



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEBERHASILAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH  
BERBASIS INDUSTRI KREATIF  
DI KABUPATEN MAGELANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh  
Fitria Ardiana  
NIM 7111415043**

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari : Jumat  
Tanggal : 6 September 2019

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Prasetyo Ari Bowo".


Prasetyo Ari Bowo, S.E., M.Si  
NIP 197902082006041002

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 24 September 2019

Penguji 1




Andryan Setyadharna, S.E.,M.Si.,Ph.D.  
NIP 197901022008121003

Penguji 2



Dedy Aji Susanto, S.E, M.Si  
NIP 197612032003121004

Penguji 3



Prasetyo Ari Bowo, S.E,M.Si  
NIP 197902082006041002

Mengetahui,



NIP 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitria Ardiana

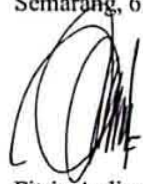
NIM : 7111415043

Tempat, tanggal, lahir : Semarang, 8 Februari 1997

Alamat : Pondok Majapahit 1 Rt 09 Rw 04 Blok U Nomor 3 Ds.  
Bandungrejo, Kec.Mranggen, Kab.Demak

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku

Semarang, 6 September, 2019



Fitria Ardiana

NIM 7111415043

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

Kerjakan dengan bahasa cinta, karena itu yang diinginkan setiap orang terhadap dirinya, cinta akan membawa pertanggungjawaban, masyarakat akan disiplin sendiri jika ia sudah mengenal bagaimana ia mencintai dirinya, lingkungan dan Tuhannya (Joko Widodo)

### **Persembahan**

**Skripsi ini dipersembahkan kepada :**

1. Ibuku (Ida Maryati ) dan Ayahku (Ismadi) yang selalu mendoakan setiap langkahku hingga sampai saat ini.
2. Kakakku (Ita Saputri) dan adikku (M.Fauzi) tercinta.

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberkan rahmat, hidayat, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Industri Kecil dan Menengah berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (satu) untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya dorongan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang senantiasa membuat penulis tetap konsisten dan percaya diri dalam menulis skripsi ini. Oleh karena itu ungkapan terimakasih yang tulus penulis utarakan kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang dengan segala kebijakannya.
2. Drs. Heri Yanto, MBA, P.hD, Dekan Fakultas Ekonomi, Univeritas Negeri Semarang yang dengan kebijaksanaannya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Fafurida, S.E, M.Sc., Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan arahan kepada penulis.
4. Andryan Setyadharma S.E, M.Si sebagai penguji 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Diky Aji Suseno, S.E, M.Si sebagai penguji 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.

6. Prasetyo Ari Bowo, S.E, M.Si, sebagai penguji 3 sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
7. Bapak, Ibu Dosen Ekonomi Pembangunan dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang atas semua bekal ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh studi.
8. Rizky Pamungkas, Maspur, Alga, Winda, Vira, Dina, Vista, terimakasih untuk motivasi, dukungan dan kebersamaannya selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan B 2015 Universitas Negeri Semarang terimakasih atas kebersamaan waktunya selama ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan, Masukan yang diberikan berupa kritik maupun saran yang membangun sangat dibutuhkan dalam penyempurnaan skripsi ini.

Semarang, 6 September,2019

Penulis

## SARI

**Ardiana, Fitria.** 2019. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Magelang”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Prasetyo Ari Bowo, S.E, M.Si

**Kata kunci : Karakteristik wirausaha, Minat berwirausaha, Jaringan bisnis, Promosi, Dukungan Pemerintah, Keberhasilan IKM**

Sektor Industri pengolahan memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian di Jawa Tengah, salah satu industri pengolahan yang memiliki kontribusi terbesar untuk dikembangkan adalah Industri Kecil dan Menengah atau IKM. Kabupaten Magelang merupakan daerah dengan jumlah unit usaha tertinggi di Provinsi Jawa Tengah yaitu 39.601 industri, terdapat 10.824 industri yang menghasilkan komoditas kerajinan dengan memanfaatkan kearifan lokal dengan capaian tersebut kabupaten Magelang digolongkan menjadi daerah ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal oleh Bank Indonesia dan Badan Ekonomi Kreatif, sifat kewirausahaan dan perkembangan teknologi yang rendah karena sifat pengolahan yang masih tradisional dan pengelolaan usaha yang bersifat turun temurun. Capaian ini tidak didukung dengan laju pertumbuhan PDRB di Kabupaten Magelang yang relatif masih rendah dibandingkan daerah lain di Provinsi Jawa Tengah, diharapkan dengan tingginya jumlah unit usaha kontribusinya terhadap PDRB tinggi tapi masih rendah.

Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan Convenience sampling, responden penelitian berjumlah 100 responden pengusaha IKM yang menghasilkan komoditas kerajinan. Metode analisis data menggunakan PLS dengan bantuan software WarpPLS 6.0 dengan model pengukuran reflektif untuk masing-masing variabel laten penelitian.

Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Jaringan bisnis terhadap Keberhasilan usaha, Promosi terhadap Keberhasilan usaha, dan Dukungan pemerintah terhadap keberhasilan usaha. Lebih lanjut, Karakteristik wirausaha tidak memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan usaha dan Minat berwirausaha tidak memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan usaha.

Perlu menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan minat sejak dini untuk pengusaha agar usahanya dapat berkembang secara optimal. Selain itu pemerintah perlu mematangkan program-program dan memperluas informasi tentang perluasan akses pasar secara optimal serta dapat memanfaatkan website aplikasi buatan pemerintah untuk mengenalkan produk secara lebih luas dan memperluas informasi agar pengusaha IKM yang terlibat di website aplikasi buatan pemerintah mampu merasakan manfaatnya dengan peningkatan penjualan karena informasi keunggulan produk yang diiterima oleh konsumen lebih akurat



## ABSTRAK

Ardiana, Fitria. 2019. "Factors that Influence the Success of Small and Medium Enterprises based on Creative Economy in Magelang Regency". Essay. Department of Development Economics. Faculty of Economics. UNNES.: Prasetyo Ari Bowo, S.E, M.Sc.

**Keywords: Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Interest, Business Network, Promotion, Government Support, IKM Business Success.**

The manufacturing sector has an important role in improving the economy in Central Java, one of the processing industries that has the biggest contribution to be developed is the Small and Medium Industries or SMEs. Magelang Regency is the area with the highest number of business units in Central Java Province, namely 39,601 industries, 10,824 industries produce handicraft commodities by utilizing local skills with these achievements. Magelang Regency is classified as a creative economy based on local wisdom by Bank Indonesia and the Creative Economy Agency, the nature of entrepreneurship and technological development are low because of the nature of the processing that is still traditional and business management that is hereditary. This achievement is not supported by the GRDP growth rate in Magelang Regency which is still relatively low compared to other regions in Central Java Province, it is expected that with the high number of business units the contribution to GRDP is high but still low.

Sampling using non-probability sampling techniques with Convenience sampling approach, research respondents numbered 100 respondents SMEs who produce handicraft commodities. The data analysis method uses PLS with the help of WarpPLS 6.0 software with a reflective measurement model for each of the latent variables of the study.

The results showed that there was a significant positive influence of business networks on business success, promotion of business success, and government support for business success. Furthermore, entrepreneurial characteristics have no influence on business success and entrepreneurial interest does not influence business success.

We need to foster entrepreneurial spirit and interest early on for entrepreneurs so that their businesses can develop optimally. Besides, the government needs to finalize programs and expand information on optimally expanding market access and can utilize government-made application websites to introduce products more broadly and expand information so that SMEs involved in government-made application websites can feel the benefits by increasing sales because information on product superiority received by consumers is more accurate

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN KELULUSAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>SARI</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Cakupan Masalah .....	12
1.4 Perumusan Masalah .....	13
1.5 Tujuan Penelitian .....	14
1.6 Manfaat Penelitian .....	14
1.7 Orisinalitas Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
<b>2.1 Kajian Teori Utama</b> .....	16

2.1.1 Teori Industri Kreatif .....	16
<b>2.2 Ekonomi Kreatif.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3 Kajian Variabel Penelitian .....</b>	<b>24</b>
2.3.1 Keberhasilan Usaha.....	24
2.3.2.1 Faktor-faktor keberhasilan usaha .....	24
2.3.2.2 Indikator keberhasilan usaha.....	25
2.3.2 Karakteristik Wirausaha .....	27
2.3.2.1 Peranan Wirausaha .....	28
2.3.2.2 Ciri-ciri Karakteristik Wirausaha .....	29
2.3.2.3 Indikator Karakteristik Wirausaha .....	30
2.3.3 Minat Berwirausaha .....	31
2.3.3.1 Faktor-faktor Minat Berwirausaha .....	32
2.3.3.2 Indikator Minat berwirausaha .....	33
2.3.4 Jaringan Bisnis .....	34
2.3.4.1 Jenis Jaringan Bisnis .....	34
2.3.4.2 Indikator Jaringan Bisnis .....	36
2.3.5 Promosi .....	37
2.3.5.1 Bauran Promosi (Promotion Mix).....	37
2.3.5.2 Fungsi dan Tujuan Promosi .....	38
2.3.5.3 Indikator Promosi.....	40
2.3.6 Dukungan Pemerintah .....	41
2.3.6.1 Program penunjang usaha kecil dari Pemerintah .....	42
2.3.6.2 Indikator dukungan pemerintah .....	42

<b>2.4 Kajian Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>43</b>
2.4.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	49
<b>2.5 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>53</b>
<b>2.6 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
<b>3.1 Jenis dan Sumber Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>3.2 Desain Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>59</b>
3.3.1 Populasi .....	59
3.3.2 Sampel .....	60
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	61
<b>3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel .....</b>	<b>61</b>
3.4.1 Variabel Penelitian .....	61
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	62
3.4.2.1 Karakteristik Wirausaha .....	62
3.4.2.2 Minat Berwirausaha .....	64
3.4.2.3 Jaringan Bisnis .....	65
3.4.2.4 Promosi .....	66
3.4.2.5 Dukungan Pemerintah .....	67
3.4.2.6 Keberhasilan usaha .....	69
<b>3.5 Uji Coba Instrumen Penelitian .....</b>	<b>70</b>
3.5.1 Uji Validitas Penelitian .....	70
3.5.2 Uji Realibilitas Penelitian .....	74

<b>3.6 Jenis dan Sumber data</b> .....	74
3.6.1 Data Primer .....	74
3.6.2 Data Sekunder .....	74
<b>3.7 Metode Pengumpulan data</b> .....	75
3.7.1 Wawancara .....	75
3.7.2 Kuesioner .....	75
3.7.3 Dokumentasi .....	76
<b>3.8 Metode Analisis Data</b> .....	76
3.8.1 Statistik Deskriptif .....	77
3.8.2 Permodelan Partial Least Squared .....	78
3.8.3 Spesifikasi Model .....	78
3.8.4 Evaluasi Model Partial Least Square .....	81
3.8.4.1 Evaluasi Outer Model .....	82
3.8.4.2 Evaluasi Inner Model .....	83
3.8.4.3 Mengkonstruksi Diagram jalur .....	84
3.8.4.4 Model fit and quality indicates .....	86
3.8.5 Uji Pengujian Hipotesis .....	87
3.8.6 Model Kerangka Partial Least Square.....	88
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	89
<b>4.1 Gambaran Umum Penelitian</b> .....	89
4.1.1 Wilayah Penelitian .....	90
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	91

4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	91
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	99
<b>4.3 Hasil Uji Hipotesis</b> .....	103
<b>4.4 Hasil Pembahasan</b> .....	110
4.4.1 Pengaruh jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha .....	110
4.4.2 Pengaruh promosi terhadap keberhasilan usaha .....	112
4.4.3 Pengaruh dukungan pemerintah terhadap keberhasilan usaha .....	115
4.4.4 Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha .....	117
4.4.5 Pengaruh minat berwirausaha terhadap keberhasilan usaha .....	119
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	121
<b>5.1 Simpulan</b> .....	121
<b>5.2 Saran</b> .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	124
<b>LAMPIRAN</b> .....	127

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PDRB atas dasar harga konstan 2010 lapangan usaha .....	3
Tabel 1.2 Jumlah Usaha IKM Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017 .....	5
Tabel 1.3 IKM Komoditi Kerajinan tahun 2017 .....	7
Tabel 1.4 Karakteristik wirausaha negatif tidak berpengaruh.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3.1 Populasi Penelitian .....	57
Tabel 3.2 Pernyataan penelitian meliputi indikator Karakteristik wirausaha ...	61
Tabel 3.3 Pernyataan penelitian meliputi indikator Minat berwirausaha .....	62
Tabel 3.4 Pernyataan penelitian meliputi indikator Jaringan bisnis .....	63
Tabel 3.5 Pernyataan penelitian meliputi indikator Promosi .....	64
Tabel 3.6 Pernyataan penelitian meliputi indikator dukungan pemerintah .....	66
Tabel 3.7 Pernyataan penelitian meliputi indikator keberhasilan usaha .....	67
Tabel 3.8 Hasil Validitas Keberhasilan usaha .....	68
Tabel 3.9 Hasil Validitas Karakteristik Wirausaha .....	69
Tabel 3.10 Hasil Validitas Minat Berwirausaha.....	69
Tabel 3.11 Hasil Validitas Jaringan Bisnis .....	70
Tabel 3.12 Hasil Validitas Promosi .....	70
Tabel 3.13 Hasil Validitas Dukungan Pemerintah .....	71
Tabel 3.14 Hasil Realibilitas .....	72
Tabel 3.15 Alternatif Jawaban .....	74
Tabel 4.1 Populasi dan Sampel .....	80

Tabel 4.2 Penilaian PLS Outer Model dengan Model Reflektif .....	90
Tabel 4.3 Ouput Combined loading and cross loading .....	90
Tabel 4.4 Ouput Latent Variable Coefficient nilai AVE .....	92
Tabel 4.5 Ouput Combined loading and cross loading setelah penghapusan ..	92
Tabel 4.6 Hasil nilai AVE setelah penghapusan .....	94
Tabel 4.7 Correlations among latent variable .....	95
Tabel 4.8 Ouput latent variable coefficient .....	96
Tabel 4.9 Penilaian PLS model Struktural .....	97
Tabel 4.10 Model Fit and quality indicates .....	98
Tabel 4.11 Nilai Koefisien jalur model penelitian .....	99
Tabel 4.12 Output latent variable coefficient Q-squared .....	101
Tabel 4.13 Hipotesis Penelitian .....	102
Tabel 4.14 Hasil Output Path Coefficient karakteristik wirausaha .....	103
Tabel 4.15 Hasil Output Path Coefficient minat berwirausaha .....	104
Tabel 4.16 Hasil Output Path Coefficient jaringan bisnis .....	105
Tabel 4.17 Hasil Output Path Coefficient promosi .....	106
Tabel 4.18 Hasil Output Path Coefficient dukungan pemerintah .....	107
Tabel 4.19 Jaringan bsinis berpengaruh positif signifikan .....	108
Tabel 4.20 Promosi berpengaruh positif signifikan .....	110
Tabel 4.21 Dukungan pemerintah berpengaruh positif signifikan .....	113
Tabel 4.22 Karakteristik wirausaha negatif tidak berpengaruh .....	116
Tabel 4.23 Minat berwirausaha positif tidak berpengaruh .....	117



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	55
Gambar 3.1 Spesifikasi Model .....	79
Gambar 3.2 Evaluasi Model WarpPLS.....	81
Gambar 3.3 Analisis Jalur Hubungan antar Variabel .....	84
Gambar 3.4 Model Kerangka Partial Least Square (PLS) .....	88
Gambar 4.1 Hasil pengujian model Direct Effect .....	102

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian .....	118
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian .....	119
Lampiran 3 Kuesioner uji coba Penelitian .....	121
Lampiran 4 Data Responden uji coba penelitian .....	127
Lampiran 5 Tabulasi uji coba penelitian .....	129
Lampiran 6 Uji coba Validitas dan Realibilitas .....	131
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian .....	137
Lampiran 8 Data responden penelitian .....	143
Lampiran 9 Tabulasi data Penelitian .....	147
Lampiran 10 Olahan data penelitian dengan PLS .....	155
Lampiran 11 Foto Responden .....	159

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri kecil dan menengah (IKM) merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat untuk mencukupi kebutuhannya. IKM salah satu tumpuan utama pemerintah yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sifatnya yang padat karya bukan padat modal, yang membuat IKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup tinggi.

Peran IKM dalam perekonomian Indonesia dibuktikan dengan persebaran usaha terbesar, memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) serta ekspor dan penciptaan modal Lestari (2010). Banyaknya tenaga kerja yang terserap, maka IKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan memiliki peran strategis dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran. Ada beberapa alasan mengapa keberadaan IKM sangat diperlukan Rodriguez & Sandeem (2001) yaitu kinerja IKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif, IKM sering meningkatkan produktivitasnya melalui investasi, IKM diyakini memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dibandingkan usaha besar.

Disisi lain IKM juga mempunyai permasalahan yang berkaitan dengan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang rendah, peran sistem pendukung yang kurang optimal, kebijakan dan peraturan yang kurang, selain itu kualitas

sumber daya manusia salah satunya ditentukan dengan tingkat jenjang pendidikan, keterampilan dan pengalaman serta akses ke sumber informasi. Selain itu permasalahan yang umum dialami oleh perusahaan menurut skala usaha meliputi keterbatasan modal kerja, pemasaran, pengadaan bahan baku, keterbatasan akses informasi, keterbatasan pekerja dan teknologi, keterbatasan komunikasi dan ketidakpastian peraturan serta kebijaksanaan ekonomi yang tidak menentu (Tambunan, 2015:253)

Kondisi diatas merupakan permasalahan yang dihadapi IKM dalam menjalankan usahanya untuk mencapai keberhasilan usaha yang diinginkan, baik berupa permasalahan dalam sumber daya manusia, peran pendukung dari lembaga terkait yang kurang optimal, keterbatasan modal, pemasaran produk, peningkatan kualitas produksi melalui jaringan bisnis, akses informasi dan kemampuan teknologi dan komunikasi.

Industri pengolahan adalah suatu industri yang mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya yang lebih dekat kepada pemakai akhir Badan Pusat Statistika (2018). Sektor industri pengolahan berkontribusi baik dalam perekonomian yang ada di Indonesia, terbukti bahwa sektor industri pengolahan memberikan kontribusi terbesar jika dibandingkan dengan sektor yang lain terhadap perekonomian Indonesia, hal ini ditunjukkan dengan tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Produk Domestik Bruto (PDB) atas Dasar Harga Konstan 2010 menurut**  
**Lapangan Usaha tahun 2014-2018**

Lapangan Usaha	2014	2015	2016*	2017**	2018
<b>Pertanian, Kehutanan dan Perikanan</b>	107.793.380,89	113.826.299,04	116.331.116,45	118.265.171,80	121.370.041,24
<b>Pertambangan dan Penggalian</b>	15.566.648,84	16.278.164,85	19.367.597,22	20.373.383,14	20.873.488,15
<b>Industri Pengolahan</b>	271.526.773,18	284.306.592,45	295.960.836,46	308.770.221,90	322.203.738,34
<b>Pengadaan Listrik dan Gas</b>	866.488,30	887.584,37	928.106,10	976.552,87	1.028.917,24
<b>Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang</b>	567.980,08	577.261,68	589.805,23	628.207,67	658.880,40
<b>Konstruksi</b>	76.681.876,60	81.286.113,22	86.589.002,31	92.762.018,26	98.393.741,01
<b>Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor</b>	110.899.193,58	115.430.120,84	121.970.807,00	129.301.748,05	136.673.489,19
<b>Transportasi dan Pergudangan</b>	24.868.280,75	26.780.920,49	28.097.071,84	29.867.333,04	32.121.009,33
<b>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</b>	23.471.641,07	25.064.275,14	26.633.473,81	28.350.128,41	30.667.222,18
<b>Informasi dan Komunikasi</b>	30.130.161,63	33.001.271,38	35.742.555,91	40.485.502,07	45.500.915,21
<b>Jasa Keuangan dan Asuransi</b>	20.106.851,64	21.636.626,14	23.533.409,64	24.749.918,39	25.635.546,80
<b>Real Estate</b>	13.776.863,54	14.822.295,08	15.831.477,85	16.856.963,15	17.797.501,70
<b>Jasa Perusahaan</b>	2.526.615,62	2.741.142,86	3.032.330,20	3.296.655,45	3.609.297,92
<b>Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</b>	21.075.646,54	22.194.694,80	22.720.443,65	23.304.537,35	24.337.785,75
<b>Jasa Pendidikan</b>	27.266.220,07	29.324.081,90	31.479.474,13	33.674.587,45	36.286.321,69
<b>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</b>	5.916.710,61	6.307.617,26	6.929.495,92	7.525.669,87	8.187.908,80
<b>Jasa lainnya</b>	11.917.818,01	12.300.030,67	13.362.350,97	14.561.838,30	15.937.473,33
<b>PDRB</b>	<b>764.959.150,95</b>	<b>806.765.092,17</b>	<b>849.099.354,09</b>	<b>893.750.437,17</b>	<b>941.283.278,28</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah, 2019

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa sektor industri pengolahan memberikan kontribusi yang tinggi bagi perekonomian yang ditunjukkan dengan pertumbuhan yang mengalami peningkatan di setiap tahun. Salah satu sektor yang menunjang perekonomian di Indonesia berasal dari sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) karena melalui sektor inilah semua aspek yang berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, fashion, fotografer, kesenian. Hal ini didukung dalam Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 4/PER/M.KUKM/III/2015 tentang Kebijakan UKM dalam kontribusinya terhadap PDRB.

Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Provinsi Jawa Tengah secara resmi menetapkan 4 daerah kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah yang termasuk ke dalam daerah yang berkomitmen mengembangkan wilayahnya sebagai daerah ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Empat daerah tersebut meliputi kabupaten Wonosobo dengan mengembangkan sektor unggulan kuliner, kabupaten Magelang dengan mengembangkan sektor seni rupa melalui sektor industri kerajinan, kabupaten Salatiga mengembangkan sektor unggulan kuliner dan pengolahan industri singkong dan kabupaten Banjarnegara dengan mengembangkan sektor pertanian khusus kopi. Jika dari 4 daerah yang mengembangkan wilayahnya sebagai daerah berbasis ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, dilihat dari data IKM di Provinsi Jawa Tengah tahun 2017 pada data terlihat bahwa kabupaten Magelang merupakan daerah dengan jumlah Industri Kecil dan Menengah (IKM) tertinggi di Jawa Tengah, yang dapat dilihat pada tabel 1.2

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Provinsi Jawa tengah Tahun 2017**

<b>Daerah</b>	<b>Jumlah Usaha</b>
Kabupaten Blora	1860
Kabupaten Grobogan	833
Kabupaten Kudus	1976
Kota Magelang	1226
Kabupaten Temanggung	677
Kabupaten Purbalingga	336
Kabupaten Banjarnegara	2830
Kabupaten Banyumas	1860
Kabupaten Batang	2022
Kabupaten Kendal	5450
Kabupaten Pati	1033
Kabupaten Purworejo	2280
Kabupaten Rembang	3220
Kabupaten Klaten	2466
Kabupaten Magelang	39601
Kota Pekalongan	3021
Salatiga	550
Kabupaten Karanganyar	890
Kabupaten Kebumen	4911
Kabupaten Pekalongan	1120
Kabupaten Semarang	1557
Kabupaten Sragen	820
Kabupaten Sukoharjo	2170
Kabupaten Tegal	3633
Kabupaten Wonosobo	4490
Kota Semarang	1832
Surakarta	236
Kota Tegal	2043
Kabupaten Demak	732
Kota Wonogiri	790
Kabupaten Boyolali	681
Kabupaten Cilacap	424

Sumber: Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Provinsi Jawa Tengah ,2017

Dari data pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa Kabupaten Magelang merupakan daerah dengan jumlah unit Industri Kecil dan Menengah (IKM)

tertinggi dibanding daerah lainnya di Provinsi Jawa Tengah, industri ini adalah industri ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai. Belum kokohnya fundamental perekonomian saat ini mendorong pemerintah Kabupaten Magelang untuk terus memberdayakan perkembangan industri kecil dan menengah. IKM memiliki peran strategis dalam pendapatan nasional yang didukung dari berkurangnya pengangguran. Sektor IKM sangat vital untuk menciptakan pertumbuhan lapangan kerja.

Pengembangan industri kecil dan menengah memiliki peran penting bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, namun dalam banyak hal yang juga dapat menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial yang terjadi. Dari tabel 1.2 dengan total industri kecil sebanyak 39.601 usaha, terdapat 10.824 industri yang menghasilkan komoditi kerajinan di Kabupaten Magelang, dengan hasil inilah kabupaten Magelang digolongkan sebagai daerah berbasis ekonomi kreatif dengan kearifan lokal melalui produk-produk hasil kerajinan yang berbasis kearifan lokal, hal ini berarti produk yang dihasilkan dapat menarik wisatawan asing maupun domestik selain itu karena kabupaten Magelang merupakan daerah jumlah unit usaha Industri kecil dan menengah tertinggi di Provinsi Jawa Tengah dan sebagian besar menghasilkan komoditi kerajinan.

Sektor kerajinan adalah suatu pilar perekonomian yang menyangga kehidupan sebagian masyarakat kabupaten magelang, hal ini berarti sektor kerajinan



sampai sekarang masih diusahakan sebagai mata pencarian baik perseorangan maupun kelompok. Kabupaten Magelang telah mampu menunjukkan potensi unggulan di sektor kerajinan, untuk lebih jelasnya persebaran industri kerajinan di Kabupaten Magelang, akan dijelaskan pada tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Data Industri Kecil komoditi kerajinan per-Kecamatan di Kabupaten Magelang tahun 2017**

No	Kecamatan	Unit usaha
1	Bendongan	586
2	Borobudur	705
3	Candimulyo	1255
4	Dukun	314
5	Grabag	653
6	Kajoran	803
7	Kaliangkrik	228
8	Mertoyudan	491
9	Mungkid	267
10	Muntilan	440
11	Ngablak	673
12	Ngluwar	255
13	Pakis	622
14	Salam	592
15	Salaman	700
16	Sawangan	620
17	Secang	440
18	Srumbung	283
19	Tegalrejo	508
20	Tempuran	248
21	Windusari	141
	<b>Total</b>	<b>10824</b>

Sumber: Disnakertrans Kabupaten Magelang, 2017

Dari tabel 1.3 yang menunjukkan bahwa perkembangan industri kecil dan menengah komoditi kerajinan per-kecamatan di Kabupaten Magelang sampai

pada tahun 2017 berjumlah 10.824 usaha, hal ini berarti dari total 39.601 industri kecil di kabupaten magelang .

Sektor kerajinan di kabupaten Magelang yang berkembang berbasis industri kreatif memang potensial, hal ini dilihat dari banyaknya jenis kerajinan yang ada di kabupaten magelang antara lain, kerajinan batu, kerajinan miniatur candi, kerajinan bambu, kerajinan kerang, kerajinan kaligrafi, kerajinan mainan anak-anak dan masih banyak lainnya. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan pada tabel 1.4 sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Data banyaknya Industri kecil dan menengah berbasis industri kreatif di Kabupaten magelang Tahun 2017**

No	Jenis Komoditi kerajinan	Unit usaha
1	Kerajinan kayu	482
2	Sangkar burung	124
3	Kerajinan anyaman	1513
4	Konveksi	31
5	Makanan	39
6	Souvenir	428
7	Kerajinan tanah liat	41
8	Kaligrafi	35
9	Ukiran	27
10	Mainan anak	58
11	Gypsum	20
12	Kerajinan batu	128
	Total	2926

Sumber: Disperindag Kabupaten Magelang, 2017

Dari tabel 1.4 yang menunjukkan data banyaknya Industri kecil dan menengah berbasis industri kreatif di Kabupaten magelang pada tahun 2017 berjumlah 2926 usaha, hal ini berarti dari total industri kecil dan menengah yang

menghasilkan komoditas kerajinan sebanyak 10.824, terdapat 2926 unit usaha Industri kecil dan menengah yang menghasilkan komoditas kerajinan berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Magelang. Hasil dari data ini didukung dengan pelaku usaha industri yang ikut serta mengikuti program pemerintah melalui website pemerintah SIDAK IKM atau Sistem Informasi Database dan Katalog Industri Kecil dan Menengah yang merupakan peran serta pemerintah untuk meningkatkan kualitas IKM dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan mengikuti era revolusi 4.0

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis untuk mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan seseorang untuk melakukan bisnis Noor (2007). Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil penting untuk diketahui, karena dengan masih rendahnya tingkat keberhasilan usaha kecil dapat mempengaruhi keberadaan suatu industri tersebut berkembang atau tidaknya, untuk itu pentingnya keberhasilan usaha sebagai tolok ukur dari usaha tersebut. Dari tabel 1.4 yang menunjukkan unit usaha industri kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif, yang didukung dengan capaian kabupaten magelang sebagai daerah dengan jumlah unit usaha industri kecil dan menengah tertinggi di Provinsi Jawa Tengah dibandingkan daerah kabupaten/kota lainnya, namun hal ini tidak didukung dengan laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan 2010, kabupaten magelang menunjukkan laju pertumbuhan yang relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lainnya di Provinsi Jawa Tengah, untuk lebih jelasnya pada tabel 1.5 berikut,

**Tabel 1.5**  
**Laju Pertumbuhan PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut**  
**Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah (Persen), tahun 2014-2017**

No	Kab/Kota	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Kabupaten</b>							
1	Cilacap	1.66	2.92	5.96	5.09	2.59	3.05
2	Banyumas	6.97	5.67	6.12	6.05	6.34	6.45
3	Purbalingga	5.27	4.85	5.47	4.85	5.37	5.42
4	Banjarnegara	5.44	5.31	5.47	5.44	5.65	5.67
5	Kebumen	4.57	5.79	6.28	5.01	5.13	5.52
6	Purworejo	4.94	4.48	5.33	5.15	5.31	5.32
7	Wonosobo	4.00	4.78	4.67	5.36	3.88	4.94
<b>8</b>	<b>Magelang</b>	<b>5.91</b>	<b>5.38</b>	<b>5.18</b>	<b>5.39</b>	<b>5.31</b>	<b>5.43</b>
9	Boyolali	5.83	5.42	5.96	5.33	5.80	5.72
10	Klaten	5.96	5.84	5.30	5.17	5.33	5.57
11	Sukoharjo	5.78	5.40	5.69	5.72	5.76	5.82
12	Wonogiri	4.78	5.26	5.40	5.25	5.32	5.41
13	Karanganyar	5.69	5.22	5.05	5.40	5.77	5.98
14	Sragen	6.70	5.59	6.05	5.77	5.97	5.75
15	Grobogan	4.57	4.07	5.96	4.51	5.85	5.91
16	Blora	5.36	4.39	5.36	23.54	5.98	4.40
17	Rembang	5.43	5.15	5.50	5.28	6.26	5.90
18	Pati	5.97	4.64	6.01	5.49	5.66	5.74
18	Kudus	4.36	4.43	3.88	2.54	3.21	3.24
20	Jepara	5.39	4.81	5.10	5.06	5.39	5.85
21	Demak	5.27	4.29	5.93	5.09	5.82	5.37
22	Semarang	5.97	5.85	5.52	5.30	5.65	5.79
23	Temanggung	5.20	5.03	5.24	5.02	4.87	5.07
24	Kendal	6.22	5.14	5.21	5.56	5.84	5.50
25	Batang	5.88	5.31	5.42	5.03	5.55	5.72
26	Pekalongan	5.99	4.95	4.78	5.19	5.44	5.76
27	Pemalang	5.57	5.52	5.58	5.43	5.65	5.77
28	Tegal	6.73	5.03	5.49	5.92	5.38	5.51
29	Brebes	5.91	5.30	5.98	5.11	5.71	5.31
<b>Kota</b>							
30	Magelang	6.04	4.98	5.11	5.23	5.42	5.59
31	Surakarta	6.25	5.28	5.44	5.35	5.70	5.75
32	Salatiga	6.30	5.57	5.17	5.27	5.65	5.51
33	Semarang	6.25	6.31	5.82	5.89	6.55	6.52
34	Pekalongan	5.91	5.48	5.00	5.36	5.32	5.69
35	Tegal	5.67	5.04	5.45	5.49	5.95	5.92

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah, 2019

Tabel 1.5 yang menunjukkan laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan 2010 menurut kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2013-2018 dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan PDRB di kabupaten magelang masih relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lainnya di Provinsi Jawa Tengah. Dalam suatu pertumbuhan ekonomi, PDRB adalah faktor lain akan tetapi yang paling penting adalah untuk mengetahui kondisi ekonomi suatu wilayah dapat ditunjukkan oleh data laju pertumbuhan PDRB. Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu daerah, dengan membandingkan pertumbuhan ekonomi dengan wilayah-wilayah lain, dengan membandingkan pertumbuhan masing-masing sektor antar daerah akan dapat pula mengukur kemajuan yang telah dicapai setiap daerah, sehingga prioritas pembangunan masing-masing daerah dapat diketahui.

Hal ini berarti dari data yang ditunjukkan pada tabel 1.5, Kabupaten magelang yang pada data menunjukkan laju pertumbuhan PDRB yang masih relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lainnya di Provinsi Jawa Tengah, secara tidak langsung hasil data ini mencerminkan peranan masing-masing sektor dalam membentuk PDRB masih relatif rendah. Dalam Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 4/PER/M.KUKM/III/2015 tentang Kebijakan UKM dalam kontribusinya terhadap PDRB, dari hal ini meskipun capaian jumlah unit usaha di Kabupaten Magelang tertinggi di Provinsi Jawa Tengah, tapi laju pertumbuhan PDRB di Kabupaten Magelang masih relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lainnya di Provinsi Jawa Tengah.

Keberhasilan pembangunan identik dengan terciptanya laju pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi, salah satu sektor rill yang dapat mengurangi tingkat pengangguran adalah industri kecil dan menengah, karena sektor inilah semua aspek berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber mulai dari sektor konsumsi, pangan, fashion, dan kesenian.

Pembangunan ekonomi adalah serangkaian usaha dan kebijaksanaan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas lapangan kerja, pemeratakan pembagian pendapatan masyarakat, meningkatkan hubungan ekonomi regional, dengan kata lain arah pembangunan ekonomi adalah mengusahakan agar pendapatan masyarakat meningkat dan dengan tingkat pemerataan sebaik mungkin., untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pendapatan ini dilihat dari laju pertumbuhan PDRB. Laju pertumbuhan PDRB memberikan perhatian besar bagi pemerintah untuk memantau perkembangan dan kemajuan daerah. Kabupaten Magelang yang menunjukkan jumlah unit usaha Industri Kecil dan Menengah di Provinsi Jawa Tengah, tapi laju pertumbuhan PDRB di kabupaten Magelang masih relatif rendah, diharapkan kontribusi industri kecil dan menengah di kabupaten Magelang tinggi tapi laju pertumbuhan PDRB masih relatif rendah hal ini tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 4/PER/M.KUKM/III/2015 tentang kebijakan UKM dalam kontribusinya terhadap PDRB.

Kirby dalam Sarwoko (2008) menyatakan bahwa industri kecil memiliki beberapa masalah dalam pertumbuhannya, yaitu kurangnya nilai-nilai enterpreneur, pembiayaan dan pasar, selain itu kunci keberhasilan usaha lebih

banyak ditentukan oleh karakteristik pemilik/pengusaha. Perusahaan yang menginginkan kelangsungan dan keberhasilan dituntut untuk melakukan segala upaya dan kinerja perusahaannya secara profesional agar penjualan terus mengalami peningkatan sehingga usaha tersebut dapat dikatakan berhasil. Hal ini berarti perusahaan kecil yang ingin berkembang harus memiliki semangat kewirausahaan untuk *survive* dalam menjalankan bisnisnya. Selain memiliki semangat kewirausahaan, adanya kemauan usaha melalui minat berwirausaha. Minat berwirausaha disini adalah suatu kecenderungan yang menetap dalam diri untuk tertai pada bidang tertentu dan merasa senang dalam hal tersebut, yang berarti akan mendorongnya untuk melakukan kegiatan tanpa paksaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Winkel (2004) yang menyatakan bahwa perasaan tertarik dan senang dapat membuat seseorang untuk dapat menikmati sesuatu yang dihadapi atau dikerjakannya. Selain masalah non finansial tersebut, permasalahan industri kecil juga muncul dimasalah finansial masalah finansial disini dilihat dari promosi dan jaringan bisnis yang di lakukan perusahaan atau pelaku usaha untuk keberlangsungan usahanya.

Promosi merupakan salah satu strategi yang dapat mempengaruhi masalah finansial usaha, hal ini karena pomosi menjadi faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Jika dalam suatu perusahaan melakukan strategi pemasaran melalui promosi yang baik dan merata maka akan mempengaruhi permintaan hasil produk usaha yang akan berdampak pada pendapatan usaha, masalah utama dalam industri kecil yang sedang berkembang adalah minimnya promosi yang dilakukan, sehingga pemasaran produk sangat minim diketahui masyarakat luas. Selain

promosi permasalahan yang berkaitan finansial adalah jaringan bisnis dengan cara memperluas jaringan bisnis. Dalam menjualkan produk IKM Kerajinan, perusahaan tidak akan mampu menjangkau pasar yang lebih luas lagi bila tidak dibantu oleh adanya kerjasama dengan pihak lain. Persaingan akan mengalami perubahan pada masa perekonomian global dimana sektor bisnis harus dapat menyesuaikan dengan lingkungan bisnis tersebut daripada dirinya sendiri dan kebijakan pemerintah. Maka dari itu dalam persaingan harus dapat membangun jaringan (*network*) dengan organisasi lain yang tentunya menunjang operasi perusahaan Craven (2007). Pentingnya membangun jaringan adalah karena peningkatan produktivitas dan sinergi kinerja dapat meningkat dengan adanya jaringan tersebut (Porter, 2008)

Untuk mencapai keberhasilan usaha, pengusaha harus memiliki kemampuan dalam menjalankan usaha dengan tepat, menurut Suryana (2006) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa dengan keberanian menghadapi resiko, pendapat ini sejalan dengan penelitian dari Zulkifli (2009) menyebutkan bahwa keberhasilan dan kegagalan di pengaruhi oleh pemilihan bidang usaha yang tepat. Faktor yang menyebabkan wirausaha berhasil antara lain rasa percaya diri, selalu berorientasi pada hasil, suka tantangan dan resiko, jiwa kepemimpinan, mempunyai ide kreativitas dan berorientasi pada masa depan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Faktor-**



## **faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Magelang yaitu :

1. Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Magelang merupakan industri dengan jumlah unit usaha tertinggi di Provinsi Jawa Tengah, dibandingkan di daerah kabupaten/kota lainnya di Provinsi Jawa Tengah, namun kontribusinya terhadap laju pertumbuhan PDRB masih relatif rendah.

### **1.3 Cakupan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di jelaskan, peneliti akan mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Untuk memperoleh pembahasan yang lebih rinci dan mencapai sasaran, maka dalam penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang, meliputi karakteristik wirausaha, minat berwirausaha, jaringan bisnis, promosi, dan dukungan pemerintah. Responden dalam penelitian ini yakni pengusaha yang menghasilkan produk kerajinan di Kabupaten magelang dengan populasi sebanyak 2926 pengusaha dan 100 sampel. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Magelang.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Industri kecil dan menengah merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sifatnya yang padat karya bukan padat modal yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, peran inilah yang dapat mendorong industri kecil dan menengah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Dari data Industri Kecil dan Menengah di Provinsi Jawa Tengah sampai pada tahun 2017, Kabupaten Magelang menunjukkan jumlah unit usaha tertinggi dibandingkan kabupaten/kota lain di provinsi Jawa Tengah, dengan capaian Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Magelang seharusnya kontribusi terhadap PDRB nya tinggi hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 4/Per/M.KUKM/III/2015 tentang kebijakan UKM dalam kontribusinya terhadap PDRB, namun dilihat dari data laju pertumbuhan PDRB sampai pada tahun 2018 menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDRB di kabupaten Magelang masih relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lain di Provinsi Jawa Tengah. Hal ini karena diharapkan kontribusinya tinggi tapi masih relatif rendah, sehingga menurut Nursalina (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha Mikro kecil berbasis ekonomi kreatif adalah minat berwirausaha, jaringan, merek dan promosi. Selain itu menurut Finayatun (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil dan menengah yaitu karakteristik wirausaha, modal, tenaga kerja, pemasaran dan dukungan pemerintah.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap keberhasilan usaha IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang ?
2. Bagaimana pengaruh Minat Berwirausaha terhadap keberhasilan usaha IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang?
3. Bagaimana pengaruh Jaringan Bisnis terhadap keberhasilan usaha IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang?
4. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap keberhasilan usaha IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang ?
5. Bagaimana pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap keberhasilan usaha IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah melakukan analisis, menjelaskan dan mendeskripsikan mengenai:

1. Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang
2. Pengaruh Minat Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang
3. Pengaruh Jaringan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang
4. Pengaruh Promosi terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang
5. Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Industri Kreatif di Kabupaten Magelang

## 1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Akademisi
  - a. Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan serta pemahaman tentang pengaruh karakteristik wirausaha, minat berwirausaha, jaringan bisnis, promosi dan dukungan pemerintah terhadap keberhasilan Industri kecil dan menengah berbasis industri kreatif
  - b. Sebagai sumbangan pemikiran yang berguna bagi pihak yang membutuhkan
2. Bagi perusahaan
  - a. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan mengenai pengaruh karakteristik wirausaha, minat berwirausaha, jaringan bisnis, promosi dan dukungan pemerintah terhadap Keberhasilan Industri Kecil dan Menengah berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.
  - b. Pimpinan perusahaan dapat meningkatkan Industri Kecil dan Menengah yang dibangunnya melalui karakteristik wirausaha, minat berwirausaha, jaringan bisnis, promosi dalam IKM berbasis industri kreatif.

### 3. Bagi Pemerintah

- a. Diharapkan dapat memberi wawasan dan masukan kepada pemerintah selaku penentu kebijakan dalam mengembangkan industri kecil dan menengah berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.

#### **1.7 Orisinalitas Penelitian**

Berdasarkan orisinalitas penelitian dapat dikatakan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada judul penelitian, waktu penelitian dan objek penelitian. Selain itu sepengetahuan penulis, belum ada penelitian sebelumnya yang membahas mengenai Keberhasilan Usaha Industri Kecil dan Menengah berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Magelang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **2.1 Kajian Teori Utama (Grand Theory)**

##### **2.1.1 Teori Produksi**

Teori utama dalam penelitian ini adalah Teori Produksi, untuk memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam, manusia memerlukan barang dan jasa. Suatu kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa disebut dengan produksi. Dimana produksi merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk (keluaran) menurut Joesron (2003) produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Lebih lanjut menurut Putong (2002) mengatakan bahwa produksi atau memproduksi dapat menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula.

Produksi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan manfaat dengan cara mengkombinasikan faktor-faktor produksi kapital, tenaga kerja, teknologi, managerial skill. Produksi atau memproduksi adalah menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila diberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula. Fungsi produksi adalah suatu hubungan teknis antara input dan output. Produksi yang merupakan usaha untuk meningkatkan manfaat dengan cara mengubah bentuk (*form utility*), memindahkan tempat (*place utility*) dan menyimpan (*store utility*) dan hubungan

teknis yang dimaksud bahwa produksi hanya bisa dilakukan dengan faktor produksi yang dimaksud.

## 2.2 Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan kekuatan yang mengerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya.

Definisi industri kreatif berdasarkan *United Kingdom, Department of Culture, Media, and Sport (UK DCMS)* yang mendirikan *Creative Industries Task Force* dalam Departemen Perdagangan (2008:4) adalah:

*“Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”*

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008:4) menggunakan acuan tersebut, sehingga di Indonesia industri kreatif didefinisikan sebagai berikut:

*“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”*

Industri kreatif merupakan suatu konsep ekonomi yang menitikberatkan pada pengoptimalan informasi dan kreativitas mengandalkan gagasan inovasi serta ketersediaan sumber daya sebagai faktor produksi utama menjalankan kegiatan ekonomi. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan proses teknologi

dari tradisional beralih ke proses modern, perubahan penggunaan sumber daya alam beralih ke pemanfaatan sumber daya manusia dan perubahan industri dari manufaktur menjadi jasa berkembang menjadi industri kreatif.

Menurut Departemen Perdagangan RI 2009 industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini akan berfokus untuk memperdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu. Menurut Departemen Perdagangan RI terdapat 14 sub sektor industri kreatif yaitu:

1. Periklanan (*advertising*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu, meliputi proses kreasi, operasi dan distribusi dari periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio) pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan *delivery advertising materials or samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.

2. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi).



### 3. Pasar barang seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film, seni rupa dan lukisan.

### 4. Kerajinan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya, meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca porselen, kain, murmer, tanah liat dan kapur.

### 5. Desain

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

### 6. Fesyen (*fashion*)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya.

### 7. Video, film dan fotograf

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografer, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk didalamnya

penulisan skrip, dubbing film, sinemotografi, sinetron dan pameran atau festival film.

#### 8. Permainan interaktif (game)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran dan edukasi.

#### 9. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

#### 10. Seni pertunjukan (*showbiz*)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan.

#### 11. Penerbitan dan percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham, dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto gravir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

## 12. Layanan komputer dan piranti lunak (*software*)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur peranti lunak, desain prasarana peranti lunak dan peranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

## 13. Televisi dan radio

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, reality show, kuis, infotainment, dan lainnya), penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

## 14. Riset dan pengembangan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar, termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra dan seni, serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

Industri yang merupakan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan proses pengolahan produksi, distribusi dan konsumsi barang dan jasa baik di wilayah lokal maupun internasional, industri kreatif adalah industri yang memiliki keunggulan komparatif yang mengutamakan inovasi potensi lokal agar dapat bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif.

Berdasarkan bahan baku yang digunakan, produk kerajinan dikategorikan menjadi (Departemen Perdagangan, 2008 : 98)

1. Keramik, misalnya tanah liat, *earthen were, pottery, stoneware, porcelain*
2. Logam, misalnya emas, perak, perunggu, besi dan tembaga
3. *Natural fiber*, serat alam seperti bamboo, akar-akaran, rotan
4. Batu-batuan
5. Tekstil seperti *cotton*, sutra, linen
6. Kayu termasuk kertas dan *lacquer ware*

Jenis pekerjaan utama di subsektor industri kerajinan

- 1) Pembatik yaitu profesi yang melakukan pembatikan, baik cap maupun tulis
- 2) Perajut yaitu profesi yang melakukan kegiatan perajutan
- 3) Penyulam/pembordir yaitu profesi yang melakukan aktivitas sulam dan bordir, baik dengan tangan maupun dengan mesin
- 4) Pengrajin, yaitu profesi yang membuat produk kulit seperti jok, dan kerajinan tatah sungging (hiasan, wayang dan kap lampu)
- 5) Pengukir/Pemahat/Pematung yaitu profesi yang melakukan aktivitas mengukir atau memahat atau mematung, baik pada media kayu, batu maupun logam
- 6) Penganyam yaitu profesi yang melakukan aktivitas penganyaman baik rotan, akar, dan serat lainnya.
- 7) Pelukis yaitu profesi yang melakukan aktivitas lukis baik pada media kayu, kertas, maupun kulit

- 8) Pengrajin mebel yaitu profesi yang menghasilkan produk-produk *furniture*, baik dari kayu maupun rotan

## **2.3 Kajian Variabel Penelitian**

### **2.3.1 Keberhasilan Usaha**

Keberhasilan singkatan dari sesuatu yang dibuat atau dijadikan karena usaha melalui pembuatan produk yang mencapai kesuksesan dalam bahasa Inggris disebut *Success*. Keberhasilan Usaha adalah Keberhasilan suatu bisnis untuk mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapat dari wirausaha yang memiliki sifat kreativitas dan mengikuti perkembangan teknologi yang diterapkan secara proaktif, hal ini dapat terlihat dari pengusaha yang keadaan usahanya lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan hal yang lebih daripada yang lainnya. Sedangkan menurut Dwi Riyanti (2003) keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena pengusaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif melalui perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah dan dorongan serta kemampuan.

Suharto (2005) mendefinisikan bahwa keberhasilan usaha adalah mengetahui kinerja perusahaan yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki. Kinerja usaha perlu dihubungkan dengan target perusahaan yang ditentukan oleh manajer atau pemilik usaha. Apapun hasilnya, kinerja usaha merupakan tolok ukur untuk menilai seberapa besar tingkat pencapaian tujuan usaha.

Keberhasilan suatu usaha diidentikan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha

tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan dan kepuasan batin.

Berdasarkan definsi diatas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah sesuatu yang dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin melalui pengetahuan sikap dan keterampilan pengusaha. Keberhasilan usaha identik dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak dapat dilihat hanya dari fisik tetapi dirasakan oleh pengusaha melalui kepuasan batin.

### **2.3.1.1 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha**

Kondisi lingkungan secara tidak langsung memberikan dampak bagi keberhasilan usaha. Dampak yang diberikan bersifat positif maupun negatif, hal ini bergantung dari sudut pandang perusahaan dalam menyikapi masalah yang dhadapi. Situasi ekonomi selalu mengalami perubahan yang ditandai dengan inovasi porduk unggul, perkembangan teknologi, akses dalam pendistribusian bahan baku, serta adanya kebijakan dan peraturan pemerintah yang mengharuskan setiap usaha mampu mengembangkan kemampuan dan potensi yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan guna meningkatkan keberhasilan usaha.

Menurut Luk dalam Suyatno (2010) menyatakan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai dengan inovasi, perilaku mampu mengambil resiko. Keberhasilan usaha diperoleh dari kerja keras, dedikasi dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas, berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil adalah cerminan dari kemampuan usaha yang meliputi pengetahuan, sikap dan keterampilan, pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan

seorang pengusaha. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industry kecil hasil identifikasi Luk dalam Suyatno (2010) pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seorang pengusaha.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin melalui pengetahuan sikap dan keterampilan pengusaha. Keberhasilan usaha identik dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak dapat dilihat hanya dari fisik tetapi dirasakan oleh pengusaha melalui kepuasan batin.

### **2.3.1.2 Indikator keberhasilan Usaha**

Indikator yang digunakan sebagai variabel keberhasilan usaha berdasarkan Maskur (2017) sebagai berikut:

1. Pertumbuhan laba

Meningkatnya laba usaha salah satunya di tandai dengan naiknya jumlah permintaan dari barang yang dihasilkan. Permintaan dan penjualan produk meningkat mempengaruhi pertumbuhan laba dan berdampak bagi keberhasilan usaha yang dijalani.

2. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah besaran kenaikan penjualan yang dicapai perusahaan dari tahun ke tahun.

### 3. Pertumbuhan asset tetap

Kepemilikan asset sebuah perusahaan akan berdampak bagi keberhasilan usaha tersebut. Usaha yang memiliki asset pendukung dalam menghasilkan produk yang lengkap dan canggih akan membantu dalam mengembangkan perusahaan.

#### 2.3.2 Karakteristik Wirausaha

Wirausaha bukanlah hanya seorang pengusaha, melainkan pengusaha yang berhasil dan sukses untuk menciptakan sesuatu yang inovatif, kreatif dan baru dengan kemampuan yang dimilikinya. Wirausaha ditinjau dari etimologi berasal dari kata “Wira” dan “Usaha”, kata Wira berarti teladan atau patut dicontoh, sedangkan kata usaha berarti berkamuan keras memperoleh manfaat. Menurut Tarmudji (2000, hal 4), Wirausaha adalah seseorang yang berkemauan keras dalam bisnis yang patut menjadi teladan hidup, seseorang wirausaha dapat di diskripsikan sebagai orang yang mempunyai dan memakai atribut:

- (1) Wawasan komersial dan kesadaran akan pasar
- (2) Kemampuan untuk bekerja secara tekun dan mandiri
- (3) Pikiran yang inovatif dan kreatif
- (4) Kemampuan untuk manajemen dan mengarahkan perubahan
- (5) Kapasitas mengorganisasi dan keterampilan analitik
- (6) Stamina dan daya tahan
- (7) Kemampuan untuk bergaul yang baik dengan orang dari segala tingkatan

Sedangkan wirausaha menurut Mulyani (2010) adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa wirausaha adalah



orang yang memiliki kemampuan, peluang dan berani mengambil resiko dalam menciptakan sebuah kesempatan bisnis untuk memajukan perekonomian dan mencapai tujuannya.

### **2.3.2.1 Peranan Wirausaha**

Pesatnya persaingan antara pengusaha dalam menghasilkan produk hasil produksi membuat setiap pengusaha harus mampu mengembangkan kemampuannya dalam mengelola usaha yang sedang di tekuninya, dengan bersifat kritis, inovatif dan kreatif. Dalam menjalankan usahanya, wirausaha bukanlah sebuah jabatan melainkan suatu peran dimana wirausaha adalah seorang innovator yang sedang menjalankan usahanya Menurut Suryana (2006) menyatakan bahwa peran wirausaha memiliki pengaruh bagi lingkungan diantaranya sebagai berikut:

- (1) Memperbarui dengan “merusak secara kreatif”
- (2) Sebagai inovator
- (3) Dengan keberaniannya melihat dan mengubah apa yang dianggap mapan, rutin dan memuaskan
- (4) Mengambil dan memperhitungkan resiko
- (5) Menghadirkan hal baru di masyarakat
- (6) Mencari peluang dan memanfaatkannya
- (7) Menciptakan organisasi baru

### **2.3.2.2 Ciri-Ciri Karakteristik Wirausaha**

Karakteristik yaitu sesuatu yang berhubungan dengan sikap, perilaku, watak seseorang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kesuksesan kebahagiaan lahir dan batin. Wirausaha adalah seorang pengusaha yang mampu melihat peluang usaha mencari dana dan sumber daya lainnya yang diperlukan untuk memenuhi peluang tersebut karakteristik usahawan.

Menurut Tarmudji (2000, hal. 21), karakteristik wirausaha memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- (1) Bekerja keras
- (2) Optimis
- (3) Berupaya menghasilkan cara yang terbaik
- (4) Dorongan untuk dapat berprestasi
- (5) Mampu mengorganisasikan
- (6) Bertanggungjawab
- (7) Orientasi pada uang
- (8) Orientasi pada imbalan
- (9) Memperhatikan kualitas

Sedangkan karakteristik wirausaha menurut Geoffrey G. Meredith (1996) dalam Suryana (2006) adalah seorang wirausaha untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usahanya akan melakukan berbagai cara dan usaha untuk mengembangkan usaha yang ditekuninya. Ketekunan, berani mengambil resiko, memanfaatkan peluang dan komitmen yang tinggi akan membantu seorang pengusaha dalam mencapai tujuan organisasinya.

### **2.3.2.3 Indikator karakteristik Wirausaha**

Indikator yang digunakan sebagai variabel karakteristik wirausaha dalam penelitian ini berdasarkan model Geoffrey menurut Suryana (2006) meliputi:

1. Berorientasi pada tugas dan hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan, kerja keras, mempunyai dorongan kuat, serta selalu ingin mencari dan memulai sesuatu.

## 2. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan upaya untuk merealisasikan tujuan organisasi melalui orang lain dengan cara memberikan motivasi agar mau melaksanakannya, dan tujuan di perlukan adanya keseimbangan antar kebutuhan individu dan para pelaksana dengan tujuan perusahaan. Lingkup kepemimpinan tidak terbatas pada permasalahan internal organisasi, melainkan juga mencakup permasalahan eksternal. Dalam kewirausahaan kepemimpinan memiliki sifat: keteladanan, tampil berbeda, berpikir kritis.

## 3. Keberanian mengambil resiko

Keberanian dalam mengambil resiko adalah salah satu nilai utama dalam kewirausahaan, seorang wirausaha yang berani mengambil resiko adalah orang yang selalu ingin menjadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik.

## 4. Keorisinalitas: kreativitas dan inovasi

Seorang wirausaha memiliki watak/sifat yang inovatif, kreatif, dan fleksibel. Artinya seseorang yang mampu mengembangkan suatu objek atau produk yang dihasilkan memiliki perbedaan dan ciri khas tersendiri pada produk yang lain.

## 5. Berorientasi pada masa depan

Wirausaha memiliki pandangan ke masa depan, artinya pengusaha selaly berkarya dna menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada meskipun resiko yang akan terjadi dapat

mengganggu kinerja yang dihasilkan, tetapi akan tetap berjuang untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan peluang yang ada.

### **2.3.3 Minat berwirausaha**

Minat berwirausaha adalah kegiatan, ketertarikan serta ketersediaan untuk bekerja keras atau untuk berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa harus takut akan resiko yang akan di hadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Menurut Slameto (2013) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat berwirausaha dalam merintis usaha, selain itu menurut Crow & Crow (1984) dalam Djamarah (2011), berpendapat bahwa lamanya minat bervariasi, kemampuan dan kemauan dalam menyelesaikan suatu tugas yang diberikan dalam waktu yang ditentukan berbeda-beda baik dari segi umur maupun bagi masing-masing individu.

Dari pendapat ahli diatas, minat berwirausaha berarti rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas dan merasa senang melakukannya. Rasa ketertarikan tersebut bukan karena paksaan tetapi karena keinginan yang tinggi untuk mencapai tujuan. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang ada diluar dirinya. Semakin kuat hubungan tersebut, maka semakin besar minat, hal ini juga didorong dengan memanfaatkan

peluang yang ada guna meningkatkan pemikiran yang kreatif dan inovatif untuk meningkatkan taraf hidup dan berguna bagi masyarakat.

### **2.3.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha**

Minat berwirausaha berkaitan erat dengan keberlangsungan wirausaha, oleh karena itu minat berwirausaha merupakan suatu hal yang sangat menentukan dalam setiap usaha, maka minat berwirausaha perlu ditumbuh kembangkan pada pengusaha. Menurut Nitisusastro (2012) secara singkat menjelaskan bahwa minat berwirausaha yaitu kemauan dan rasa percaya diri, fokus pada sasaran, pekerja keras berani mengambil resiko dan rasa percaya diri, fokus pada sasaran, pekerja keras berani mengambil resiko, bertanggung jawab dan berinovasi. Minat tidak dibawa dari lahir, namun minat tumbuh dan berkembang sesuai faktor yang mempengaruhinya.

Faktor tersebut dibagi menjadi 2 yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Interistik adalah faktor yang timbul karena pengaruh dari dalam diri individu sendiri. Faktor-faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha antara lain:
  - a) Kepercayaan diri
  - b) Motif berprestasi
  - c) Harga diri
  - d) Perasaan senang
2. Faktor Ekstrinsik adalah faktor yang timbul karena rangsangan atau dorongan dari luar individu atau lingkungan. Faktor-faktor ekstrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha antara lain:

- a) Lingkungan keluarga
- b) Lingkungan masyarakat
- c) Peluang
- d) Pendidikan

### **2.3.3.2 Indikator Minat berwirausaha**

Menurut Sutanto (1998), indikator minat berwirausaha ada 4 yaitu: perasaan senang, ketertarikan, keterlibatan dan kesadaran.

- a. Perasaan senang: Seorang wirausaha memiliki rasa senang atau suka terhadap suatu usaha kegiatan usaha, maka pengusaha tersebut akan mempelajari usaha tersebut tanpa adanya keterpaksaan serta memiliki motivasi untuk terus berwirausaha.
- b. Ketertarikan: Berhubungan dengan daya gerak dan mendorong untuk cenderung merasa tertarik untuk berwirausaha atau bisa berupa pengalaman efektif , biasana pengusaha tertarik untuk melakukan kegiatan usaha karena adanya pengalaman dan hobi.
- c. Keterlibatan: Suatu usaha untuk mengerjakan kegiatan usaha dan mampu memahami hal yang berkaitan dengan kegiatan berwirausaha dan berkeinginan untuk berwirausaha. .

### **2.3.4 Jaringan bisnis**

Memiliki jaringan bisnis yang sangat luas adalah hal penting untuk membantu meraih target-target besar yang ditentukan di masa depan, tanpa adanya jaringan maka sulit untuk meraih suatu keberhasilan usaha karena beberapa orang dalam jaringan suatu usaha akan mendatangkan keuntungan. Keberhasilan suatu usaha didapat dari jaringan yang memainkan peran yang

sangat signifikan dalam kemajuan usaha, dengan kata lain jaringan bisnis adalah proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pengusaha lain dan klien potensial dan/atau pelanggan.

Jaringan bisnis yang biasa disingkat menjadi jaringan merupakan sesuatu yang efektif dimana merupakan pendekatan pemasaran yang murah untuk mengembangkan peluang penjualan. Jaringan bisnis biasanya melalui kenalan atau kontak atau dilakukan dengan tatap muka atau interaksi langsung melalui pertemuan, event, perkumpulan dan terkadang bisa melalui telepon, email, sosial media yang bisa digunakan untuk mengembangkan jaringan bisnis secara online.

#### **2.3.4.1 Jenis-jenis jaringan bisnis**

Seorang wirausaha tidak dapat hidup sendiri dalam menjalankan usahanya, namun ada keterkaitan dengan pihak luar baik sebagai pemasok, pelanggan maupun pedangang perantara. Oleh karena itu diperlukan jaringan bisnis usaha agar dapat menjalankan bisnis usaha secara berkelanjutan. Menurut Suryana (2003) mengatakan bahwa terdapat berbagai jenis jaringan bisnis usaha dalam mengembangkan usaha, antara lain :

1. Jaringan produksi, yaitu menghubungkan keahlian khusus masing-masing usaha membentuk produk baru, peralatan, sistem produksi dan membuat produk unggul yang berdaya saing
2. Jaringan pemasaran, bekerja sama untuk memperkuat posisi tawar-menawar dengan pemberli dan memenangi persaingan pemasaran.

3. Jaringan pelayanan, kelompok usaha bergabung dalam pembiayaan untuk jasa tertentu: pelatihan, informasi, teknologi, manajemen konsultasi atau jasa konsultasi ahli, misalnya pelatihan bersama.
4. Jaringan kerjasama, kerjasama pembelian, peningkatan tenaga kerja, pengembangan produk dan kerjasama produk, kerjasama penjualan dan pemasaran.
5. Memecahkan tantangan dengan jaringan bisnis,
6. Jaringan antarkelompok usaha, Swasta, dan BUMN

Dengan dukungan informasi yang tepat, cepat dan akurat, akan sangat membantu dalam mengembangkan usaha, misalnya kontrol kualitas dan koordinasi produksi perlu didukung dengan sistem informasi. Melihat potensi usaha yang sedang dijalankan perlu didukung dengan sistem informasi melalui pengembangan jaringan bisnis usaha. Menurut Suryana (2006), seorang wirausaha tidak dapat menghindari adanya perubahan yang terjadi, tetapi dituntut untuk siap menghindari perubahan. Wirausaha dituntut untuk *merespons* dan beradaptasi pada lingkungan ekonomi, teknologi, dan informasi yang terus berubah, sehingga wirausaha tidak tertinggal dalam memanfaatkan peluang ekonomi yang ada.

#### **2.3.4.2 Indikator Jaringan bisnis**

Menurut Nursalina (2018) indikator pengukuran jaringan bisnis usaha dalam melakukan pengukuran terhadap keberhasilan usaha terdapat 3 indikator yaitu :



1. Kerjasama antar Kelompok usaha/komunitas

Seorang wirausaha menjalin kerjasama antar kelompok usaha/komunitas, hal ini dilakukan karena upaya untuk membangun sebuah kapasitas komunitas seringkali hanya terfokus pada infrastruktur sebuah organisasi dari suatu komunitas. Dengan cara menjalin kerjasama ini dapat digunakan untuk mendukung hubungan antar organisasi yang digunakan untuk memecahkan masalah, alokasi sumber daya dan hubungan sumber daya di dalam komunitas.

2. Kerjasama dengan pemerintah

Pengusaha yang menjalin kerjasama dengan pemerintah dapat membantu pengusaha untuk mengembangkan usahanya, pemerintah yang dapat membantu masalah finansial, selain itu sebagai penjemputan informasi dan sumber daya di dalam dan juga diluar lingkaran komunitas.

3. Tempat/wadah jaringan bisnis

Pengusaha yang menjalin kerjasama bisnis membutuhkan tempat atau wadah jaringan bisnis untuk memperluas penjualan produknya, hal ini dilakukan agar permintaan hasil produksi dapat meningkatkan dan menimbulkan kemauan konsumen untuk membeli produk hasil produksi karna pengetahuan konsumen akan produk yang dibelinya sudah dipahami.

### **2.3.5 Promosi**

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu produk baik barang dan jasa, merk dagang atau perusahaan dan lain

sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemesanan dan permintaan produk yang dapat meningkatkan penjualan. Menurut Tedjakusuma (2001), promosi merupakan sebuah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, juga sebagai strategi untuk mengajak konsumen melakukan transaksi atau pembelian produk, dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan menjadikannya sebuah alat untuk mempengaruhi dalam kegiatan pembelian konsumen sesuai keinginan dan kebutuhannya.

#### **2.3.5.1 Bauran Promosi (Promotion Mix)**

Bauran promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dapat dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Menurut Basu Swastha (1999) bauran promosi adalah bauran *personal selling* dan alat promosi lainnya yang direncanakan untuk mencapai program penjualan. Bauran promosi terdiri dari:

1. Periklanan (*advertising*) yaitu segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang dan jasa.
2. Penjualan personal (*personal selling*) yaitu persentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam bentuk mengsucceskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa

4. Hubungan masyarakat (*public relation*) yaitu membangun hubungan baik dengan public terkait untuk memperoleh dukungan, membangun citra perusahaan yang baik dan menangani atau menyingkirkan hal-hal yang merugikan perusahaan.
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*) yaitu komunikasi langsung dengan sejumlah konsumen untuk memperoleh tanggapan langsung mengenai produk atau barang dan jasa.

#### **2.3.5.2 Fungsi dan Tujuan Promosi**

##### **2.3.5.2 Fungsi Promosi**

Menurut Terence (2007) promosi memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut:

1. *Informing* (memberikan informasi), promosi membuat konsumen sadar akan produk- produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan pesan informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan dengan mengajarkan manfaat- manfaat baru dari merek yang telah ada.
2. *Reminding* (mengingat), iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang di iklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh di demonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang di akhir- akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut- atribut yang menguntungkan.

3. *Adding Value* (Menambah nilai), terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa membeli nilai tambah bagi penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan, kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi dan bisa lebih unggul.

#### **2.3.5.2 Tujuan Promosi**

Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002) tujuan promosi adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan informasi merupakan tujuan promosi yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan memberikan informasi untuk calon pembeli tentang produk atau jasa yang dipasarkan
2. Mendiferensikan sebuah produk adalah sebuah tujuan dari promosi ini adalah jasa perusahaan dengan produk atau jasa pesaing. Dengan jasa mengaplikasikan konsep yang disebut positioning. Pemasar berupaya meraih tempat didalam benak konsumen, maksudnya yaitu mengkomunikasikan perbedaan- perbedaan signifikan mengenai atribut, harga, kualitas, atau manfaat dari produk atau jasa konsumen.
3. Menaikan penjualan adalah tujuan paling umum dari strategi promosi. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, beberapa strategi berkonsentrasi pada merangsang permintaan primer walaupun sebagian menstabilkan penjualan.

4. Menstabilkan penjualan adalah tujuan lain dari promosi, perusahaan biasanya mempromosikan konten penjualan selama periode penurunan penjualan, dan memotivasi tenaga penjualan dengan menawarkan hadiah-hadiah seperti liburan, televisi, dan beasiswa kepada mereka yang meraih target tertentu.
5. Menonjolkan nilai produk melalui sejumlah promosi diajukan untuk menonjolkan nilai produk dengan menjelaskan manfaat-manfaat kepemilikan dari produk yang kurang dikenal pembeli.

#### **2.3.5.3 Indikator Promosi**

Promosi penjualan yang merupakan keinginan menawarkan produk hasil produksi dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan konsumen melakukan transaksi. Menurut Kotler (2012) indikator-indikator promosi diantaranya adalah:

1. Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan
2. Ketetapan dan kesesuaian sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan
3. Frekuensi promosi adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.

#### **2.3.6 Dukungan Pemerintah**

Perkembangan IKM tidak lepas dari adanya dukungan dari berbagai pihak, salah satunya adalah dukungan dari pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dukungan berupa program/kebijakan yang dikeluarkan akan

memberikan dampak bagi perkembangan IKM dalam meningkatkan potensi serta meningkatkan keberhasilan usaha.

Dukungan yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan keberhasilan usaha melalui pengembangan usaha sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 diantaranya: fasilitas pengembangan usaha dalam bidang produksi dan pengelolaan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi. Pemerintah dan Pemerintah Daerah memprioritaskan pengembangan melalui :

- 1) Pemberian kesempatan untuk ikut serta dalam pengadaan barang dan jasa Pemerintah dan Pemerintah Daerah
- 2) Pencadangan usaha melalui pembatasan bagi Usaha Besar
- 3) Kemudahan perizinan
- 4) Penyediaan pembiayaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- 5) Fasilitas teknologi dan informasi

#### **2.3.6.1 Program Penunjang Usaha Kecil dari Pemerintah**

Program penunjang pemerintah bagi usaha kecil dapat dilakukan melalui berbagai departemen, seperti Departemen Tenaga Kerja, Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, Departemen Perdagangan maupun Departemen Perindustrian. Menurut Subanar (2001) pola kebijaksanaan dan pengembangan industry/usaha kecil yang dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut:

- (1) Sistem keterkaitan Bapak Angkat – Mitra Usaha
- (2) Penjualan saham perusahaan besar yang sehat kepada koperasi

- (3) Mewajibkan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyisihkan dana pembinaan sebesar 1%-5% dari keuntungan bersih
- (4) Menugaskan lembaga perbankan untuk mengalokasikan dana kredit untuk usaha kecil dan koperasi sebanyak 20% dan portopolio kredit yang disalurkan (KUK)
- (5) Persediaan Kredit Likuiditas dari Bank Indonesia ke bank-bank untuk membiayai sebagai besar dari kebutuhan dana kredit untuk anggota Koperasi Primer.

Berdasarkan hal tersebut maka kebijakan yang dilakukan pemerintah untuk pengembangan usaha kecil lebih mengarah pada aspek keuangan yang meliputi bantuan dalam bentuk permodalan serta kemitraan.

#### **2.3.6.2 Indikator Dukungan Pemerintah**

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel dukungan pemerintah berdasarkan Trimurti (2014) adalah :

1. Program bantuan akses pasar

Tujuan dari program bantuan website pemerintah ini adalah dengan memfasilitasi pengusaha untuk memperkenalkan produknya secara lebih luas dan tepat sasaran. Akses pasar penting bagi pengusaha dalam memasarkan produk yang dihasilkan, dukungan yang tepat diberikan pemerintah dalam bantuan akses pasar meliputi penyedia lembaga pemasaran, mempermudah izin ekspor, serta dapat mempermudah akses bagi pengusaha untuk mempromosikan hasil produksinya.

## 2. Pemberian bantuan pameran

Memfasilitasi keikutsertaan pelaku usaha dalam memamerkan hasil produksinya baik dalam maupun luar negeri. Selain itu dapat memberikan pelatihan promosi kepada pengusaha untuk mengembangkan usahanya, dengan memberikan edukasi atau gambaran tentang pentingnya promosi sebagai wadah pengenalan produk hasil produksi ke konsumen.

## 3. Program pelatihan dan bimbingan

Tujuan dari program pelatihan dan bimbingan adalah membekali pengusaha dalam mengembangkan usaha yang sedang dijalankan. Pelatihan dan bimbingan yang diberikan dapat berupa pelatihan pengembangan teknologi dan desai, bimbingan pengembangan usaha serta meningkatkan mutu produk.

### 2.4 Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya :

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

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nursalina (2018)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar	<b>Variabel dependen :</b> 1. Minat berwirausaha, 2. Jaringan, 3. Merek, 4. Promosi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien minat berwirausaha dengan nilai koefisiennya 0,075, jaringan dengan nilai koefisiennya 0,110, merek dengan nilai koefisiennya, dan promosi dengan nilai koefisiennya 0,211 dengan menggunakan taraf signifikan



			<b>Variabel Independen:</b> Keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif	0,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3.890 dengan demikian F hitung > F tabel dengan tingkat signifikan yang diperoleh 0,006
2	Devi Ratna Ningsih (2018)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Bisnis Industri Kecil dan Menengah (IKM) Tenun Ikat di Kabupaten Jepara	<b>Variabel dependen:</b> 1. Bahan baku, 2. Tenaga kerja 3. Modal usaha, 4. Karakteristik wirausaha, 5. Dukungan pemerintah  <b>Variabel independen:</b> Kinerja Bisnis IKM	Hasil penelitian diperoleh analisis deskriptif kinerja bisnis dalam kategori baik, bahan baku kategori terjangkau, tenaga kerja kategori cukup kompeten, modal usaha kategori mudah, karakteristik wirausaha kategori baik dan dukungan pemerintah kategori kurang berperan. Hasil uji hipotesis diperoleh ada pengaruh bahan baku terhadap kinerja bisnis, ada pengaruh tenaga kerja terhadap kinerja bisnis, ada pengaruh modal usaha terhadap kinerja bisnis, ada pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja bisnis, ada pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis. Simpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh bahan baku, tenaga kerja, modal usaha, karakteristik wirausaha dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis IKM tenun ikat.
3	Juwita Yuniangsih (2018)	Analisis Implementasi Sistem Informasi Harga dan Produksi Komoditi (SiHaTi) Pada Petani Cabai Rawit di Kabupaten Temanggung	<b>Variabel dependen:</b> 1. SiHaTi, <i>Usefulness of</i> , 2. SiHaTi <i>Ease of Use</i> , 3. SiHaTi, <i>Behavioral Intention to Use</i>  <b>Variabel independen:</b> <i>Actual Use of</i>	Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan <i>Usefulness of SiHaTi</i> dan <i>Ease of Use SiHaTi</i> terhadap <i>Behavioral Intention to Use SiHaTi</i> , <i>Behavioral Intention to Use SiHaTi</i> dan <i>Usefulness of SiHaTi</i> terhadap <i>Actual Use of SiHaTi</i> . Lebih lanjut, terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan <i>Usefulness of SiHaTi</i> terhadap <i>Actual Use of SiHaTi</i> melalui <i>Behavioral Intention to</i>

			SiHaTi	<i>Use</i> SiHaTi sebagai variabel <i>intervening</i> . Selain itu, diperoleh bahwa tidak ada pengaruh langsung <i>Ease of Use</i> SiHaTi terhadap <i>Actual Use of</i> SiHaTi dan tidak ada pengaruh tidak langsung <i>Ease of Use</i> SiHaTi terhadap <i>Actual Use of</i> SiHaTi melalui <i>Behavioral Intention to Use</i> SiHaTi sebagai variabel <i>intervening</i> .
4	Rizki Pamungkas (2014)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Usaha Waralaba Kuliner Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang)	<p><b>Variabel dependen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karakteristik usaha,</li> <li>2. Lokasi usaha,</li> <li>3. Karakteristik wirausaha</li> </ol> <p><b>Variabel independen:</b> Keberhasilan usaha</p>	Hasil penelitian berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Hasil analisis selanjutnya membuktikan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini, variabel karakteristik usaha menunjukkan hasil paling dominan dalam pengaruh keberhasilan usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,362 di ikuti dengan variabel lokasi usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,336 dan variabel karakteristik wirausaha dengan koefisien regresi sebesar 0,296. Hasil penelitian tersebut bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha melalui uji F dan uji T
5	Lies Indriyatni (2013)	Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus pada	<p><b>Variabel dependen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal Kerja (X1)</li> <li>2. Kemampuan / skill (X2),</li> <li>3. Lokasi Usaha</li> </ol>	Faktor Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan tingkat pengaruh sebesar 0,230. Faktor Kemampuan/Skill berpengaruh

		Usaha Kecil di Semarang Barat)	(X3),  <b>Variabel independen:</b> Keberhasilan Usaha	positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,015 dan tingkat pengaruh sebesar 0,206. Faktor Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 dan tingkat pengaruh sebesar 0,240 .Secara simultan ketiga faktor tersebut juga terbukti berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat dengan tingkat adjusted R2 sebesar 0,348 atau 34,8 %
6	Krisdanti dan Rodhiyah (2015)	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM pada sektor Industri Pengolahan makanan di Semarang	<b>Variabel dependen:</b>  1. Karakteristik UKM (X1) , 2. Karakteristik entrepreneur (X2), 3. Psikologi entrepreneur (X3), 4. SDM (X4)  <b>Variabel independen:</b> Kinerja UKM	Hasil penelitian yang menggunakan program SPSS 17.0 <i>for windows</i> menunjukkan bahwa karakteristik UKM, karakteristik entrepreneur, psikologi entrepreneur, dan SDM memiliki tingkat hubungan yang sedang dan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM, namun hanya dua yang signifikan yaitu karakteristik UKM dan SDM, sedangkan kreativitas dan inovasi tidak berpengaruh pada kinerja UKM
7	Tri Cahyani Pangesti Leres (2018)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat berwirausaha terhadap Motivasi untuk menjadi Young Entrepreneur	<b>Variabel dependen:</b>  1. Pengetahuan Kewirausahaan, 2. Minat Berwirausaha  <b>Variabel</b>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi untuk menjadi young entrepreneur dan telah memenuhi kriteria pengujian yang digunakan sedangkan minat berwirausaha tidak berpengaruh terhadap

		pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	<b>independen:</b> Motivasi untuk menjadi Young Entrepreneur	motivasi untuk menjadi young entrepreneur
8	Afian Samir dan Dwi Larso (2011)	Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung	<b>Variabel dependen:</b> 1. Model Psikologis Entrepreneur 2. Manajemen Sumber Daya Manusia , 3. Inovasi, Karakter entrepreneur, 4. Karakter UKM catering  <b>Variabel independen:</b> Kinerja UKM catering	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM Catering di Kota Bandung meliputi model psikologis entrepreneur dan manajemen sumber daya manusia. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel model psikologiserupakan variabel yang berpengaruh terhadap kinerja UKM catering di Kota Bandung.
9	Finayatu n (2016)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Jepara	<b>Variabel dependen:</b> <b>a. Faktor manajemen</b> 1. Karakteristik wirausaha, 2. kemampuan manajemen, 3. modal, 4. tenaga kerja, 5. lama jam kerja, 6. lokasi usaha, 7. produksi, <b>b. Faktor pendukung</b> 8. kemitraan, 9. pemasaran, 10. dukungan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu faktor pendukung dan faktor manajemen. Faktor pendukung memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 34,9%, sedangkan faktor manajemen usaha memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 60,2%

			pemerintah	
			<b>Variabel independen:</b> Keberhasilan usaha	

Kutipan jurnal dan penelitian terdahulu berguna sebagai acuan dan referensi bagi penelitian terbaru mengenai Faktor-Faktor yang mempengaruhi keberhasilan industri kecil dan menengah berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang. Penelitian mengenai industri kecil dan menengah berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor keberhasilan industri kecil dan menengah di Kabupaten Magelang. Metode analisis data menggunakan PLS dengan *software* WarpPLS 6.0 dengan model pengukuran reflektif untuk masing-masing variabel laten penelitian.

#### **2.4.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

a) Persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti keberhasilan Industri Kecil dan Menengah. Selain itu sumber data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan dokumentasi.

b) Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan Penelitian yang akan dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah Komoditi Kerajinan di Kabupaten Magelang, memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian Nursalina (2018) dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi

Kreatif di Kota Makassar, pada penelitian Nursalina, meneliti terkait Usaha Mikro Kecil berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar, sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang Industri Kecil yang menghasilkan komoditi kerajinan di Kabupaten Magelang serta alat analisis yang digunakan penelitian sebelumnya dengan peneliti sekarang berbeda.

2. Penelitian Devi Ratna Ningsih (2018) dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Bisnis Industri Kecil dan Menengah (IKM) Tenun Ikat di Kabupaten Jepara, pada penelitian Devi Ratna Ningsih hanya terfokus pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang menghasilkan tenun ikat di Kabupaten Jepara, sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang Industri Kecil yang menghasilkan komoditi kerajinan di Kabupaten Magelang, dengan metode analisis data yang digunakan peneliti sekarang dengan peneliti sebelumnya jelas berbeda.
3. Juwita Yuniangsih (2018) dengan judul penelitian Analisis Implementasi Sistem Informasi Harga dan Produksi Komoditi (SiHaTi) Pada Petani Cabai Rawit di Kabupaten Temanggung, pada penelitian Juwita jelas terlihat perbedaan dimana penelitian ini meneliti bagaimana sistem informasi harga dan produksi komoditi, dengan menggunakan SEM-PLS, namun pada penelitian sekarang lebih terfokus pada apa saja faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha pada industri kecil berbasis kerajinan di kabupaten magelang, tempat atau studi kasus pada penelitian sebelumnya jelas berbeda.

4. Rizki Pamungkas (2014) dengan judul penelitian Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Usaha Waralaba Kuliner Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang), pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel penelitian untuk mengukur keberhasilan usaha adalah variabel karakteristik usaha, lokasi usaha dan karakteristik wirausaha, dan hanya terfokus pada usaha waralaba di Kota Semarang, sedangkan pada penelitian sekarang variabel yang digunakan peneliti untuk mengukur keberhasilan usaha adalah karakteristik wirausaha, minat berwirausaha, jaringan bisnis, promosi dan dukungan pemerintah, dengan fokus penelitian pada Industri kecil yang menghasilkan komoditi kerajinan di Kabupaten Magelang.
5. Lies Indriyatni (2013) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus pada Usaha Kecil di Semarang Barat) pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel independen Modal kerja, Kemampuan/skill, lokasi usaha, dan variabel dependen dalam penelitian ini keberhasilan usaha, dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel modal kerja, kemampuan/skill dan lokasi usaha, ketiga variabel secara simultan terbukti berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat dengan tingkat adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,348 atau 34,8%.

6. Krisdanti dan Rodhiyah (2015) dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja UKM pada sektor Industri Pengolahan Makanan di Kota Semarang, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik UKM, karakteristik entrepreneur, psikologi entrepreneur, SDM, dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja UKM. Dalam penelitian tersebut, dari keempat variabel hanya ada dua yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu karakteristik UKM dan SDM, sedangkan kreativitas dan inovasi tidak berpengaruh pada kinerja UKM.
7. Tri Cahyani Pangesti Leres (2018) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat berwirausaha terhadap Motivasi untuk menjadi Young Entrepreneur pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Motivasi untuk menjadi Young Entrepreneur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi untuk menjadi young entrepreneur dan telah memenuhi kriteria pengujian yang digunakan sedangkan minat berwirausaha tidak berpengaruh terhadap motivasi untuk menjadi young entrepreneur.
8. Afian Samir dan Dwi Larso (2011) dengan penelitian yang berjudul Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Psikologis Entrepreneur, Manajemen Sumber Daya Manusia, Inovasi,



Karakter entrepreneur, Karakter UKM catering dan variabel dependen adalah Kinerja UKM Catering. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM Catering di Kota Bandung meliputi model psikologis entrepreneur dan manajemen sumber daya manusia. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel model psikologis merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kinerja UKM catering di Kota Bandung.

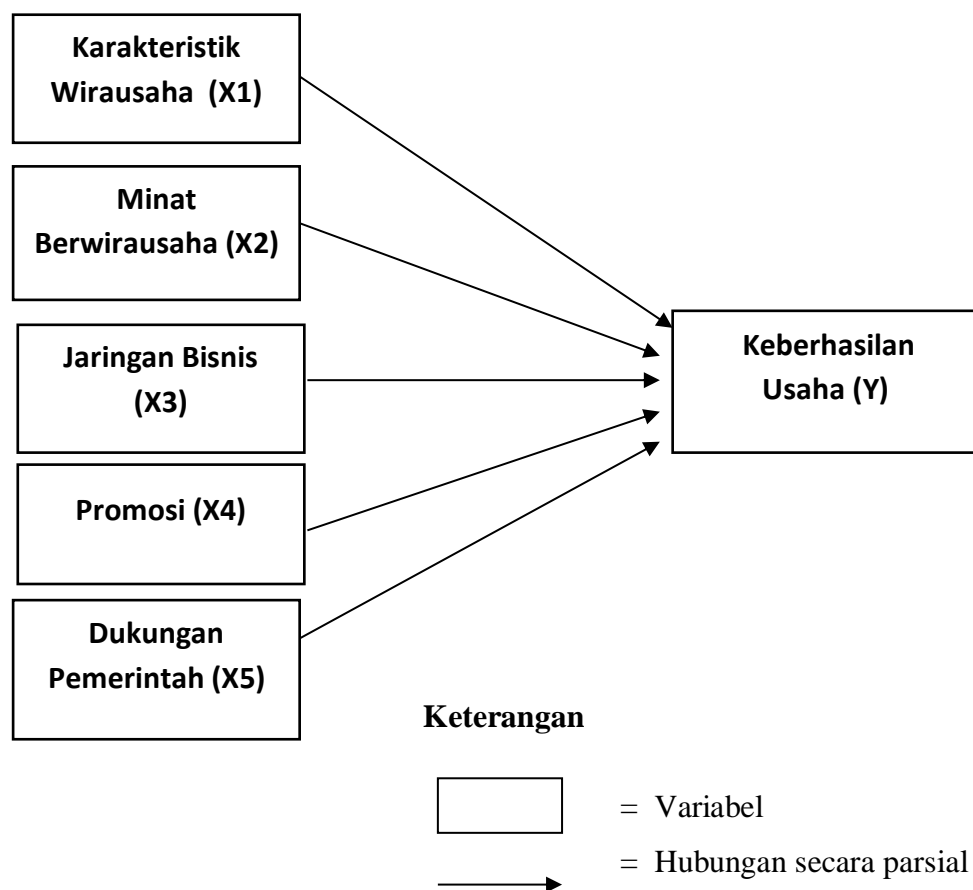
9. Finayatun (2016) dengan penelitian yang berjudul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Jepara. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Karakteristik wirausaha, kemampuan manajemen, modal, tenaga kerja, lama jam kerja, lokasi usaha, produksi, kemitraan, pemasaran, dukungan pemerintah dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha. Hasil dari penelitian ini terdapat dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu faktor pendukung dan faktor manajemen. Faktor pendukung memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 34,9%, sedangkan faktor manajemen usaha memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 60,2%.

## **2.5 Kerangka Berpikir**

Industri Kecil dan Menengah merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sifatnya yang padat karya bukan padat modal yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, peran inilah yang dapat mendorong Industri Kecil dan Menengah dalam

meningkatkan perekonomian dalam masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah, sampai pada tahun 2018, PDRB atas dasar harga konstan menunjukkan bahwa pertumbuhan industri pengolahan di Provinsi Jawa Tengah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya secara signifikan, kemudian pada tahun 2016 didukung dengan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif yang memutuskan bahwa bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang ekonomi yang perlu didorong, diperkuat, dan dipromosikan sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, berlandaskan peraturan pemerintah tersebut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) menunjuk empat daerah kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah sebagai daerah yang berpotensi mengembangkan industrinya berbasis kearifan local. Dari ke-empat daerah tersebut, ternyata dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah pada data IKM, sampai pada tahun 2017, kabupaten Magelang lebih unggul dibandingkan daerah lain, keunggulan tersebut dapat dilihat dari data sampai pada tahun 2017 pertumbuhan industri kecil dan menengah di kabupaten Magelang lebih tinggi jumlah usahanya dibandingkan daerah lain yaitu sebesar 39.745 usaha, seharusnya kontribusi terhadap PDRB nya tinggi hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 4/Per/M.KUKM/III/2015 tentang kebijakan UKM dalam kontribusinya terhadap PDRB, namun dilihat dari data laju pertumbuhan PDRB sampai pada tahun 2018 menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDRB di kabupaten Magelang masih relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lain di Provinsi Jawa Tengah

Untuk mengetahui Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah yang menghasilkan komoditi kerajinan di Kabupaten Magelang. Keberhasilan usaha merupakan variabel yang dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian ini, terdapat kelima variabel yang termasuk dalam variabel dependen, dimana dari kelima variabel tersebut diukur melalui indikator-indikator, karena penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS), maka variabel yang diukur melalui indikator dalam metode PLS mengembangkan model Reflektif, seperti dibawah ini:



**Gambar : 2.1 Kerangka Berpikir**

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2009), merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Hipotesis penelitian harus tercipta dari proses kerangka berfikir yang logis berdasarkan kajian teori yang sesuai dan relevan, kajian penelitian terdahulu, dan juga proses pertimbangan peneliti yang mendalam.

Penelitian ini menggunakan 5 variabel laten yaitu karakteristik wirausaha, minat berwirausaha, jaringan bisnis, promosi dan dukungan pemerintah, dimana variabel ini digunakan untuk mengukur suatu keberhasilan usaha. Masing-masing dari variabel laten tersebut direfleksikan melalui beberapa indikator. sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- 1) H<sub>1</sub>: Ada pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang
- 2) H<sub>2</sub>: Ada pengaruh minat berwirausaha terhadap keberhasilan IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang
- 3) H<sub>3</sub>: Ada pengaruh jaringan bisnis terhadap keberhasilan IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang
- 4) H<sub>4</sub>: Ada pengaruh promosi terhadap keberhasilan IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang
- 5) H<sub>5</sub>: Ada pengaruh dukungan pemerintah terhadap keberhasilan IKM berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan dalam pembahasan, dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

- 1) Karakteristik wirausaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.
- 2) Minat berwirausaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.
- 3) Jaringan bisnis berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.
- 4) Promosi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.
- 5) Dukungan Pemerintah berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) berbasis industri kreatif di Kabupaten Magelang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha harus mampu meningkatkan keberaniannya dalam mengambil resiko dan meningkatkan kemampuan dalam menciptakan hal yang menarik dan kreatif, selain itu Pemerintah perlu menambahkan sekolah kejuruan khusus Kewirausahaan agar dapat meningkatkan jiwa entrepreneur.

2. Pengusaha mampu menjadi lulusan yang kreatif, inovatif dan mandiri serta memiliki minat berwirausaha untuk menghasilkan pengusaha yang berkualitas dalam bidangnya sehingga dapat dijadikan sebagai sumber daya mencari peluang untuk sukses.

3. Diharapkan pengusaha mampu meningkatkan kinerja pemasaran melalui jaringan bisnis dengan terus menjaga keharmonisan dan keeratan antar jaringan usaha lainnya, karena suatu kerja sama juga dapat memberikan modal besar dalam keberlangsungan usaha itu sendiri, selain itu Pemerintah perlu meningkatkan program pemerintah yang bertujuan untuk membantu mempromosikan dan menyambung jaringan pemasaran hasil produksi.

4. Bagi pengusaha harus mampu meningkatkan kualitas promosinya dengan memanfaatkan media promosi saat ini, yang bertujuan untuk memperoleh perhatian dan menyakinkan calon konsumen. Selain itu Pemerintah perlu memperluas pengetahuan pengusaha mengenai Website SIDAK IKM yang merupakan inovasi untuk menyajikan basis data IKM dan media promosi yang

dapat berguna bagi peningkatan penjualan produk dengan memanfaatkan media informasi saat ini.

5. Pemerintah perlu meningkatkan pendekatan melalui program-program yang sudah ada melalui sosialisasi atau pengenalan program secara langsung kepada pengusaha, sehingga pengusaha dapat mengetahui program-program pemerintah yang dapat menguntungkan pengusaha, sehingga pengusaha bisa lebih berpartisipasi aktif dalam program-program pemerintah untuk mencapai keberhasilan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. d. (2015). *Partial Least Square (PLS)- Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* . Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET .
- Alfian Samir, D. L. (2011). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung . *Jurnal Manajemen Teknologi* , Vol.10 no.2.
- Anwar, S. (1997). *Metodelogi Penelitian* . Yogyakarta : Pusaka Pelajar .
- Benedicta Prihatin Dwi, R. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Boone, L. E. (2002). *Pengantar Bisnis Jilid ke-1 Terjemahan Anwar Fadriansyah*. Jakarta: Penerbit Erlangga .
- Craven, D. W. (2007). *Strategic Marketing, Sixth Edition*. Irwin McGraw Hill.
- Djamarah, S. B. (2011). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. L. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Jerry Fitzgerald, E. A. (1981 ). *Fundamentals Of System Analysis*,. Edisi Kedua. New York: Jhon Willey & Sons.
- Jogiyanto, H. M. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas* . Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, P. d. (2012). *Marketing Management* . Edisi 14: Pearson Education, Prentice-Hall.
- Kuncoro, M. (2002). *Usaha Kecil di Indonesia : Teori, Masalah, dan Kebijakan* . Yogyakarta: UMP KMP YPPM .
- Leres, T. C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Terhadap Motivasi untuk menjadi Young Entrepreneur pada



mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang . *Journal Economic and business* .

Lestari, S. (2010). *Perkembangan dan Strategi Pengembangan Pembiayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM: 11 hal.

Magelang, Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten. (2017). *Data Populasi Industri Kecil dan Menengah Kabupaten Magelang*. Magelang: Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja.

Mulyani, E. (2010). *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan* . Jakarta : Pusat Kurikulum.

Ningsih, D. R. (2019). Determinan Kinerja Bisnis Industri Kecil dan Menengah (IKM) Tenun Ikat di Kabupaten Jepara . *Economic Education Analysis Journal* , 238.

Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial* . Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Nu'man, H. ( 2005). Kebijakan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah sebagai upaya untuk Menghadapi era Perdagangan bebas (studi model Konseptual dalam pengembangan IKM). Volume XXI No.3.

Nursalina. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.

Pamungkas, R. (2014). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang usaha Waralaba (studi aksus pada Usaha Waralaba Kuliner Makanan dan Minuman lokal di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* , volume 3, Nomor 1.

*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. (2008). Departemen Perdagangan Republik Indonesia : Depdag RI .

Porter, M. E. (2008). *Strategi Bersaing (Cooperative Strategi)*. Tangerang: Karisma Publishing Grup.

Pranoto Utomo, H. S. (2017). Pengaruh Jaringan Bisnis, Teknologi Produksi dan Penjaminan Mutu terhadap Kinerja Pemasaran (studi kasus pada IKM gitar di Kecamatan Baki, kabupaten Sukoharjo . *Jurnal Universitas Diponegoro* .

- Sahabuddin, R. (2015). *Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Perspektif Kewirausahaan*. Makassar: Carabaca.
- Sanusi, A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, N. M. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*, Volume 12 No.1 Bogor:IPB.
- Sarwoko, E. (2008). Kajian Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Small Business. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi - Universitas Kanjuruhan Malang*, Modernisasi,4 (3).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Simatupang, T. M. (1995). *Teori Sistem: Suatu perspektif Teknik Industri*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Solimun. (Edisi II, 2017). *Metode Statistika Multivariat Permodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: Penerbit UB Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan, Edisi III*. Jakarta : Salemba Empat.
- Tedjakusuma, R. S. (2001). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*, Vol.2 No.3 Halaman 12.
- Terence, A. S. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu) Jilid I Edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Trimurti, C. (2014). *Peran Pemerintah dalam Kemajuan UMKM di Indonesia*. Universitas Udayana Pura Bali.
- Winkel, W. (2004). *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Grasindo.
- Zulkifli. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruh Keberhasilan dan Kegagalan Seorang Wirausaha Dihubungkan dengan Pemilihan Bidang Usaha. *Jurnal Ekonomi*