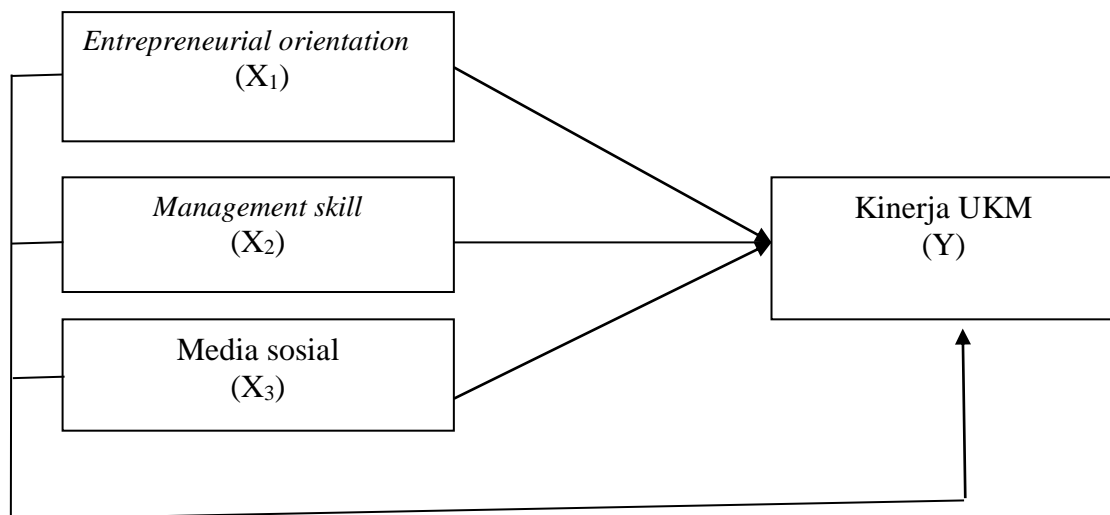
Berdasarkan hasil penelitian Wusko dan Nijar (2017) Hubungan antara *Entrepreneurial orientation* terhadap Kinerja UKM menunjukkan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UKM, artinya Orientasi kewirausahaan merupakan suatu pandangan mengenai aktivitas kewirausahaan dalam suatu perusahaan. Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para UKM dalam meningkatkan kinerja bisnis UKM.

Berdasarkan hasil penelitian Suhartini (2015) Hubungan antara *Management skill* terhadap Kinerja UKM menunjukkan *Management skill* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UKM, artinya bahwa *Management skill* yang terdiri dari pengetahuan, keterampilan dan kemampuan UKM berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM. *Management skill* merupakan aspek yang sangat penting dalam suatu organisasi karena pengetahuan, keterampilan dan kemampuan merupakan modal utama dalam organisasi untuk meraih kesuksesan dan keberhasilan termasuk organisasi UKM yang perlu ditingkatkan.

Hubungan antara media sosial terhadap Kinerja UKM menunjukkan media sosial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UKM. Hal ini diperjelas oleh (Roy, 2009) pengguna media sosial intens terlibat jika orientasi tujuannya terpenuhi dan termotivasi untuk memilih sebuah media yang menawarkan pemenuhan kebutuhan terbaik, sehingga kepuasan dapat diraih Penggunaan media sosial secara khusus ditujukan untuk menarik pelanggan baru, memelihara hubungan dengan konsumen, meningkatkan kesadaran, mengkomunikasikan merek secara *online* dan menerima umpan balik dari konsumen dan rekan bisnis (Michaelidou et al., 2011).

Menurut Suhartini (2015), Wusko dan Nijar (2017) dan (Roy, 2009) Hubungan antara *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial berpengaruh terhadap Kinerja UKM Medan. Hal ini menunjukkan dengan adanya penelitian ini menunjukkan bahwa *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial dapat meningkatkan kinerja UKM.

Berdasarkan uraian sebelumnya dan untuk memperjelas hubungan antara variabel-variabel berikut ini dikemukakan kerangka konseptual seperti terlihat dalam Gambar 2.1:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan uraian kerangka konseptual, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom.
2. *Management skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom.
3. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom.



4. *Entrepreneurial orientation, Management skill* dan Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Tanjung Anom. Penelitian dilakukan pada bulan November 2018 sampai dengan bulan Februari 2019. Untuk jadwal penelitian, hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

Keterangan	2018-2019																							
	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan proposal	■	■																						
Bimbingan proposal			■	■	■	■																		
Seminar proposal								■																
Perbaikan proposal									■	■	■	■												
Penyebaran kuesioner													■	■	■	■								
Penyusunan skripsi																	■	■	■	■				
Ujian Skripsi																					■	■	■	■

#### B. Populasi dan Sampel Penelitian

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha UKM yang masuk dalam binaan Dinas Pemberdayaan Masyarakat, Pasar, Koperasi dan UKM Di Desa Tanjung Anom yang berjumlah 55 orang.

## **2. Sampel Penelitian**

Supaya penelitian ini dapat memberikan generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sangat kecil, dan mengingat jumlah populasi yang sedikit sebanyak 55 orang artinya kurang dari 100, maka dalam penelitian ini digunakan teknik sampling yaitu dengan menggunakan *sampling* jenuh (metode sensus), artinya semua anggota populasi dijadikan sampel (Arikunto, 2010). Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 55 orang, artinya semua populasi tersebut dijadikan jadi sampel sehingga jumlah sampel sebanyak 55 orang.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data primer, yakni data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terpilih di lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan cara memberikan daftar pertanyaan (*questionnaire*) dan melakukan wawancara.
2. Data sekunder, yakni data yang diperoleh melalui studi dokumentasi seperti gambaran umum perusahaan, data konsumen, laporan bisnis UKM, buku, jurnal penelitian, majalah, dan situs internet untuk mendukung penelitian ini.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Adapun variabel penelitian yang akan diteliti sebagai berikut :

- 1) Variabel independen yaitu *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial
- 2) Variabel dependen yaitu Kinerja UKM Souvenir dan *Food*

Selanjutnya membuat operasionalisasi variabel, definisi variabel dan indikator-indikator dalam penelitian ini, Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Dimensi</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
<i>Entrepreneurial orientation</i> Pasar (X <sub>1</sub> )	Aktivitas yang menggunakan inovasi produk mengambil resiko dan berupaya secara proaktif melakukan inovasi dengan tujuan mengalahkan pesaing. Sumber: Mahmood dan Hanafi (2013)	1. Inovatif, 2. Responsif 3. proaktif dan 4. Keberanian mengambil resiko Sumber: Handoko n(2013)	Likert
<i>Management skill</i> (X <sub>2</sub> )	Kemampuan dari seseorang untuk melakukan berbagai jenis kegiatan kognitif atau diperlukan dengan satu cara yang efektif Handoko (2013)	1. Kemampuan teknis 2. Kemampuan manusiawi 3. Kemampuan konseptual 4. Kemampuan bekerjasama Sumber: Handoko (2013)	Likert
Media sosial (X <sub>3</sub> )	Penggunaan media sosial secara khusus ditujukan untuk menarik pelanggan baru, memelihara hubungan dengan konsumen, meningkatkan kesadaran, mengkomunikasikan merek secara online, dan menerima	1. Layanan kepada pelanggan 2. Penjualan 3. Pemasaran dan 4. Operasi internal Sumber: Odoom dkk, 2017	Likert

	umpan balik dari konsumen dan rekan bisnis Kim dan Park (2013)		
Kinerja UKM Souvenir dan <i>Food</i> (Y)	Kinerja bisnis dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu usaha Sumber : Madura dalam Hati dan Irawati (2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan penjualan meningkat</li> <li>2. Pertumbuhan modal meningkat</li> <li>3. Pertumbuhan pasar dan pemasaran</li> <li>4. Keuntungan/laba usaha</li> </ol> Sumber: Madura dalam Hati dan Irawati (2017)	Likert

### E. Pengukuran Variabel

Instrumen penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala. Oleh karena itu, jenis penelitian ini menggunakan jenis skala sikap, yakni skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2014), skala *Likert* merupakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Item instrumen yang dapat berupa pernyataan seperti Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Kurang Setuju (KS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1.

### F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian, kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Uji validitas dan realibilitas dilakukan kepada 30 populasi diluar dari sampel penelitian.

## 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013) Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut". Menurut Sugiyono (2014), "Jika nilai validitas setiap pertanyaan lebih besar dari nilai koefisien korelasi ( $r$ ) 0,30 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid". Validitas menunjuk kepada sejauh mana alat pengukur itu dapat melakukan fungsinya mengukur dengan cermat dan tepat sesuai yang diharapkan. Suatu skala pengukuran disebut valid bila pengukuran tersebut melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dilakukan dengan metode sekali ukur (*one shot methode*), dimana pengukuran dengan metode ini cukup dilakukan satu kali dengan kriteria pengambilan keputusan (Ghozali, 2013).

## 2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih.

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas instrument dalam penelitian ini dilakukan atau dianalisis dengan teknik *Cronbach*

*Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  (Ghozali, 2013).

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji model dari sebuah hipotesis. Pengujian asumsi klasik meliputi pengujian: (1) Normalitas, (2) Multikolinieritas, (3) Heteroskedastisitas.

#### a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013). Uji ini dilakukan untuk menunjukkan simetris tidaknya distribusi data. Cara untuk melihat normalitas residual adalah melalui grafik Normal P-Plot dan analisis statistik sebagai berikut:

1. Analisis grafik, yaitu dengan melihat grafik normal P-Plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah:
  - a) Jika data menyebar disekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
  - b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan garis miring atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
2. Analisis statistik, yakni dengan melihat uji statistik Non-Parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Apabila hasil atau nilai Kolmogrov-Smirnov (K-S) dan nilai Asymp.sig (*2-tailed*) atau probabilitasnya di atas 0,05, maka data telah memenuhi asumsi normalitas.



**b) Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi diantara variabel bebas (*independent variabel*). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel bebasnya. Gejala ini dapat di deteksi dengan nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *Tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi ( $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *Cutoff* atau batas yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai  $Tolerance \leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  (Ghozali, 2013).

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah variabel model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas yang dapat dilakukan dengan melihat grafik plot, dan uji Glejser. Uji Glejser dapat dilihat jika variabel independen signifikan dibawah 5% secara statistik, maka di indikasikan terjadinya heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5% maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Cara menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat *scatter plot*, analisis data sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik meyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **H. Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini dapat dikumpulkan dengan teknik sebagai berikut:

- 1) Pengamatan (*Observation*), yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.
- 2) Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

#### **I. Teknik Analisis Data**

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Menurut Ghozali (2013), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yang jumlahnya dua atau lebih dari dua terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Persamaan analisis regresi linear berganda secara umum dalam menguji hipotesis-hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Sub Model : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Variabel Kinerja UKM Souvenir dan <i>Food</i>
a	= Konstanta
b <sub>1</sub>	= Koefisien regresi variabel X <sub>1</sub>
b <sub>2</sub>	= Koefisien regresi variabel X <sub>2</sub>
b <sub>3</sub>	= Koefisien regresi variabel X <sub>3</sub>
X <sub>1</sub>	= Variabel <i>Entrepreneurial orientation</i>
X <sub>2</sub>	= Variabel <i>Management skill</i>
X <sub>3</sub>	= Variabel Media sosial
e	= <i>Error</i> / variabel yang tidak diteliti

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2013). Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

b. Uji secara Simultan/Serempak (Uji-F)

Menurut Menurut Ghozali (2013) Pengujian secara Simultan/Serempak (Uji-F) dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

$H_{01} : b_i = 0$  (*Entrepreneurial orientation, Management skill dan Media sosial secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom* ).

$H_{a1} : b_i \neq 0$  (*Entrepreneurial orientation, Management skill dan Media sosial secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom* ).

Pengaruh variabel independen terhadap dependen di uji dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau pada alpha  $\alpha = 5\%$ . Untuk menguji apakah hipotesis ditolak atau diterima digunakan statistik uji F :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dan

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Uji secara Parsial/Individual (Uji-t)

Uji parsial atau uji-t adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

$H_{01} : b_i = 0$  (*Entrepreneurial orientation, Management skill dan Media sosial secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom* ).

$H_{a1} : b_i \neq 0$  (*Entrepreneurial orientation, Management skill dan Media sosial secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom* ).

Selanjutnya akan dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan tingkat signifikansi (alpha)  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan (n-k) dengan  $t_{hitung}$  yang diperoleh dengan kriteria uji yang digunakan adalah (Ghozali, 2013) :

Terima  $H_0$  bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Tolak  $H_0$  (Terima  $H_a$ ) bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum UKM Souvenir dan dan *Food* di Desa Tanjung Anom**

Tanjung Anom merupakan salah satu kelurahan yang ada di kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. UKM sudah cukup lama berkembang di desa ini. Usaha kecil, Menengah dan Koperasi (UKMK) merupakan kelompok usaha ekonomi yang penting dalam perekonomian. Hal ini disebabkan, usaha kecil menengah dan koperasi merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan. Oleh karena kesenjangan pendapatan yang cukup besar masih terjadi antara pengusaha besar dengan usaha kecil, menengah dan koperasi (UKMK), pengembangan daya saing UKMK, secara langsung merupakan upaya dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, sekaligus mempersempit.

Rendahnya kualitas sumber daya manusia dan jiwa wirausaha UKMK. Pelaku Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi (UKMK) di kota medan pada umumnya memiliki kualitas sumber daya manusia yang terbatas tingkat pendidikannya. Tenaga kerja di UKMK didominasi oleh tenaga kerja yang berpendidikan rendah. Dalam bidang manajemen keuangan, UKMK yang telah memiliki laporan keuangan hanya sebesar 28,81% sedangkan selebihnya sebanyak 71,19% belum memiliki laporan keuangan.

Rendahnya pemanfaatan teknologi. Umumnya UKMK masih menggunakan peralatan manual ataupun teknologi yang masih sederhana, akhirnya menyebabkan produk yang dihasilkan UKMK kurang berkualitas. Pemasaran. Jumlah UKMK yang pemasarannya berorientasi ekspor sebesar 0,18%, sedangkan UKMK dengan pemasaran regional sebesar 1,2% dan untuk pemasaran berorientasi lokal sebesar 97,85%. Permodalan. Dalam bidang permodalan, UKMK yang mengalami kesulitan permodalan sebanyak 51,37%. Kondisi ini mencerminkan masih diperlukannya dukungan perkuatan permodalan bagi UKMK. Kelembagaan. Dari jumlah UKMK yang ada di kota medan sebanyak 40.958 unit dan koperasi sebanyak 1.420 unit, umumnya kelembagaannya belum tertata secara maksimal.

Di samping hal tersebut diatas. UKMK juga masih menghadapi berbagai permasalahan yang terkait dengan iklim usaha seperti: (a) besarnya biaya transaksi, panjangnya proses perijinan dan timbulnya berbagai pungutan; dan (b) praktik usaha yang tidak sehat. Di samping itu, otonomi daerah yang diharapkan mampu mempercepat tumbuhnya iklim usaha yang kondusif bagi UKMK, ternyata belum menunjukkan kemajuan yang merata. Tantangan ke depan UKMK untuk mampu bersaing di era perdagangan bebas, baik dipasar domestik maupun di pasar ekspor, sangat ditentukan oleh dua kondisi utama. Pertama, lingkungan internal UKMK harus di perbaiki, yang mencakup aspek kualitas SDM, terutama jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*), penguasaan pemanfaatan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal dan jaringan bisnis dengan pihak luar. Kedua, lingkungan eksternal harus

juga kondusif, yang terkait dengan kebijakan pemehrintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar, kondisi ekonomi-sosial-kemasyarakatan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan perubahan ekonomi global. Pilihan strategi dan kebijakan untuk memberdayakan UKMK dalam memasuki era pasar global menjadi sangat penting bagi terjamin kelangsungan hidup dan perkembangan UKMK, sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pertumbuhan dan pemerataan pendapatan.

## 2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UKM Souvenir dan dan *Food* di Desa Tanjung Anom. Karakteristik responden dideskriptifkan berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pelaku UKM Souvenir dan dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.1:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	(%)
1	Perempuan	34	61,82
2	Laki-laki	21	38,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.1 mayoritas responden paling banyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang (61,82%) sedangkan responden laki-laki sebanyak 21 orang (38,18%). Hal ini menunjukkan sebagian besar pelaku UKM



Souvenir dan dan *Food* di Desa Tanjung Anom berjenis kelamin perempuan. Peneliti lebih banyak menjumpai pelaku UKM perempuan yang sedang membuat produk UKM Souvenir dan dan *Food* di Desa Tanjung Anom, oleh karena itu menjadi kesempatan peneliti dalam membagikan kuesioner yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

#### **b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Karakteristik responden berdasarkan usia pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.2:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>No</b>	<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>%</b>
1	< 25	1	1,82
2	25-30	3	5,45
3	31-35	15	27,27
4	36-40	26	47,27
5	41-45	7	12,73
6	> 45	3	5,45
7	Total	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.2 mayoritas responden berusia antara 36-40 tahun sebanyak 26 orang (47,27%), untuk urutan kedua yaitu responden pada kelompok usia 31-35 tahun sebanyak 15 orang (27,27%), usia diantara 25-30 tahun sebanyak 3 orang (5,45%) dan 41-45 tahun sebanyak 7 orang (12,73%). Hal ini menunjukkan usia pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom cukup bervariasi, artinya kelompok usia ini sudah lebih berpengalaman dalam

membuat dan menciptakan produk baru sesuai dengan kondisi dan kebutuhan akan permintaan konsumen.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.3:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	(%)
1	SLTA	18	32,73
2	DIII	19	34,55
3	Strata 1 (S1)	16	29,09
4	Strata 2 (S2)	2	3,64
Total		55	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom mayoritas telah memiliki pendidikan yang sudah bagus, Tingkat pendidikan paling banyak adalah DIII dengan jumlah 19 orang (34,55%) kemudian disusul dengan tingkat pendidikan SLTA sebanyak 18 orang (32,73%), tingkat pendidikan S1 sebanyak 16 orang (29,09%) dan tingkat pendidikan S2 sebanyak 2 orang (3,64%), artinya pelaku UKM dapat menjalankan usahanya dapat melalui pengalaman selama menempuh pendidikan, oleh karena itu semakin tinggi pendidikan pelaku UKM maka semakin memberikan harapan dalam kegiatan bisnis UKM dan memberikan dampak positif dalam menciptakan dan

melakukan berbagai inovasi menyangkut dengan produk Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom .

#### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.4:

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan (Tahun)	Jumlah (Orang)	(%)
1	Pelajar/Mahasiswa	7	12,73
2	Wiraswasta	23	41,82
3	Karyawan Swasta	20	36,36
4	PNS	5	9,09
	Jumlah	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.4 karakteristik berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang (41,82%), Karyawan swasta sebanyak 20 orang (36,36%), kemudian PNS sebanyak 5 orang (9,09%) dan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 7 orang (12,73%), artinya dengan adanya status pekerjaan pelaku UKM yang berbeda-beda, maka dapat memberikan gambaran kepada pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dalam mengembangkan dan memajukan kegiatan bisnis yang berskala mikro. Jika dilihat dari pekerjaan tidak ada perbedaan yang cukup signifikan bagi pelaku UKM Souvenir dan *Food* dalam menjalankan kegiatan bisnis di Desa Tanjung Anom.

### 3. Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini tentang produk UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom, variabel bebas (*independent variable*) yang diamati adalah *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom. Berdasarkan hasil analisis deskriptif statistik akan ditampilkan karakteristik sampel yang digunakan didalam penelitian ini meliputi: jumlah sampel (N), rata-rata sampel (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum serta standar deviasi ( $\sigma$ ) untuk masing-masing variabel. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut ini:

**Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Penelitian**

	N	Minimum	Maximum	Mean/Rata-rata	Std. Deviation
X1	55	4	20	14.58	3.852
X2	55	4	20	14.78	4.233
X3	55	4	20	14.71	2.979
Y	55	4	18	14.98	3.303
Valid N (listwise)	55				

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan hasil *output* Tabel 4.5 dapat diketahui nilai dari variabel *Entrepreneurial orientation* (X<sub>1</sub>) dengan jumlah sampel sebanyak 55 orang, dengan rata-rata diperoleh sebesar 14,58 dengan *Entrepreneurial orientation* minimum sebesar 4 satuan dan maximum 20 satuan, serta standar deviasi 3,85 satuan. Hasil analisis dekskriptif menunjukkan bahwa tingkat rata-rata *Entrepreneurial orientation* lebih tinggi dari standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa hasil dari kuesioner variabel *Entrepreneurial orientation* yang diperoleh menunjukkan jawaban responden berdistribusi normal.

Variabel *Management skill* ( $X_2$ ) dengan sampel sebanyak 55 responden memiliki rata-rata sebesar 14,78 satuan dengan *Management skill* minimum sebesar 4 satuan dan maximum 20 satuan, serta standar deviasi 4,23 satuan. Hasil analisis dekskriptif menunjukkan bahwa tingkat rata-rata *Management skill* lebih tinggi dari standar deviasi menunjukkan hasil kuesioner rata-rata berdistribusi normal. Variabel Media sosial ( $X_3$ ) dengan sampel sebanyak 55 responden memiliki rata-rata sebesar 14,71 satuan dengan Media sosial minimum sebesar 4 satuan dan maximum 20 satuan, serta standar deviasi 6,103 satuan. Hasil analisis dekskriptif menunjukkan bahwa tingkat rata-rata Media sosial lebih tinggi dari standar deviasi menunjukkan hasil kuesioner rata-rata berdistribusi normal.

Variabel Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom ( $Y$ ) dengan sampel sebanyak 55 responden memiliki rata-rata sebesar 14,98 satuan dengan Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom minimum sebesar 4 satuan dan maximum 20 satuan, serta standar deviasi 3,30 satuan. Hasil analisis dekskriptif menunjukkan bahwa tingkat rata-rata Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom lebih tinggi dari standar deviasi menunjukkan hasil kuesioner rata-rata berdistribusi normal.

**a. Penjelasan Responden Atas *Entrepreneurial Orientation***

*Entrepreneurial orientation* merupakan aktivitas yang menggunakan inovasi produk mengambil resiko dan berupaya secara proaktif melakukan inovasi dengan tujuan mengalahkan pesaing. Hasil jawaban konsumen UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.6:

**Tabel 4.6 Penjelasan Responden Atas variabel *Entrepreneurial orientation***

No	Butir Pernyataan	Jawaban Responden											
		5		4		3		2		1		Total	
		F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%
1	Pelaku UKM selalu menciptakan produk yang inovatif sesuai dengan keinginan konsumen	19	35	13	23	7	13	12	22	4	7	55	100
2	Pelaku UKM selalu responsif terhadap permintaan konsumen menyangkut produk yang diinginkan	14	25	24	45	9	16	4	7	4	7	55	100
3	Pelaku UKM selalu proaktif dalam menciptakan produk yang mampu bersaing dengan pelaku UKM lainnya	18	33	18	33	7	13	9	16	3	5	55	100
4	Pelaku UKM sudah berani mengambil resiko dengan menciptakan berbagai produk yang belum pernah diciptakan	11	20	24	44	9	16	8	15	3	5	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.6 mayoritas responden menjawab sangat setuju dan Setuju tentang variabel *Entrepreneurial orientation*, hal ini menunjukkan hasil dari jawaban untuk masing-masing pernyataan untuk hasil kuesioner, responden merespon positif dengan pernyataan yang diberikan kepada responden.

#### **b. Penjelasan Responden Atas *Management skill***

*Management skill* merupakan kemampuan dari seseorang untuk melakukan berbagai jenis kegiatan kognitif atau diperlukan dengan satu cara yang efektif. Hasil jawaban responden UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Penjelasan Responden Atas *Management skill***

No	Butir Pernyataan	Jawaban Responden											
		5		4		3		2		1		Total	
		f	%	f	%	f	%	F	%	F	%	f	%
1	Pelaku UKM dapat menciptakan produk	20	36	16	29	7	13	8	15	4	7	55	100
2	Pelaku UKM mampu berkomunikasi secara jelas dan efektif sehingga mampu menciptakan kerjasama antara pelanggan dengan pelaku UKM	9	16	23	42	11	20	8	15	4	7	55	100
3	Pelaku UKM memiliki kemampuan konseptual dalam mencari ide atau gagasan terhadap produk yang mau diciptakan	18	33	19	34	8	15	7	13	3	5	55	100
4	Pelaku UKM memiliki kemampuan bekerjasama dengan sesama pelaku UKM dalam membuat ide atau gagasan terhadap produk yang mau dipasarkan	23	42	16	29	4	7	8	15	4	7	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.7 mayoritas responden menjawab Sangat setuju dan Setuju tentang variabel *Management skill*, hal ini menunjukkan hasil dari jawaban untuk masing-masing pernyataan untuk hasil kuesioner, responden merespon positif dengan pernyataan yang diberikan kepada responden.

### c. Penjelasan Responden Atas Media sosial

Penggunaan media sosial secara khusus ditujukan untuk menarik pelanggan baru, memelihara hubungan dengan konsumen, meningkatkan kesadaran, mengkomunikasikan merek secara online, dan menerima umpan balik dari konsumen dan rekan bisnis. Hasil jawaban responden pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.8

**Tabel 4.8 Penjelasan Responden Atas Media sosial**

No	Butir Pernyataan	Jawaban Responden											
		5		4		3		2		1		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Pelaku UKM memberikan pelayanan prima kepada pelanggan yang memesan Souvenir dan <i>Food</i> melalui media massa	17	31	20	36	7	13	7	13	4	7	55	100
2	Pelaku UKM merasa penjualan melalui media massa selalu lebih diuntungkan	15	27	23	42	6	11	9	16	2	4	55	100
3	Pelaku UKM merasakan pemasaran melalui media massa sangat menentukan berkembangnya bisnis UKM	15	27	19	35	10	18	8	15	3	5	55	100
4	Pelaku UKM mengoperasikan secara internal media massa seperti facebook dan instagram dalam memasarkan produk	15	27	20	36	7	13	11	20	2	4	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.8 mayoritas responden menjawab sangat setuju sekali, Sangat setuju dan Setuju tentang variabel Media sosial, hal ini menunjukkan hasil dari jawaban untuk masing-masing pernyataan untuk hasil kuesioner responden merespon positif dengan pernyataan yang diberikan kepada responden.

#### **d. Penjelasan Responden Atas Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom (Y)**

Kinerja UKM Souvenir dan *Food* merupakan Kinerja bisnis dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu usaha. Hasil jawaban responden pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.9:



**Tabel 4.9 Penjelasan Responden Atas Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom**

No	Butir Pernyataan	Jawaban Responden											
		5		4		3		2		1		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%
1	Pelaku merasakan bahwa pertumbuhan penjualan meningkat dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi UMKM Kota Medan	8	15	36	65	5	9	4	7	2	4	55	100
2	Pertumbuhan modal meningkat setelah adanya bantuan dari lembaga perbankan	14	25	28	52	6	11	3	5	4	7	55	100
3	Pelaku UKM merasakan banyaknya permintaan pasar atas produk Souvenir dan <i>Food</i>	21	38	21	39	3	5	6	11	4	7	55	100
4	Pelaku UKM memperoleh keuntungan /laba usaha setelah memasarkan produk melalui berbagai media online	9	16	25	46	8	15	9	16	4	7	55	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.9 mayoritas responden menjawab sangat setuju sekali, Sangat setuju dan Setuju tentang variabel Media sosial, hal ini menunjukkan hasil dari jawaban untuk masing-masing pernyataan untuk hasil kuesioner responden merespon positif dengan pernyataan yang diberikan kepada responden.

#### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian, kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Uji validitas dan realibilitas dilakukan kepada 30 populasi diluar dari sampel penelitian.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan metode sekali ukur (*one shot methode*), dimana pengukuran dengan metode ini cukup dilakukan satu kali dengan kriteria pengambilan

keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2013) Hasil uji validitas variabel dapat dilihat pada Tabelberikut ini:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen *Entrepreneurial orientation***

No	Butir Pernyataan	r-hitung	Keterangan
1	Pelaku UKM selalu menciptakan produk yang inovatif sesuai dengan keinginan konsumen	0.709	Valid
2	Pelaku UKM selalu responsif terhadap permintaan konsumen menyangkut produk yang diinginkan	0.751	Valid
3	Pelaku UKM selalu proaktif dalam menciptakan produk yang mampu bersaing dengan pelaku UKM lainnya	0.776	Valid
4	Pelaku UKM sudah berani mengambil resiko dengan menciptakan berbagai produk yang belum pernah diciptakan	0.539	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel *Entrepreneurial orientation* memiliki nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (0,361). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel *Entrepreneurial orientation* adalah valid sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen *Management skill***

No	Butir Pernyataan	r-hitung	Keterangan
1	Pelaku UKM dapat menciptakan produk	0.746	Valid
2	Pelaku UKM mampu berkomunikasi secara jelas dan efektif sehingga mampu menciptakan kerjasama antara pelanggan dengan pelaku UKM	0.635	Valid
3	Pelaku UKM memiliki kemampuan konseptual dalam mencari ide atau gagasan terhadap produk yang mau diciptakan	0.639	Valid
4	Pelaku UKM memiliki kemampuan bekerjasama dengan sesama pelaku UKM dalam membuat ide atau gagasan terhadap produk yang mau dipasarkan	0.539	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel *Management skill* memiliki nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (0,361). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel *Management skill* adalah valid sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Media sosial**

No	Butir Pernyataan	r-hitung	Keterangan
1	Pelaku UKM memberikan pelayanan prima kepada pelanggan yang memesan Souvenir dan <i>Food</i> melalui media massa	0.536	Valid
2	Pelaku UKM merasa penjualan melalui media massa selalu lebih diuntungkan	0.485	Valid
3	Pelaku UKM merasakan pemasaran melalui media massa sangat menentukan berkembangnya bisnis UKM	0.720	Valid
4	Pelaku UKM mengoperasikan secara internal media massa seperti facebook dan instagram dalam memasarkan produk	0.536	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel Media sosial memiliki nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (0,361). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel *Media sosial* adalah valid sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Kinerja UKM**

No	Butir Pernyataan	r-hitung	Keterangan
1	Pelaku merasakan bahwa pertumbuhan penjualan meningkat dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi UMKM Kota Medan	.747	Valid
2	Pertumbuhan modal meningkat setelah adanya bantuan dari lembaga perbankan	.769	Valid
3	Pelaku UKM merasakan banyaknya permintaan pasar atas produk Souvenir dan <i>Food</i>	.738	Valid
4	Pelaku UKM memperoleh keuntungan /laba usaha setelah memasarkan produk melalui berbagai media online	.788	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel Kinerja UKM memiliki nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (0,361). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel Kinerja UKM adalah valid sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian.

## 2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas instrument dalam penelitian ini dilakukan atau dianalisis dengan teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  (Ghozali, 2013).

Hasil uji reliabilitas variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill*, Media sosial dan Kinerja UKM dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut ini:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel**

No	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	<i>Entrepreneurial orientation</i>	0,805	Reliabel
2	<i>Management skill</i>	0,792	Reliabel
3	Media sosial	0,769	Reliabel
4	Kinerja UKM	0,822	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14 diperoleh hasil bahwa hasil pengujian seluruh variabel penelitian memiliki nilai jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reabel jika sama dengan atau dibawah 0,60 (Ghozali, 2013). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan tentang variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill*, Media sosial dan Kinerja UKM adalah reliabel, sehingga seluruh item layak dipergunakan dalam penelitian.

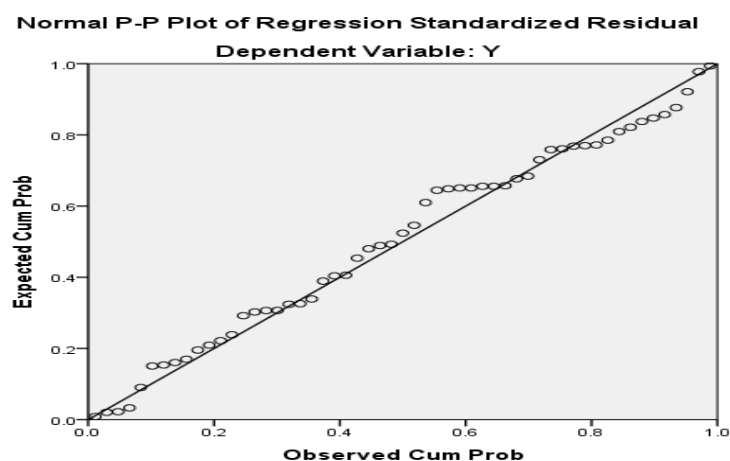
## 5. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk mengetahui model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak. Apabila uji ini terpenuhi maka alat uji dimaksud dapat dipergunakan untuk menguji model yang terdiri dari :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebuah regresi telah berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat pada analisis grafik dan analisis statistik berikut ini:

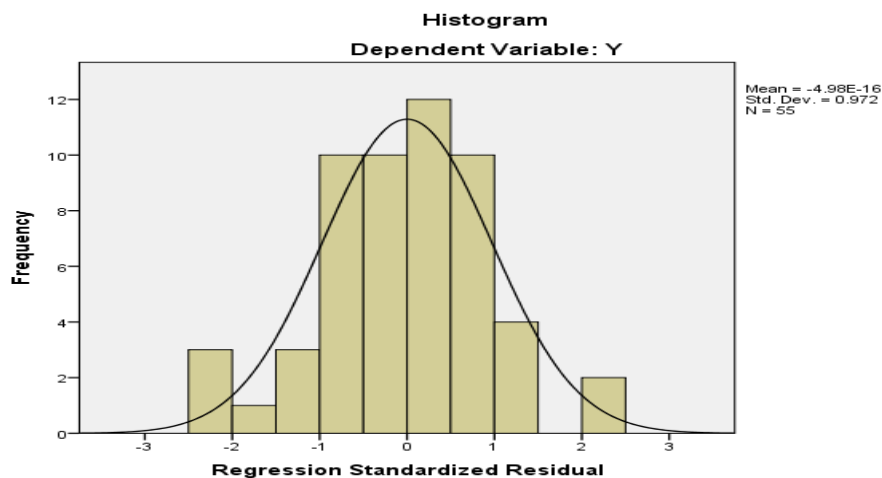
Pada diagram pencar hasil olah data SPSS dengan dasar pengambilan keputusan yakni jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar berikut:



**Gambar 4.1 Diagram Pencar Hasil SPSS**

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Gambar 4.1 dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.



**Gambar 4.2 Grafik Histogram**

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Gambar 4.2 distribusi data residual normal, karena pola distribusi diagram menunjukkan merata dari di sisi kiri dan sisi kanan.

Analisis statistik, yakni dengan melihat uji statistik Non-Parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Apabila hasil atau nilai Kolmogrov-Smirnov (K-S) dan nilai Asymp.sig (2-tailed) atau probabilitasnya di atas 0,05, maka data telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	Unstandardized Residual
N	55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	0E-7
	1.65061743
Most Extreme Differences	.103
	.063
	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z	.763
Asymp. Sig. (2-tailed)	.605

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.15 menunjukkan nilai Kolmogrov-Smirnov (K-S) dengan  $Asy\ p.sig\ (2-tailed)$  sebesar 0,605 di atas 0,05 maka model yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel independent dan ini dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan catatan apabila  $VIF > 10$  maka diduga mempunyai persoalan multikolinieritas dan apabila  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS dilihat pada Tabel 4.16:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	VIF	
1	(Constant)	2.006
	X1	3.118
	X2	2.742
	X3	2.006

a. Dependent Variable: Y

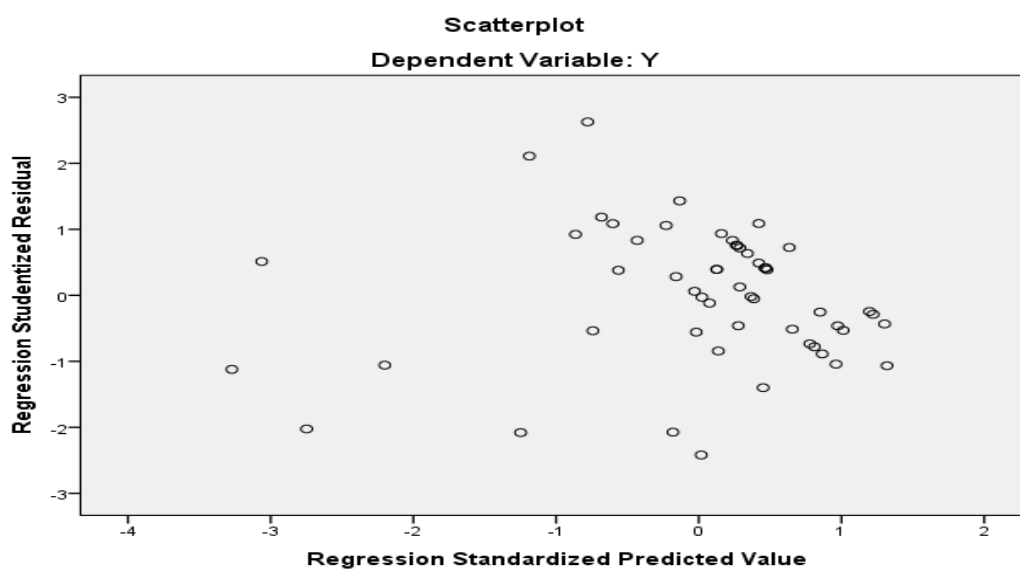
Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.11 hasil nilai VIF variabel *Entrepreneurial orientation* ( $X_1$ ) sebesar 3,118, *Management skill* ( $X_2$ ) sebesar 2,742 dan Media sosial ( $X_3$ ) sebesar 2,006 maka nilai VIF *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang diamati tidak terjadi gejala multikolonieritas.



### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dalam sebuah regresi terjadi kesamaan varians residual, jika varians pengamatan tetap maka disebut homokedasitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, dan model yang baik tentunya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS hasil pengolahan data penelitian untuk *scatter plot* dengan *Regression Studentized Residual* dapat dilihat pada gambar 4.3



**Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Gambar 4.3 terlihat titik yang menyebar yang tidak membentuk pola-pola tertentu dan tersebar baik diatas angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (y) dan berdasarkan gambar tersebut maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom berdasarkan variabel independen.

## 6. Pengujian Hipotesis

### a. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel *Entrepreneurial Orientation*, *Management skill* dan Media sosial terhadap variabel Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Berdasarkan hasil Persamaan Regresi Linear Berganda diperoleh hasil seperti Tabel 4.17:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.114	1.204		1.756	.085
1 X1	.372	.085	.434	4.374	.000
X2	.206	.096	.264	2.133	.038
X3	.300	.128	.270	2.333	.024

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.17 maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 2,114 + 0,372 X_1 + 0,206 X_2 + 0,300 X_3$$

1. Nilai konstanta regresi sebesar 2,114 artinya jika *Entrepreneurial orientation* ( $X_1$ ), *Management skill* ( $X_2$ ) dan Media sosial ( $X_3$ ) = 0 maka Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom sebesar 2,114.
2. Koefisien regresi  $X_1$  untuk variabel *Entrepreneurial orientation* bernilai positif 0,320 artinya bahwa pengaruh variabel *Entrepreneurial orientation*

searah dengan peningkatan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Entrepreneurial orientation* mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom.

3. Koefisien regresi  $X_2$  untuk variabel *Management skill* bernilai positif 0,206 artinya artinya bahwa pengaruh variabel *Management skill* searah dengan peningkatan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Management skill* mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom.
4. Koefisien regresi  $X_3$  untuk variabel Media sosial bernilai positif 0,300 artinya artinya bahwa pengaruh variabel Media sosial searah dengan peningkatan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Media sosial mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom.

**b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen (Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (*Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*, dapat dilihat pada Tabel 4.18:

**Tabel 4.18**  
**Nilai Koefisien Determinasi (R Square)**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 <sup>a</sup>	.750	.736	1.698

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas nilai *adjusted R Square* adalah 0,736 artinya bahwa kemampuan variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial dapat menjelaskan variasi dari Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom adalah sebesar 73,6%, sedangkan sisanya sebesar 26,4% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti seperti promosi.

**c. Uji Simultan / Uji F**

Uji simultan / uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat positif dan signifikansi dari variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial terhadap variabel Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom dapat dilihat pada Tabel 4.19:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan / Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441.857	3	147.286	51.056	.000 <sup>b</sup>
	Residual	147.125	51	2.885		
	Total	588.982	54			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.19 diperoleh hasil  $F_{\text{Hitung}}$  sebesar 51,056 sedangkan  $F_{\text{Tabel}}$  pada  $\alpha = 0,05$  dengan derajat pembilang 3 dan derajat penyebut 54 diperoleh  $F_{\text{Tabel}} 2,76$  dari hasil ini diketahui  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , dan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  jadi posisi titik uji signifikansi berada pada wilayah penolakan  $H_0$  atau dapat disimpulkan  $H_1$  diterima yang artinya bahwa variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial dapat meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom dengan positif.

#### d. Uji Parsial / Uji t

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.20:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial / Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.114	1.204		1.756	.085
1 X1	.372	.085	.434	4.374	.000
X2	.206	.096	.264	2.133	.038
X3	.300	.128	.270	2.333	.024

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 4.20 Hasil uji parsial diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai t hitung untuk variabel *Entrepreneurial orientation* (4,374) lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,67) atau nilai sig t untuk variabel

*Entrepreneurial orientation* (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel *Entrepreneurial orientation*. Dengan demikian, secara parsial *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini memberi arti bahwa *Entrepreneurial orientation* berpengaruh nyata dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini memberi arti bahwa *Entrepreneurial orientation* berpengaruh nyata dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Secara parsial variabel *Entrepreneurial orientation* yang dominan mempengaruhi Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom, Maksudnya adalah variabel *Entrepreneurial orientation* lebih menentukan dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom dibandingkan dengan *anagement skill* dan Media sosial.

2. Nilai  $t$  hitung untuk variabel *Management skill* (2,133) lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel (1,66), atau nilai sig  $t$  untuk variabel *Management skill* (0,038) lebih kecil dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel *Management skill*. Dengan demikian, secara parsial *Management skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini memberi arti bahwa *Management skill* berdampak positif dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom.

3. Nilai  $t$  hitung untuk variabel Media sosial (2,333) lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel (1,66), atau nilai  $\text{sig } t$  untuk variabel Media sosial (0,024) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel Media sosial. Dengan demikian, secara parsial Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hal ini memberi arti bahwa Media sosial berdampak positif dalam meningkatkan Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom.

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengaruh *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom**

Hasil penelitian yang telah dilakukan secara simultan atau bersama-sama *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom .

Nilai *adjusted R Square* adalah 0,812 artinya bahwa kemampuan variabel *Entrepreneurial orientation*, *Management skill* dan Media sosial dapat menjelaskan variasi dari Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom adalah sebesar 81,2%, sedangkan sisanya sebesar 18,8% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti seperti lokasi dan promosi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Anissa (2018), Shinta dan Rusda (2017) dan Octavia (2017) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari variabel independen dengan variabel dependen yang diuraikan pada penjelasan berikut:

Anissa (2018) dengan judul “Analisis pemanfaatan *social commerce* bagi umkm: anteseden dan konsekuen. Hasil pengujian dengan SEM-PLS menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya dan kepercayaan merupakan faktor yang memotivasi pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial. Sedangkan kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja UMKM yaitu kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal. Akan tetapi tidak ditemukan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja inovasi

Shinta dan Rusda (2017) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) Di kota batam”. Hasil penelitian menunjukkan Hipotesis pertama diterima Faktor Eksternal berpengaruh signifikan terhadap faktor Internal pelaku usaha UMKM di Batam. Hipotesis kedua diterima Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sedangkan Hipotesis ketiga tidak diterima, faktor eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM.

Octavia (2017) dengan judul penelitian” *Entrepreneurial orientation dan management skill* Sebagai anteseden kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (umkm). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif



entrepreneurial orientation dan Management skill terhadap kinerja bisnis umkm. Wiyono dkk (2013) dengan judul penelitian “Analisis antecedent media sosial dan pengaruhnya terhadap pembelajaran organisasi umkm di eks karesidenan Surakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel antecedent dari orientasi konsumen dan orientasi pesaing yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, tekanan manajer, program pelatihan, dan sistem reward berpengaruh pada pembelajaran organisasi di umkm se eks karesidenan surakarta.

## **2. Pengaruh *Entrepreneurial orientation* terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom**

Hasil penelitian diperoleh bahwa *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Anissa (2018), Shinta dan Rusda (2017) dan Octavia (2017) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari variabel independen dengan variabel dependen yang diuraikan pada penjelasan berikut:

Anissa (2018) dengan judul “Analisis pemanfaatan *social commerce* bagi umkm: antecedent dan konsekuen. Hasil pengujian dengan SEM-PLS menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya dan kepercayaan merupakan faktor yang memotivasi pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial. Sedangkan kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja UMKM yaitu kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi

internal. Akan tetapi tidak ditemukan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja inovasi

Shinta dan Rusda (2017) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) Di kota Batam”. Hasil penelitian menunjukkan Hipotesis pertama diterima Faktor Eksternal berpengaruh signifikan terhadap faktor Internal pelaku usaha UMKM di Batam. Hipotesis kedua diterima Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sedangkan Hipotesis ketiga tidak diterima, faktor eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM.

Octavia (2017) dengan judul penelitian” *Entrepreneurial orientation dan management skill* Sebagai antecedent kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (umkm). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif entrepreneurial orientation dan Management skill terhadap kinerja bisnis umkm. Wiyono dkk (2013) dengan judul penelitian “Analisis antecedent media sosial dan pengaruhnya terhadap pembelajaran organisasi umkm di eks karesidenan Surakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel antecedent dari orientasi konsumen dan orientasi pesaing yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, tekanan manajer, program pelatihan, dan sistem reward berpengaruh pada pembelajaran organisasi di ukm se eks karisidenan surakarta. Hasil penelitian terdahulu sebagai gambaran dan perbandingan dengan penelitian yang telah dilakukan, persamaan dan perbedaan dari penelitian ini dapat digambarkan dari hasil penelitian terdahulu oleh Anissa (2018) dengan judul “Analisis pemanfaatan *social commerce* bagi umkm: antecedent dan konsekuen. Hasil

pengujian dengan SEM-PLS menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya dan kepercayaan merupakan faktor yang memotivasi pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial. Sedangkan kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja UMKM yaitu kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal. Akan tetapi tidak ditemukan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja inovasi

Shinta dan Rusda (2017) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) Di kota Batam”. Hasil penelitian menunjukkan Hipotesis pertama diterima Faktor Eksternal berpengaruh signifikan terhadap faktor Internal pelaku usaha UMKM di Batam. Hipotesis kedua diterima Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sedangkan Hipotesis ketiga tidak diterima, faktor eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM.

Octavia (2017) dengan judul penelitian” *Entrepreneurial orientation dan management skill* Sebagai anteseden kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (umkm). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif entrepreneurial orientotion dan Management skil terhadap kinerja bisnis umkm. Wiyono dkk (2013) dengan judul penelitian “Analisis anteseden media sosial dan pengaruhnya terhadap pembelajaran organisasi umkm di eks karesidenan Surakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel anteseden dari orientasi konsumen dan orientasi pesaing yang terdiri dari orientasi kewirausahaan,

tekanan manajer, program pelatihan, dan sistem reward berpengaruh pada pembelajaran organisasi di ukm se eks karisidenan surakarta.

### **3. Pengaruh *Management skill* terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom**

Hasil penelitian diperoleh bahwa *Management skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Anissa (2018), Shinta dan Rusda (2017) dan Octavia (2017) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari variabel independen dengan variabel dependen yang diuraikan pada penjelasan berikut:

Anissa (2018) dengan judul “Analisis pemanfaatan *social commerce* bagi umkm: anteseden dan konsekuen. Hasil pengujian dengan SEM-PLS menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya dan kepercayaan merupakan faktor yang memotivasi pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial. Sedangkan kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja UMKM yaitu kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal. Akan tetapi tidak ditemukan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja inovasi

Shinta dan Rusda (2017) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) Di kota batam”. Hasil penelitian menunjukkan Hipotesis pertama diterima Faktor Eksternal berpengaruh signifikan terhadap faktor Internal pelaku usaha UMKM di Batam.

Hipotesis kedua diterima Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sedangkan Hipotesis ketiga tidak diterima, faktor eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM.

Octavia (2017) dengan judul penelitian” *Entrepreneurial orientation dan management skill* Sebagai anteseden kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (umkm). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif entrepreneurial orientation dan Management skill terhadap kinerja bisnis umkm. Wiyono dkk (2013) dengan judul penelitian “Analisis anteseden media sosial dan pengaruhnya terhadap pembelajaran organisasi umkm di eks karesidenan Surakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel anteseden dari orientasi konsumen dan orientasi pesaing yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, tekanan manajer, program pelatihan, dan sistem reward berpengaruh pada pembelajaran organisasi di umk se eks karesidenan surakarta.

#### **4. Pengaruh Media sosial terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom**

Hasil penelitian diperoleh bahwa Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan Food di Desa Tanjung Anom. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Anissa (2018), Shinta dan Rusda (2017) dan Octavia (2017) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari variabel independen dengan variabel dependen yang diuraikan pada penjelasan berikut:

Anissa (2018) dengan judul “Analisis pemanfaatan *social commerce* bagi umkm: anteseden dan konsekuen. Hasil pengujian dengan SEM-PLS

menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya dan kepercayaan merupakan faktor yang memotivasi pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial. Sedangkan kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja UMKM yaitu kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal. Akan tetapi tidak ditemukan bukti empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja inovasi

Shinta dan Rusda (2017) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) Di kota Batam”. Hasil penelitian menunjukkan Hipotesis pertama diterima Faktor Eksternal berpengaruh signifikan terhadap faktor Internal pelaku usaha UMKM di Batam. Hipotesis kedua diterima Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sedangkan Hipotesis ketiga tidak diterima, faktor eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM.

Octavia (2017) dengan judul penelitian” *Entrepreneurial orientation dan management skill* Sebagai anteseden kinerja bisnis usaha mikro, Kecil dan menengah (umkm). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif entrepreneurial orientotion dan Management skil terhadap kinerja bisnis umkm. Wiyono dkk (2013) dengan judul penelitian “Analisis anteseden media sosial dan pengaruhnya terhadap pembelajaran organisasi umkm di eks karesidenan Surakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel anteseden dari orientasi konsumen dan orientasi pesaing yang terdiri dari orientasi kewirausahaan,

tekanan manajer, program pelatihan, dan sistem reward berpengaruh pada pembelajaran organisasi di UKM se eks karisidenan surakarta.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung untuk variabel *Entrepreneurial orientation* (4,374) lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,67) atau nilai sig t untuk variabel *Entrepreneurial orientation* (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Dengan demikian, secara parsial *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom.
2. Nilai t hitung untuk variabel *Management skill* (2,133) lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,66), atau nilai sig t untuk variabel *Management skill* (0,038) lebih kecil dari alpha (0,05). Maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel *Management skill*. Dengan demikian, secara parsial *Management skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom.
3. Nilai t hitung untuk variabel Media sosial (2,333) lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,66), atau nilai sig t untuk variabel Media sosial (0,024) lebih kecil dari alpha (0,05). Maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel Media sosial. Dengan demikian, secara



parsial Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Pelaku UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom dapat meningkatkan dan menciptakan produk baru melalui *Entrepreneurial orientation* yang sudah ada selama ini dalam diri pelaku UKM untuk menjalankan kegiatan bisnis melalui produk UKM. Hal ini terlihat dari secara parsial *Entrepreneurial orientation*, membuat berpengaruh terhadap Kinerja UKM Souvenir dan *Food* di Desa Tanjung Anom, oleh karena itu diharapkan pelaku UMKM selalu memberikan pengarahan kepada karyawan untuk dapat bekerja maksimal dalam produk yang unggul.
2. Diharapkan bagi pelaku UKM agar sering atau selalu mengikuti pelatihan yang diadakan dinas setempat, hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan *management skill* pelaku UKM untuk bersaing dalam menciptakan produk yang unggul.
3. Diharapkan bagi pelaku UKM agar meningkatkan akses lebih banyak lagi di media massa dan menggunakan berbagai aplikasi yang dapat memberikan manfaat dalam memasarkan hasil dari produk UKM dan selalu update terhadap teknologi yang sedang berkembang saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Ghozali, Imam. 2014. *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*, Cetakan. Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. A. 2014. *Multivariate Data Analysis 7th edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, K.L.Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Lupiyoandi, Rambat. dan A.Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Picoto, W., Belanger, F., & Palma-dos-Reis, A. 2012. *Leveraging on Mobile Business to Enhance Firm Performance: An Organizational Level Study*. *Ecis*, (2012): Paper 113.
- Priambada, S. 2015. Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM), *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* (November): 41–46.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Bandung: Alfabeta.

### JURNAL :

- Adil, E., Nasution, M. D. T. P., Samrin, S., & Rossanty, Y. (2017). *Efforts to Prevent the Conflict in the Succession of the Family Business Using the Strategic Collaboration Model*. *Business and Management Horizons*, 5(2), 49-59
- Aditya Dwika Maulana. 2015 *Pengaruh Celebrity Endorser Jkt48 Terhadap Minat Beli Motor Honda Beat Di Surakarta*. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- APJII, A. P. J. I. 2016. Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Infografis Hasil Survey 2016*: 1–35.
- Andika, R. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Persaingan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Universitas Pembangunan Panca Budi Medan*. *JUMANT*, 11(1), 189-206.
- Ardian, N. (2019). *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB*. *JEpa*, 4(2), 119-132.

- Aspan, H., Fadlan, dan E.A. Chikita. (2019). “*Perjanjian Pengangkutan Barang Loose Cargo Pada Perusahaan Kapal Bongkar Muat*”. *Jurnal Soumatara Law Review*, Volume 2 No. 2, pp. 322-334.
- Daulay, M. T. (2019). *Effect of Diversification of Business and Economic Value on Poverty in Batubara Regency*. *KnE Social Sciences*, 388-401.
- Derham, R., Cragg, P., & Morrish, S. 2011. *Creating Value: An SME And Social Media*. *Creating Value: An SME and Social Media*, (January 2011): 1–9.
- Febrina, A. (2019). *Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek)*. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(1), 55-65.
- Hidayat, R. (2018). *Kemampuan Panel Auto Regressiv Distributed Lag Dalam Memprediksi Fluktuasi Saham Property And Real Estate Indonesia*. *JEpa*, 3(2), 133-149.
- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). *UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Malikhah, I. (2019). *Pengaruh Mutu Pelayanan, Pemahaman Sistem Operasional Prosedur Dan Sarana Pendukung Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi*. *Jumant*, 11(1), 67-80.
- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). *Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Parida, V., Westerberg, M. and Frishammar, J. 2012, *Inbound Open Innovation Activities In High-Tech SMEs: The Impact on Innovation Performance*, *Journal of Small Business Management*, Vol. 50(2): 283-309.
- Pramono, C. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Harga Obligasi Perusahaan Keuangan Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 8(1), 62-78.
- Ritonga, H. M., Hasibuan, H. A., & Siahaan, A. P. U. (2017). *Credit Assessment in Determining The Feasibility of Debtors Using Profile Matching*. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(1), 73079.
- Sari, M. M. (2019). *Faktor-Faktor Profitabilitas Di Sektor Perusahaan Industri Manufaktur Indonesia (Studi Kasus: Sub Sektor Rokok)*. *Jumant*, 11(2), 61-68.
- Siregar, N. (2018). *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan*. *JUMANT*, 8(2), 87-96.
- Yanti, E. D., & Sanny, A. *The Influence of Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture to the Performance of Employee Universitas Pembangunan Panca Budi*.

## INTERNET :

- Chai, S., Das, S., & Rao, H. R. 2011. Factors Affecting Bloggers' Knowledge Sharing: An Investigation Across Gender. *Journal of Management Information Systems*, 28(3): 309–342. <https://doi.org>
- Chong, A. Y.-L., & Chan, F. T. S. 2012. Structural Equation Modeling for Multi- Stage Analysis on Radio Frequency Identification (RFID) Diffusion in The Health Care Industry. *Expert Systems with Applications*, 39(10):8645–8654. <https://doi.org>
- Hoffman, D. D. L. D. L., & Fodor, M. 2010. Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing? *MIT Sloan Management Review*, 52(1): 41–49. <https://doi.org>
- Hung, K. P., & Chou, C. 2013. The Impact of Open Innovation on Firm Performance: The Moderating Effects of Internal R&D and Environmental Turbulence. *Technovation*, 33(10–11): 368–380. <https://doi.org>
- Kim, S., & Park, H. 2013. Effects of Various Characteristics of Social Commerce (S-Commerce) on Consumers' Trust and Trust Performance. *International Journal Of Information Management*, 33(2): 318–332. <https://doi.org>
- Koperasi dan UMKM, K. 2015. Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia 2015-2019. Retrieved from [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id).
- Kumar, A., Bezawada, R., Rishika, R., Janakiraman, R., & Kannan, P. K. 2016. From Social to Sale: The Effects of Firm-Generated Content in Social Media on Customer Behavior. *Journal of Marketing*, 80(1): 7–25. <https://doi.org>
- Lovejoy, K., Waters, R. D., & Saxton, G. D. 2012. Engaging Stakeholders Through Twitter: How Nonprofit Organizations Are Getting More Out of 140 Characters or Less. *Public Relations Review*, 38(2): 313–318. <https://doi.org>
- Michaelidou, N., Siamagka, N. T., & Christodoulides, G. 2011. Usage, Barriers and Measurement of Social Media Marketing: An Exploratory Investigation of Small And Medium B2B Brands. *Industrial Marketing Management*, 40(7), 1153–1159. <https://doi.org>
- Odoom, R., Anning-Dorson, T., & Acheampong, G. 2017. Antecedents of Social Media Usage and Performance Benefits In Small- And Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Journal of Enterprise Information Management*, 30(3): 383–399. <https://doi.org>
- Pérez-gonzález, D., Trigueros-preciado, S., & Popa, S. 2017. Social Media Technologies. Use for the Competitive Information and Knowledge Sharing, and Its Effects on Industrial SMEs. Innovation Social Media Technologies Use for the Competitive Information and Knowledge. *Information Systems Management*, 34(3): 291–301. <https://doi.org>

## Lampiran 1

### ANTISEDEN YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA KECIL MENENGAH SOUVENIR FOOD DI DESA TANJUNG ANOM KOTA MEDAN

---

**A. Mohon berikan tanda (v) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku pada tahun 2017-2018**

#### I. Identitas Responden

Usia :  
Jenis Kelamin :  
Pendidikan :  
Pekerjaan : a. PNS d. Wiraswasta  
b. Pegawai Swasta e. Lain-lain  
c. Pelajar

#### Petunjuk :

1. Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan/pernyataan.
2. Mohon diisi dengan jujur.
3. Beri penjelasan atas jawaban Bapak/Ibu
4. Mohon periksa kembali jawaban Bapak/Ibu dengan pilihan jawaban pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut :

Nilai SS/5 = Sangat Setuju  
Nilai S/4 = Setuju  
Nilai KS/3 = Kurang Setuju  
Nilai TS/2 = Tidak Setuju  
Nilai STS/1 = Sangat Tidak Setuju

**B. Entrepreneurial orientation**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pelaku UKM selalu menciptakan produk yang inovatif sesuai dengan keinginan konsumen					
2	Pelaku UKM selalu responsif terhadap permintaan konsumen menyangkut produk yang diinginkan					
3	Pelaku UKM selalu proaktif dalam menciptakan produk yang mampu bersaing dengan pelaku UKM lainnya					
4	Pelaku UKM sudah berani mengambil resiko dengan menciptakan berbagai produk yang belum pernah diciptakan					

**B. Management skill**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pelaku UKM dapat menciptakan produk					
2	Pelaku UKM mampu berkomunikasi secara jelas dan efektif sehingga mampu menciptakan kerjasama antara pelanggan dengan pelaku UKM					
3	Pelaku UKM memiliki kemampuan konseptual dalam mencari ide atau gagasan terhadap produk yang mau diciptakan					
4	Pelaku UKM memiliki kemampuan bekerjasama dengan sesama pelaku UKM dalam membuat ide atau gagasan terhadap produk yang mau dipasarkan					

**C. Media sosial**

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Pelaku UKM memberikan pelayanan prima kepada pelanggan yang memesan Souvenir <i>Food</i> melalui media massa					
2	Pelaku UKM merasa penjualan melalui media massa selalu lebih menguntungkan					
3	Pelaku UKM merasakan pemasaran melalui media massa sangat menentukan berkembangnya bisnis UKM					
4	Pelaku UKM mengoperasikan secara internal media massa seperti facebook dan instagram dalam memasarkan produk					

**D. Kinerja UKM Souvenir *Food***

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pelaku merasakan bahwa pertumbuhan penjualan meningkat dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi UMKM Kota Medan					
2	Pertumbuhan modal meningkat setelah adanya bantuan dari lembaga perbankan					
3	Pelaku UKM merasakan banyaknya permintaan pasar atas produk Souvenir <i>Food</i>					
4	Pelaku UKM memperoleh keuntungan /laba usaha setelah memasarkan produk melalui berbagai media online					

## Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

N0	X1				T	X2				T	X3				T	Y				T
	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	
1	2	2	2	2	8	2	3	4	4	13	2	2	2	2	8	3	2	4	4	13
2	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	4	3	4	2	13
3	4	4	4	4	16	4	5	5	3	17	4	4	4	4	16	2	2	5	4	13
4	2	2	4	2	10	3	2	2	2	9	2	2	4	2	10	2	3	3	5	13
5	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	3	4	5	4	16
6	4	5	3	4	16	5	4	5	4	18	4	5	3	4	16	3	5	4	4	16
7	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	3	4	4	4	15
8	2	2	2	4	10	4	4	5	4	17	2	2	2	4	10	4	5	3	5	17
9	3	4	4	2	13	4	4	4	5	17	3	4	4	2	13	2	2	2	2	8
10	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	3	3	5	3	14
11	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	3	3	4	3	13
12	4	4	4	4	16	4	5	5	3	17	4	4	4	4	16	4	3	5	2	14
13	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	5	3	4	5	17
14	5	2	4	4	15	5	3	5	4	17	5	2	4	4	15	1	2	1	1	5
15	4	5	4	2	15	2	2	3	2	9	4	5	4	2	15	2	1	1	1	5
16	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	2	2	2	2	8
17	3	4	2	5	14	4	4	4	4	16	3	4	2	5	14	5	5	4	4	18
18	3	4	4	5	16	4	4	4	3	15	3	4	4	5	16	5	3	4	5	17
19	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	1	2	2	9
20	2	5	3	4	14	5	4	4	4	17	2	5	3	4	14	4	5	5	4	18
21	2	3	4	4	13	4	5	4	4	17	2	3	4	4	13	5	4	5	4	18
22	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
23	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14
24	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15
25	4	3	4	5	16	4	5	5	4	18	4	3	4	5	16	4	4	4	4	16
26	2	2	4	5	13	4	4	5	2	15	2	2	4	5	13	5	5	4	4	18
27	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15	4	5	4	4	17	5	3	4	5	17
28	4	4	5	4	17	4	3	4	5	16	4	4	5	4	17	2	2	2	2	8
29	2	5	4	5	16	5	4	4	2	15	2	5	4	5	16	5	5	2	3	15
30	5	4	5	5	19	4	5	5	3	17	5	4	5	5	19	2	2	2	2	8



## Reliability

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	27.4333	22.047	.709	.772
Q2	27.4667	21.016	.751	.755
Q3	27.1333	20.947	.776	.751
Q4	27.6333	21.964	.539	.790
X1	15.6667	6.920	1.000	.767

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	26.8333	26.282	.746	.725
Q2	26.6000	27.972	.635	.754
Q3	26.5667	29.426	.639	.766
Q4	26.4000	29.283	.539	.776
X2	15.2000	9.062	1.000	.713

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	26.67	23.540	.536	.733
Q2	26.47	25.499	.485	.754
Q3	26.37	22.930	.720	.696
Q4	26.43	26.392	.536	.755
X3	15.13	7.844	1.000	.613

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	23.90	52.093	.747	.786
Q2	24.13	51.361	.769	.780
Q3	23.83	51.937	.738	.786
Q4	24.03	51.206	.788	.778
Y	13.70	16.700	1.000	.839

**Lampiran 3 Data Responden dan Output SPSS**

N0	X1				T	X2				T	X3				T	Y				T
	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	
1	2	4	2	2	10	3	3	4	5	15	4	2	2	4	12	4	4	3	3	14
2	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16
3	3	3	4	3	13	3	4	3	5	15	5	3	2	5	15	5	4	2	4	15
4	4	4	4	4	16	4	2	4	3	13	3	5	2	4	14	3	5	4	2	14
5	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18
6	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19	5	4	4	2	15	4	4	4	4	16
7	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	5	2	2	4	13	4	4	4	4	16
8	5	4	5	2	16	5	4	5	4	18	4	4	4	2	14	3	5	5	4	17
9	2	4	5	2	13	2	2	2	2	8	2	2	2	4	10	4	4	5	2	15
10	3	4	4	4	15	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18
11	3	5	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	2	14	4	3	4	5	16
12	2	4	5	4	15	4	3	2	2	11	2	5	5	5	17	5	4	4	2	15
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	2	17	4	5	5	3	17
14	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	5	9	1	1	1	1	4
15	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	2	6	4	1	1	1	7
16	2	4	5	5	16	2	4	3	5	14	5	5	3	3	16	4	5	4	4	17
17	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	4	3	5	4	16	4	4	5	4	17
18	4	5	5	5	19	5	3	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	5	3	17
19	2	4	2	3	11	2	3	3	5	13	2	4	4	5	15	4	4	3	3	14
20	5	4	3	4	16	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
21	5	3	2	4	14	3	4	3	5	15	3	5	5	3	16	5	4	2	4	15
22	5	5	4	4	18	4	2	4	3	13	4	3	4	5	16	3	5	4	2	14
23	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
24	2	2	3	4	11	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
25	2	2	2	4	10	4	4	5	5	18	5	5	2	4	16	4	4	4	4	16
26	2	4	4	5	15	5	4	5	4	18	5	4	5	2	16	3	5	5	4	17
27	5	5	5	3	18	2	2	2	2	8	2	2	3	4	11	4	4	5	2	15
28	4	2	5	4	15	4	3	3	4	14	3	4	2	4	13	2	3	2	4	11
29	5	5	3	5	18	4	4	3	4	15	3	4	5	2	14	4	3	4	5	16
30	2	4	4	2	12	4	3	2	2	11	2	2	5	5	14	5	4	4	2	15
31	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	4	1	15	4	5	5	3	17
32	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
33	1	1	2	2	6	1	1	5	1	8	1	1	5	2	9	4	1	1	1	7
34	3	4	2	2	11	2	4	2	2	10	4	4	3	4	15	4	5	4	4	17
35	3	4	4	3	14	5	5	5	4	19	5	4	3	5	17	4	4	5	4	17
36	5	3	4	4	16	5	3	4	5	17	4	5	3	2	14	4	5	5	3	17

37	4	4	4	2	14	2	2	2	2	8	2	2	4	5	13	4	4	2	2	12
38	4	5	5	3	17	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	4	2	5	5	16
39	4	5	5	4	18	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15	5	4	5	4	18
40	4	4	3	5	16	5	4	4	5	18	4	3	3	3	13	4	4	4	5	17
41	5	3	5	4	17	5	2	4	3	14	4	3	5	3	15	4	4	5	4	17
42	4	4	5	3	16	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17
43	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
44	3	4	4	3	14	5	5	5	4	19	5	4	3	5	17	4	4	5	4	17
45	5	3	4	4	16	5	3	4	5	17	4	5	5	2	16	4	5	5	3	17
46	2	3	2	2	9	2	2	4	2	10	4	2	3	4	13	2	2	2	2	8
47	4	2	4	4	14	3	3	5	4	15	3	4	3	4	14	5	3	5	4	17
48	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	5	2	11
49	4	3	3	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
50	2	5	5	4	16	5	2	4	4	15	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
51	2	4	2	3	11	2	3	2	4	11	2	4	5	5	16	4	4	4	3	15
52	5	4	3	4	16	5	4	4	5	18	4	5	3	5	17	4	4	4	4	16
53	5	3	2	4	14	3	4	3	5	15	3	5	4	3	15	5	4	2	4	15
54	5	5	3	5	18	3	4	4	2	13	3	4	4	2	13	2	3	4	5	14
55	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	3	5	5	5	18

**Descriptives**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	55	4	20	14.58	3.852
X2	55	4	20	14.78	4.233
X3	55	4	20	14.71	2.979
Y	55	4	18	14.98	3.303
Valid N (listwise)	55				

**Regression**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 <sup>a</sup>	.750	.736	1.698

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441.857	3	147.286	51.056	.000 <sup>b</sup>
	Residual	147.125	51	2.885		
	Total	588.982	54			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.114	1.204		1.756	.085
	X1	.372	.085	.434	4.374	.000
	X2	.206	.096	.264	2.133	.038
	X3	.300	.128	.270	2.333	.024

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
(Constant)	-.303	4.531		
1 X1	.201	.542	.499	2.006
X2	.012	.399	.321	3.118
X3	.042	.558	.365	2.742

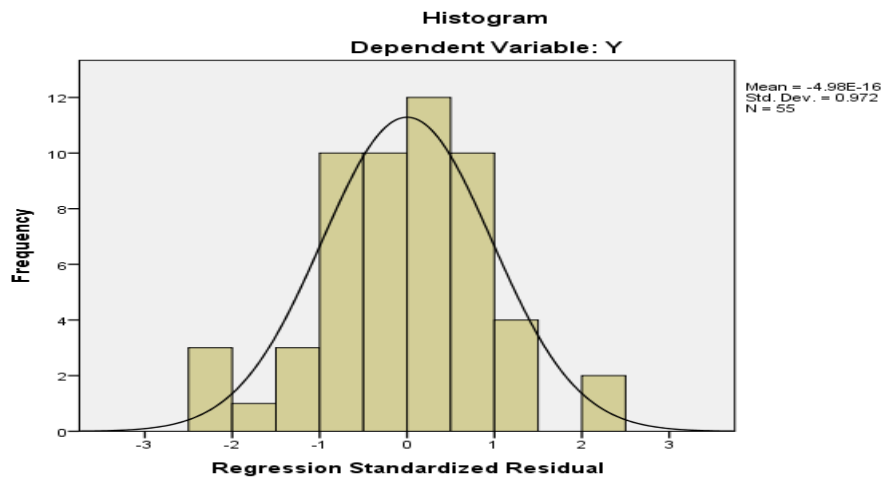
a. Dependent Variable: Y

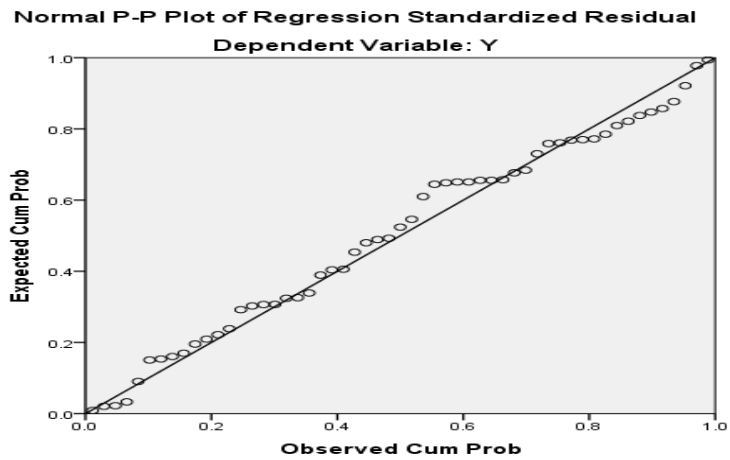
### Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model		X3	X1	X2	
1	Correlations	X3	1.000	-.210	-.621
		X1	-.210	1.000	-.400
		X2	-.621	-.400	1.000
	Covariances	X3	.017	-.002	-.008
		X1	-.002	.007	-.003
		X2	-.008	-.003	.009

a. Dependent Variable: Y

## Charts





### NPar Tests

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.65061743
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.063
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.763
Asymp. Sig. (2-tailed)		.605

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Scatterplot  
Dependent Variable: Y

