



**PENGARUH PEMBIAYAAN, PASAR DAN
SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA
USAHA IKM BATIK DI SENTRA USAHA BATIK
KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

Zulfa Maisarah

NIM 7101415313

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

skripsi pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 23 Juli 2019

Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing



Ahmad Nurkhin S.Pd., M.Si
NIP. 198201302009121005

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters.

Khasan Setiaji S.Pd., M.Pd
NIP. 198504022014041002

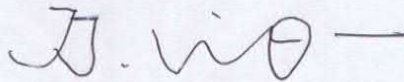
PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Rabu

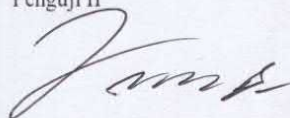
Tanggal : 14 Agustus 2019

Penguji I



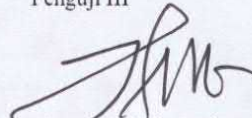
Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd
NIP. 196701061991031003

Penguji II



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd
NIP. 198005182015042001

Penguji III



Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd
NIP. 198504022014041002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



UNNES
FAKULTAS EKONOMI

Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulfa Maisarah

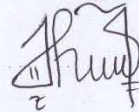
NIM : 7101415313

Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 20 Mei 1997

Alamat : Cagawen Selatan gang cempaka 5 Kedungwuni,
Pekalongan

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

Semarang, 26 Juni 2019



Zulfa Maisarah
NIM. 7101415313

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Kegagalan hanya terjadi apabila kita menyerah (Lessing)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S. Al-Insyirah : 6)

Persembahan

1. Kedua orang tuaku tersayang
Bapak Mutrofin dan Ibu
Uswatun Khasanah serta
segenap keluarga besar yang
selalu memberikan doa dan
motivasi.
2. Almameterku tercinta yaitu
Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini dan dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Ahmad Nurkhin S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Khasan Setiaji S.Pd., M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta kepercayaan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd, dosen penguji I yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan dalam ujian skripsi.
6. Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd., dosen penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan dalam ujian skripsi

7. Seluruh staf Tata Usaha baik di tingkat Jurusan maupun Fakultas yang telah membantu seluruh administrasi selama penelitian.
8. Kedua Orang tua saya, Bapak Mutrofin dan Ibu Uswatun Khasanah serta saudara-saudara saya yang selalu memberikan dukungan dan doa baik secara moril maupun materil.
9. Teman-teman Pendidikan Ekonomi Koperasi A 2015 yang telah menemani selama tiga tahun lebih untuk berjuang bersama menggapai ilmu, cita-cita dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabatku Chintya, Nisa dan Putri yang selalu berjuang bersama, menyemangati dan saling membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman BSO Kewirausahaan Angkatan 2015 yang telah membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Semua pihak yang membantu dalam penelitian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terima kasih atas segala dukungan, bimbingan, dan masukan selama ini. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat berkah yang melimpah dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 26 Juni 2019

Penulis

SARI

Maisarah, Zulfa. 2019. “*Pengaruh Pembiayaan, Pasar, dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha IKM Batik Di Sentra Usaha Batik Kota Pekalongan*”. Skripsi. Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci: Kinerja Usaha, Pembiayaan, Pasar, Sumber Daya Manusia.

Keberhasilan IKM dalam mengembangkan usahanya dapat dilihat dari kinerjanya usahanya. Kinerja usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah pembiayaan, pasar dan sumber daya manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan secara simultan dan parsial.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 890 pemilik IKM batik di Kota Pekalongan dan sampel sebanyak 71 pemilik IKM batik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportional random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Pengaruh secara simultan sebesar 50,5% sedangkan pengaruh secara parsial pembiayaan sebesar 29,59%, pasar sebesar 6,66% dan sumber daya manusia sebesar 9,61%.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap kinerja usaha. Saran dari penelitian ini adalah pemilik IKM batik di Kota Pekalongan perlu memahami keinginan pelanggan dan harus bisa berinovasi untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis.

ABSTRACT

Maisarah, Zulfa, 2019. *“The Influence of Finance, Market and Human Resources on Business Performance of Batik IKM in Batik Business Center Pekalongan City”*. Final Project. Economics Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.

Keywords: Business Performance, Finance, Market, Human Resources.

The success of IKM in developing their business can be seen from their business performance. Business Performance is influenced by various factors such as finance, market and human resources. This study aims to determine the effect of finance, market and human resources on the business performance of batik IKM in batik business center Pekalongan City simultaneously and partially.

The population of this study were 890 owners batik IKM in Pekalongan City and the sample of 71 owners IKM batik. The sampling technique in this research was Proportional Random Sampling. The method of collecting data used questionnaire. The techniques of analysis data were descriptive statistics analysis and multiple linier regression analysis using SPSS 21 program.

The results show that finance, market and human resources have a positive and significant effect on the business performance. Simultaneously, the effect is 50,5%, while partially the effect of finance is 29,59%, market is 6,66%, and human resources is 9,61%.

Based on the results of this study, it can be concluded that finance, market, and human resources simultaneously or partially influence the business performance. The suggestion of this study is the owners of batik IKM in Pekalongan City need to understand customer desires and must be able to innovate in the business world competition.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	12
1.3. Cakupan Masalah	12
1.4. Perumusan Masalah.....	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	13
1.6. Manfaat Penelitian.....	13
1.7. Orisinalitas Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	17
2.1. Kajian Teori.....	17
2.1.1. Teori Ekosistem Kewirausahaan	17
2.2. Kinerja Usaha	18
2.2.1. Pengertian Kinerja Usaha.....	18
2.2.2. Faktor-faktor Ukuran Kinerja Usaha.....	19
2.2.3. Indikator Kinerja Usaha	22
2.2.4. Cara Mengukur Kinerja Usaha.....	23
2.2.5. Manfaat Pengukuran Kinerja Usaha	23

2.3. Pembiayaan	24
2.3.1. Pengertian Pembiayaan	24
2.3.2. Indikator Pembiayaan.....	26
2.3.3. Fungsi Pembiayaan	28
2.4. Pasar	29
2.4.1. Pengertian Pasar	29
2.4.2. Orientasi Pasar.....	31
2.4.3. Indikator Orientasi Pasar	33
2.5. Sumber Daya Manusia	35
2.5.1. Pengertian Sumber Daya Manusia	35
2.5.2. Tujuan Perencanaan Sumber Daya Manusia.....	37
2.5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Sumber Daya Manusia	37
2.5.4. Indikator Sumber Daya Manusia	38
2.6. Industri Kecil Menengah	40
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu	41
2.8. Kerangka Berfikir	44
2.8.1. Pengaruh Pembiayaan Terhadap Kinerja Usaha	45
2.8.2. Pengaruh Pasar Terhadap Kinerja Usaha	46
2.8.3. Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha	47
2.9. Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	51
3.1.1. Jenis Penelitian	51
3.1.2. Desain Penelitian	51
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	52
3.2.1. Populasi.....	52
3.2.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	52
3.3. Variabel Penelitian	54
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1. Angket atau Kuesioner.....	55
3.4.2. Dokumentasi	56
3.5. Teknik Analisis Uji Instrumen	57
3.5.1. Uji Validitas.....	57
3.5.2. Uji Reliabilitas	60
3.6. Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1. Analisis Deskriptif	61
3.6.1.1. Deskriptif Variabel Kinerja Usaha	62
3.6.1.2. Deskriptif Variabel Pembiayaan.....	63
3.6.1.3. Deskriptif Variabel Pasar	63

3.6.1.4. Deskriptif Variabel Sumber Daya Manusia	64
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	64
3.7.1. Uji Normalitas	65
3.7.2. Uji Linieritas.....	66
3.7.3. Uji Multikolinearitas	66
3.7.4. Uji Heteroskedastisitas	67
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda	67
3.9. Uji Hipotesis Penelitian	68
3.9.1. Uji Simultan (Uji F).....	69
3.9.2. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	69
3.10. Koefisien Determinasi (R^2)	70
3.10.1. Koefisien Determinasi Secara Simultan (R^2)	70
3.10.2. Koefisien Determinasi Secara Parsial (r^2)	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1. Hasil Penelitian	72
4.1.1. Gambaran Karakteristik Responden	72
4.1.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	73
4.1.2.1. Kinerja Usaha (Y)	74
4.1.2.2. Pembiayaan (X_1).....	77
4.1.2.3. Pasar (X_2).....	78
4.1.2.4. Sumber Daya Manusia (X_3).....	81
4.1.3. Uji Asumsi Klasik	83
4.1.3.1. Hasil Uji Normalitas	83
4.1.3.2. Hasil Uji Linearitas.....	85
4.1.3.3. Hasil Uji Multikolinearitas	87
4.1.3.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	88
4.1.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.1.5. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	91
4.1.5.1. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (F)	92
4.1.5.2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (t)	93
4.1.6. Koefisien Determinasi	94
4.1.6.1. Koefisien Determinasi Secara Simultan (R^2)	94
4.1.6.2. Koefisien Determinasi Secara Parsial (r^2)	96
4.2. Pembahasan	97
4.2.1. Pengaruh Pembiayaan terhadap Kinerja Usaha	97
4.2.2. Pengaruh Pasar terhadap Kinerja Usaha.....	98
4.2.3. Pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Usaha	100
4.2.4. Pengaruh Pembiayaan, Pasar, dan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Usaha.....	101

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Simpulan.....	104
5.2. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Perkembangan IKM Batik di Indonesia Tahun 2011-2015.....	2
Tabel 1.2. Jumlah IKM Batik di Jawa Tengah & DIY	3
Tabel 1.3. Perkembangan Sentra Usaha Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017	5
Tabel 1.4. Data Perkembangan Omset dan Asset IKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017	6
Tabel 1.5. Data Kapasitas Produksi, Tenaga Kerja, dan Jumlah IKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017	7
Tabel 1.6. Harga Bahan Baku Utama IKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017.....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1. Penentuan Sampel	53
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 3.3. Pedoman Penskoran Untuk Variabel Kinerja Usaha, Pembiayaan, Pasar dan Sumber Daya Manusia.....	56
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Usaha	58
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Pembiayaan.....	58
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Variabel Pasar	59
Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas Variabel Sumber Daya Manusia	59
Tabel 3.8. Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 3.9. Kriteria Variabel Kinerja Usaha.....	63
Tabel 3.10. Kriteria Variabel Pembiayaan	63
Tabel 3.11. Kriteria Variabel Pasar	64
Tabel 3.12. Kriteria Variabel Sumber Daya Manusia	64
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Usaha, Pembiayaan, Pasar, dan Sumber Daya Manusia	73

Tabel 4.4. Deskriptif Variabel Kinerja Usaha	74
Tabel 4.5. Deskriptif Indikator Pertumbuhan Penjualan	75
Tabel 4.6. Deskriptif Indikator Pertumbuhan Laba.....	76
Tabel 4.7. Deskriptif Indikator Pertumbuhan Modal	76
Tabel 4.8. Deskriptif Variabel Pembiayaan	77
Tabel 4.9. Deskriptif Indikator Modal dari Dalam Perusahaan	77
Tabel 4.10. Deskriptif Indikator Modal dari Luar Perusahaan.....	78
Tabel 4.11. Deskriptif Variabel Pasar	79
Tabel 4.12. Deskriptif Indikator Orientasi Pelanggan.....	79
Tabel 4.13. Dekriptif Indikator Orientasi Pesaing	80
Tabel 4.14. Deskriptif Indikator Koordinasi Antarfungsi	80
Tabel 4.15. Deskriptif Variabel Sumber Daya Manusia	81
Tabel 4.16. Deskriptif Indikator Pengetahuan.....	82
Tabel 4.17. Deskriptif Indikator Keterampilan	82
Tabel 4.18. Deskriptif Indikator Kemampuan.....	83
Tabel 4.19. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	85
Tabel 4.20. Hasil Uji Linearitas Pembiayaan Terhadap Kinerja Usaha.....	86
Tabel 4.21. Hasil Uji Linearitas Pasar Terhadap Kinerja Usaha.....	86
Tabel4.22. Hasil Uji Linearitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha	87
Tabel 4.23. Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4.24. Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 4.25. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	90
Tabel 4.26. Hasil Uji F	92
Tabel 4.27. Hasil Uji t.....	93
Tabel 4.28. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	94
Tabel 4.29. Koefisien Determinasi Secara Simultan (R^2).....	95
Tabel 4.30. Koefisien Determinasi Secara Parsial (r^2).....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Ekosistem Kewirausahaan.....	18
Gambar 2.2. Kerangka Berfikir.....	49
Gambar 4.1. Normal Probability Plot Hasil Uji Normalitas	84
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Plot.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian	110
Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	111
Lampiran 3. Hasil Wawancara Observasi Awal	112
Lampiran 4. Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba Penelitian.....	115
Lampiran 5. Kuesioner Uji Coba Instrumen	116
Lampiran 6. Daftar Nama Responden Uji Coba Instrumen.....	120
Lampiran 7. Tabulasi Hasil Uji Coba	121
Lampiran 8. Output SPSS Validitas Uji Coba Instrumen	125
Lampiran 9. Output SPSS Reliabilitas Uji Coba Instrumen	132
Lampiran 10. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	133
Lampiran 11. Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 12. Daftar Responden Penelitian.....	138
Lampiran 13. Tabulasi Data Penelitian	141
Lampiran 14. Analisis Statistik Deskriptif Per Variabel dan Per Indikator.....	151
Lampiran 15. Hasil Analisis.....	156
Lampiran 16. Dokumentasi Penelitian.....	162

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki berbagai aspek yang penting dalam sektor pembangunan perekonomian. Salah satu pelaku utama dalam pembangunan perekonomian adalah Industri Kecil Menengah (IKM). Menurut kemenperin IKM mempunyai peran yang sangat penting dan berkontribusi besar dalam sektor pembangunan perekonomian terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. IKM merupakan usaha yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Oleh karena itu perlu mendapat perhatian dan dukungan dari pemerintah (kemenperin.go.id).

Menurut Kementerian Perindustrian jumlah unit usaha IKM setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2013 berjumlah 3,43 juta unit. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan menjadi 3,52 juta unit. Kemudian pada tahun 2015 mencapai 3,7 juta unit. Struktur industri di Indonesia masih didominasi oleh IKM dengan jumlah 3,7 juta unit atau sekitar 99,92% dimana 27,88% dari jumlah IKM tersebut tersebar di Provinsi Jawa Tengah. Hal ini membuktikan bahwa IKM di Jawa Tengah mempunyai kontribusi besar dalam jumlah unit IKM yang mampu menyerap tenaga kerja serta mampu menyediakan lapangan pekerjaan (kemenperin.go.id).

Salah satu industri kecil menengah yang potensial adalah batik. Batik merupakan karya seni budaya bangsa yang harus dilestarikan dan dibudayakan

karena memiliki sejarah didalamnya seperti motif atau corak dari batik itu sendiri. Batik menurut Yudoseputro (2000 : 98) merupakan gambar yang ditulis pada kain dengan mempergunakan malam sebagai media sekaligus penutup kain batik.

United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) telah menetapkan batik Indonesia sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya dan non-bendawi pada tanggal 2 Oktober 2009 (kemlu.go.id). Dengan adanya pernyataan tersebut, beberapa daerah di Indonesia berlomba-lomba mengembangkan produk batik menjadi *icon* khas daerah. Berdasarkan pengakuan dari UNESCO tersebut juga turut mendorong popularitas batik dan kesadaran masyarakat untuk melestarikan batik. Pemerintah selalu berusaha untuk mengembangkan desain motif batik sehingga batik dapat dipakai oleh semua lapisan masyarakat yaitu kelompok golongan modern dan golongan tradisional yang mencakup semua umur dengan pendapatan yang bervariasi (Bank Indonesia, 2016). Berikut data perkembangan IKM batik di Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1 Data Perkembangan IKM Batik di Indonesia Tahun 2011-2015

Tahun	Unit Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (orang)	Nilai Produksi (Triliun Rp)	Bahan Baku (Triliun Rp)	Nilai Tambah (Triliun Rp)	Nilai Ekspor (Triliun Rp)
2011	41.623	173.829	4,137	1,994	1,909	43,961
2012	43.704	182.521	4,344	2,094	2,005	46,159
2013	45.015	187.996	4,474	2,157	2,065	47,543
2014	46.365	193.635	4,608	2,221	2,127	48,970
2015	47.755	199.444	4,746	2,288	2,191	50,439

Sumber : Kemenperin dalam DetikFinance, 2015.

Data Kementerian Perindustrian menunjukkan perkembangan IKM batik di Indonesia selama lima tahun terakhir dari tahun 2011 hingga tahun 2015 tumbuh 14,7% yang sebelumnya 41.623 unit menjadi 47.755 unit. Tenaga kerja IKM batik selama 2011 sampai 2015 mengalami peningkatan 14,7% dari 173.829 orang menjadi 199.444 orang. Tahun 2011 nilai pembelian bahan baku juga meningkat menjadi 199.444 orang. Tahun 2011 nilai pembelian bahan baku juga meningkat 12,8% yang sebelumnya Rp 4,137 triliun menjadi Rp 4,746 triliun pada tahun 2015. Nilai tambah batik tumbuh 14,7% dari tahun 2011 senilai Rp 1,909 triliun menjadi Rp 2,191 triliun. Peminat batik dari mancanegara juga mengalami peningkatan bisa dilihat dari nilai ekspor batik yang naik 14,7% dari tahun 2011 sebesar Rp 43,96 triliun menjadi Rp 50,44 triliun pada tahun 2015.

Terdapat 19 daerah sentra batik di Indonesia dan 20.667 usaha batik yang tersebar di Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Barat serta Jawa Timur. Sebanyak 91,6% usaha batik terdapat di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di daerah Surakarta, Pekalongan dan Yogyakarta. Berikut ini data jumlah unit usaha batik yang ada di Surakarta, Yogyakarta dan Pekalongan (Kemendag, 2011). Dari tabel 1.2 dapat dilihat jumlah IKM batik yang ada di Surakarta, Yogyakarta dan Pekalongan pada tahun 2013.

Tabel 1.2 Jumlah IKM Batik di Jawa Tengah dan DIY Tahun 2013

No	IKM Batik	Jumlah IKM
1.	Surakarta	118 unit
2.	Yogyakarta	299 unit
3.	Pekalongan	631 unit
Jumlah		1048 unit

Sumber : Disperindag Provinsi Jawa Tengah &DIY, 2013.

Dari tabel 1.2 diketahui bahwa jumlah unit IKM Batik paling banyak berada di Pekalongan dibandingkan dengan Surakarta dan Yogyakarta. Pekalongan merupakan kota yang terkenal dengan julukan kota batik, karena batik Pekalongan memiliki corak yang khas dan variatif.

Pada tanggal 1 Desember 2014 UNESCO menetapkan Kota Pekalongan sebagai kota kreatif dalam kategori kerajinan dan kesenian rakyat (*Creative City of Crafts and Folk Arts*) dan memiliki *city branding* *World's city of Batik*. Bersamadengan kota Kingdezhen (China), Nassau (Bahama), Suzhou (China), dan Jacmel (Haiti) Kota Pekalongan mampu bersanding dalam kategori ini. Masyarakat Pekalongan menganggap bahwa batik mempunyai dua soal sisi yaitu dari sisi ekonomi dan budaya. Dilihat dari sisi ekonomi, saat ini di Pekalongan ada sekitar 631 UKM batik yang berkembang. Setiap harinya, mereka memproduksi berbagai jenis, motif, bahan dan warna batik tulis khas Pekalongan. Setiap UKM juga memiliki pekerja minimal sekitar 15 orang. Oleh karena itu, UKM batik mampu menyerap tenaga kerja. Sedangkan dilihat dari sisi budaya, upaya ini juga menjadi salah satu pelestari kebudayaan asli Indonesia yaitu batik yang kaya akan makna (cnnindonesia.com 2015).

Kota batik merupakan julukan untuk Pekalongan. Produk batik Pekalongan mempunyai corak yang khas dan variatif dan menjadikan kerajinan batik Pekalongan semakin terkenal. Industri dibidang batik di Pekalongan telah mampu mengekspor ke negara lain seperti Australia, Amerika, Timur Tengah, Jepang, Cina, Korea dan Singapura. Data BPS tahun 2016 menunjukkan, kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDRB Kota Pekalongan

berdasarkan harga berlaku sebesar 21,67 persen atau Rp1,5 triliun dengan laju pertumbuhan 6,23 persen (bps.go.id).

Di Kota Pekalongan hampir semua ada industri batik, baik itu di Kecamatan Pekalongan Barat, Pekalongan Utara, Pekalongan Timur, maupun Pekalongan Selatan. Tetapi Pemerintah Kota Pekalongan lebih mengembangkan sentra industri batik disembarang sentra meliputi Kelurahan Kauman, Pesindon, Klego, Degayu, Jenggot, Banyurip Ageng, Banyurip Alit, Kradenan dan Medono. Hal tersebut menunjukkan bahwa di Kota Pekalongan perekonomiannya sangat dipengaruhi oleh industri batik, sehingga batik mempunyai peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Berikut adalah data perkembangan sentra usaha batik di Kota Pekalongan.

Tabel 1.3 Perkembangan Sentra Usaha Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017

No	Sentra Batik	Jumlah Unit Usaha (Unit)				Jumlah Tenaga Kerja (orang)			
		2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
1.	Kauman	34	34	31	31	375	369	344	342
2.	Pesindon	32	32	32	32	389	405	405	405
3.	Klego	11	11	11	10	253	253	253	238
4.	Degayu	18	18	18	7	100	100	103	45
5.	Jenggot	28	28	30	30	494	494	498	498
6.	Banyurip Ageng	27	27	31	32	365	365	399	377
7.	Banyurip Alit	25	25	26	28	244	244	249	256
8.	Kradenan	59	54	51	45	559	467	458	445
9.	Medono	25	25	27	27	210	240	314	314
	Jumlah	259	254	257	242	2.989	2.937	3.023	2.920

Sumber :Dindagkop UKM Kota Pekalongan, 2017.

Tabel 1.3 menunjukkan perkembangan sentra usaha batik selama empat tahun terakhir dari tahun 2014 hingga tahun 2017. Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa sentra usaha batik di Kota Pekalongan setiap tahunnya ada yang

mengalami penurunan ataupun peningkatan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari Kamis tanggal 7 Februari 2019 dengan Pak Adi sebagai ketua paguyuban batik di Kampoeng Batik Kauman, setiap tahunnya jumlah sentra usaha batik di Kota Pekalongan ada yang mengalami penurunan hal itu dipengaruhi karena faktor regenerasi. Seperti orangtuanya pengrajin batik tetapi anaknya lebih memilih menjadi pegawai negeri daripada pengrajin batik dan tidak melanjutkan usaha orangtuanya. Untuk penurunan jumlah tenaga kerja disebabkan karena kesulitan untuk mendapatkan tenaga kerja karena lebih memilih menjadi karyawan di pabrik maupun perusahaan.

Penurunan ataupun peningkatan jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja setiap tahunnya dapat menunjukkan persaingan usaha yang semakin ketat. Padahal diluar sentra usaha batik mengalami kenaikan. Dapat dilihat pada Tabel 1.4 dan 1.5 mengenai jumlah IKM, perkembangan omset dan asset, kapasitas produksi dan tenaga kerja setiap tahunnya mengalami kenaikan sehingga dapat mempengaruhi kinerja usaha batik yang terdapat di sentra usaha maupun diluar sentra yang ada di Kota Pekalongan. Berikut ini data perkembangan omset dan asset IKM Batik di Pekalongan.

Tabel 1.4 Data Perkembangan Omset dan Asset IKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017

Tahun	Omset	Asset
2014	69,7 milyar	15,455 milyar
2015	73,123 milyar	15,832 milyar
2016	76,8 milyar	16,624 milyar
2017	82,922 milyar	17,954 milyar

Sumber :Dindagkop UKM Kota Pekalongan, 2017.

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui bahwa perkembangan omset dan asset IKM Batik di kota Pekalongan setiap tahun mengalami peningkatan. Hal ini

menunjukkan berarti IKM Batik di Kota Pekalongan terus berkembang setiap tahunnya.

Tabel 1.5 Data Kapasitas Produksi, Tenaga Kerja dan Jumlah IKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017

Tahun	Kapasitas Produksi (Rp)	Tenaga Kerja (orang)	Jumlah IKM (unit)
2014	6.920.619	9.992	634
2015	7.771.469.	11.811	861
2016	7.532.469	12.004	882
2017	7.940.922	12.690	890

Sumber :Dindagkop UKM Kota Pekalongan, 2017.

Berdasarkan tabel 1.5 diatas menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja dan jumlah IKM Batik setiap tahunnya mengalami peningkatan hal tersebut juga diikuti oleh peningkatan produksi batik pertahun. Pada tahun 2015 kapasitas produksi mengalami peningkatan sebesar 850.850. Pada tahun 2016 terjadi penurunan sebesar 239.000. Sedangkan untuk tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 408.453.

Salah satu output dari ekosistem wirausaha adalah kinerja usaha. Menurut Cohen (2006) ekosistem wirausaha secara bertahap dibentuk dari waktu ke waktu oleh serangkaian komponen yang saling tergantung dan berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan bisnis baru atau usaha dan kemudian untuk meningkatkan kinerja usaha. Keberhasilan ekosistem wirausaha berdampak pada kesejahteraan dan kinerja ekonomi masyarakat. Namun, kemajuan dalam kebutuhan ekosistem wirausaha menjadi perubahan dalam pandangan tradisional tentang inovasi dan kewirausahaan (Zahra dan Nambisan, 2011).

Teori kinerja usaha dipengaruhi oleh delapan aspek, antara lain R&D (Penelitian&Pengembangan), *Finance* (Pembiayaan), *Market* (Pasar), *Support*

(Dukungan bisnis), Infrastruktur, *Culture* (budaya), *Policy* (kebijakan), *Human Capital* (Sumber Daya Manusia). Menurut Rock dalam Sari (2017:9) menyatakan arti kinerja dengan model gunung es. Model ini menggambarkan kinerja didorong oleh perilaku, kebiasaan, perasaan dan pikiran seorang wirausaha. Dengan kata lain kinerja didorong oleh cara berpikir wirausaha. Sehingga pengusaha perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja. Menurut Sudiarta dkk (2014) diantaranya yaitu : (1) pemasaran, (2) akses permodalan, (3) kemampuan berwirausaha, (4) SDM, (5) pengetahuan keuangan, (6) rencana bisnis, (7) jaringan sosial, (8) legalitas, (9) dukungan pemerintah, (10) pembinaan, (11) teknologi, dan (12) akses kepada informasi.

Menurut Pak Adi sebagai ketua paguyuban batik di Kampong Batik Kauman, diketahui bahwa masalah yang sering terjadi pada IKM Batik Pekalongan adalah terjadinya kenaikan harga bahan baku setiap tahunnya. Bahan baku seperti kain mori, malam atau lilin, dan obat pewarna batik dikarenakan perolehan bahan baku batik yang masih impor.

Tabel 1.6 Harga Bahan Baku Utama IKM Batik di Kota Pekalongan Tahun 2014-2017

Bahan Baku	2014	2015	2016	2017
Kain Mori	Rp11.000	Rp13.000	Rp13.500	Rp14.000
Malam	Rp10.000	Rp11.000	Rp11.000	Rp12.000
Obat Pewarna Batik	Rp80.000	Rp90.000	Rp120.000	Rp200.000

Sumber :Dindagkop UKM Kota Pekalongan, 2017.

Tabel 1.6 menunjukkan bahwa harga bahan baku setiap tahunnya mengalami lonjakan kenaikan harga. Hal ini dikarenakan perolehan bahan baku batik yang masih impor dan berdampak pada kenaikan nilai kurs dollar sehingga harga juga mengalami peningkatan. Ketika harga bahan baku naik akan mempengaruhi biaya

produksi, hal ini juga akan berdampak pada harga jual produk yang dihasilkan akan mengalami kenaikan harga.

Menurut Munandar (2007:25) biaya bahan baku adalah biaya yang terdiri dari semua bahan yang dikerjakan dalam proses produksi, untuk diubah menjadi barang lain yang nantinya akan dijual. Semakin banyak produksi yang dilakukan atau penjualan meningkat harus disertai dengan pengendalian biaya bahan baku sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Penelitian yang telah mengkaji tentang pembiayaan terhadap kinerja usaha yaitu penelitian yang dilakukan oleh Budi, Sarwanti & Wulan (2017) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara biaya bahan baku dengan kinerja usaha pengusaha tahu. Penelitian yang menunjukkan tentang pengaruh biaya bahan baku terhadap jumlah produksi juga pernah dilakukan oleh Nawang (2011) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa biaya bahan baku berpengaruh secara signifikan terhadap hasil produksi.

Selain hambatan dalam kenaikan harga bahan baku yaitu adanya persaingan dari negara lain seperti Cina dan Malaysia yang menyebabkan persaingan diantara pengusaha batik semakin kuat. Dengan adanya perjanjian *ASEAN China Free Trade Agreement* (ACFTA) juga akan menyebabkan perdagangan bebas yang tentunya hampir tidak ada hambatan dan pembatasan perdagangan antar negara-negara anggota ACFTA. Bahkan China dan beberapa negara di ASEAN telah menciptakan produk sejenis kain batik yang telah diekspor di Indonesia. Selain pesaing dari negara lain, pesaing-pesaing lokal seperti Cirebon, Yogyakarta, Surakarta dan Bali juga semakin gencar memunculkan desain batik dengan motif-

motif baru menyebabkan persaingan dalam industri batik semakin ketat. Dengan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat akan berdampak pada hambatan masuk pasar dalam memasarkan produknya. Persaingan yang semakin ketat mengakibatkan semua pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar mampu bersaing dengan pengusaha lainnya baik itu pengusaha lokal maupun pengusaha dari negara lain(kemenperin.go.id).

Menurut Gray, Matear, dan Matheson (2002) berpendapat bahwa orientasi pasar dapat dilihat sebagai pelaksanaan konsep pemasaran. Orientasi pasar didefinisikan sebagai perilaku organisasi yang mengidentifikasi kebutuhan konsumen, perilaku kompetitor, menyebarkan informasi pasar ke seluruh organisasi dan meresponsnya dengan suatu koordinasi, perhitungan waktu, dan perhitungan keuntungan. Perusahaan yang berorientasi pasar akan memiliki kinerja yang lebih baik dalam memahami pelanggan dan pesaingnya (Lings dan Greenley, 2009). Menurut Silviasih, Slamet dan Iskandar (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara positif mempengaruhi kinerja usaha pada pemilik UKM sektor manufaktur garmen. Orientasi pasar sangat penting untuk kinerja perusahaan karena dapat mendorong dan mendukung pengembangan produk baru untuk memenuhi kebutuhan pasar saat ini dan masa depan (Jaiyoeba, 2010).

Tantangan lain yang dihadapi industri kecil menengah batik di Kota Pekalongan yaitu mengenai Sumber Daya Manusia (SDM). Di Kampoeng batik Kauman tenaga kerja untuk produksi batik rata-rata mulai berusia 42 tahun ke atas. Generasi pembatik umumnya sudah berusia relatif lanjut, sehingga

memerlukan upaya khusus untuk menumbuhkan minat kalangan muda untuk terjun ke usaha batik.

Garavan et al. dalam Roosje (2015:3) menjelaskan sumberdaya manusia berguna bagi organisasi karena empat hal utama, yaitu: (1) fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi; (2) peningkatan individu; (3) kompetensi; (4) pengembangan kompetensi organisasi; dan (5) kerja individu. Penelitian tentang pengaruh sumber daya manusia pernah dilakukan oleh Dinar Wahyudiati (2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM. Jika kompetensi SDM semakin baik, maka kinerja UMKM semakin baik. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardiana, Brahmayanti, dan Subaedi (2010) yang menyimpulkan bahwa Kompetensi SDM secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.

Berdasarkan isu yang disajikan dalam latar belakang, hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk dijadikan bahan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut mengenai kinerja usaha batik di Kota Pekalongan. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pembiayaan, Pasar, dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha IKM Batik Di Sentra Usaha Batik Kota Pekalongan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sentra usaha batik di Kota Pekalongan setiap tahunnya mengalami penurunan.
2. Harga bahan baku batik seperti kain mori, malam dan obat pewarna mengalami kenaikan setiap tahunnya.
3. Tenaga kerja untuk produksi batik rata-rata mulai berusia 42 tahun ke atas.
4. Adanya perjanjian *ASEAN China Free Trade Agreement* (ACFTA) menyebabkan perdagangan bebas yang tentunya hampir tidak ada hambatan dan pembatasan perdagangan antar negara-negara anggota ACFTA sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat dan akan memunculkan hambatan masuk pasar dari pengusaha batik di Kota Pekalongan.

1.3. Cakupan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah tersebut, penelitian ini akan terfokus pada kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan. Beberapa faktor yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha IKM Batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan, yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pembiayaan, pasar dan sumber daya manusia.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan cakupan masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh pembiayaan terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan?
2. Apakah terdapat pengaruh pasar terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan?
3. Apakah terdapat pengaruh sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan?
4. Apakah terdapat pengaruh pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pasar terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.

1.6. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya ekonomi mikro dalam memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha pada industri kecil menengah.

Memberikan informasi kepada peneliti lain untuk dapat dipergunakan sebagai referensi pada penelitian yang sejenis.

1.6.2. Manfaat Praktis

Sebagai sarana bagi penulis untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini antara lain:

a. Bagi pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk lebih mendorong industri kecil menengah yang ada di Indonesia.

b. Bagi pengusaha

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi, masukan dalam hal pengambilan keputusan bagi pelaku usaha batik di Kota Pekalongan.

c. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan wawasan, pengalaman, dan pengetahuan dalam proses melaksanakan penelitian, serta sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan teori maupun praktik yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7. Orisinalitas Penelitian

Penelitian terkait kinerja sebelumnya pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Beberapa peneliti tersebut yakni dilakukan oleh SunJialu, Yao Meifang dan Zhang Weiyong, dkk (2016) yang berjudul *Entrepreneurial environment, market-oriented strategy, and entrepreneurial performance (A study of Chinese automobile firms)* yang meneliti tentang hubungan antara lingkungan kewirausahaan, strategi berorientasi pasar, dan kinerja perusahaan dengan melakukan survei pada 176 perusahaan mobil besar Cina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan institusional terkait positif dengan strategi berorientasi pasar dan bahwa strategi berorientasi pasar berhubungan positif dengan kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Idea Sukma Bakti (2014) yang berjudul *Pengaruh Pembinaan&Pelatihan SDM dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM (Kerjasama Kemitraan LotteMart Cabang Bintaro dengan Pemerintah Daerah Kota Tangerang Selatan)* menyatakan variabel pembinaan & pelatihan SDM tidak berpengaruh nyata terhadap kinerja UMKM, sedangkan variabel akses pemasaran berpengaruh nyata terhadap kinerja UMKM.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Budi,Sarwanti&Wulan (2017) yang berjudul *pengaruh modal usaha, biaya bahan baku dan tenaga kerja terhadap kinerja usaha industri tahu di Kabupaten Sukoharjo* yang menjadikan variabel

modal usaha, biaya bahan baku dan tenaga kerja menjadi variabel x (bebas) dan kinerja usaha menjadi variabel y (terikat), sedangkan penelitian ini menggunakan pembiayaan, pasar dan sumber daya manusia yang dijadikan variabel x , dan kinerja usaha sebagai variabel y .

Dalam penelitian ini pemilihan variabel disesuaikan dengan keadaan objek penelitian. Berdasarkan wawancara pra penelitian kepada ketua paguyuban kampoeng batik Kauman tersebut penelitian ini akan meneliti variabel pembiayaan, pasar dan sumber daya manusia yang diduga berpengaruh terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik di Kota Pekalongan. Jadi, orisinalitas dalam penelitian ini terletak pada variasi variabel, objek penelitian dan waktu yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

BAB II

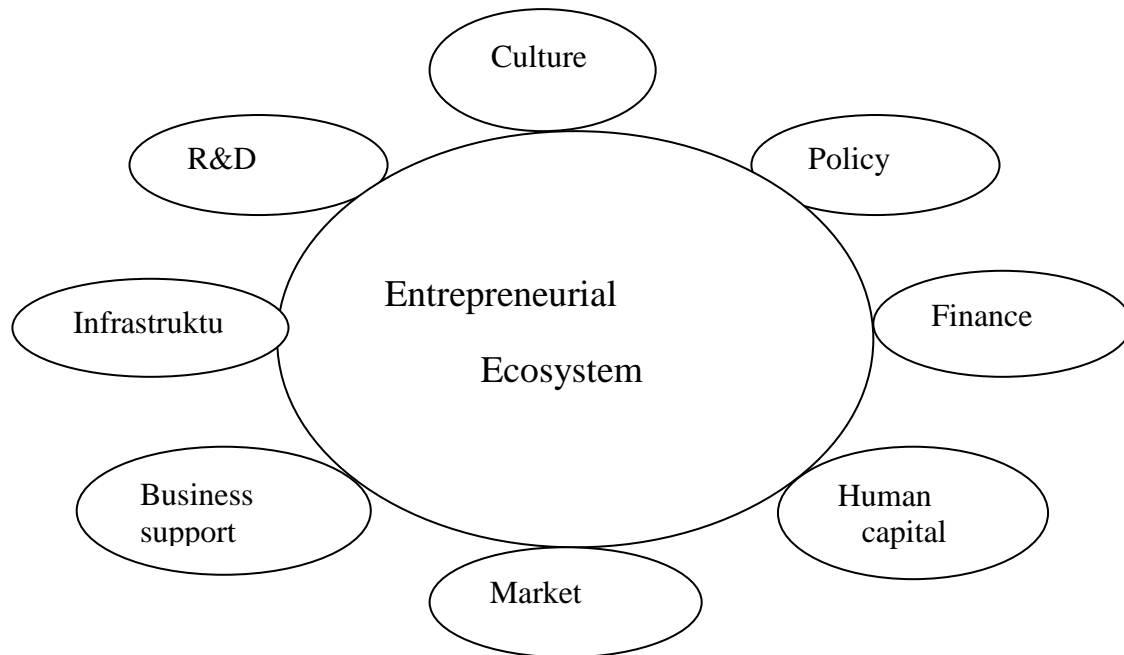
KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Teori

2.1.1. Teori Ekosistem Kewirausahaan

Ekosistem dapat didefinisikan sebagai jaringan yang kompleks atau sistem yang saling berhubungan (Oxford Dictionary 2016). Menurut Prahalad (2005) ekosistem wirausaha dapat memberdayakan individu, bisnis, dan komunitas melalui kombinasi faktor-faktor itu meningkatkan kinerja ekonomi dan kesejahteraan. Ekosistem wirausaha adalah model konseptual atau strategi yang dirancang untuk memelihara pengembangan ekonomi dengan dengan mempromosikan kewirausahaan, pertumbuhan bisnis kecil dan inovasi (Mazzarol, 2014).

Ekosistem wirausaha secara bertahap dibentuk dari waktu ke waktu oleh serangkaian komponen saling tergantung yang berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan bisnis baru atau usaha dan kemudian untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan (Cohen, 2006). Menurut Wielemaker dan Gedajlovic (2011) dimensi kinerja kewirausahaan adalah pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan kekayaan intelektual. Keberhasilan ekosistem wirausaha berdampak pada kesejahteraan dan kinerja ekonomi masyarakat. Menurut *Aspen Network of Development Entrepreneur* penciptaan ekosistem kewirausahaan dilakukan dalam delapan area penting antara lain kebijakan (*policy*), pembiayaan (*finance*), sumber daya manusia (*human capital*), pasar (*market*), dukungan bisnis (*business support*), infrastruktur, pengembangan penelitian (*R&D*) dan budaya (*culture*).



Gambar 2.1 Ekosistem Kewirausahaan (Isenberg, 2011)

2.2. Kinerja Usaha

2.2.1. Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja usaha merupakan output dari ekosistem kewirausahaan. Kinerja usaha adalah salah satu konstruksi paling penting dalam studi kewirausahaan (Maltz et al.2003).Menurut laporan oleh *Aspen Network of Development Entrepreneurs* (ANDE 2013), kinerja usaha mengacu pada kegiatan spesifik yang dilakukan oleh pengusaha dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan usaha, dan pengurangan kemiskinan.Untuk meningkatkan kinerja usaha, perlu memperhatikan area penting ekosistem kewirausahaan.

Menurut Nordqvist dan Zellweger (2010), kinerja usaha terdiri dari inovasi, pembaruan, penciptaan bisnis baru, dan kesuksesan sosial. Menurut Monteferrante dan Pinango (2011), kinerja usaha tidak hanya mencakup ekonomi dan aspek moneter (misal laba, laba atas investasi, modal, dll.) tetapi juga aspek

non-ekonomi dan non-keuangan (misal kelangsungan hidup bisnis, jumlah para karyawan). Sebagaimana dinyatakan oleh Grande et al. (2011) kinerja usaha berarti memperoleh pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi, pangsa pasar yang lebih besar, status pasar yang lebih baik, lebih banyak karyawan, dan hasil keuangan yang lebih baik. Kinerja usaha mengacu pada kemampuan untuk berinovasi, menerima risiko, dan mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang wirausaha (Hayton, 2003)

Thor mengemukakan adanya tiga dasar pengembangan ukuran kinerja sebagai alat untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Armstrong dan Baron, 1998 : 270), yaitu sebagai berikut :

- a. Apa yang diukur semata-mata ditentukan oleh apa yang dipertimbangkan oleh pelanggan.
- b. Kebutuhan pelanggan diterjemahkan menjadi prioritas strategis dan rencana strategis mengindikasikan apa yang harus diukur.
- c. Memberikan perbaikan kepada tim dengan mengukur hasil dari prioritas strategis, memberikan kontribusi untuk perbaikan lebih lanjut dengan mengusahakan motivasi tim, dan informasi tentang apa yang berjalan dan tidak berjalan.

2.2.2. Faktor-Faktor Ukuran Kinerja Usaha

Menurut Wibowo (2014:159-161) banyak faktor yang dapat dijadikan ukuran kinerja, namun ukuran kinerja harus relevan, signifikan, dan komprehensif. Berikut ini faktor yang dijadikan ukuran kinerja :

a. Produktivitas

Produktivitas biasanya dinyatakan sebagai hubungan antara input dan output fisik suatu proses. Oleh karena itu, produktivitas merupakan hubungan antara jumlah output dibandingkan dengan sumber daya yang dikonsumsi dalam memproduksi output. Ukuran produktivitas misalnya adalah output sebanyak 55 unit diproduksi oleh kelompok yang terdiri dari empat orang pekerja dalam waktu seminggu.

b. Kualitas

Pada kualitas biasanya termasuk baik ukuran internal seperti susut, jumlah ditolak, dan cacat perunit, maupun ukuran eksternal rating seperti kepuasan pelanggan atau penilaian frekuensi pemesanan ulang pelanggan.

c. Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu menyangkut persentase pengiriman tepat waktu atau persentase pesanan dikapalkan sesuai yang dijanjikan. Pada dasarnya, ukuran ketepatan waktu mengukur apakah orang melakukan apa yang dikatakan akan dilakukan.

d. *Cycle Time*

Cycle time menunjukkan jumlah waktu yang diperlukan untuk maju dari satu titik ke titik lain dalam proses. Pengukuran *cycle time* mengukur berapa lama sesuatu dilakukan. Misalnya adalah berapa lama waktu rata-rata diperlukan dari pelanggan menyampaikan pesanan sampai pelanggan benar-benar menerima pesanan.

e. Pemanfaatan Sumber Daya

Pemanfaatan sumber daya dapat diterapkan untuk mesin, komputer, kendaraan dan bahkan orang. Tingkat pemanfaatan sumber daya tenaga kerja 40% mengindikasikan bahwa sumber daya manusia baru dipergunakan secara produktif sebesar 40% dari waktu mereka yang tersedia untuk bekerja. Dengan mengetahui tingkat pemanfaatan, organisasi menemukan bahwa tidak memerlukan lebih banyak sumber daya.

f. Biaya

Ukuran biaya terutama berguna apabila dilakukan kalkulasi dalam dasar per unit. Namun, banyak perusahaan hanya mempunyai sedikit informasi tentang biaya per unit. Pada umumnya dilakukan kalkulasi biaya secara menyeluruh.

Sementara itu, Armstrong (1994:86) mengklasifikasikan ukuran kinerja dalam empat tipe ukuran, yaitu sebagai berikut :

- a. Ukuran uang, dipergunakan untuk mengukur memaksimalkan *income*, meminimalkan pengeluaran dan meningkatkan tingkat pendapatan.
- b. Ukuran waktu, mengekspresikan kinerja dengan jadwal waktu kerja, jumlah jaminan simpanan dan kecepatan aktivitas.
- c. Ukuran pengaruh, termasuk pencapaian standar, perubahan dalam perilaku (kolega, staf atau pelanggan), pelengkap fisik kerja dan tingkat penerimaan layanan.
- d. Reaksi, menunjukkan bagaimana orang lain menilai pekerja dan oleh karenanya kurang objektif. Reaksi dapat diukur dengan dengan penilaian oleh rekan kerja, pelanggan atau analisis terhadap keluhan.

2.2.3. Indikator Kinerja Usaha

Menurut Khanka (2009) ukuran indikator kinerja usaha terdiri dari tiga indikator:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun.

2. Pertumbuhan laba

Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.

3. Pertumbuhan modal

Pertumbuhan dalam kaitannya dengan pengukuran pertumbuhan perusahaan adalah apabila skala perusahaan tersebut semakin besar. Mengukur pertumbuhan perusahaan antara lain dapat dilakukan melalui pertumbuhan modal sendiri karena melalui pertumbuhan modal sendiri tersebut telah melibatkan semua keputusan dalam fungsi manajemen keuangan yaitu pertumbuhan yang diakibatkan oleh keputusan tentang investasi, keputusan tentang pendanaan dan keputusan tentang dividen. Perusahaan yang mengharapkan laju pertumbuhan tinggi, harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai pertumbuhan yang diinginkan tersebut, makin cepat laju pertumbuhan yang diinginkan maka besar kebutuhan dana untuk membiayainya.

2.2.4. Cara Mengukur Kinerja Usaha

Pengukuran hanya berkepentingan untuk mengukur apa yang penting dan relevan. Untuk itu, perlu jelas tentang apa yang dikatakan penting dan relevan sebelum menentukan ukuran apa yang harus digunakan. Hal-hal yang diukur tergantung pada apa yang dianggap penting oleh *stakeholders* dan pelanggan. Menurut Wibowo (2016 : 155) pengukuran kinerja yang tepat dapat dilakukan dengan cara :

1. Memastikan bahwa persyaratan yang diinginkan pelanggan telah terpenuhi.
2. Mengusahakan standar kinerja untuk menciptakan perbandingan.
3. Mengusahakan jarak bagi orang untuk memonitor tingkat kinerja
4. Menetapkan arti penting masalah kualitas dan menentukan apa yang perlu prioritas perhatian.
5. Menghindari konsekuensi dari rendahnya kualitas.
6. Mempertimbangkan penggunaan sumber daya.
7. Mengusahakan umpan balik untuk mendorong usaha perbaikan.

2.2.5. Manfaat Pengukuran Kinerja Usaha

Dalam organisasi masalah pengukuran kinerja merupakan hal yang penting dalam manajemen program secara keseluruhan, karena kinerja yang dapat diukur akan mendorong pencapaian kinerja tersebut. Pengukuran kinerja yang dilakukan secara berkelanjutan memberikan umpan balik yang merupakan hal yang penting dalam upaya perbaikan secara terus-menerus dan mencapai keberhasilan dimasa mendatang. Menurut Ismail (2017:235-236) manfaat pengukuran kinerja sebagai berikut :

- a. Memastikan pemahaman para pelaksana akan ukuran yang digunakan untuk pencapaian kinerja.
- b. Memastikan tercapainya rencana kinerja yang telah disepakati.
- c. Memonitor dan mengevaluasi pelaksanaan kinerja dan membandingkannya dengan rencana kerja serta melakukan tindakan untuk memperbaiki kinerja.
- d. Memberikan penghargaan dan hukuman yang objektif atas prestasi pelaksana yang telah diukur sesuai dengan sistem pengukuran kinerja yang telah disepakati.
- e. Menjadi alat komunikasi antar bawahan dan pimpinan dalam rangka upaya untuk memperbaiki kinerja organisasi.
- f. Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi.
- g. Memastikan bahwa pengambilan keputusan dilakukan secara objektif.
- h. Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan.
- i. Mengungkapkan permasalahan yang terjadi.

2.3. Pembiayaan

2.3.1. Pengertian Pembiayaan

Menurut Stam (2015) pembiayaan sangat penting untuk pengembangan bisnis dan kinerja usaha. Davari dan Najmabadi memberikan penjelasan tentang sebagaimana yang ditetapkan oleh Departemen Inggris untuk International Development dalam Faghieh dan Zali (2018) bahwa indeks keuangan yang terlibat dalam pengembangan ekosistem kewirausahaan adalah aksesibilitas ke modal ventura, pinjaman, dan pasar saham. Menurut Prodan (2007) modal ventura adalah salah satu metode pembiayaan paling populer untuk membangun bisnis

baru. Menurut *Organisation for Economic Cooperation and Development* (2015) pinjaman bank adalah sumber umum lainnya pembiayaan untuk banyak usaha kecil dan menengah dan pengusaha (UKM).

Menurut Hansen dan Mowen (2000:47) biaya dibagi dua kategori fungsional yaitu biaya produksi dan non-produksi. Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan produksi barang atau penyediaan jasa. Biaya non-produksi adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi penjualan dan administrasi. Untuk barang yang berwujud, biaya produksi dan non-produksi sering mengacu secara berturut-turut sebagai biaya manufaktur dan biaya non-manufaktur. Biaya produksi selanjutnya dapat diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead.

Bahan baku langsung (*direct material*) adalah bahan baku yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang dapat dihasilkan. Biaya dari bahan-bahan ini dapat secara langsung dikenakan pada produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur jumlah yang dikonsumsi oleh tiap produk. Bahan yang menjadi bagian dari produk berwujud atau yang dapat digunakan dalam menyediakan jasa biasanya diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung.

Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) adalah upah yang diperoleh pekerja yang mengubah bahan dari keadaan mentah menjadi produk jadi. Sebagai contoh, upah yang dibayarkan kepada pekerja pabrik pakaian yang memotong kain dan menjahit hasil potongan tersebut adalah biaya tenaga kerja langsung. Hanya upah yang diperoleh pekerja yang terlibat dalam pengolahan produk secara fisik adalah biaya tenaga kerja langsung (Gayle Rayburn, 1996 : 32)

Overhead pabrik (*factory overhead*) adalah semua biaya produksi selain dari bahan baku langsung atau tenaga kerja langsung dikumpulkan menjadi satu kategori. Pada perusahaan produksi, overhead juga dikenal sebagai beban pabrik atau overhead produksi (Hansen dan Mowen, 2000:46).

2.3.2 Indikator Pembiayaan

Setiap usaha memerlukan pembiayaan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu dibutuhkan sejumlah dana sebagai dasar atas ukuran finansial atas usaha yang dijalankan. Sumber pembiayaan dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, pinjaman dari bank maupun lembaga keuangan non bank. Menurut Rifalatul (2017) modal merupakan kekayaan yang dimiliki perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang, dan dinyatakan dalam nilai uang. Modal dalam bentuk uang pada suatu usaha mengalami perubahan bentuk sesuai dengan kebutuhan untuk mencapai tujuan usaha, yaitu sebagian dibelikan tanah dan bangunan, sebagian dibelikan persediaan bahan, sebagian dibelikan mesin dan peralatan, sebagian lagi disimpan dalam bentuk uang tunai (*cash*).

Menurut Ibrahim (2009:135) untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan dalam suatu usaha dapat diperoleh melalui modal dari dalam perusahaan dan modal dari luar perusahaan.

1. Modal dari dalam perusahaan

Sumber dari dalam perusahaan adalah modal yang berasal dari para investor sendiri atau modal yang dihimpun atas penjualan saham.

2. Modal dari luar perusahaan.

Modal dari luar perusahaan adalah modal yang berasal dari bank, produsen mesin/peralatan, dan lembaga keuangan lainnya.

Sehubungan komposisi sumber modal antara modal sendiri dengan modal yang berasal dari luar perusahaan, sebenarnya tidak ada suatu ketentuan untuk menentukan sehat tidaknya suatu usaha yang dikerjakan. Namun demikian semakin besar sumber modal yang berasal dari luar perusahaan semakin besar beban bunga sebagai biaya modal dalam pelaksanaan proyek. Demikian pula sebaliknya, tanpa mengadakan pinjaman dari luar, perusahaan mungkin mengalami kesulitan dalam pengadaan dana, baik untuk biaya investasi maupun biaya modal kerja.

Sumber dana/modal yang berasal dari luar usaha juga perlu diperhitungkan seperti tingkat bunga pinjaman, jangka waktu pinjaman (bentuk kredit), besarnya pinjaman, dan dihubungkan dengan kemampuan usaha dalam menutupi berbagai pengeluaran dan cicilan bunga maupun cicilan pengembalian pokok pinjaman.

Untuk mendapatkan dana/modal kerja yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan harus diperhitungkan secara cermat sehingga segala aktivitas usaha yang akan dikembangkan benar-benar dapat berjalan secara kontinu dan lancar.

Berdasarkan uraian diatas maka modal memiliki peranan yang penting terhadap keberlangsungan suatu usaha. Modal dalam satu industri tidak hanya dapat diartikan bahwa modal adalah sejumlah uang yang dimiliki oleh suatu

industri, modal juga diartikan seluruh aset yang dimiliki oleh sebuah industri yang digunakan untuk proses produksi.

Penelitian Budi, Sarwanti dan Wulan (2017) menyatakan bahwa dalam kinerja usaha untuk meningkatkan jumlah modal sangatlah penting karena akan meningkatkan jumlah bahan baku. Pengusaha harus lebih memaksimalkan kedua faktor tersebut.

2.3.3. Fungsi Pembiayaan

Menurut Veithzal dan Rivei dalam (Fauzi ,2016) pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan secara umum sebagai berikut :

a. Untuk meningkatkan daya guna uang

Dengan adanya pembiayaan dapat meningkatkan daya guna uang maksudnya jika uang hanya disimpan saja tidak akan menghasilkan sesuatu yang berguna. Dengan diberikannya pembiayaan uang tersebut menjadi berguna untuk menghasilkan barang atau jasa oleh si penerima pembiayaan.

b. Untuk meningkatkan daya guna barang

Pembiayaan yang diberikan oleh bank akan dapat digunakan oleh si debitur untuk mengolah barang yang tidak berguna menjadi berguna atau bermanfaat.

c. Sebagai alat stabilitas ekonomi

Dengan memberikan pembiayaan dapat dikatakan sebagai stabilitas ekonomi karena dengan adanya pembiayaan yang diberikan akan menambah jumlah barang yang diperlukan oleh masyarakat.

d. Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan

Semakin banyak pembiayaan yang disalurkan, akan semakin baik, terutama dalam hal peningkatan pendapatan. Jika sebuah pembiayaan diberikan untuk membangun pabrik, maka pabrik tersebut tentunya membutuhkan tenaga kerja sehingga dapat pula mengurangi pengangguran. Disamping itu, bagi masyarakat sekitar pabrik juga akan dapat meningkatkan pendapatannya seperti membuka warung atau menyewa rumah kontrakan atau jasa lainnya.

2.4. Pasar

2.4.1. Pengertian Pasar

Pasar mengacu pada tempat di mana pengusaha menerima umpan balik tentang inovasi dan pemasaran produk mereka dan mendapatkan informasi tentang banyak masalah yang terkait dengan pasar. Pasar meliputi pasar lokal dan pasar luar negeri (Isenberg 2011). Akses ke pasar lokal memainkan peran penting dalam memberikan peluang di dalam ekosistem wirausaha. Menurut Spilling (1996) dan *World Economic Forum* (2013) kebutuhan pelanggan menciptakan peluang untuk bisnis baru usaha. Seperti yang dikatakan Spigel (2015) kebutuhan pelanggan mengarah pada pembentukan jaringan yang mendukung pengusaha untuk mendapatkan teknologi dan pengetahuan pasar, akses ke sumber daya seperti investasi, akses ke pelanggan dan pemasok, dan karenanya meningkatkan kinerja mereka sendiri.

Sementara itu menurut Fandy Tjiptono (2015:133) definisi yang lebih spesifik dan berdasarkan perspektif pemasaran merumuskan pasar sebagai sekumpulan pembeli aktual dan pembeli potensial sebuah produk atau jasa. Para

pembeli tersebut memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan atau keinginan spesifik yang dapat dipuaskan melalui relasi pertukaran.

Dengan demikian, ukuran pasar tergantung pada jumlah orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan spesifik, mempunyai daya beli (sumber daya finansial dan/atau akses ke sumber daya bersangkutan), dan bersedia melakukan transaksi pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen potensial memiliki tiga karakteristik pokok, yaitu mempunyai minat, penghasilan, dan akses. Berdasarkan ketiga karakteristik ini, ada lima level definisi pasar (Fandy Tjiptono, 2015:134-135) :

1. Pasar potensial (*potential market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran spesifik. Misalnya, semua orang yang menyatakan berminat untuk membeli sebuah sepeda motor.
2. Pasar yang tersedia (*available market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu. Dalam pasar yang tersedia, konsumen juga memiliki kemampuan (daya beli) untuk membeli sepeda motor. Selain itu, hambatan akses juga teratasi, artinya sepeda motor tersebut memang tersedia di wilayah konsumen bersangkutan berada.
3. Pasar tersedia yang memenuhi syarat (*qualified available market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, akses, dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu. Misalnya pemerintah melarang penjualan sepeda motor kepada orang yang belum berusia 17 tahun. Dengan demikian, meskipun ada konsumen yang memiliki minat, daya beli, dan akses

pasar, tetapi belum berusia 17 tahun, maka ia bukanlah pasar tersedia yang memenuhi syarat.

4. Pasar yang dilayani (*served market atau target market*), yaitu bagian dari *qualified available market* yang ingin dimasuki perusahaan. Contohnya, produsen sepeda motor memutuskan untuk memusatkan pemasaran dan distribusinya di pulau Jawa, maka pulau Jawa menjadi pasar yang dilayani.
5. Pasar penetrasi (*penetrated market*), yaitu sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk. Jadi, yang termasuk dalam pasar penetrasi adalah mereka yang secara aktual telah membeli sepeda motor merek produsen bersangkutan.

Pemahaman akan level definisi pasar sangat bermanfaat bagi perencanaan pemasaran. Jika seorang pemasar tidak puas dengan penjualannya saat ini, maka ia dapat melakukan sejumlah tindakan. Ia dapat mencoba menarik persentase pembeli dari pasar yang dilayani yang lebih besar. Ia dapat memperluas pasar yang tersedia dengan membuka distribusi pada wilayah lain, menurunkan harga, dan/atau menawarkan berbagai promosi khusus. Selain itu, ia juga dapat berusaha memperluas pasar potensial dengan mengiklankan produk pada konsumen yang semula tidak menaruh minat.

2.4.2. Orientasi Pasar

Gray, Matear, dan Matheson (2002) berpendapat bahwa orientasi pasar dapat dilihat sebagai pelaksanaan konsep pemasaran. Orientasi pasar didefinisikan sebagai perilaku organisasi yang mengidentifikasi kebutuhan konsumen, perilaku kompetitor, menyebarkan informasi pasar ke seluruh organisasi dan

meresponsnya dengan suatu koordinasi, perhitungan waktu, dan perhitungan keuntungan.

Orientasi pasar adalah istilah populer yang digunakan oleh praktisi pemasaran sebagai indikator sejauh mana perusahaan menerapkan konsep pemasaran. Konsep pemasaran, pada gilirannya, menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi seperti pangsa pasar dan profitabilitas tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan memberikan yang diinginkan dan kepuasan lebih efektif dan efisien daripada pesaing. Orientasi pasar digunakan untuk memiliki penginderaan pasar yang unggul dan kemampuan menghubungkan pelanggan dianggap mengasumsikan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang kurang berorientasi pasar (Day, 1994).

Menurut Hatani dalam Zuliasanti (2018) upaya peningkatan kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara internal dan eksternal. Khususnya secara eksternal peningkatan kinerja dilakukan dengan menggunakan kultur yang berorientasi pada pasar. Orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang menempatkan pasar sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan bisnis suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam rangka mempertahankan perusahaan menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan harus mampu mengelola pasar secara sistematis, dengan cara mencari informasi dan menganalisis kebutuhan pelanggan, sehingga perusahaan dapat bersaing lebih unggul dibanding pesaing. Penerapan orientasi pasar memerlukan kemampuan perusahaan dalam mencari informasi

pasar sehingga dapat dijadikan sebagai langkah atau strategi dalam pemasaran (Zuliasanti, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Kohli dan Jaworski (1993) menyatakan bahwa orientasi pasar adalah suatu usaha organisasi untuk mengetahui secara jelas mengenai :

1. Kebutuhan manusia untuk masa kini dan masa yang akan datang.
2. Penyebaran pengetahuan tentang pasar, yaitu informasi yang ada mengenai suatu barang/ jasa di pasar harus jelas, sehingga konsumen mengetahui ada barang atau jasa sesuai keinginannya.
3. Mempunyai rasa tanggung jawab dari organisasi terhadap perkembangan pasar, diperlukan ketelibatan dari organisasi untuk selalu memantau atau memonitor perkembangan pasar yang selalu mengalami perubahan setiap saat, sehingga bila terjadi sesuatu dapat ditindak lanjuti atauantisipasi secepatnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan suatu proses dalam memperoleh, menyebarkan, dan menerapkan informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengetahui perilaku pesaing. Perusahaan yang berorientasi pasar akan memiliki kinerja yang lebih baik dalam memahami pelanggan dan pesaingnya (Lings dan Greenley, 2009).

2.4.3. Indikator Orientasi Pasar

Menurut Narver dan Slater (1990) orientasi pasar terdiri atas tiga indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antarfungsi termasuk semua aktivitasnya dilibatkan dalam memperoleh informasi tentang pembeli dan

pesaing pada pasar yang dituju dan menyebarkan melalui bisnis, sedangkan koordinasi antarfungsional didasarkan pada informasi pelanggan serta pesaing dan terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi.

1. Orientasi Pelanggan

Narver (1990) berpendapat bahwa orientasi pelanggan merupakan pemahaman yang cukup terhadap para pembeli, sasaran dari pembeli adalah mampu menciptakan nilai yang lebih superior bagi mereka secara kontinyu dan menciptakan penampilan yang lebih superior bagi perusahaan. Penciptaan penampilan akan memperkuat posisi perusahaan untuk dapat menentukan orientasi pelanggan yang akan dituju.

Orientasi pelanggan mencakup semua aktivitas yang berkontribusi pada pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan preferensi para pelanggan sasarnya dan pada kemampuan perusahaan untuk merancang produk dan jasanya yang bisa memuaskan kebutuhan dan preferensi tersebut (Fandy Tjiptono, 2008).

2. Orientasi Pesaing

Orientasi pesaing mencerminkan pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan jangka pendek dan kapabilitas dan strategi jangka panjang para pesaing utama saat ini dan pesaing potensial utama perusahaan, serta kemampuan merespon aktivitas dan strategi pesaing (Narver, 1990:22).

3. Koordinasi antarfungsi

Koordinasi antarfungsi mengacu pada tingkat koordinasi antarfungsi atau departemen berbeda dalam sebuah perusahaan dan tingkat penyebarluasan

informasi antardepartemen. Koordinasi antarfungsi didasarkan pada informasi pelanggan dan pesaing serta terdiri dari upaya penyesuaian bisnis, untuk menciptakan nilai unggul bagi pelanggan (Narver, 1990:22). Koordinasi antarfungsi dapat mempertinggi komunikasi dan pertukaran antara semua fungsi organisasi yang mempersatukan pelanggan dan pesaing. Serta dapat menginformasikan tren pasar yang terkini.

2.5. Sumber Daya Manusia

2.5.1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Menurut Sumarsono (2013:2-3) Sumber Daya Manusia (SDM) mengandung dua pengertian. Pertama, sumber daya manusia mengandung pengertian usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. Dalam hal ini sumber daya manusia mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa.

Pengertian kedua dari sumber daya manusia menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang mempunyai nilai ekonomis, yaitu bahwa kegiatan tersebut menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Werther dan Davis (1996), menyatakan bahwa sumber daya manusia adalah pegawai yang siap, mampu, dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sebagaimana dikemukakan bahwa dimensi pokok sisi sumber daya adalah kontribusinya terhadap organisasi, sedangkan dimensi pokok manusia

adalah perlakuan kontribusi terhadapnya yang pada gilirannya akan menentukan kualitas dan kapabilitas hidupnya.

Sumber daya manusia adalah jantung dari kehidupan organisasi atau perusahaan. Mereka adalah motor penggerak utama kegiatan perusahaan yang menjadikannya berhasil atau gagal dalam menjalankan visi, misi, dan tujuannya. Secanggih apapun sebuah perusahaan yang dilengkapi dengan infrastruktur atau peralatan modern dan otomatis, tetap memerlukan sumber daya manusia untuk mengoperasikan peralatan tersebut. Program kerja perusahaan yang merencanakan sasaran bisnis, pelaksanaannya untuk meraih pencapaiannya, monitoring, dan evaluasi keberhasilannya tidak bisa dilakukan secara mekanistik tanpa melibatkan kepakaran sumber daya manusia yang dipekerjakannya (Amir, 2015:93). Oleh karena itu meningkatkan kualitas sumber daya manusia sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan.

Penelitian Nizar (2018) mengemukakan bahwa kualitas sumber daya manusia sangat berperan penting terhadap kinerja UKM, sebagian besar UKM merupakan usaha yang turun menurun. Keterbatasan kualitas sumber manusia dari segi pendidikan, pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengolahan usahanya. Sumber daya manusia perlu dikembangkan dengan cara mengembangkan kompetensinya untuk meningkatkan produktifitas yang didukung dengan perkembangan teknologi, mengingat bahwa tidak sedikit para pelaku UKM masih menggunakan cara-cara sederhana baik dalam penggunaan teknologi dan pemasarannya masih sangat terbatas.

Berdasarkan uraian diatas, maka sumber daya manusia merupakan faktor terpenting dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, sumber daya manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan tersebut. Semakin baik sumber manusia yang ada maka akan semakin meningkatkan kinerja usaha.

2.5.2. Tujuan Perencanaan Sumber Daya Manusia

Menurut Sasangka dan Suhendi (2014:114-115) tujuan perencanaan sumber daya manusia adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan sumber daya manusia baik kualitas maupun kuantitas untuk mengisi jabatan dalam sebuah perusahaan.
- b. Menyediakan sumber daya manusia baik sekarang maupun untuk masa yang akan datang.
- c. Meningkatkan perusahaan dalam hal pemanfaatan sumber daya manusia.
- d. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam menerima karyawan baru.
- e. Melengkapi informasi sumber daya manusia yang dapat membawa kegiatan sumber daya manusia unit organisasi lainnya.

2.5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Sumber Daya

Manusia

Menurut Sutrisno (2017:38) perencanaan sumber daya manusia sangat dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam organisasi itu sendiri (faktor internal) maupun faktor yang berasal dari luar organisasi (faktor eksternal).

1. Faktor-Faktor Internal

Adapun berbagai kendala yang terdapat didalam organisasi itu sendiri, seperti :

- a. Rencana strategi
- b. Anggaran
- c. Estimasi produksi dan penjualan
- d. Perluasan usaha atau kegiatan baru
- e. Rancangan organisasi dan tugas organisasi

2. Faktor-Faktor Eksternal

- a. Situasi ekonomi
- b. Sosial-budaya
- c. Politik
- d. Peraturan perundang-undangan
- e. Teknologi
- f. Pesaing

Faktor internal dan eksternal diatas saling berinteraksi dan mempengaruhi. Perencanaan sumber daya manusia harus bertitik tolak dari pengkajian terhadap faktor-faktor tersebut.

2.5.4. Indikator Sumber Daya Manusia

Kompetensi sumber daya manusia erat kaitannya dengan kinerja, baik kinerja individu maupun kinerja organisasi (perusahaan). Menurut Michael Armstrong (1994) indikator kompetensi sumber daya manusia didasarkan pada

pemahaman ilmu pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan kemampuan (*ability*) yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan dengan baik.

1) Pengetahuan (*knowledge*)

Pengetahuan (*knowledge*) merupakan penguasaan ilmu dan teknologi yang dimiliki seseorang dan diperoleh melalui proses pembelajaran serta pengalaman selama kehidupannya. Indikator pengetahuan (*knowledge*) dalam penelitian ini adalah pengetahuan manajemen bisnis dan pengetahuan produk atau jasa.

2) Keterampilan (*skill*)

Keterampilan (*skill*) adalah kapasitas khusus untuk memanipulasi suatu objek secara fisik. Indikator keterampilan (*skill*) meliputi: keterampilan produksi, berinovasi, berkomunikasi, kerjasama dan organisasi.

3) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan (*ability*) adalah kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Indikator kemampuan meliputi: kemampuan mengelola bisnis, mengambil keputusan, memimpin dan mengendalikan lingkungan bisnis.

Perusahaan perlu melakukan pengembangan kompetensi sumber daya manusia secara terencana sesuai dengan kebutuhannya dimasa depan supaya mereka dapat bekerja lebih produktif, efektif, dan berdampak pada proses pelaksanaan pekerjaan secara mendasar.

2.6. Industri Kecil Menengah

Menurut UU No. 5 tahun 1984 tentang perindustrian, yang menyebutkan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancangan dan perancangan industri. industri merupakan seluruh kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan kegiatan ekonomi yang dalam kegiatannya mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Suryana dalam Nizar (2018) mengemukakan bahwa IKM memiliki kelemahan misalnya pada bidang manajemen dan organisasi, kelemahan pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan dalam mencari permodalan, tenaga kerja lokal dan akses pasar terbatas.

Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia tentang besaran jumlah tenaga kerja dan nilai investasi untuk klasifikasi usaha industri, menjelaskan bahwa industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Menurut Badan Pusat Statistik menggolongkan industri menjadi 4 lapisan berdasarkan jumlah tenaga kerja per unit yaitu :

1. Industri besar : pekerja 100 orang atau lebih.
2. Industri sedang : pekerja antara 20 sampai 99 orang.
3. Industri kecil : pekerja antara 5 sampai 19 orang.
4. Industri rumah tangga : pekerja < 5 orang.

Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Tahun 2011 mengenai Industri Kecil dan Menengah, Industri Kecil diartikan sebagai perusahaan industri dengan nilai investasi paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan Industri Menengah adalah perusahaan industri dengan nilai investasilebih besar dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2.7. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu terdiri dari berbagai macam penelitian-penelitian. Bentuk penelitian terdahulu dapat berupa jurnal maupun skripsi. Dasar pemikiran peneliti dalam menyusun skripsi tersebut berpacu pada penelitian -penelitian terdahulu tersebut. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan sebagai berikut :

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Subaedi, Brahmayanti dan Ardiana (2010) “Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya”.	Variabel Kompetensi SDM yang merupakan variabel bebas (independent variable), yang terdiri dari; Knowladge (X2), Skill (X2) dan Ability (X3). Sedangkan variabel tergantung (dependent variable) yang digunakan adalah variabel Kinerja UKM (Y).	Dari hasil analisa data ditemukan bahwa kompetensi yang terdiri dari pengetahuan, ketrampilan dan kemampuan masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan kecuali variabel pengetahuan yang tidak signifikan. Namun demikian jika diuji lebih lanjut secara bersama-sama ketiga variabel di atas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Surabaya.

1.	Silviasih, Slamet, dan Iskandar (2016) “Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Sektor Manufaktur Garmen Di Tanah Abang Jakarta Pusat”	Orientasi Pasar (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2) dan Kinerja Usaha (Y).	Orientasi pasar berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha UKM sektor manufaktur garmen di Tanah Abang.
3.	Dinar Wahyudiati (2017) “Pengaruh Aspek Keuangan dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Desa Kasongan”.	Aspek Keuangan (X1), Kompetensi SDM (X2), dan Kinerja UMKM Di Desa Kasongan (Y).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aspek Keuangan dan Kompetensi SDM secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM. Jika Aspek Keuangan dan Kompetensi SDM semakin baik maka akan semakin baik pula Kinerja UMKM.
4.	Siti Aminah (2017) “Analisis Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya	Biaya Bahan Baku (X1), Biaya Tenaga Kerja Langsung (X2), Biaya	Biaya bahan baku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hal tersebut ditunjukkan

	Overhead Pabrik Terhadap Penjualan Produk di CV Surya Pustaka”.	Overhead Pabrik (X3) dan variabel terikat yaitu Penjualan (Y).	darinilai signifikansi biaya bahan baku yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi yang didapat bernilai positif sebesar 1,671.
5.	Djamila Abbas (2018) “Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Kota Makassar”.	Modal Usaha (X1), Orientasi Pasar (X2), Orientasi Kewirausahaan (X3)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM industri makanan minuman di Kota Makassar.

2.8. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Alur-alur yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan yang berupa hipotesis (Sugiyono, 2015: 60). Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dengan dependen. Berdasarkan landasan teori dalam kaitannya dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pembiayaan, Pasar, dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha IKM Batik Di Sentra Usaha Batik Kota Pekalongan”, maka peneliti membuat kerangka

teori yaitu “Pengaruh Pembiayaan, Pasar, dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha IKM Batik Di Sentra Usaha Batik Kota Pekalongan”.

2.8.1. Pengaruh Pembiayaan Terhadap Kinerja Usaha

Pembiayaan memegang peranan yang menentukan keberhasilan usahaterhadap kinerja usaha. Setiap usaha memerlukan pembiayaan untuk melakukan kegiatan usaha. Sumber pembiayaan dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, pinjaman dari bank maupun lembaga keuangan non bank. Oleh karena itu dibutuhkan sejumlah dana sebagai dasar atas ukuran finansial atas usaha yang dijalankan. Riyanto dalam (Abbas, 2018) modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

Dalam menjalankan usahanya pasti pengusaha mengalami hambatan-hambatan untuk mencapai kinerja usaha yang baik seperti naiknya harga bahan baku setiap tahunnya. Bahan baku merupakan bahan pokok dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Biaya bahan baku merupakan bagian penting biaya barang yang digunakan untuk memproduksi barang jadi. Gasversz (2001:96) mengemukakan bahwa “salah satu faktor yang mempengaruhi laba adalah biaya bahan baku, semakin rendahnya biaya bahan baku maka semakin tinggi laba yang akan diperoleh pengusaha”. Harga bahan baku seperti kain mori, malam, obat pewarna batik mengalami kenaikan setiap tahunnya sehingga biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku mengalami

peningkatan. Hal tersebut membuat pengusaha supaya beradaptasi dengan kondisi naiknya harga bahan baku.

Menurut Salim Munabi (2003:52) biaya bahan baku terdiri atas biaya kebutuhan bahan baku, pembelian bahan baku, persediaan bahan baku, dan biaya bahan baku habis digunakan dalam produksi. Penelitian yang mengkaji tentang pengaruh biaya bahan baku pernah diteliti oleh Siti Aminah (2017) yang menyatakan bahwa bahwa biaya bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan yang dibuktikan dengan nilai koefisien 1,671 dan signifikansi 0,000. Budi, Sarwanti, dan Wulan (2017) dalam penelitiannya juga menyatakan meningkatkan jumlah modal sangatlah penting dalam meningkatkan jumlah bahan baku. Pengusaha harus lebih memaksimalkan kedua faktor tersebut.

2.8.2. Pengaruh Pasar Terhadap Kinerja Usaha

Pasar diartikan sebagai seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai kemampuan dalam bertransaksi (Kotler dan Amstrong, 2011). Orientasi pasar merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha yang mempunyai peran penting bagi kesuksesan dan kelangsungan hidup suatu usaha. Menurut Efendi, Ari dan Udaya (2015:8-9) keberhasilan seorang pemasar terletak pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan atau konsumennya, dengan kata lain cara ia memuaskan para pelanggan dan konsumen tersebut. Tentunya pekerjaan ini tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh perusahaan secara keseluruhan. Keberhasilannya bergantung pada banyak pihak yang bekerja dalam

bagian lain diperusahaan, yang masing-masing membantu pemasar mencapai tujuannya, yang juga merupakan tujuan perusahaan mereka bersama. Dengan orientasi pasar pengusaha dapat terbantu dalam bagian pengembangan produk, harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, target yang akan dituju, serta memasarkan produk sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Tanpa bantuan dari bagian-bagian tersebut, tidak mungkin seorang pemasar akan berhasil secara optimal dalam menjalani tugasnya.

Hal ini didukung oleh penelitian Lings dan Greenley dalam (Silviasih dkk, 2016) mengatakan bahwa perusahaan yang beorientasi pasar akan memiliki kinerja yang lebih baik dalam memahami pelanggan dan pesaingnya.

2.8.3. Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha

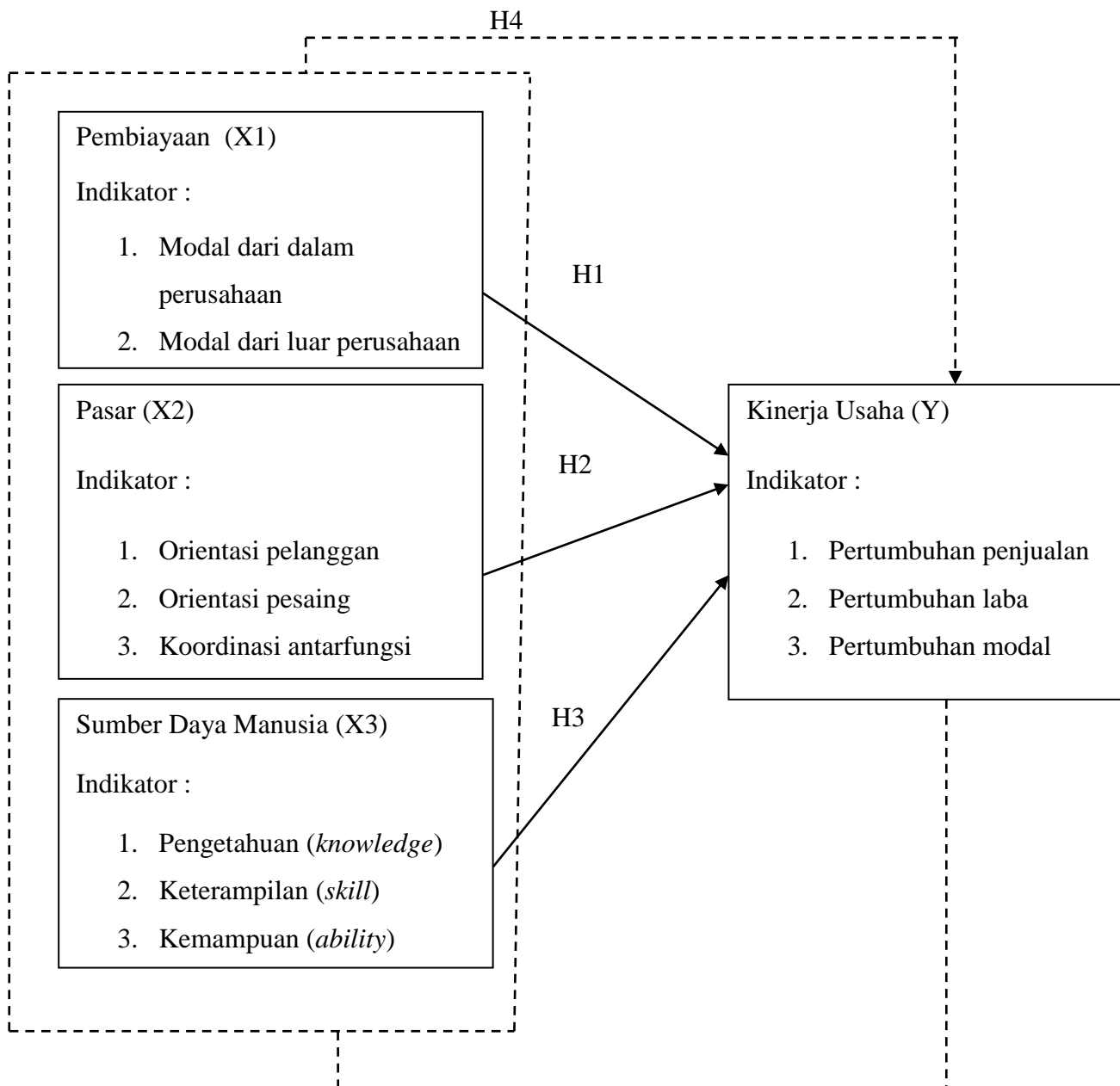
Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan peranan utama dalam setiap kegiatan. Walaupun didukung oleh sarana dan prasarana yang telah memadai, tanpa dukungan sumber daya manusia yang handal, pelaksanaan kegiatan tidak akan terselesaikan dengan baik. Sumber daya manusia adalah asset yang paling penting dalam suatu organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia akan menjadi potensi yang baik apabila perusahaan mampu mengelola dengan benar.

Dengan adanya kompetensi sumber daya manusia yang mencakup pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan akan menjadikan seseorang untuk mampu menganalisis setiap peluang yang ada. Dengan indikator pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan tersebut akan menjadikan seseorang untuk melakukan identifikasi dengan baik dan mampu mengambil keputusan yang tepat,

sehingga akan menghasilkan keputusan yang baik sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ardina, Brahmayanti dan Subaedi (2010) menyebutkan bahwa kompetensi sumber daya manusia secara positif dan signifikan mempengaruhi kinerja UKM, artinya peningkatan kompetensi sumber daya manusia akan meningkatkan kinerja UKM. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif kompetensi SDM terhadap kinerja UKM.

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha dalam penelitian. Penelitian ini mempunyai tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Pembiayaan sebagai variabel independen pertama (X1), Pasar sebagai variabel independen kedua (X2), dan Sumber Daya Manusia sebagai variabel independen ketiga (X3). Variabel dependen dari penelitian ini adalah kinerja usaha (Y). Adapun model konseptual kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Keterangan :

- : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel Terikat secara parsial
- - - - -→ : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel Terikat secara simultan

2.9. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian yang relevan yang telah disampaikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Ada pengaruh pembiayaan terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.
- H2 : Ada pengaruh pasar terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.
- H3 : Ada pengaruh sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.
- H4 : Ada pengaruh pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia terhadap kinerja usaha IKM batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pembiayaan terhadap kinerja kewirausahaan sebesar 39,69%. Jika pembiayaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan kinerja kewirausahaan naik sebesar 0,383. Hal ini berarti semakin baik pembiayaan maka kinerja kewirausahaan akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pasar terhadap kinerja kewirausahaan sebesar 6,66%. Jika pasar mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan kinerja kewirausahaan naik sebesar 0,121. Hal ini berarti semakin baik pasar maka kinerja kewirausahaan akan meningkat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sumber daya manusia terhadap kinerja kewirausahaan sebesar 9,61%. Jika sumber daya manusia mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan kinerja kewirausahaan naik sebesar 0,154. Hal ini berarti semakin baik sumber daya manusia maka kinerja kewirausahaan akan meningkat.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pembiayaan, pasar dan sumber daya manusia terhadap kinerja kewirausahaan sebesar 50,5%. Sedangkan sisanya 49,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut peneliti berusaha memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha IKM batik perlu memahami keinginan pelanggan dan diharapkan mampu membuat peluang dimasa yang akan datang supaya dapat menarik pelanggan, pengusaha juga harus terus berinovasi untuk dapat bersaing dengan pesaingnya dan tetap menjadikan persaingan usaha batik sebagai salah satu tantangan agar lebih maju.
2. Pemilik IKM batik hendaknya lebih memperhatikan sumber daya manusia terutama tenaga kerja pembatik, karena pekerjaannya yang rumit agar tenaga kerja tetap bertahan dan tidak keluar dari pekerjaan untuk mencari kerja pada perusahaan lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh lebih besar terhadap kinerja kewirausahaan IKM Batik di sentra usaha batik Kota Pekalongan. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi terkait penelitian tentang kinerja kewirausahaan melalui pembiayaan, pasar, dan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Djamila. (2018). “*Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar*”. Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS). Vol.5. No.1.(Januari-Juni):95-111.
- Amir, Mohammad Faisal. (2015). “*Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan*”. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bakti, Idea Sukma. (2014). “*Pengaruh Pembinaan & Pelatihan SDM Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM (Kerjasama Kemitraan LotteMart Cabang Bintaro Dengan Pemerintah Daerah Kota Tangerang Selatan)*”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi.
- Badan Pusat Statistik. (2018). “*Laju Pertumbuhan PDRB Kota Pekalongan Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha, 2011-2016 (Persen)*”.<https://pekalongankota.bps.go.id/dynamictable/2018/02/22/24/la-ju-pertumbuhan-pdrb-kota-pekalongan-atas-dasar-harga-konstan-2010-menurut-lapangan-usaha-2011-2016-persen-.html>.(diakses 10 Maret 2019).
- Bank Indonesia. (2016). “*Pola Pembiayaan Usaha Kecil (PPUK) Industri Kerajinan Batik*”. Bank Indonesia.
- Efendi, Ari dan Udaya. (2015). “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali, Imam. (2016). “*Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IM SPSS 23*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, Yacob. (2009). “*Studi Kelayakan Bisnis*”. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Iskandar, Silviasih & Slamet. (2016). “*Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Sektor Manufaktur Garmen Di Tanah Abang Jakarta Pusat*”. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. Vol. 16. No.1. (Januari-Juni).
- Ismail, Parisa & Ralf. (2017). “*Entrepreneurial ecosystems: a systematic review*”. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy. Vol. 12 Issue:4, pp 545-564.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). “Market orientation: antecedents and Consequences”. Journal of Marketing. Vol.57, pp 53-70.
- Kemenperin. (2017). “*Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja IKM Ditargetkan Naik Setiap Tahun*”. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18855/Jumlah-Unit-Usaha-dan-Tenaga-Kerja-IKM-Ditargetkan-Naik-Setiap-Tahun> (diakses 11 maret 2019).

- Mowen, Maryanne dan Hansen. (2000). *“Manajemen Biaya”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munizu, Musran. (2010). *“Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan”*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol.12. No.1. (Maret):33-41.
- Najmabadi, A & Ali, D. (2015). *“Entrepreneurial Ecosystem and Performance in Iran. Vol. 12 Issue 2. pp. 267-272.*
- Nizar, Muhammad. (2018). *“Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tutur”*. Universitas Yudharta Pasuruan. Skripsi.
- Prabawani, Helia dan Farida. (2015). *“Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)”*. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science. Hal 4.
- Pujiastuti, Lani. (2015). *“Diakui Dunia, Ekspor Batik RI Meningkat Setiap Tahun”*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3034083/diakui-dunia-ekspor-batik-ri-meningkat-setiap-tahun>. (diakses tanggal 2 Maret 2019).
- Purwanti, Endang. (2012). *“Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga”*. Vol.5. No.9: 1-16.
- Rayburn, L Gayle. (1996). *“Akuntansi Biaya : dengan Menggunakan Pendekatan Manajemen Biaya”*. Jakarta: Erlangga.
- Sanusi, Anwar. (2014). *“Metodologi Penelitian Bisnis”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Mulia Nina Novia. (2017). *“Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Batik di Kota Pekalongan”*. Universitas Negeri Semarang. Skripsi.
- Sasangka, Indra & Suhendi. (2014). *“Pengantar Bisnis”*. Bandung: Alfabeta.
- Setyanti, Christina Andhika. (2015). *“Alasan Pekalongan Dipilih Jadi Kota Kreatif UNESCO”*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150601110604-277-56910/alasan-pekalongan-dipilih-jadi-kota-kreatif-unesco>. (diakses tanggal 2 Maret 2019).
- Sisela, Nawang Putri Sendang. (2011). *“Pengaruh Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Hasil Produksi Di Sentra Industri Tenun ATBM Desa Pakumbulan Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan”*. Universitas Negeri Semarang. Skripsi.

- Slater, Stanley F & Narver John C. (1990) "*The Effect of a Market Orientation on Business Profitability*". *Journal of Marketing*. Vol. 54, No. 4, pp. 20-35
- Subaedi, Ardiana & Brahmayanti. (2010). "*Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya*". *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol.12. No. 1: 42-55.
- Sugiyono. (2016). "*Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*". Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, Sonny. (2013). "*Teori Dan Kebijakan Publik Ekonomi Sumber Daya Manusia*". Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sun Jialu, Yao Meifang dan Zhang Weiyong, dkk. (2016). "*Entrepreneurial Environment, Market Oriented Strategy, and Entrepreneurial Performance*". *Internet Research*. Vol. 26 Issue. 2, pp. 546 -562.
- Sutrisno, Edi. (2017). "*Manajemen Sumber Daya Manusia*". Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. (2015). "*Strategi Pemasaran*". Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Uha, Ismail Nawawi. (2017). "*Budaya Organisasi Kepemimpinan & Kinerja*". Depok: Kencana.
- Umi, Rifalatul. (2017). "*Pengaruh Strategi Pemasaran dan Faktor Produksi Terhadap Kinerja Bisnis IKM Tenun Ikat Troso*". Universitas Negeri Semarang. Skripsi.
- Wahyudianti, Dinar. (2017). "*Pengaruh Aspek Keuangan dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Desa Kasongan*". Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Wibowo. (2014). "*Manajemen Kinerja*". Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Wirawan. (2009). "*Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*" Jakarta : Salemba Empat.
- Zuliasanti, Kiki. (2018). "*Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Mebel di Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara*". Universitas Negeri Semarang. Skripsi.