

SKRIPSI

**PENGARUH MODAL USAHA, ORIENTASI PASAR
DAN STRATEGI BERSAING TERHADAP PENDAPATAN
UMKM DI KECAMATAN SIMEULUE TIMUR**



Disusun Oleh:

**YENI HARLINA
NIM. 180604112**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yeni Harlina
NIM : 180604112
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu mempertanggungjawabkan atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 04 Juli 2022

Yang menyatakan,



Yeni Harlina

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar Dan Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Simeulue Timur

Disusun Oleh :

Yeni Harlina
NIM . 180604112

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 19720481999031005

Pembimbing II,

Yulindawati, S.E., M.M
NIP. 197907132014112002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 19720481999031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur

Yeni Harlina
NIM. 180604112

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: 22 Juli 2022 M
23 Dzulhijjah 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 19720481999031005

Sekretaris,

Yulindawati, S.E., M.M
NIP. 197907132014112002

Penguji I,

Marwiyati, S.E., M.M
NIP. 197404172005012002

Penguji II,

Jalilah, S.H.I., M.Ag
NIDN. 2008068803

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Yeni Harlina
NIM : 180604112
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
E-mail : 180604112@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simelue Timur Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

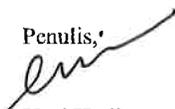
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 28 Agustus 2022

Mengetahui,

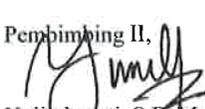
Penulis,


Yeni Harlina
NIM:180604112

Pembimbing I,


Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP/19720481999031005

Pembimbing II,


Yulidawati, S.E., M.M.
NIP:197907132014112002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-mu lah engkau berharap”.

(QS. Al Insyirah : 6-8)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”.

(HR. Ahmad)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud kasih sayang, bakti dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan cinta, kasih sayang yang tulus, Do'a, dukungan dan pengorbanan yang tak terhingga juga kepada keluarga dan orang-orang baik yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar Dan Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Simeulue Timur”**. Shalawat dan salam penulis mohonkan kepada Allah SWT, semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepada jalan yang terang benderang seperti saat ini.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Ilmu Ekonomi. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas bantuan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan. Namun, berkat bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih setinggi-tingginya kepada :

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi, M.A

selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan selaku Pembimbing I. Marwiyati, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi dan selaku penguji I yang telah memberikan nasihat, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium dan Rachmi Meutia, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Laboratorium.
4. Abrar Amri, M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan saran dan masukan serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.
5. Jalilah, S.H.I.,M.Ag selaku penguji II dan Yulindawati, S.E.,M.M selaku pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan terhadap penulisan skripsi ini.
6. Seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Simeulue Timur yang telah membantu penulis dalam penelitian dan memudahkan penulisan skripsi.
7. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Rustamin dan Ibunda Yusni Karti yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan, serta bantuan moril maupun material yang tak terhingga.
8. Terima kasih kepada Nenek tercinta Jamisaini yang selalu

memberikan semangat. Kepada adik-adik tercinta Sartika Rahayu, Anggi Hasminun, Muhaimin Abdi serta yang paling spesial Aurelia Gustina yang selalu memberikan semangat dan kasih sayang kepada penulis.

9. Terima kasih kepada pelatih Ardiansyah Dalimunthe, S.Pd dan Arief Muliadi yang telah memberikan motivasi, dukungan serta bantuan dalam penulisan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada sahabat-sahabat Alda Nahdatina, Irma Fauzia DR, Inda Niki Silfa, Asi Nasiyatun Hayati, Melcy Putri Lubis, Intan Fryaugrina Resky, Fita Ronaya, Angri Ayuni, Vera Monika, Titien Chantika Nst, Yuni Armilu, Agusti Candra, T.Khair Rivo dan Ramadhan yang telah memberikan semangat, dukungan serta bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Fadi Firmansyah yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan bantuan kepada penulis.
12. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2018 yang telah memberikan semangat penulis.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna dan dapat bermanfaat kepada pembaca. Namun penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Banda Aceh, 08 April 2022
Penulis,

Yeni Harlina



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor : 0543 b/u/1987

1. Konsonan

	Arab	Latin	No	Arab	
1	ا		16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	,
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M

10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	,
14	ص	Ş	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
	<i>h</i>	A
	<i>Kasrah</i>	I

	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

	Nama	Huruf
	<i>ḥ</i>	Ai
	<i>ḥ</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

hauula : هول

3. *Maddah*

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

	Nama	Huruf dan Tanda

ي/ا	h	Ā
ي	Kasrah dan ya	Ī
ي		Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qāla : قَائِلٌ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutoh (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- Ta marbutoh (ة) hidup
Ta marbutoh (ة) yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutoh (ة) mati N I R Y
Ta marbutoh (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutoh (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutoh (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfāl/ rauḍatulatfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul Munawwarah
Ṭalḥah : طَلْحَة

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Beirut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia Tidak ditransliterasi. Contoh: Tasawuf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Yeni Harlina
NIM : 180604112
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar Dan Strategi Bersaing Terhadap pendapatan UMKM Di Kecamatan Simeulue Timur
Pembimbing I : Dr. Muhammad Adnan, SE.,M.Si.
Pembimbing II : Yulindawati, S.E.,M.M

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam membangun perekonomian masyarakat termasuk halnya di Aceh yang salah satunya adalah daerah Kecamatan Simeulue Timur. Tidak sedikit masyarakat di Kecamatan Simeulue Timur yang menjadi pelaku UMKM. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan sektor UMKM ini serta termasuk dalam hal meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 92 pelaku UMKM di Kecamatan Simeulue Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha dan strategi bersaing mempengaruhi pendapatan UMKM, sedangkan variabel orientasi pasar tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hasil uji determinasi menunjukkan pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur sebesar 0.549 atau 54.9 % dan sisanya sebesar 45.1 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci : *Modal Usaha, Orientasi Pasar, Strategi Bersaing, Pendapatan UMKM.*

DAFTAR ISI

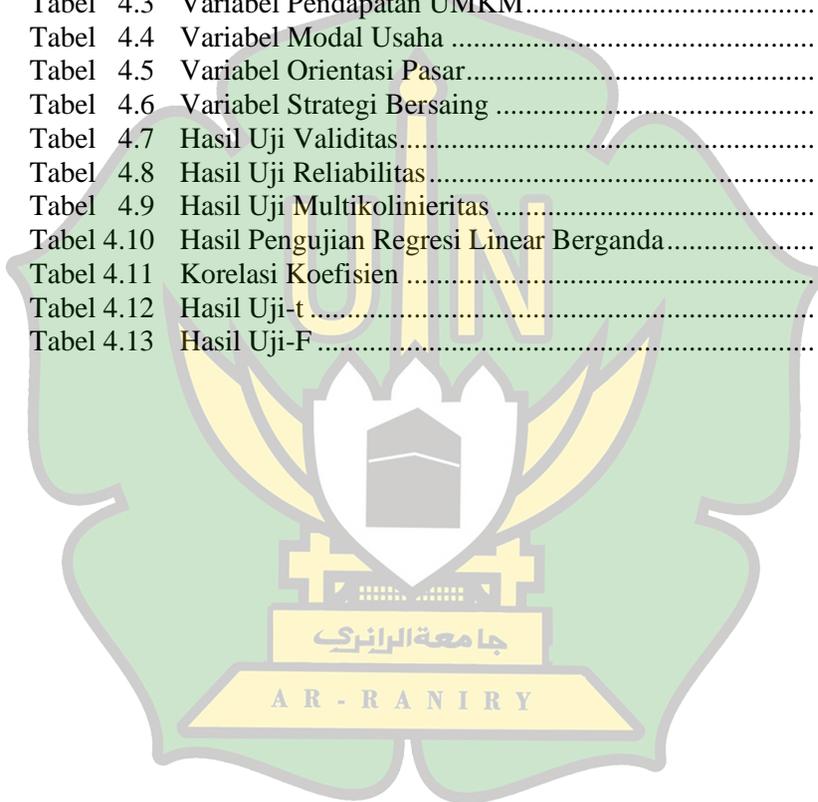
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH.....	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xii
ABSTRAK.....	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORETIS	13
2.1 Pendapatan UMKM.....	13
2.1.1 Pengertian Pendapatan UMKM	13
2.1.2 Karakteristik Pendapatan	16
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan.....	17
2.1.4 Indikator Pendapatan.....	19
2.2 Modal Usaha.....	20
2.2.1 Pengertian Modal Usaha	20
2.2.2 Struktur Modal Usaha	25
2.2.3 Sumber Modal Usaha.....	26
2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Modal Usaha....	29
2.2.5 Indikator Modal Usaha.....	35
2.3 Orientasi Pasar.....	38
2.3.1 Pengertian Orientasi Pasar	38
2.3.2 Indikator Orientasi Pasar.....	41
2.4 Strategi Bersaing	43
2.4.1 Pengertian Strategi Bersaing	43

2.4.2 Indikator Strategi Bersaing	44
2.5 Penelitian Terkait.....	46
2.6 Kerangka Pemikiran	50
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	50
2.7.1 Hubungan Modal Usaha dengan Pendapatan UMKM.....	50
2.7.2 Hubungan Orientasi Pasar dengan Pendapatan UMKM.....	52
2.7.3 Hubungan strategi bersaing dengan pendapatan UMKM.....	52
2.8 Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Desain Penelitian	55
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.3.1 Sumber Data.....	57
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4 Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.4.1 Validitas	59
3.4.2 Reliabilitas	59
3.5 Uji Asumsi Klasik	60
3.5.1 Uji Normalitas.....	60
3.5.2 Uji Multikolinearitas.....	60
3.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.6 Definisi dan Operasional Variabel	61
3.7 Model Analisis Data	63
3.8 Pengujian Hipotesis.....	64
3.8.1 Uji t (Parsial).....	64
3.8.2 Uji F (Simultan)	65
3.8.3 Koefisien Determinasi (R ²)	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.2 Karakteristik Responden	68
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	69
4.3.1 Deskripsi Variabel Pendapatan UMKM	69
4.3.2 Deskripsi Variabel Modal Usaha	71

4.3.3 Deskripsi Variabel Orientasi Pasar	73
4.3.4 Deskripsi Variabel Strategi Bersaing	74
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	76
4.4.1 Pengujian Validitas	76
4.4.2 Uji Reliabilitas	77
4.5 Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1 Uji Normalitas.....	78
4.5.2 Multikolinieritas.....	79
4.5.3 Heteroskedastisitas.....	80
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.7 Korelasi Koefisien	82
4.8 Pengujian Hipotesis Uji t dan Uji F	83
4.8.1 Hasil Uji t.....	83
4.8.2 Hasil Uji F (Secara Simultan)	84
4.9 Pembahasan	85
4.9.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.....	85
4.9.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.....	86
4.9.3. Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.....	86
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
DAFTAR LAMPIRAN.....	100

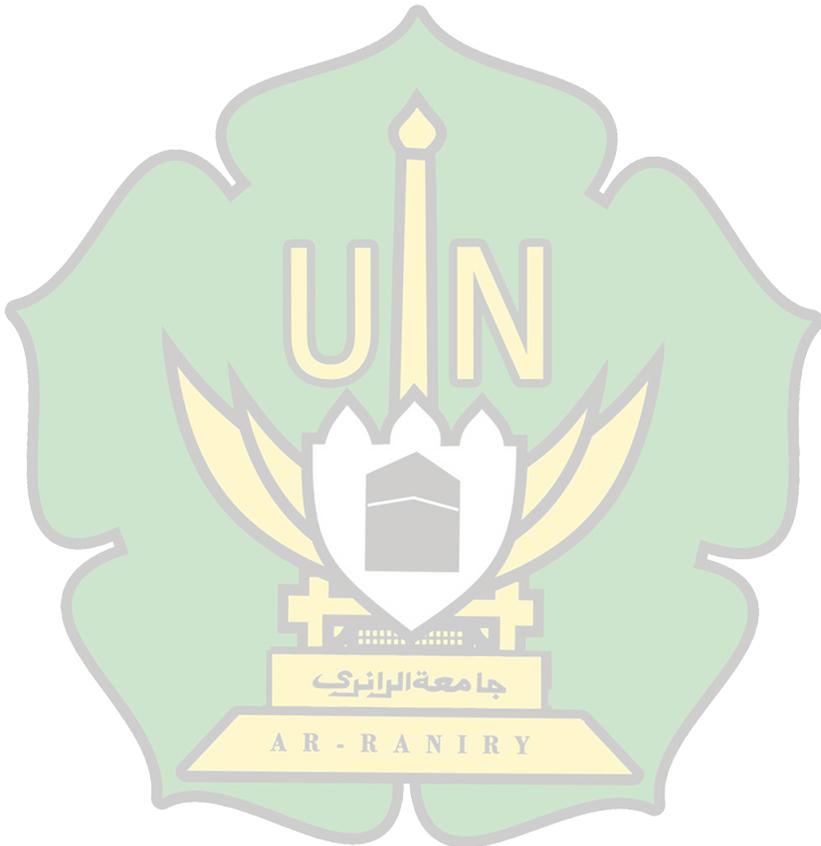
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jenis Usaha Pedagang di Kecamatan Simeulue Timur.	56
Tabel 3.2	Skala Likert.....	58
Tabel 3.3	Definisi dan Operasional Variabel	62
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Per Desa Di Kecamatan Simeulue Timur, 2020.....	66
Tabel 4.2	Karakteristik Responden.....	68
Tabel 4.3	Variabel Pendapatan UMKM.....	69
Tabel 4.4	Variabel Modal Usaha	71
Tabel 4.5	Variabel Orientasi Pasar.....	73
Tabel 4.6	Variabel Strategi Bersaing	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4.11	Korelasi Koefisien.....	82
Tabel 4.12	Hasil Uji-t	83
Tabel 4.13	Hasil Uji-F	84



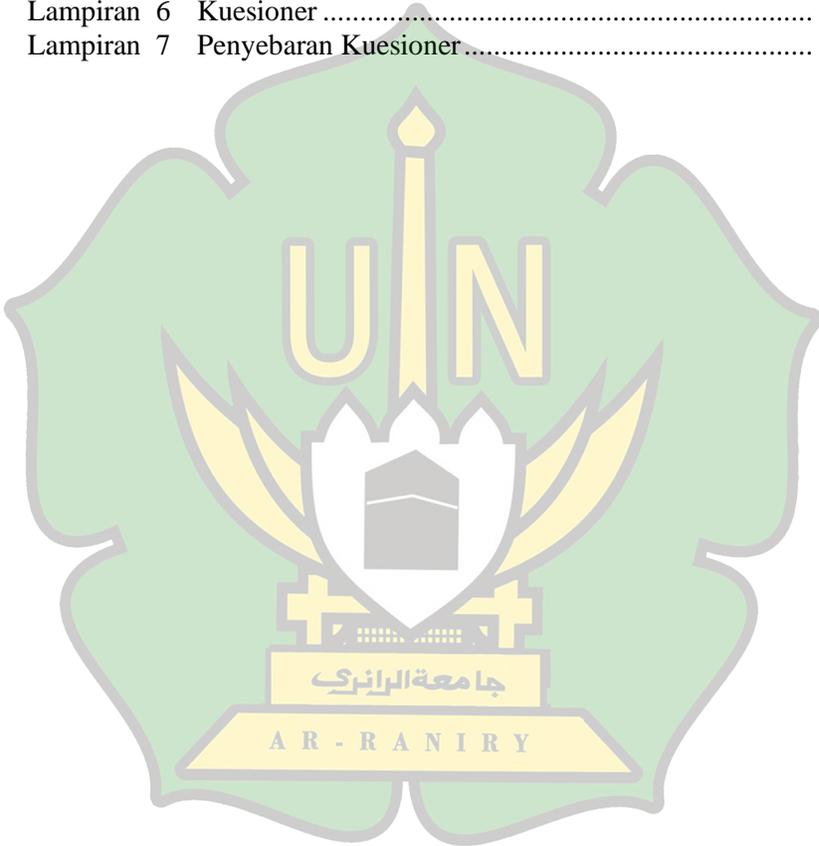
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	79
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil SPSS	100
Lampiran 2	Tabel F	115
Lampiran 3	Tabel t	135
Lampiran 4	Tabel r	139
Lampiran 5	Master Tabel.....	141
Lampiran 6	Kuesioner	147
Lampiran 7	Penyebaran Kuesioner.....	150



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peran dan Potensi UMKM sebagai Penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sangat penting dalam pemulihan ekonomi Indonesia (IDX Channel, 2022). UMKM sangat penting dalam membangun perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Peran UMKM membantu masyarakat untuk meningkatkan penghasilan dan mengembangkan potensi keterampilan yang mereka miliki, khususnya masyarakat yang memiliki ekonominya yang terbatas (Maryati, 2014).

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa pada tahun 2021 UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Menurut Musran (2010) ada dua kategori faktor utama yang dapat mempengaruhi kinerja usaha UMKM, yaitu faktor eksternal

dan faktor internal. Faktor internal terdiri dari aspek SDM, keuangan, teknis produksi serta pasar dan pemasaran. Sedangkan faktor internal terdiri dari kebijakan pemerintah, aspek sosial, ekonomi dan budaya serta pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan dengan UMKM.

UMKM di Provinsi Aceh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pada tahun 2018 jumlah keseluruhan UMKM 95,502 tahun 2017 berjumlah 83,247. Sedangkan tahun 2016 berjumlah 75,520. Hal ini dapat dilihat UMKM di Provinsi Aceh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Khusus untuk Banda Aceh UMKM pada tahun 2016 berjumlah 9,591, tahun 2017 berjumlah 9,725. Sedangkan pada tahun 2019 berjumlah 10,197. Perkembangan Jumlah UMKM yang dari tahun ke tahun tentu tidak lepas dari peran pemerintah dalam upaya mengembangkan UMKM. Data Perkembangan jumlah UMKM di Aceh dari tahun ke tahun, dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:



Table 1.1
Perkembangan Data UMKM Tahun 2018 - 2020

No	Kota/Kabupaten	Jumlah		
		2018	2019	2020
1	Banda Aceh	9,975	10,197	10,919
2	Aceh Besar	4,816	4,932	2,915
3	Pidie	3,558	3,813	7,294
4	Pidie Jaya	6,209	6,370	6,368
5	Aceh Utara	10,919	11,101	4,093
6	Lhokseumawe	2,915	3,246	3,138
7	Bireuen	7,294	7,311	3,025
8	Aceh Timur	6,368	6,692	2,420
9	Langsa	4,093	4,235	3,822
10	Aceh Tamiang	3,138	3,198	3,025
11	Aceh Barat	2,420	2,470	2,420
12	Simeulue	2,139	2,147	2,087
13	Nagan Raya	2,101	5,141	6,452
14	Aceh Jaya	7,101	7,183	1,396
15	Aceh Selatan	1,459	2,575	4,899
16	Aceh Barat Daya	4,981	4,009	3,660
17	Aceh Singkil	2,708	2,812	2,354
18	Aceh Tengah	1,952	2,520	6,998
19	Aceh Tenggara	1,687	1,757	5,891
20	Gayo Lues	1,443	1,639	3,579
21	Sabang	2,308	2,405	2,948
22	Bener Meriah	3,153	3,336	2,011
23	Subulussalam	1,970	2,035	1,309
	Jumlah	95,502	101,124	91,714

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah keseluruhan UMKM di provinsi Aceh pada tahun 2018 berjumlah 95,502, pada tahun 2019 berjumlah 101,124 dan pada tahun 2020 berjumlah 91,714, UMKM di provinsi Aceh memiliki pergerakan

naik turun dimana pada tahun 2019 lebih tinggi kemudian turun lagi pada tahun 2020 hal ini mungkin karena pengaruh virus Corona.

Melihat dari tabel 1.1 di atas tentunya UMKM ini memiliki porsi yang besar pada sektor perekonomian di Kabupaten Simeulue . Perlu ada perhatian besar dari pemerintah untuk mendukung sektor UMKM, termasuk dalam hal ini adalah terkait dengan pendapatan para pelaku UMKM itu sendiri. Banyak faktor yang tentunya ikut mempengaruhi pendapatan para pelaku UMKM. Pendapatan sendiri adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya (Sukirno, 2013: 47). Soekartawi (2012: 132) menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa seringkali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

UMKM merupakan pilar perekonomian suatu bangsa, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wisnujati, 2020) dan Ardiana (2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) adalah modal usaha,

orientasi pasar dan keunggulan bersaing. Menurut Ashari (2014:579) modal usaha adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal usaha yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Modal usaha dapat berasal dari modal sendiri atau modal pinjaman dari pihak lain seperti lembaga keuangan. Karena karakteristik ukuran usaha, UMKM tidak memerlukan modal usaha yang besar. Namun, minimnya modal yang dimiliki oleh pelaku usaha akan menghambat pertumbuhan UMKM sehingga sulit untuk berkembang.

Selain modal usaha faktor lain yang juga turut mempengaruhi pendapatan UMKM adalah Orientasi pasar. Dimana Pasar memainkan peran penting dalam kegiatan ekonomi dan pembangunan negara. Kegiatan perdagangan dapat dilakukan melalui pasar. Keberadaan pasar juga membantu rumah tangga (rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen, pemerintah) memenuhi kebutuhan dan pendapatannya. Pasar juga dapat menciptakan lapangan kerja. Banyak orang mengandalkan kegiatan ekonomi pasar untuk memenuhi pendapatan dan kebutuhannya. Pasar adalah organisasi nirlaba yang melayani kebutuhan masyarakat dan merupakan pusat ekonomi masyarakat. Tidak hanya itu, pasar juga berperan sebagai stabilitas harga, dengan menggunakan harga pasar sebagai dasar pengukuran inflasi dan

kebijakan pemerintah (Fata, 2010: 89).

Orientasi pasar sendiri merupakan pendekatan yang berpusat pada pelanggan untuk desain produk. Ini melibatkan riset pasar yang bertujuan untuk menentukan apa yang dilihat konsumen sebagai kebutuhan mendesak, perhatian utama, atau preferensi pribadi mereka dalam kategori produk tertentu. Orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah pada saat pandemi Covid-19, dimana orientasi pasar ini juga penting bagi pelaku usaha, seiring dengan meningkatnya persaingan dan perubahan global. Dalam kebutuhan konsumen, yang harus dipahami oleh perusahaan bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasar. Salah satu indikator yang penting dalam orientasi pasar adalah pelanggan. Untuk mencapai kesuksesan yang baik bagi UMKM serta mampu berkembang dan berhasil dalam persaingan usaha, maka diharapkan usaha ini dapat lebih meningkatkan hasil produksi dan strategi pemasaran yang tepat untuk mendapatkan pelanggan. Untuk memperoleh keunggulan bersaing, seorang wirausahawan harus mampu memahami berbagai elemen fundamental untuk memperoleh keunggulan bersaing (Saiman, 2014).

Menurut Narver & Stanley (2013:3) Orientasi pasar adalah hal yang penting bagi perusahaan seiring dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam persyaratan pelanggan di mana perusahaan menyadari bahwa mereka harus melakukannya selalu dekat dengan pasar. Orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah pada saat pandemi Covid- 19, dimana

orientasi pasar ini juga penting bagi pelaku usaha, seiring dengan meningkatnya persaingan dan perubahan global.

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari penerapan berbagai strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh organisasi usaha. Sedangkan Satyagraha (2012:97) memberikan definisi bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produk yang dihasilkannya dibandingkan para pesaingnya yang memiliki produk sejenis. Banyak faktor yang mempengaruhi keberadaan variabel keunggulan bersaing ini.

Penelitian Aprilia & Krishna (2015) menyebutkan jika keunggulan bersaing dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siswanto (2012) menyatakan jika Keunggulan bersaing yang dimiliki adalah berasal dari kegiatan inovasi usaha yang dilakukan oleh organisasi usaha bisnis. Inovasi usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi usaha untuk menciptakan atau pengembangan produk yang ada dipasaran, agar tercipta produk yang memiliki nilai lebih, yaitu inovatif sehingga produk tersebut memiliki kekuatan untuk bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Strategi Bersaing menjadi variabel yang sangat penting untuk diteliti berkaitan dengan pengaruhnya terhadap kinerja usaha. Hal ini karena orientasi pasar dan strategi bersaing yang melekat pada suatu organisasi dapat menentukan arah di mana keunggulan bersaingnya terkonsentrasi.

Pencapaian kinerja UMKM yang optimal dalam persaingan usaha, UMKM dituntut untuk memiliki orientasi yang jelas dalam kegiatan usahanya. Orientasi tersebut dapat berupa hal yang mengarah ke kewirausahaan, orientasi ke pasar, orientasi ke teknologi atau inovasi dan lain sebagainya yang jelas-jelas harus memiliki daya saing tersendiri dibandingkan dengan produk yang sejenis dari UMKM di daerah lain. Dengan memiliki orientasi yang jelas, maka UMKM dapat menentukan strategi pengelolaan atau strategi bisnis yang baik, seperti strategi pemasaran, strategi inovasi, pemilihan teknologi dan sebagainya.

Kabupaten Simeulue merupakan salah satu daerah kepulauan yang dikelilingi oleh hutan dan lautan. Sehingga terdapat potensi ekonomi yang besar dari sektor perkebunan dan perikanan. Salah satu contoh potensi ekonomi yang besar dari daerah Kabupaten Simeulue yang sangat terkenal adalah Lobster (udang laut) yang ukurannya cukup besar dan telah diekspor keluar daerah seperti Medan, Jakarta, bahkan keluar negeri hingga Singapura dan Malaysia. Disamping itu, daerah Kabupaten Simeulue juga memiliki potensi di bidang pariwisata yang dapat mengundang turis mancanegara untuk berkunjung ke daerah sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM sekarang ini di Kecamatan Simeulue Timur masih rendahnya pendapatan UMKM karena kurangnya modal usaha sehingga usaha yang digeluti kurang berkembang ditambah lagi dengan persaingan

yang cukup banyak di Kecamatan Simeulue Timur, membuat pendapatan UMKM masyarakat masih sangat rendah .

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Strategi Bersaing terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh modal usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur?
2. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur?
3. Bagaimana pengaruh strategi bersaing terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur?
4. Bagaimana pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.

1. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan simeulue timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi bersaing terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis
 - a) Tulisan ini berfungsi untuk meningkatkan pemahaman penulis tentang pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur.
 - b) Dapat memberikan ilmu pengetahuan terhadap penulis
2. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.
 - b) Hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi peneliti yang akan datang untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.

3. Manfaat Kebijakan

- a) Diharapkan kepada pemerintah untuk menyediakan modal usaha agar masyarakat bisa membuka usaha seperti berdagang sehingga mengurangi tingkat pengangguran
- b) Diharapkan kepada pemerintah untuk membangun pasar yang strategis untuk perkembangan usaha khususnya UMKM

1.5. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, berikut cakupan penelitian yang telah dirangkum oleh peneliti dalam beberapa bab sebagai berikut.

Bab I: PENDAHULUAN

Memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan pembahasan yang sistematis.

Bab II: LANDASAN TEORITIS

Menjelaskan landasan teori, penemuan-penemuan dari penelitian sebelumnya, model penelitian, dan kondisi kerangka kerja.

Bab III: METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang variabel penelitian, pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis penelitian, dan tahapan penelitian.

Bab IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi tentang objek yang diteliti, analisis data, dan hasil dari data yang telah diolah.

Bab V: KESIMPULAN

Berisi kesimpulan dari semua hasil penelitian. Hasil ini juga direkomendasikan oleh peneliti kepada pemangku kepentingan.



BAB II

LANDASAN TEORETIS

2.1 Pendapatan UMKM

2.1.1 Pengertian Pendapatan UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis, ketika krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada periode tahun 1997-1998, hanya UMKM yang mampu tetap bertahan dan berdiri kokoh (Adnan, 2022)

Menurut Ulfah (2016) istilah UMKM merujuk pada aktivitas usaha yang didirikan oleh masyarakat, baik berbentuk usaha perorangan maupun badan usaha. Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah serta memanfaatkan kemampuan menggunakan bahan baku lokal agar menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat luas (Artini, 2019)

Pendapatan adalah pendapatan moneter yang dikumpulkan sebagai hasil dari layanan yang diterima dan diberikan kepada agen ekonomi. Artinya, dilakukan dalam bentuk pendapatan dari suatu profesi atau pemilik tunggal dan pendapatan dari suatu aset. Tingkat pendapatan seseorang tergantung pada jenis pekerjaannya (Sukirno, 2013: 47).

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual (Soemarso, 2015: 54).

Soekartawi (2012: 132) menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa seringkali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

Sedangkan menurut Boediono (2014: 150) pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Menurut Harnanto (2019:102) menuliskan bahwa pendapatan adalah “kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.

Pendapatan merupakan salah satu tolak ukur kemajuan daerah. Jika pendapatan daerah relatif rendah, maka kemajuan dan kesejahteraan juga rendah. Surplus konsumsi akan disimpan di bank. Tujuannya adalah untuk berjaga-jaga jika kemajuan di bidang pendidikan dan manufaktur juga akan mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Hanya ketika pendapatan masyarakat di suatu wilayah relatif tinggi maka tingkat kemakmuran dan kemajuan di wilayah tersebut akan tinggi (Danil, 2012)

2.1.2 Karakteristik Pendapatan

Walaupun jenis pendapatan yang dimiliki setiap perusahaan berbeda-beda, tetapi dari sudut akuntansi seluruh pendapatan tersebut mulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik yang sama dalam pencatatannya. Menurut Sohib (2018:47) karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik yaitu:

- a. Jika bertambah saldonya, harus dicatat disisi kredit. Setiap pencatatan di sisi kredit berarti akan menambah saldo pendapatan tersebut.
- b. Jika berkurang saldonya harus dicatat disisi debit. Setiap pencatatan di sisi debit berarti akan mengurangi saldo pendapatan tersebut.

Walaupun jenis pendapatan yang dimiliki setiap perusahaan berbeda-beda, tetapi dari sudut akuntansi seluruh pendapatan tersebut mulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari

penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik yang sama dalam pencatatannya. Menurut Mahyu (2017) Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik yaitu:

1. Jika bertambah saldonya, harus dicatat disisi kredit. Setiap pencatatan di sisi kredit berarti akan menambah saldo pendapatan tersebut.
2. Jika berkurang saldonya harus dicatat disisi debit. Setiap pencatatan di sisi debit berarti akan mengurangi saldo pendapatan tersebut.

Sedangkan Hery dan Widyawati (2012: 24) karakteristik pendapatan adalah:

1. Bahwa pendapatan itu muncul dari kegiatan-kegiatan pokok perusahaan dalam mencari laba.
2. Bahwa pendapatan itu sifatnya berulang-ulang atau berkesinambungan kegiatan-kegiatan pokok tersebut pada dasarnya berada dibawah kendali manajemen.

2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya, kemudian juga tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga

kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Menurut Suparmoko (2013) fakto-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

1) Jumlah Faktor Produksi

Faktor produksi ini meliputi harta yang telah kita miliki sebelumnya seperti tabungan dan harta warisan. yang dimiliki meliputi, tabungan dan harta warisan

2) Harga Barang itu Sendiri

Harga barang itu sendiri artinya jika barang yang kita jual-belikan itu murah maka akan banyak konsumen yang membelinya, namun jika harga yang kita tawarkan mahal maka konsumen pun berpikir-pikir sebelum membeli barang tersebut.

3) Harga Barang Lain

Barang lain dapat berfungsi sebagai substitusi ataupun sebagai komplementer dari barang utama sehingga akan memberikan pengaruh barang utama. Barang pelengkap atau komplementer adalah barang pemuas kebutuhan yang digunakan bersama-sama dengan barang lain, jika tidak digunakan bersama maka barang- barang tersebut kurang berguna. Contoh: Teh akan terasa manis jika ditambah dengan gula.

Menurut Mulyadi (2013:127), Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah : 1) Kondisi dan kemampuan penjualan, 2) Kondisi pasar, 3) Modal dan 4) Kondisi operasional perusahaan. Sedangkan menurut Boediono

(2015:150) Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan

2.1.4 Indikator Pendapatan

Menurut Theodorus (2011:35) dalam buku “Teori Akuntansi” Pendapatan merupakan jumlah uang yang diperoleh suatu perusahaan atas penciptaan barang atau jasa selama suatu kurun waktu tertentu.

Ada empat pengukuran pendapatan menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) PSAK No. 23 yaitu:

1. Pendapatan harus diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima.
2. Jumlah pendapatan yang timbul dari suatu transaksi biasanya ditentukan oleh persetujuan antara perusahaan dan pembeli atau pemakaian aktiva tersebut.
3. Imbalan tersebut berbentuk kas dan setara kas dan jumlah pendapatan adalah jumlah kas atau setara kas yang diterima atau yang dapat diterima. Namun, bila arus masuk dari kas atau setara kas ditangguhkan, nilai wajar dari imbalan tersebut

mungkin kurang dari jumlah nominal dari kas yang diterima atau yang dapat diterima.

4. Bila barang atau jasa dipertukarkan (barter) untuk barang atau jasa dengan sifat dan nilai yang sama, maka pertukaran tersebut tidak dianggap sebagai suatu transaksi yang mengakibatkan pendapatan

Adapun menurut Hery (2017:57) yang memaparkan bahwa jenis indikator pendapatan usaha adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan Operasi Pendapatan operasi adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagang, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan.
2. Pendapatan Non Operasi Pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan

2.2 Modal Usaha

2.2.1 Pengertian Modal Usaha

Modal dapat diartikan secara fisik dan bukan fisik. Dalam artian fisik modal diartikan sebagai segala hal yang melekat pada faktor produksi yang dimaksud, seperti mesin-mesin dan peralatan-peralatan produksi, kendaraan serta bangunan. Modal juga dapat berupa dana untuk membeli segala input variabel untuk digunakan dalam proses produksi guna menghasilkan output industri. Modal

diperlukan untuk mendanai operasi dari awal bisnis hingga operasi. Modal terdiri dari uang dan tenaga kerja (Teguh, 2016: 236).

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian tentang modal usaha menurut beberapa ahli. Menurut Ali & Sasi (2012: 2) mengartikan modal usaha sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal terdapat di dalam neraca sebelah kredit. Adapun barang-barang modal adalah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan yang terdapat dalam neraca sebelah debit. Modal merupakan faktor produksi yang memiliki pengaruh kuat terhadap produktivitas atau pencapaian produktivitas, dan modal makro merupakan kekuatan pendorong yang kuat untuk meningkatkan investasi langsung baik dalam proses produksi maupun infrastruktur produksi, dan karenanya produktivitas dan produktivitas. (Umar 2012: 17).

Menurut para ekonom, modal adalah aset perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi lebih lanjut. Pengusaha sekarang percaya bahwa modal adalah nilai buku sekuritas. Menurut Amirullah dan Hardjanto (2011) Modal dalam pengertian dapat dijelaskan sebagai sejumlah uang yang dipakai dalam melangsungkan kegiatan-kegiatan bisnis. Dalam sebuah bisnis membeli faktor-faktor produksi seperti bahan baku dan bangunan usaha tentunya diperlukan uang.

Pengertian modal menurut Munawir (2010: 19) adalah hak atau bagian Modal adalah kekayaan perusahaan yang terdiri atas kekayaan yang disetor atau yang berasal dari luar perusahaan dan

kekayaan itu hasil aktivitas usaha itu sendiri. Modal merupakan kumpulan dari barang-barang modal, yaitu semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifnya untuk membentuk pendapatan. Jadi yang dimaksud dengan modal bukan hanya berupa uang saja tetapi termasuk juga aktiva yang ada dalam perusahaan seperti mesin- mesin, kendaraan, bangunan pabrik, bahan baku, dan lain-lain, yang digunakan untuk menjalankan operasi usahanya (Asnaini, 2012: 12).

Besarnya modal yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan. Dalam kenyataan sehari-hari kita mengenal adanya usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Masing-masing memerlukan modal dalam batas tertentu. Jadi jenis usaha menentukan besarnya jumlah modal yang diperlukan. Hal lain yang mempengaruhi besarnya modal adalah jangka waktu usaha atau jangka waktu perusahaan menghasilkan produk yang diinginkan. Usaha yang memerlukan jangka waktu yang lebih panjang memerlukan modal yang relatif besar pula. Perhitungan terhadap besarnya kebutuhan usaha perlu dilakukan sebelum usaha tersebut dijalankan.

Menurut Munawir (2010: 114), ada tiga konsep dasar atau definisi modal kerja yang digunakan, yaitu :

a. Konsep Kuantitatif

Konsep ini menitikberatkan kepada kuantum (jumlah) yang diperlukan untuk mencukupi kebutuhan perusahaan dalam membiayai kebutuhan operasional yang bersifat rutin atau

menunjukkan sejumlah dana (*fund*) yang tersedia untuk tujuan operasi jangka pendek. Dalam konsep ini menganggap bahwa modal kerja adalah jumlah aktiva lancar (*gross working capital*).

b. Konsep Kualitatif

Konsep ini menitikberatkan pada kualitas modal kerja dalam konsep ini pengertian modal kerja adalah kelebihan aktiva lancar terhadap hutang jangka waktu pendek (*networking capital*), yaitu jumlah aktiva lancar yang berasal dari pinjaman jangka panjang maupun dari para pemilik perusahaan. Definisi ini bersifat kualitatif karena menunjukkan tersedianya aktiva lancar yang lebih besar dari pada hutang lancarnya (hutang jangka pendek).

c. Konsep Fungsional

Konsep ini menitikberatkan fungsi dari dana yang dimiliki dalam rangka menghasilkan pendapatan (laba) dari usaha pokok perusahaan, pada dasarnya dana-dana yang dimiliki oleh perusahaan seluruhnya akan digunakan untuk menghasilkan laba periode ini (*current income*), ada sebagian dana yang akan digunakan untuk memperoleh atau menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Misalnya: bangunan, mesin-mesin, pabrik, alat-alat kantor dan aktiva tetap lainnya.

Menurut Kasmir (2016:252) pentingnya modal kerja bagi perusahaan terutama bagi kesehatan perusahaan adalah sebagai

berikut :

1. Kegiatan seorang manajer keuangan lebih banyak dihabiskan di dalam kegiatan operasional perusahaan dari waktu ke waktu. Ini merupakan manajemen modal kerja.
2. Investasi dalam aktiva lancar cepat dan sering kali mengalami perubahan serta cenderung labil. Sedangkan aktiva lancar adalah modal kerja perusahaan, artinya perubahan tersebut akan berpengaruh terhadap modal kerja. Oleh karena itu, perlu mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari manajer keuangan.
3. Dalam praktiknya sering kali bahwa separuh dari total aktiva merupakan bagian dari aktiva lancar yang merupakan modal kerja perusahaan. Dengan kata lain, jumlah aktiva lancar sama atau lebih dari 50% dari total aktiva.
4. Bagi perusahaan yang relatif kecil, fungsi modal kerja sangat penting. Perusahaan kecil, relative terbatas untuk memasuki pasar modal besar dan jangka panjang. Pendanaan perusahaan lebih mengandalkan pada utang jangka pendek. Seperti utang dagang, utang bank satu tahun yang tentunya dapat mempengaruhi modal kerja.
5. Terdapat hubungan yang sangat erat antara pertumbuhan penjualan dengan kebutuhan modal kerja. Kenaikan penjualan berkaitan dengan tambahan piutang, persediaan dan juga saldo kas. Demikian pula sebaliknya apabila terjadi penurunan penjualan, akan berpengaruh terhadap komponen dalam aktiva

lancar.

Jadi dapat disimpulkan bahwa modal usaha adalah, modal yang diperlukan untuk kepentingan membuka usaha, untuk keperluan produksi, barang dan gaji karyawan, modal usaha memegang peranan yang cukup penting dalam membuka usaha, modal usaha sangat penting dalam membuka usaha. Oleh sebab itu modal usaha sangat diperlukan agar usaha yang dirintis cepat berkembang.

2.2.2. Struktur Modal Usaha

Struktur modal adalah pembelanjaan permanen dimana mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dan modal sendiri (Riyanto, 2010). Struktur modal yang baik dan optimal adalah struktur modal yang dapat meminimumkan biaya dan menyeimbangkan risiko dengan tingkat pengembalian. Hal ini didukung oleh pendapat yang menyatakan bahwa struktur modal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan atau harga saham adalah struktur modal yang baik (Husnan, 2010).

Struktur modal merupakan cermin dari kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan jenis sekuritas yang dikeluarkan, karena masalah struktur modal adalah erat hubungannya dengan masalah kapitalisasi, dimana disusun dari jenis-jenis fundamental yang membentuk kapitalisasi adalah struktur modalnya. Keputusan struktur modal berkaitan dengan pemilihan sumber dana baik yang berasal dari dalam maupun dari luar, sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Sumber dana perusahaan dari internal berasal dari laba ditahan dan depresiasi. Dana yang diperoleh dari sumber eksternal

adalah dana yang berasal dari para kreditur dan pemilik perusahaan. Pemenuhan kebutuhan dana yang berasal dari kreditur merupakan hutang bagi perusahaan. Dana yang diperoleh dari para pemilik merupakan modal sendiri (Husnan, 2010).

Kebijakan mengenai struktur modal melibatkan antara risiko dan tingkat pengembalian. Penambahan utang akan memperbesar risiko perusahaan tetapi sekaligus juga memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan. Risiko yang makin tinggi akibat membesarnya utang cenderung menurunkan harga saham, tetapi meningkatkan tingkat pengembalian yang diharapkan akan menaikkan harga saham tersebut. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham (Brigham dan Houston, 2001).

2.2.3. Sumber Modal Usaha

Menurut Dedi, Cahyono & Kharis (2016), dalam memulai usaha pada dasarnya membutuhkan modal yang dapat bersumber dari:

- a. Modal Sendiri Sumber permodalan yang paling mudah adalah model yang diperoleh sendiri. Dananya dapat diperoleh dari tabungan, dana cadangan, atau memanfaatkan aset yang sebelumnya tidak produktif milik pemilik modal itu sendiri.

Kasmir dan Satin (2017) menyatakan bahwa modal sendiri memiliki kelebihan yaitu:

- 1) Pemilik modal tidak akan terbebani dengan biaya lain seperti biaya bunga dan biaya administrasi.
- 2) Tidak bergantung pada pihak lain.
- 3) Tidak membutuhkan persyaratan yang berbelit dan memakan waktu yang cukup lama.
- 4) Apabila pemilik modal ingin mengalihkan usaha ke pihak lain, maka tidak ada keharusan untuk pengembalian modal.

Namun modal sendiri juga memiliki kelemahan diantaranya adalah jumlah modal yang terbatas dan motivasi yang rendah, karena biasanya usaha dengan modal sendiri akan sulit berkembang.

- b. Pinjaman Bank

Apabila modal sendiri tidak dapat mencukupi pemenuhan kebutuhan modal, maka kekurangan modal tersebut dapat diantisipasi dengan berhutang bank. Terdapat tiga jenis kredit perbankan, diantaranya:

- 1) Kredit Usaha, yaitu kredit yang ditujukan untuk membiayai usaha yang produktif.
- 2) Kredit Konsumsi, yaitu kredit yang digunakan untuk membeli keperluan pribadi pemilik perusahaan.

- 3) Kredit Serbaguna, yaitu kredit yang bisa digunakan dengan tujuan baik untuk konsumsi pribadi maupun untuk membiayai usaha.

Modal pinjaman juga memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbanding terbalik dengan kelebihan dan kekurangan dari modal sendiri, yang mana menurut Kasmir (2017) modal pinjaman memiliki kelebihan yaitu:

1. Jumlahnya dapat disesuaikan dengan kebutuhan pemilik usaha selama jumlahnya layak dan aktivitas usaha mempunyai prospek yang bagus menurut lembaga peminjam.
2. Jika pada modal sendiri motivasi usaha rendah, maka pada modal pinjaman motivasi usaha akan tinggi karena terdapat beban moral dimana pemilik usaha harus mengembalikan pinjaman modal, maka dari itu pemilik usaha akan memaksimalkan dan mengoptimalkan usahanya agar menerima pendapatan yang tinggi dan dapat mengembalikan pinjaman.

Sedangkan kekurangannya adalah sebagai berikut

1. Terdapat biaya bunga dan biaya administrasi yang tinggi.
2. Terdapat beban moral untuk pemilik usaha, karena sebuah usaha belum tentu akan berhasil, namun pemilik usaha tetap harus memikirkan dan mengembalikan modal pinjaman tersebut.

c. Modal Patungan

Selain modal sendiri dan modal pinjaman,terdapat pula modal patungan, modal patungan ialah modal yang diperoleh dari modal sendiri dan juga modal salah satu teman atau beberapa orang (yang berperan sebagai partner atau mitra usaha).

2.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Modal Usaha

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Modal Kerja Faktor-faktor yang mempengaruhi modal kerja menurut Djarwanto (2011: 91) adalah sebagai berikut :

1. Sifat umum atau tipe perusahaan Modal kerja yang dibutuhkan perusahaan jasa relatif rendah karena investasi dalam persediaan dan piutang pencairannya menjadi kas relatif cepat. Untuk beberapa perusahaan jasa tertentu malahan langganan membayar di muka sebelum jasa dinikmati. Sedangkan perusahaan industri memerlukan modal kerja yang cukup besar, yakni untuk melakukan investasi dalam bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi.
2. Waktu yang diperlukan untuk memproduksi atau mendapatkan barang dan ongkos produksi per unit/harga beli per unit barang itu Jumlah modal kerja berkaitan langsung dengan waktu yang dibutuhkan mulai dari bahan baku atau barang jadi dibeli sampai barang dijual kepada langganan. Makin panjang waktu yang diperlukan untuk memproduksi barang atau untuk memperoleh barang makin besar kebutuhan akan modal kerja.
3. Syarat pembelian dan penjualan Surat kecil pembelian barang

dagangan atau bahan baku akan mempengaruhi besar-kecilnya modal kerja. Syarat kredit pembelian yang menguntungkan akan memperkecil kebutuhan uang kas yang harus ditanamkan dalam persediaan, sebaliknya bila pembayaran harus dilakukan segera setelah barang diterima maka kebutuhan uang kas untuk membelanjai volume perdagangan menjadi lebih besar.

4. Tingkat perputaran persediaan Semakin sering persediaan diganti (dibeli dan dijual kembali) maka kebutuhan modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk persediaan (barang) akan semakin rendah.
5. Tingkat perputaran piutang Kebutuhan modal kerja juga tergantung pada periode waktu yang diperlukan untuk mengubah piutang menjadi uang kas. Bila piutang terkumpul dalam waktu pendek berarti kebutuhan akan modal kerja menjadi semakin rendah/kecil. Untuk mencapai tingkat perputaran piutang yang tinggi diperlukan pengawasan piutang yang efektif dan kebijaksanaan yang tepat sehubungan dengan perluasan kredit, syarat kredit penjualan, maksimum kredit bagi langganan, penagihan piutang.
6. Pengaruh konjungtur (*business cycle*) Pada periode makmur aktivitas perusahaan meningkat dan perusahaan cenderung membeli barang-barang lebih banyak dengan memanfaatkan harga yang masih rendah.
7. Derajat risiko kemungkinan menurunnya harga jual aktiva

jangka pendek. Menurunnya nilai riil dibandingkan dengan harga buku dari surat-surat berharga, persediaan barang dan piutang akan menurunkan modal kerja. Bila risiko kerugian ini semakin besar berarti diperlukan tambahan modal kerja untuk membayar bunga atau melunasi utang jangka pendek yang sudah jatuh tempo.

8. Pengaruh musim Banyak perusahaan dimana penjualannya hanya terpusat pada beberapa bulan saja. Perusahaan yang dipengaruhi oleh musim membutuhkan jumlah maksimum modal kerja untuk periode yang relatif pendek. Modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk persediaan barang berangsur-angsur meningkat dalam bulan-bulan menjelang puncak penjualan.
9. Credit rating dari perusahaan Jumlah modal kerja, dalam bentuk kas termasuk surat-surat berharga yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai operasinya tergantung pada kebijaksanaan penyediaan uang.

Menurut Kamaludin (2011: 304) ada beberapa faktor yang umumnya dipertimbangkan dalam modal usaha:

1. Risiko bisnis

Yang terkait dengan bisnis suatu entitas tanpa adanya utang. Risiko bisnis sering didefinisikan sebagai risiko yang terkait dengan ketidakpastian yang melekat dalam memprediksi pengembalian modal (ROA) perusahaan di masa depan.

2. Posisi Pajak

Alasan utama perusahaan menggunakan hutang adalah bahwa perhitungan pajak dapat mengurangi biaya bunga, yang mengurangi biaya hutang yang sebenarnya. Namun, jika sebagian besar keuntungan perusahaan dibebaskan dari pajak pra-kompensasi, tambahan utang tidak akan membawa banyak keuntungan.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas finansial, atau kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan modal dengan persyaratan yang wajar ketika perusahaan dalam kondisi yang buruk. Pemilik ekuitas lebih memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang seimbang karena mereka merasakan potensi penggunaan kas di masa depan dalam kondisi ekonomi yang sulit atau ketika perusahaan berada dalam kesulitan keuangan.

4. Konservatif atau Agresif

Konservatif atau Agresif. Pemilik bisnis konservatif lebih takut menghabiskan utang, sedangkan pemilik bisnis agresif cenderung menggunakan hutang untuk meningkatkan keuntungan. Namun faktor ini tidak mempengaruhi struktur modal yang optimal, tetapi mempengaruhi struktur modal yang diinginkan perusahaan.

Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2018: 42-46), faktor-faktor yang mempengaruhi modal usaha adalah:

- 1) Stabilitas pendapatan Perusahaan dengan pendapatan yang relatif stabil lebih mungkin untuk memperoleh kredit, dan akibatnya, biaya tetap lebih tinggi daripada perusahaan dengan pendapatan tidak stabil.
- 2) Struktur Aset Perusahaan yang memiliki jenis aset yang tepat untuk jaminan pinjaman cenderung banyak meminjam karena kemudahan yang mereka miliki.
- 3) Leverage Operasi Jika kondisi lain sama, interaksi antara leverage operasi dan leverage keuangan yang mempengaruhi penurunan pendapatan operasional dan arus kas bersih secara keseluruhan, sehingga perusahaan dengan leverage operasi rendah bersifat finansial, Anda dapat meningkatkan leverage Anda dengan lebih baik .
- 4) Tingkat pertumbuhan Perusahaan yang tumbuh cepat cenderung meminjam lebih banyak atau mengandalkan modal eksternal daripada perusahaan yang tumbuh lambat.
- 5) Perusahaan yang menguntungkan dengan tingkat pengembalian yang tinggi menggunakan hutang yang relatif rendah. Dengan tingkat pengembalian yang tinggi, perusahaan dapat menutupi sebagian besar pendanaannya dari dana sendiri.
- 6) Bunga atas kewajiban pajak merupakan beban yang dapat dikurangkan, dan pengurangan tersebut sangat berharga bagi perusahaan dengan tarif pajak yang tinggi. Oleh karena itu, semakin tinggi tarif pajak perusahaan, semakin besar

keuntungan dari penggunaan modal utang.

- 7) Pengaruh pengendalian dan penerbitan utang terhadap posisi pengendalian manajemen dapat mempengaruhi struktur permodalan.
- 8) Sikap Manajemen: Jika tidak ada bukti bahwa satu struktur modal menaikkan harga saham lebih dari yang lain, manajemen dapat menentukan sendiri struktur modal mana yang dianggap tegang. Beberapa eksekutif lebih konservatif daripada yang lain dan menggunakan lebih sedikit utang daripada rata-rata industri, sementara yang lain sebaliknya.
- 9) Sikap Pemberi Pinjaman, Pemberi Pinjaman, dan Keandalan Lembaga Pemeringkat Manajer melakukan analisis mereka sendiri tentang leverage yang sesuai, tetapi sikap pemberi pinjaman dan perusahaan yang menilai kredibilitas memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan struktur keuangan.
- 10) Kondisi pasar Kondisi pasar ekuitas dan obligasi tunduk pada perubahan jangka panjang dan jangka pendek yang memiliki dampak signifikan pada struktur modal optimal perusahaan.
- 11) Struktur internal perusahaan Struktur internal perusahaan juga mempengaruhi struktur modal yang diinginkan.
- 12) Fleksibilitas Keuangan Manajer dana yang kompeten harus bisa menggunakan berbagai alternatif untuk menentukan struktur modal yang digunakan oleh suatu perusahaan.

2.2.5. Indikator Modal Usaha

Menurut Kartika (2018), indikator permodalan meliputi:

1. Struktur Modal: Ekuitas dan Utang

Ekuitas adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan dimasukkan ke dalam perusahaan tanpa batas waktu. Oleh karena itu, dari perspektif likuiditas, ekuitas adalah "dana jangka panjang tanpa likuiditas". Sedangkan hutang atau modal pinjaman merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan dan bersifat bekerja sementara di dalam perusahaan dan bagi perusahaan modal tersebut merupakan hutang yang harus dilunasi tepat waktu.

2. Penggunaan modal tambahan

Mediasi pinjaman modal dengan bank dan lembaga keuangan lainnya harus dilakukan dengan baik. Gunakan tambahan modal sebagai tujuan awal pengembangan usaha. Kebanyakan pebisnis menghabiskan lebih banyak untuk konsumsi daripada produksi, sehingga mereka tidak dapat mengelola pinjaman mereka.

3. Hambatan untuk mengakses modal pinjaman

Hambatan untuk meningkatkan modal pinjaman meliputi: sulitnya persyaratan yang dijadikan untuk mendapatkan kredit perbankan terhadap UMKM seperti kelayakan usaha, rekening aktif minimal 3 bulan, keberadaan agunan, juga berapa lama waktu berbisnis, dan juga teknis bank yang tidak dapat dipenuhi.

4. Keadaan perusahaan setelah penambahan modal

Tentu saja harapan setelah adanya penambahan modal adalah bisnis yang ada saat ini akan semakin berkembang.

Menurut Kasmir (2015:98) Indikator modal usaha adalah sebagai berikut:

1. Struktur permodalan: modal sendiri dan modal pinjaman

Modal sendiri merupakan modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan yang tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Oleh karena itu modal sendiri ditinjau dari sudut likuiditas merupakan “dana jangka panjang yang tidak tertentu likuiditasnya. Sedangkan modal pinjaman atau modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara bekerja di dalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut merupakan utang yang pada saatnya harus dibayar kembali

2. Pemanfaatan modal tambahan

Pengaturan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya harus dilakukan dengan baik. Gunakan modal tambahan sebagaimana tujuan awal, yaitu untuk mengembangkan usaha. Kebanyakan pebisnis gagal dalam mengelola pinjaman, karena memberikan porsi yang lebih banyak pada belanja konsumtif daripada produktif.

3. Hambatan dalam mengakses modal eksternal

Hambatan untuk memperoleh modal eksternal antara lain:

sulitnya persyaratan untuk mendapatkan kredit perbankan bagi UMKM seperti kelayakan usaha, rekening 3 bulan harus bagus dan keberadaan agunan serta lamanya berbisnis, serta teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

4. Keadaan usaha setelah menambahkan modal

Tentunya yang diharapkan setelah menambahkan modal, usaha yang dijalankan akan lebih berkembang.

Menurut Nugraha (2011: 9), "Modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai modal (induk) untuk perdagangan, melepas uang, dan sebagainya; Harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat digunakan untuk menciptakan sesuatu yang meningkatkan kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diartikan sebagai jumlah yang digunakan untuk melakukan kegiatan usaha Indeks Modal Usaha.

1. Struktur modal : modal sendiri dan modal pinjaman

Modal sendiri yaitu modal yang bersumber dari pemilik perusahaan dan melekat pada perusahaan tanpa batas waktu. Oleh karena itu, dari perspektif likuiditas modal sendiri adalah "dana jangka panjang tanpa likuiditas". Di sisi lain, modal hutang atau modal pinjaman adalah modal yang sementara bekerja dari luar perusahaan dan merupakan hutang yang harus dibayar perusahaan pada waktunya.

2. Penggunaan pengaturan modal tambahan

Pengaturan penggunaan modal tambahan dari bank atau lembaga keuangan lainnya harus dilakukan dengan baik.

Gunakan modal tambahan sebagai tujuan pertama untuk mengembangkan bisnis. Kebanyakan pebisnis gagal dalam mengontrol pinjamannya dikarenakan pengeluaran untuk konsumsi lebih banyak daripada yang bersifat produktif.

3. Hambatan untuk mengakses modal eksternal.

Beberapa hambatan dalam mengakses modal eksternal yaitu: Kesulitan memperoleh pinjaman bank terhadap UMKM, seperti kelayakan usaha, seperti tidak terpenuhinya persyaratan teknis yang dipersyaratkan oleh bank.

4. Keadaan usaha setelah penambahan modal.

Tentunya setelah menambah modal, diharapkan perusahaan bisa semakin berkembang.

2.3 Orientasi Pasar

2.3.1 Pengertian Orientasi Pasar

Orientasi pasar mencakup pengumpulan, penyebaran, dan tanggapan atas intelijen pasar yang tercermin pada orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan mekanisme koordinasi dalam menciptakan nilai pelanggan (Sari, 2013). Oleh karena itu pelaku usaha harus mampu menganalisis kebutuhan dan keinginan pelanggannya untuk mencapai keunggulan bersaing, serta harus menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya.

Kotler (2012:79) pasar yang terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki sekumpulan kebutuhan dan keinginan yang serupa. Segmentasi adalah proses mengkotak-kotakan pasar

(yang heterogen) ke dalam kelompok-kelompok “*potential customers*” yang memiliki kesamaan kebutuhan dan/atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya. Karena sifatnya yang homogen, maka akan sulit bagi produsen untuk melayaninya, oleh karena itu pemasar harus memilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan bagian pasar lainnya.

Oleh karena itu orientasi pasar harus menekankan pentingnya analisis kebutuhan dan keinginan target pasar secara efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaingnya dalam usaha untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Narver & Stanley (2011:87) mendefinisikan bahwa orientasi 21 pasar sebagai suatu budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pelanggan. Menurut Hasan (2010:78) sebuah usaha bisnis yang dikelola dengan berorientasi pasar memiliki berbagai manfaat diantaranya dapat memproduksi produk atau jasa yang sesuai dengan persepsi pelanggan, dapat memproduksi lebih efisien dibandingkan para pesaing dan dapat menjelaskan perbedaan-perbedaan kinerja.

Orientasi pasar oleh Narver & Stanley (2012:463) bahwa Orientasi pasar, terdiri atas 3 ukuran yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi, antar fungsi. Menurut Narver & Stanley (2013:3) Orientasi pasar adalah hal yang penting bagi perusahaan seiring dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam persyaratan pelanggan di mana perusahaan

menyadari bahwa mereka harus melakukannya selalu dekat dengan pasar. Orientasi pasar adalah budaya organisasi yang bernilai dalam membantu menumbuhkan perusahaan untuk mengikuti pasar sehingga menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan, yang merupakan kunci aksi korporasi. Definisi mengenai orientasi pasar menurut Lamb & Mcdaniel (2012:77) bahwa Orientasi pasar merupakan suatu filosofi dalam strategi pemasaran yang menganggap bahwa penjualan produk tidak tergantung pada strategi penjualan tetapi lebih pada keputusan konsumen dalam membeli produk. Oleh karena itu, membutuhkan perhatian secara tepat pada orientasi pelanggan dan orientasi pesaing dalam rangka menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberi nilai terbaik.

Dengan demikian, menurut prioritas mereka, persepsi orientasi pasar adalah sekumpulan proses dan aktivitas yang diarahkan untuk penciptaan nilai bagi konsumen melalui peningkatan sensitive terhadap informasi pasar. Untuk pengintegrasian kedua definisi tersebut, Soehandi (2012:127) mencoba menyimpulkan bahwa orientasi pasar terdiri dari empat komponen utama yaitu :

- i. Menempatkan pelanggan sebagai pendorong kegiatan perusahaan (orientasi pelanggan)
- ii. Kepekaan terhadap kegiatan pesaing (orientasi pesaing)
- iii. Kemampuan untuk melakukan koordinasi antar departemen dalam penciptaan nilai yang superior bagi pelanggan

(koordinasi-antar-fungsi)

- iv. Kemampuan untuk mengaitkan setiap aktivitas dengan indikator keuangan (orientasi keuangan).

2.3.2 Indikator Orientasi Pasar

Menurut Tjiptono (2016:86) adapun indikator orientasi pasar adalah sebagai berikut:

1. **Orientasi Pelanggan**

Orientasi pelanggan mencakup semua aktivitas yang berkontribusi pada pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan preferensi para pelanggan sarannya dan pada kemampuan perusahaan untuk merancang produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan dan preferensi tersebut.

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.

3. **Koordinasi antar fungsi**

Koordinasi antar fungsi mengacu pada tingkat koordinasi antar fungsi atau departemen berbeda dalam sebuah perusahaan dan tingkat penyebarluasan informasi antar departemen.

4. **Orientasi Laba**

Orientasi laba meliputi pemantauan dan pemahaman terhadap profitabilitas masing- masing kategori produk individual dan produk pemasok.

Menurut Naver (2012:1) menyatakan bahwa orientasi pasar sebagai konstruk tunggal yang terdiri dari tiga dimensi yaitu:

1. Orientasi pada pelanggan,
2. Orientasi pada pesaing dan
3. Koordinasi antar fungsi.

Muhammad Bukhori (2018) Indikator Orientasi pasar adalah sebagai berikut:

1. Orientasi Konsumen Orientasi konsumen terdiri dari tiga kegiatan yaitu :
 - 1) Memperoleh informasi mengenai pelanggan
 - 2) penyebaran informasi
 - 3) Implementasi, dengan mengkaji ulang atas produk yang dihasilkan dan melakukan peningkatan kualitas sesuai dengan harapan pembeli.
2. Orientasi Pesaing Merupakan semua aktivitas dalam memperoleh dan menyebarkan berbagai informasi mengenai pesaing pada semua fungsi dalam perusahaan. Perusahaan memiliki informasi mengenai keunggulan, kelemahan jangka pendek, dan kapabilitas serta strategi pada pesaing potensial.
3. Koordinasi Interfungsional Merupakan pemanfaatan sumberdaya perusahaan yang terkoordinasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pembeli.

2.4 Strategi Bersaing

2.4.1 Pengertian Strategi Bersaing

Strategi adalah potensi tindakan yang membutuhkan pengambilan keputusan manajemen dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Selain itu, strategi ini melihat ke masa depan karena biasanya berdampak pada perkembangan jangka panjang perusahaan selama lima tahun ke depan. Strategi memiliki dampak multi fungsi atau lintas fungsi yang perlu memperhitungkan baik faktor eksternal maupun internal yang dihadapi perusahaan (David, 2011: 6).

Menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan bertahap (meningkat) dan berkelanjutan yang dilakukan berdasarkan apa yang diharapkan pelanggan di masa depan (Umar, 2012: 31). Perencanaan strategis sering dimulai dengan "apa yang terjadi" daripada "apa yang terjadi". Kompetensi inti diperlukan untuk inovasi pasar baru dan kecepatan perubahan perilaku konsumen. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis mereka. Menurut Hunger dan Wheelen (2012: 98), strategi adalah rumusan perencanaan yang komprehensif tentang bagaimana suatu organisasi berusaha untuk mencapai misi dan tujuannya. Strategi ini memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan kendala kompetitif (Hunger dan Wheelen, 2012:16).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing adalah bagaimana upaya yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar yang

dilaksanakan oleh sebuah perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar yang menjadi pasar sasarannya dengan cara memberikan keunggulan-keunggulan dalam bersaing, menganalisis pesaing, serta melaksanakan strategi bersaing yang efektif.

2.4.2 Indikator Strategi Bersaing

Menurut Setiawan (2012:14) Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah:

1. Keunikan produk Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.
2. Kualitas produk, Kualitas dari suatu produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.
3. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyelesaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan

(terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan. Menurut Kotler, (2012:171) Indikator strategi bersaing adalah sebagai berikut:

1. Kesempurnaan Operasional Perusahaan memberikan nilai unggul dengan memimpin industrinya dalam hal harga dan kenyamanan melalui pengurangan biaya dan menciptakan sistem yang efisien. Perusahaan melayani pelanggan yang menginginkan produk atau jasa yang handal dan bermutu baik tetapi murah dan mudah didapat.
2. Keintiman Pelanggan Perusahaan menghususkan diri untuk memuaskan kebutuhan khusus pelanggan melalui hubungan erat dan pengetahuan mendalam tentang pelanggan. Perusahaan berusaha membangun kesetiaan pelanggan dan berfokus pada kenyamanan pelanggan untuk pembelian ulang di masa yang akan datang.
3. Kepemimpinan Produk Perusahaan menawarkan produk atau jasa canggih dan berkualitas tinggi yang berkesinambungan dan bertujuan untuk menonjolkan produknya sendiri. Pemimpin produk berusaha untuk menciptakan ide-ide baru dan memasarkan produk baru dengan cepat.

2.5 Penelitian Terkait

Berikut beberapa penelitian terkait yang dijadikan peneliti sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Helia, Farida, Prabawani, Wisnujati , 2020)	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo) Improving marketing performance of the Indonesian apparel sector through marketing orientation and market sensing capability.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi pasar dan Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap inovasi produk. Inovasi produk memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif
2.	Ardiana (2018)	Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Di Desa	1. Modal sendiri memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di desa Bontotangnga

Tabel 2.1-Lanjutan

		Bontotangnga Kabupaten Bulukumba.	Kabupaten Bulukumba 2. Modal pinjaman memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Desa Bontotangnga Kabupaten Bulukumba
3.	Saragih dan Nasution (2018)	Analisis Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM Kab Paten Toba Simosir.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Sebanyak 85,7% penghasilan pengusaha UMKM meningkat setelah meminjam kredit usaha rakyat (KUR) dari PT Bank SUMUT Cabang Balige, 14,3% dari responden penghasilannya sama saja atau tidak mengalami peningkatan karena penggunaan kredit yang tidak produktif. 2. Modal sendiri dan modal pinjaman berpengaruh positif terhadap

Tabel 2.1-Lanjutan

			<p>perubahan tingkat pendapatan</p> <p>3. Pemberian kredit berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha UMKM</p>
4.	Musrifah, & Murwatiningsih (2017)	<p>Pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing.</p>	<p>1. Orientasi pasar berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing.</p> <p>2. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja UMKM home industry emping melinjo.</p> <p>3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing.</p>
5.	Mega Usvita (2014)	<p>Pengaruh Orientasi</p>	<p>Orientasi kewirausahaan dan</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

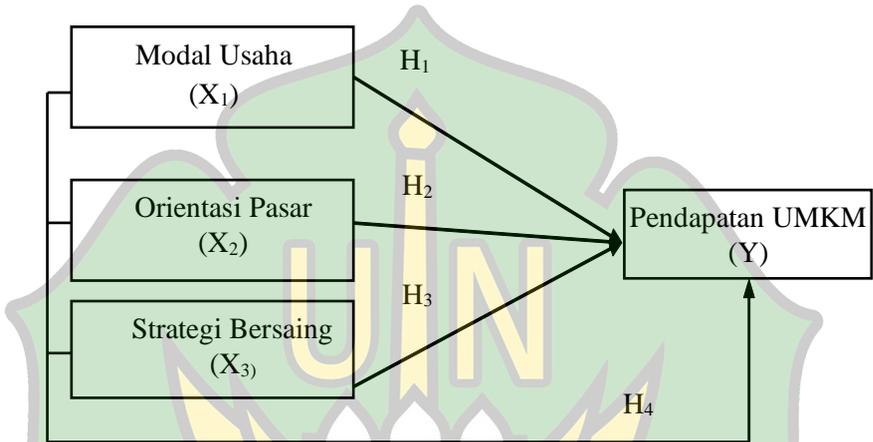
		<p>Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada UMKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang)</p>	<p>Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing, Keunggulan Bersaing juga berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan serta Keunggulan Bersaing.</p>
6.	Firdausa & Arianti (2013)	<p>Pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang kios di pasar Bintoro Demak.</p>	<p>Ketiga variabel independen yaitu modal awal, lama usaha dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap jumlah pendapatan pedagang kios di Pasar Bintoro Demak diterima. Secara parsial variabel modal usaha, lama usaha dan jam kerja berpengaruh secara signifikan. Dari ketiga variabel tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap jumlah pendapatan pedagang adalah variabel modal usaha, dengan nilai t-hitung sebesar 9,041 dan probabilitas signifikansi sebesar 0,000.</p>

Sumber : Data di Olah (2022)

2.6 Kerangka Pemikiran

Adapun Kerangka inferensi atau hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Pemikiran



Berdasarkan skema di atas dapat dijelaskan bahwa modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing sebagai variabel bebas diduga juga berpengaruh dengan pendapatan sebagai variabel terikat. Selain itu modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

2.7. Hubungan Antar Variabel

2.7.1. Hubungan Modal Usaha dengan Pendapatan UMKM

Modal usaha memiliki peran penting bagi suatu usaha. Salah satu faktor produksi dalam suatu usaha tidak akan berjalan tanpa adanya modal usaha. Modal usaha juga digunakan sebagai biaya

usaha dalam pembelian sumber - sumber produksi. Dengan adanya modal usaha akan meningkatkan pendapatan dalam suatu usaha dimana sesuai prinsip ekonomi, bila modal usaha kecil, maka akan menghambat pengembangan usaha dan hanya mendapat keuntungan tertentu, Sedangkan dengan modal usaha yang besar akan berdampak pada peningkatan penjualan dan dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan usaha.

Menurut Juliasty (2009), saat seseorang memutuskan untuk berwirausaha maka ia perlu memperhatikan aspek modal usaha. Hal ini penting, disamping perlu juga memperhatikan dan melengkapi aspek lain yaitu tenaga kerja, teknologi, sarana dan prasarana, dan lainnya. Jenis usaha yang dibuka akan menentukan modal usaha yang dibutuhkan, karena besaran modal usaha akan digunakan dalam banyak hal nantinya. Kemudian, selain jenis usaha modal juga dipengaruhi oleh timeline operasional dalam proses usahanya atau membuat produksi yang diinginkan. (Juliasty, 2009) Dalam pandangan ekonomi Islam, modal harus terus menerus dikembangkan agar perputaran uang tidak akan berhenti. Karena apabila modal terhenti atau tertimbun maka tidak akan ada manfaat bagi orang lain dari harta tersebut, akan tetapi andai saja uang digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis maka akan ada manfaat bagi orang lain dari uang tersebut. Modal diwajibkan kepada manusia untuk menggunakannya dengan sebaik- baiknya, agar terus berproduktif dan tidak habis digunakan. Untuk itu perlu adanya semangat kerja dari para pelaku usaha. Semangat kerja menjadi

kekuatan bagi pekerja untuk mengeluarkan kemampuan kerja yang baik setiap harinya (Alexander & Pamungkas, 2019).

2.7.2 Hubungan Orientasi Pasar dengan Pendapatan UMKM

Narver dan Slater menyatakan bahwa orientasi bisnis dan pertumbuhan pasar merupakan faktor-faktor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Dalam bidang manajemen pemasaran ini, efisiensi UMKM dan fokus bisnis adalah konsep yang banyak diteliti (Wisnujati et al. 2020) Terciptanya budaya organisasi yang menitikberatkan pada pemahaman kebutuhan, keinginan dan tuntutan pasar konsumen yaitu budaya berorientasi pasar, dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan meningkatkan daya saing usaha. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Musrifah & Murwatiningsih, 2017), bahwa orientasi pasar berdampak positif namun dapat diabaikan terhadap produksi UMKM di industri rumah tangga keripik melinjo di Kecamatan Ambal, Kabupaten Kebumen. Artinya, peningkatan orientasi konsumen di Kecamatan Ambal, Kabupaten Kebumen, tidak serta merta mendorong efisiensi.

2.7.3 Hubungan strategi bersaing dengan pendapatan UMKM

Dalam menciptakan keunggulan bersaing, pelaku usaha harus memiliki kesadaran akan esensi orientasi pasar. Orientasi pasar tersebut merupakan upaya yang mendasari strategi bisnis. Pelaku usaha harus mengidentifikasi informasi pasar, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen dan memperhatikan kompetisi

bisnis antar besaing. Menurut Uncles orientasi pasar merupakan sebuah proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penilaian kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal tersebut akan membawa perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis serta meningkatkan keunggulan besaing.

2.8 Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto (2013) hipotesis penelitian adalah dugaan sementara. Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀₁ : Modal usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

H_{a1} : Modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

H₀₂ : Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

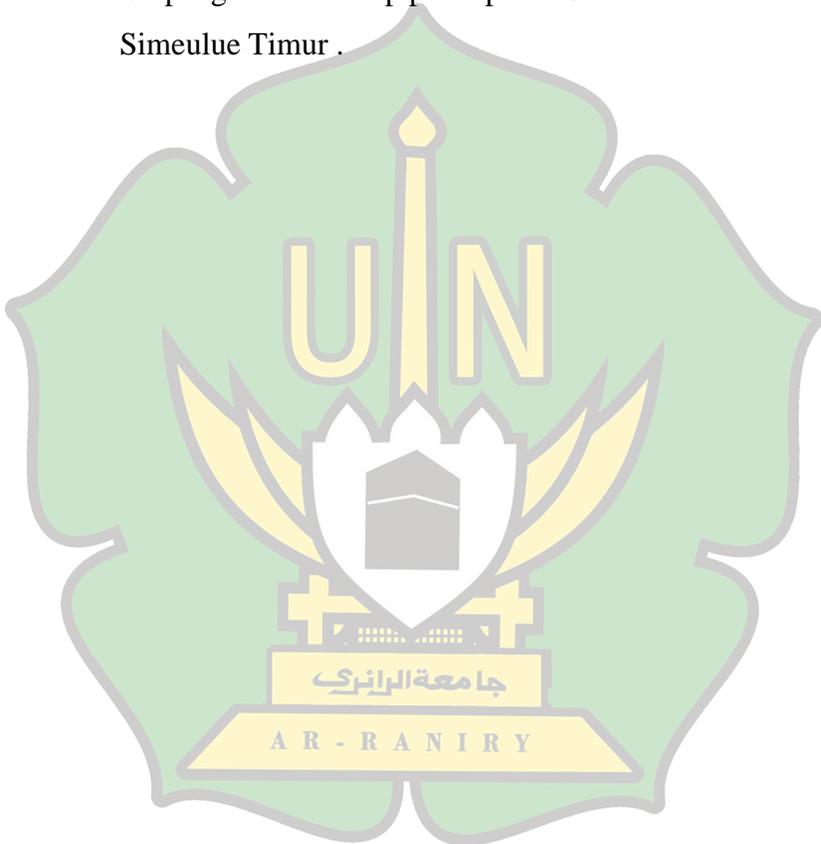
H_{a2} : Orientasi pasar berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

H₀₃ : Strategi besaing tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

H_{a3} : Strategi besaing berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

H0₄ : Modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

Ha₄ : Modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan salah satu bentuk penelitian kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pendekatan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan data dari suatu sampel populasi untuk menjelaskan dan mewakili seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan informasi (Sugiyono, 2017:13).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Arikunto (2013: 108), populasi adalah subjek dari semua penelitian. Jika seseorang ingin meneliti semua elemen di wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi studi atau penelitian juga disebut studi populasi atau studi sensus. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kecamatan Simeulue Timur yang berjumlah 1.121 UMKM (Dinas Perindustrian, Perdagangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Simeulue, 2022). Berikut rincian UMKM di Simeulue Timur:

Tabel 3. 1
Jenis Usaha Pedagang di Kecamatan Simeulue Timur

No	Jenis Usaha
1	Pedagang Makanan
2	Pedagang Tokoh Baju
3	Pedagang Ikan
4	Warung Kopi
5	Pedagang Kaki Lima
6	Pedagang Sayur
7	Toko Penjahit
8	Toko Sembako
9	Foto Copy
10	Pedagang Pulsa
11	Bengkel
12	Pedagang Buah
13	Doorsmer
14	Toko Pangkas Rambut Pria
15	Usaha Batu Bata

Sumber : Data diolah, 2022

Populasi dalam penelitian berjumlah 1.121 UMKM, dikarenakan jumlah sampel terlalu banyak, maka Pengambilan sampel ini menggunakan persamaan Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:
n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = batas toleransi error

$$n = \frac{1121}{1 + 1121 (0.1^2)}$$

$$n = \frac{1121}{1 + 11.21}$$

$$n = \frac{1121}{12.21}$$

$n = 91,80$ dibulatkan 92 UMKM

Jadi, Sampel dalam penelitian ini 92 UMKM

Sementara sampel merupakan sebagian dari suatu populasi yang diambil dengan cara tertentu dan juga mempunyai ciri-ciri tertentu yang khas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Artinya, sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Hasan, 2012: 58). Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu pemilik UMKM yang berjumlah sebanyak 92 Pemilik UMKM.

Jadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 92 Pemilik UMKM di Kecamatan Simeulue Timur. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Adapun kriteria dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Bersedia menjadi responden
2. Telah Membuka usaha Minimal 2 tahun
3. Bersedia mengisi kuesioner
4. Memiliki umur 20-50 tahun

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Menurut Zulfadrial (2012: 46) sumber data “adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini

adalah informasi yang diperoleh langsung dari konsumen melalui penyebaran kuesioner.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara Memberikan kuesioner. Teknik perolehan data dilakukan melalui daftar pertanyaan yang diisi oleh responden. Survei telah didistribusikan untuk mendapatkan data yang berguna valid dan reliabel, serta informasi yang relevan mengenai masalah yang sedang diselidiki. Dalam mengembangkan kuesioner ini, peneliti menggunakan teknik skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok individu terhadap fenomena sosial yang terjadi. Jawaban dari pertanyaan yang diberikan akan diberikan nilai/skor dimulai dari yang terbesar yaitu 5 sampai 1.

Berikut ini adalah tabel Skala *Likert* :

Tabel 3. 2
Skala Likert

Kriteria	Score
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2010

3.4 Uji Instrumen Penelitian

3.4.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkah-tingkah atau kesalahan suatu instrumen (Arikunto, 2013: 168), suatu instrumen akan dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur sesuatu yang semestinya diukur. Agar dapat mengetahui instrumen yang disusun telah validitas atau tidak maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan *contract validitas* didasarkan pada perbandingan nilai korelasi hitung (r hitung) dan produk moment (r tabel). apabila nilai korelasi hitung (r hitung) $>$ produk moment (r tabel) pada tingkat keyakinan 95% maka dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan tersebut valid. Namun apabila korelasi hitung (r hitung) $<$ produk moment (r tabel) maka dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan tersebut tidak valid.

3.4.2 Reliabilitas

Realibilitas pada dasarnya merupakan suatu tolak ukur untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Apabila hasil pengukuran tersebut yang dilakukan secara berulang dan relatif memiliki hasil yang sama maka pengukuran tersebut diartikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Pada hakikatnya bukan alat ukur, konsep alat ukur yang reliabel artinya suatu alat ukur dapat mengungkapkan data yang cukup reliabel, namun untuk mempersingkat istilah tersebut sering dikatakan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Malhotra, 2010:234).

Dalam penelitian ini tolak ukur reliabilitas adalah nilai *alpha*

cronbach yang diperoleh melalui perhitungan statistik (Malhotra, 2010: 235) yang menyatakan bahwa nilai alpha cronbach minimum yang diperbolehkan adalah 0,60. Artinya suatu kuesioner dinyatakan handal jika nilai cronbach yang diperoleh lebih besar dari 0.60.

3.5 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menentukan apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan berbeda karena adanya gejala normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Berikut penjelasan menurut Umar (2012: 77) sebagai berikut:

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau terikat atau keduanya berkontribusi normal, normal atau tidak. Jika data terdistribusi normal, model regresi dapat digunakan. Untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal, dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui histogram. Jika data tersebar di sekitar diagonal dan searah diagonal, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas (Umar, 2012: 77).

3.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk membantu menentukan apakah model regresi yang diusulkan menemukan korelasi yang kuat antara variabel independen. Jika terdapat korelasi yang kuat, maka terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari Nilai *tolerance* dan lawannya serta *Variance Inflation Factor*.

Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,5 atau nilai *Variance Inflation Factor* > 10, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut

tidak terdapat multikolinearitas (Umar, 2012: 78)

3.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dikatakan homoskedastisitas, namun apabila berbeda disebut dengan heteroskedastisitas, model regresi yang baik yaitu model yang heteroskedastisitas. Agar dapat terlihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas maka dapat melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SDRESID), dimana melihat sebaran titik-titik di Scatter plot maka dapat dilihat bahwa jika titik-titik menyebar maka terjadi heteroskedastisitas sebaliknya jika tidak menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Umar, 2012: 77).

3.6 Definisi dan Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi dari tiap-tiap variabel penelitian dan ditambah lagi dengan indikator dan skala. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 3. 3
Definisi dan Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	<i>Indevenden</i>			
1	Modal (X1)	modal sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal terdapat didalam neraca sebelah kredit (Ali & Agustin, 2015:2).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Struktur Modal: Ekuitas dan Utang 2. Penggunaan modal tambahan 3. Hambatan untuk mengakses modal eksternal 4. Status usaha Setelah penambahan modal 	Ordinal
2	Orientasi Pasar (X2)	Menurut Nerver (2011:87) mendefinisikan bahwa orientasi 21 pasar sebagai suatu budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi Pelanggan 2. Orientasi Pesaing 3. Koordinasi antar fungsi 4. Orientasi laba 	Ordinal
3	Strategi Bersaing (X3)	Strategi bersaing adalah perumusan untuk meningkatkan daya saing perusahaan di mata pelanggan atau calon pelanggan. Strategi bersaing memberikan keunggulan sehingga membedakannya dengan perusahaan lain dan menimbulkan persaingan sehat dengan pelanggan tersegmentasi (Umar,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunikan Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga Bersaing 	Ordinal

Tabel 3.3-Lanjutan

		2003:34).		
	Devenden			
1	Pendapatan UMKM (Y)	Pendapatan adalah uang, barang- barang, materi atau jasa yang diterima atau bertambah selama jangka waktu tertentu (Abdurachman , 2011: 381)	1. Penghasilan per bulan 2. pekerjaan 3. Biaya sekolah 4. tanggungan beban keluarga	Ordinal

Sumber: Data di Olah (2022)

3.7 Model Analisis Data

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Menurut Priyatno (2012:36) analisis regresi linier berganda adalah alat analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara modal usaha (X_1), Orientasi pasar (X_2) dan strategi bersaing (X_3) dan pendapatan UMKM (Y) Formula yang digunakan adalah sebagai berikut persamaan dengan menggunakan regresi linear berganda

$$PU = \alpha + \beta_1 M + \beta_2 OP + \beta_3 SB + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

PU : Pendapatan UMKM

M : Modal Usaha

OP : Orientasi Pasar

SB : Strategi Bersaing

: Konstanta

: Koefisien Korelasi

e : error term

3.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu pengujian yang jika diuji nilai statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak) dikatakan signifikan. Namun Sebaliknya, jika uji nilai statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima maka dikatakan tidak signifikan. Selain itu uji t dapat digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel independen sebagai berikut:

3.8.1 Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali: 2011: 188). Uji t dipakai untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk menentukan signifikan tidaknya nilai sig atau dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. : Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak
2. : Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.8.2 Uji F (Simultan)

Uji statistik F (F-Test) atau juga disebut dengan uji simultan dimanfaatkan untuk menentukan apakah variabel- variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:88). Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya nilai sig yaitu dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut.

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

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kecamatan Simeulue Timur adalah salah satu kecamatan yang ada di yang terdapat di Provinsi Aceh. Kecamatan ini beribu kota Sinabang dengan jumlah penduduk 27.569 orang (Kecamatan Simeulue Timur dalam Angka). Letak astronomisnya antara 2,15° - 2,55° lintang utara dan antara 95,040° - 96,030° bujur timur (peta 1:250.000 oleh bakosurtanal). Kecamatan Simeulue Timur ini memiliki ketinggian 0-600 m di atas permukaan laut. Luas daerah/land area 2.125,12 km²/ 212.512 ha. Kecamatan Simeulue Timur memiliki curah hujan 3.634,6 mm/tahun dan hari hujan 190 pada tahun 2009 (bmkg). Terdapat 4 Mukim dengan jumlah Desa sebanyak 17 dan jumlah dusun sebanyak 51 Dusun (BPS Kabupaten Simeulue , 2021)

Tabel 4. 1
Jumlah Penduduk Per Desa Di Kecamatan Simeulue Timur,
2020

NO	DESA	PENDUDUK
1.	Suak Buluh	1.601
2.	Air Pinang	1.322
3.	Ujung Tinggi	500
4.	Kuala Makmur	1.306
5.	Ganting	1.412
6.	Pulau Siumat	374
7.	Sefoyan	481
8.	Linggi	597
9.	Lugu	997
10.	Amaiteng Mulia	588
11.	Suka Karya	5.210

Tabel 4.1-Lanjutan

12.	Sinabang	1.661
13.	Suka Maju	2.548
14.	Suka Jaya	2.734
15.	Ameria Bahagia	896
16.	Air Dingin	4.045
17.	Kuta Batu	1.297
Simeulue Timur		27.569

Sumber : Sensus Penduduk, 2020

Kira-kira 2 atau 3 pulau di Simeulue Timur masih dipenuhi hutan lebat, karenanya Simeulue dikenal sebagai penghasil kayu dan rotan. Akan tetapi sayang sekali, yang meraup keuntungan besar bukanlah penduduknya, melainkan penebang liar yang datang menebang hutan, sementara masyarakat masih tetap hidup di bawah garis kemiskinan. Alam Simeulue Timur memiliki potensi wisata yang besar karena kemolekannya. Gelombang yang tinggi sering dimanfaatkan oleh para pelancong dari mancanegara. Demikian juga pantainya menjanjikan kepuasan bagi setiap pengunjung. Jika wisatawan datang ke Simeulue lewat laut secara legal, mereka pasti akan menikmati keindahan pelabuhan Sinabang yang sangat indah. Pelabuhan Sinabang ibarat air dalam baskom, tenang karena beberapa pulau melindunginya dari terpaan angin dan badai. Puluhan pulau kecil yang ada disekitarnya, seolah menjadi menjadi pagar hias bagi pulau Simeulue Timur. Penduduk Simeulue Timur berdasarkan data statistik 2017 berjumlah 70.208 jiwa. Penduduk tersebut tersebar di delapan kecamatan yang ada. Isin ulao (penduduk asli Simeulue) kebanyakan berkulit kuning seperti orang Tionghoa. Kebanyakan penduduk bekerja sebagai petani dan

nelayan. Dahulu warga Simeulue Timur pernah merasakan hidup makmur, ketika itu harga cengkeh cukup tinggi. Namun setelah anjloknya harga cengkeh, kepahitan hidup telah mulai mencekik leher warga, terutama para petani cengkeh” (Wawancara, 2022).

4.2 Karakteristik Responden

Data mengenai karakteristik responden ini diperoleh dari pengisian kuesioner yang berhubungan dengan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	- Laki-laki	66	71,74
	- Perempuan	26	28,26
	Jumlah	92 orang	100%
2	Umur responden		
	- 25-30 Tahun	23	25
	- 31-35 Tahun	21	22,83
	- 36-40 Tahun	19	20,65
	- 41-50 Tahun	20	21,74
	- > 50 Tahun	9	9,78
	Jumlah	92 orang	100%
3	Pendidikan Terakhir		
	- SD	23	25
	- SMP	23	25
	- SMA	31	33,69
	- S-1	15	16,30
	Jumlah	92 orang	100%

Sumber : Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah laki-laki sebanyak 66 orang (71,74%) dan perempuan sebanyak 26 orang (28,26%). Usia responden juga bervariasi mulai dari usia yang paling muda 25 tahun dan usia paling tua >50 tahun. Untuk usia 25-30 tahun sebanyak 23 orang (25%) responden 31-35 sebanyak 21 orang (22,83%), umur 36-40 sebanyak 19 orang (20,65%), umur 41-50 sebanyak 20 orang (21,74%) dan umur > 50 Tahun sebanyak 9 orang (9,78%). Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pula tingkat pendidikan yaitu, Pendidikan SD sebanyak 23 orang (25%), Pendidikan SMP 23 orang (25%), pendidikan SMA sebanyak 31 orang (33,69%), dan pendidikan S-1 sebanyak 15 orang (16,30%).

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

4.3.1 Deskripsi Variabel Pendapatan UMKM

Masing-masing variabel dijabarkan dalam bentuk pernyataan positif, pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur . Didasarkan pada alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang mereka berikan kepada masing-masing pertanyaannya.

Tabel 4. 3
Variabel Pendapatan UMKM

No	Variabel	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	f	%	Fr	%	
1	Pedagang sangat puas dengan penghasilan	42	45,7	50	54,3							4,4565

Tabel 4.3-Lanjutan

	yang diterima perbulan											
2	Pedagang selalu bekerja dengan baik agar pendapatan UMKM lebih meningkat	42	45,7	50	54,3							4.4565
3	Pedagang bekerja lebih keras karena banyak anggaran pembiayaan seperti kebutuhan sehari-hari	31	33,7	61	66,3							4,3370
4	Pedagang bekerja lebih keras karena beban keluarga yang ditanggung	34	37,0	56	60,9	2	2,2					4,3478
Nilai rata-rata											4,3995	

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pedagang sangat puas dengan penghasilan yang diterima perbulan nilai rata-rata 4,4565, Pedagang selalau bekerja dengan baik agar pendapatan UMKM lebih meningkat nilai rata-rata 4.4565, Pedagang bekerja lebih keras karena banyak anggaran pembiayaan seperti kebutuhan sehari-hari dengan nilai rata-rata 4,3370, Pedagang bekerja lebih keras karena beban keluarga yang ditanggung dengan nilai rata-rata 4,3478. Nilai akhir rerata diperoleh sebesar 4,3995. Artinya adalah

Pedagang di Simeulue Timur setuju dengan variabel pendapatan UMKM.

4.3.2 Deskripsi Variabel Modal Usaha

Dalam penelitian ini pengaruh modal usaha. Setiap variabel dijelaskan dalam istilah pernyataan positif. Gambaran mengenai modal usaha dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 4
Variabel Modal Usaha

No	Variabel	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	f	%	f	%	
1	Modal yang digunakan untuk usaha adalah modal sendiri dan ada juga modal pinjaman	35	38,0	53	57,6	4	4,3	-	-	-	-	4.3370
2	Dengan pemanfaatan modal tambahan, usaha yang saya geluti sekarang menjadi lebih berkembang	24	26,1	66	71,7	2	2,2	-	-	-	-	4.2391

3	Pedagang disini membutuhkan modal, tetapi sekarang untuk memperoleh modal agak susah karena harus ada jaminan, apalagi jika pedagang baru buka usaha	33	35,9	57	62,0	2	2,2	-	-	-	-	4.3370
4	Dengan adanya bantuan modal usaha, usaha lebih dapat berkembang dan lebih maju	31	33,7	61	66,3	-	-	-	-	-	-	4.3370
Rata-rata											4.3125	

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa modal yang digunakan untuk usaha adalah modal sendiri dan ada juga modal pinjaman dengan nilai rata-rata 4.3370. Dengan pemanfaatan modal tambahan, usaha yang saya geluti sekarang menjadi lebih berkembang dengan nilai rata-rata 4.2391. Pedagang disini membutuhkan modal, tetapi sekarang untuk memperoleh modal agak susah karena harus ada jaminan, apalagi jika pedagang baru buka usaha dengan nilai rata-rata 4.3370. Dengan adanya bantuan

modal usaha, usaha lebih dapat berkembang dan lebih maju dengan nilai rata-rata 4.3370. Nilai akhir rerata diperoleh sebesar 4.3125, yang artinya adalah modal usaha pada pedagang UMKM di Kecamatan Simeulue timur semua karyawan menjawab dengan jawaban rata-rata setuju.

4.3.3 Deskripsi Variabel Orientasi Pasar

Setiap variabel dijelaskan dalam istilah pernyataan positif. Pengaruh orientasi terhadap pendapatan UMKM didasarkan pada alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang mereka berikan kepada masing-masing pertanyaan:

Tabel 4. 5
Variabel Orientasi Pasar

No	Variabel	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	f	%	f	%	
1	Dengan adanya orientasi pelanggan, maka akan banyak pelanggan yang datang ke toko	43	46,7	44	47,8	5	5,4					4,4130
2	Dengan adanya orientasi pesaing, maka setiap pedagang akan berusaha untuk selalu menjual produk yang berkualitas atau jasa yang berkualitas	38	41,3	54	58,7							4,4130

Tabel 4.5-Lanjutan

3	Setiap pedagang maupun pelanggan selalu berkoordinasi dengan baik dan saling membantu	1 4	15, 2	7 8	84, 8															4,152 2	
4	Orientasi laba sangat mempengaruhi pedagang pasar	2 4	26, 1	6 8	73, 9																4,260 9
Nilai Rata-rata																				4,309 8	

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dengan adanya orientasi pelanggan, maka akan banyak pelanggan yang datang ke toko dengan nilai rata-rata 4,4130. Dengan adanya orientasi pesaing, maka setiap pedagang akan berusaha untuk selalu menjual produk yang berkualitas atau jasa yang berkualitas dengan nilai rata-rata 4,4130. Setiap pedagang maupun pelanggan selalu berkoordinasi dengan baik dan saling membantu dengan nilai rata-rata 4,1522. Orientasi laba sangat mempengaruhi pedagang pasar dengan nilai rata-rata 4,2609. Nilai akhir rerata diperoleh sebesar 4,3098. Yang artinya adalah Variabel orientasi pasar hampir semua item pertanyaan yang dijawab oleh pedagang dengan setuju.

4.3.4 Deskripsi Variabel Strategi Bersaing

Setiap variabel dijelaskan dalam istilah pernyataan positif. Pengaruh strategi bersaing terhadap Pendapatan UMKM. Didasarkan pada alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang mereka berikan kepada masing-masing pertanyaan

Tabel 4. 6
Variabel Strategi Bersaing

No	Variabel	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	f	%	f	%	
1	Pedagang menjual produk yang unik agar banyak pelanggan yang membeli, atau menyediakan jasa yang baik dan unik agar banyak pelanggan	38	41,3	54	58,7							4,4130
2	Pedagang dan penjual jasa lebih mementingkan kualitas produk agar pelanggan mau berkunjung kembali	14	15,2	67	72,8	11	12,0					4,0326
3	Pedagang menetapkan harga bersaing, agar banyak pelanggan yang membeli	24	26,1	68	73,9							4,2609
Nilai Rata-rata											4,2357	

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pedagang menjual produk yang unik agar banyak pelanggan yang membeli,

atau menyediakan jasa yang baik dan unik agar banyak pelanggan dengan nilai rata-rata 4,4130, Pedagang dan penjual jasa lebih mementingkan kualitas produk agar pelanggan mau berkunjung kembali dengan nilai rata-rata 4,0326, Pedagang menetapkan harga bersaing, agar banyak pelanggan yang membeli dengan nilai rata-rata 4,2609. Nilai akhir rerata sebesar 4,2357, yang artinya adalah variabel strategi bersaing menjawab rata-rata dengan jawaban setuju.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan uji SPSS. Berdasarkan *output computer* (lampiran SPSS) seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikan di bawah 5 %. Sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh masing-masing pernyataan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi *product moment* dimana hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi di atas nilai kritis 5% yaitu di atas 0.203 (lihat tabel nilai kritis korelasi *r product moment* untuk $n=92$ sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas konstruk atau dalam bahasa statistic terdapat konsistensi internal (*Internal consistency*) yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	(r_{hitung})	(r_{tabel})	keterangan
Pendapatan UMKM	Y1	0,755	0,203	Valid
	Y2	0,866	0,203	Valid
	Y3	0,806	0,203	Valid
	Y4	0,376	0,203	Valid
Modal Usaha	X1.1	0,789	0,203	Valid
	X1.2	0,731	0,203	Valid
	X1.3	0,838	0,203	Valid
	X1.4	0,831	0,203	Valid
Orientasi Pasar	X2.1	0,875	0,203	Valid
	X2.2	0,913	0,203	Valid
	X2.3	0,707	0,203	Valid
	X2.4	0,793	0,203	Valid
Strategi Bersaing	X3.1	0,822	0,203	Valid
	X3.2	0,791	0,203	Valid
	X3.3	0,838	0,203	Valid

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Untuk menilai reliabilitas kuesioner yang digunakan, penelitian ini menggunakan uji reliabilitas berbasis alpha cronbach yang biasa digunakan dalam penelitian. Analisis ini digunakan untuk memungkinkan penerimaan koefisien minimum di atas 0,60.

Uji reliabilitas memperlihatkan bahwa secara keseluruhan tingkat kehandalan telah memenuhi persyaratan (Malhotra 2008: 235). Untuk lebih jelasnya besarnya nilai *alpha* pada masing-masing variabel diperlihatkan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Cronbac Alpha	Keterangan
1	Pendapatan UMKM (Y)	0,786	0,60	Handal
2	Modal Usaha (X_1)	0,884	0,60	Handal
3	Orientasi Pasar (X_2)	0,903	0,60	Handal
4	Strategi bersaing (X_3)	0,873	0,60	Handal

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai Cronbach alpha untuk masing-masing variabel yaitu pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur . Nilai Cronbach alpha Kabupaten berada di atas 0,60. Oleh karena itu, kuesioner yang digunakan dalam survei ini dapat diartikan dinyatakan kredibel. Dengan kata lain, kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data yang terkait dengan variabel yang diselidiki ditentukan untuk menunjukkan keakuratan, ketepatan, atau konsistensi perangkat dalam mengungkapkan gejala yang terkait dengan variabel terikat.

4.5 Uji Asumsi Klasik

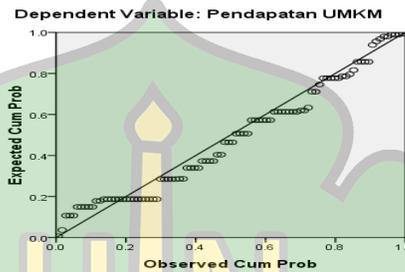
4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah kedua variabel dependen dan independen terdistribusi normal dalam model regresi. Model regresi yang sangat baik untuk model regresi distribusi normal. Analisis data membutuhkan distribusi data yang normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Data outlier (abnormal) membiaskan interpretasi dan mempengaruhi data lain dan harus

dibuang. Hasil uji normalitas dapat ditampilkan sebagai berikut:

Gambar 4. 1
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Grafik pola yang teratur menunjukkan luasnya titik-titik di sekitar diagonal, dan mengikuti arah diagonal menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang telah terbukti untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel-variabel model regresi, dan model uji regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan multikolinieritas. Lihat tabel di bawah untuk informasi lebih lanjut.

AR - R Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinieritas

Nama Variabel	Beta	Standar Error	t _{hitung}	t _{tabel} (n-k-2)	Sig.	VIF
Constanta	1,306	0,297	4,403	1,9873	0,000	
Modal Usaha	0,443	0,078	5,695	1,9873	0,000	1,659
Orientasi Pasar	0,174	0,175	0,999	1,9873	0,321	7,925

Strategi Bersaing	0,457	0,164	2,783	1,9873	0,007	7,075
-------------------	-------	-------	-------	--------	-------	-------

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

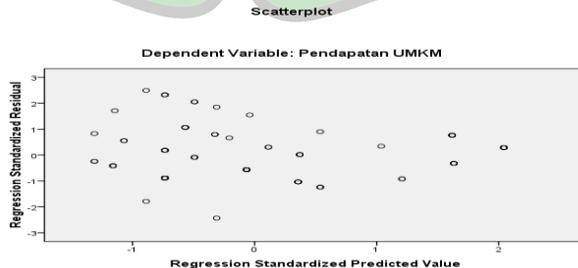
Berdasarkan nilai VIF bila nilai sebesar 1,659, 7,925, 7,075 yang berarti < 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Jika VIF di atas 10 berarti terjadi Multikolinieritas. Dalam penelitian ini VIF keseluruhan variabel modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing di bawah 10, jadi model uji regresi layak dan tidak terjadi multikolinieritas.

4.5.3 Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.2
Heteroskedastisitas



Dengan melihat sebaran titik-titik yang acak baik di atas maupun di bawah angka 0 dari sumbu Y dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 10
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Nama Variabel	Beta	Standar Error	t _{hitung}	t _{tabel} (n-k-2)	Sig.	VIF
Constanta	1,306	0,297	4,403	1,9873	0,000	
Modal Usaha	0,443	0,078	5,695	1,9873	0,000	1,659
Orientasi Pasar	0,174	0,175	0,999	1,9873	0,321	7,925
Strategi Bersaing	0,457	0,164	2,783	1,9873	0,007	7,075

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, yang modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) maka dapat diperlihatkan pada hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,306 + 0,443 X_1 + 0,174 X_2 + 0,457 X_3 + e$$

Jika dianalisis angka-angka yang ada pada regresi linear berganda tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Apabila variabel Konstanta mengalami kenaikan 1 skor akan menyebabkan kenaikan sebesar 1,306 atau 30,6

pendapatan UMKM.

- b. Apabila variabel X_1 (Modal usaha) mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (pendapatan UMKM) sebesar 0,443. Artinya jika modal usaha meningkat maka pendapatan UMKM juga meningkat.
- c. Apabila variabel X_2 (Orientasi Pasar) mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (Pendapatan UMKM) sebesar 0,174. Artinya jika orientasi pasar meningkat maka pendapatan UMKM juga meningkat
- d. Apabila variabel X_3 (Strategi bersaing) mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (pendapatan UMKM) sebesar 0,457. Artinya jika strategi bersaing meningkat maka pendapatan UMKM juga meningkat.

4.7 Korelasi Koefisien

Tabel 4. 11

A R Korelasi Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.751 ^a	.564	.549	0.23361	2.125

a. Predictors: (Constant), Modal Usaha , Orientasi Pasar , Strategi Bersaing

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Koefisien korelasi (R) = 0,751 yang menunjukkan modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan

usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur menunjukkan bahwa hubungan antara variabel adalah kurang. Koefisien Determinasi (Adjusted R_2) menunjukkan pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur pada koefisien determinasi 0,549 dan sisanya sebesar 0,451 di pengaruhi variabel lain diluar model ini.

4.8 Pengujian Hipotesis Uji t dan Uji F

4.8.1 Hasil Uji t

Tabel 4. 12
Hasil Uji-t

Nama Variabel	Beta	Standar Error	t _{hitung}	t _{tabel (n-k-2)}
Constanta	1,306	0,297	4,403	1,9873
Modal Usaha	0,443	0,078	5,695	1,9873
Orientasi Pasar	0,174	0,175	0,999	1,9873
Strategi Bersaing	0,457	0,164	2,783	1,9873

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Untuk menguji signifikansi (nyata atau tidak nyata) pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung pada (X_1) sebesar 5,695 nilai t tabel pada tingkat keyakinan sebesar 90% menunjukkan angka sebesar 1,9873 karena nilai t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara modal usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah

(UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur.

Variabel orientasi pasar yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung pada (X_2) sebesar 0,999 nilai t tabel pada tingkat keyakinan sebesar 90% menunjukkan angka sebesar 1,9873, nilai t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar dengan pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.

Variabel Strategi bersaing yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung pada (X_2) sebesar 2,783 nilai t tabel pada tingkat keyakinan sebesar 90% menunjukkan angka sebesar 1,9873, nilai t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi bersaing dengan pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.

4.8.2 Hasil Uji F (Secara Simultan)

Pengujian terhadap pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur adalah uji F. F_{hitung} untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 13
Hasil Uji-F

Model	Sum of Squares	DF	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig
Regresi	6.205	3	2.068	37,898	2,708	0,000
Sisa residual	4.803	88	0.055			
Total	11.007	91				

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Berdasarkan tabel dilihat bahwa tingkat signifikan 37,898 $>$

2,708. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur .

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur

Modal usaha yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung pada (X_1) sebesar 5,695 nilai t tabel pada tingkat keyakinan sebesar 90% menunjukkan angka sebesar 1,9873. Karena nilai t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara modal usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Simeulue Timur .

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saragih dan Nasution (2018) “Analisis Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM Kabupaten Toba Samosir”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sendiri dan modal pinjaman berpengaruh positif terhadap perubahan tingkat pendapatan pengusaha UMKM. Dengan demikian semakin tinggi modal sendiri dan modal pinjaman maka akan semakin tinggi pula pendapatan yang akan didapatkan pengusaha UMKM Kabupaten Toba Samosir.

4.9.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur

Variabel orientasi pasar yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung pada (X_2) sebesar 0,999 dan nilai t tabel sebesar 1,9873 pada tingkat keyakinan sebesar 90%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung < t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar dengan pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur. Dapat dilihat adanya pengaruh variabel orientasi pasar tersebut dikarenakan pelaku UMKM cenderung menilai Orientasi pasar itu baik dan pelaku UMKM dapat mengerti dan memahami keinginan konsumen serta dapat merubah pangsa pasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Musrifah & Murwatiningsih (2017) dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Keunggulan Bersaing“. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Orientasi pasar berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing.

4.9.3. Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur

Variabel Strategi bersaing yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung pada (X_2) sebesar 2,783 nilai t tabel pada tingkat keyakinan sebesar 90% menunjukkan angka sebesar 1,9873, nilai t hitung > t tabel maka H_a diterima dan menolak H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

strategi bersaing dengan pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur .

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Hadi & Zakiah (2021) dengan judul “Strategi Bersaing Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk bersaing di era pandemi”. Menyatakan bahwa *digital marketing* memberi pengaruh positif dan hasil signifikan dalam peningkatan kinerja penjualan UMKM. 70% pelaku UMKM yang sudah menggunakan *digital marketing* menyatakan bahwa *digital marketing* akan menjadi strategi utama dalam pemasaran, sebaliknya toko konvensional hanya akan menjadi pelengkap. Hal ini terjadi karena kemudahan dan kemampuan *digital marketing* dalam menjangkau lebih banyak konsumen. Penelitian ini juga menyatakan bahwa peningkatan penjualan ini bisa dilihat dari banyaknya pemasaran melalui media sosial dan *market place* yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Pelaku UMKM perlu menggunakan *digital marketing* untuk memperoleh pendapatan seperti sebelum terjadi pandemi Covid-19. Oleh karena itu, strategi *digital marketing* bagi pelaku UMKM menjadi salah satu solusi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kebijakan di era pandemi.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat peneliti simpulkan sebagai berikut.

1. Modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur dengan koefisien sebesar 0,443.
2. Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur dengan koefisien sebesar 0,174.
3. Strategi bersaing berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur dengan koefisien sebesar 0,457
4. Secara simultan, modal usaha, orientasi pasar dan strategi bersaing berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis ingin memberikan beberapa kontribusi, antara lain:

1. Diharapkan kepada Pemerintah untuk meningkatkan perhatian kepada para pelaku UMKM di Kecamatan Simeulue Timur, baik dari segi materi maupun non materi agar UMKM di Kecamatan Simeulue Timur berkembang dengan baik.

2. Diharapkan kepada Lembaga Keuangan di agar dapat memberikan bantuan pembiayaan modal bagi UMKM di Kecamatan Simeulue Timur.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi panduan dan referensi dalam melakukan penelitian yang akan datang terkait dengan menambah variabel lain yang terkait dengan judul penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, F. S. M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 3(1), 68-82.
- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. 2019. Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Pengendalian Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manjerial Dan Kewirausahaan*. Vol.1, No.1, hlm: 1-14.
- Amalia, D. (2017). *Perbedaan UMKM dan Perkembangan di Indonesia*. Jurnal Bisnis. <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-perbedaan-umkm-perkembangan-nya-di-indonesia/>
- Amirullah, dan Imam H. (2011). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Edisi Pertama.
- Abdurrahman, M. (2011). *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ali, A. dan Agustin, S. (2015), “Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 4(9), 1-20.
- Aprilia T & Krishna. (2015). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung. Alfabeta.
- Ardiana. (2018). Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Di Desa Bontotangnga Kabupaten Bulukumba. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 1–88.
- Arikunto, S. (2013). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*

Praktek". Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Artini, N. R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Tabanan. *Ganec Swara*, 13(1), 71-77.

Asnaiani, Evan S, Windi S. (2012). *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: Teras.

Ashari, PP. (2014). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Turunannya di Kawasan Amerika, Eropa, Asia dan Australia, *Skripsi* tidak diterbitkan Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat. (2010). *Statistik Indonesia Tahun 2010*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.

Badan Pusat Statistik Simeulue. (2021). *Kecamatan Simeulue Timur dalam Angka 2021*. : Badan Pusat Statistik.

Brigham, Eugene F., dan Joel F. Houston, (2018), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1*, Terjemahan oleh Novietha Indra Sallama dan Febriany Kusumastuti, Edisi 14, Jakarta:Salemba Empat.

Boediono. (2015). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

. (2015). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Bramastuti, N. (2009). Pengaruh Prestasi Sekolah Dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwiraswasta Siswa Smk Bakti Oetama ondangrejo Karanganyar. *Skripsi Jurusan Pendidikan Akuntansi UMS*: Tidak diterbitkan.

Brigham, F dan Houston, J. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen*

Keuangan. Edisi 8., Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

David. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*., Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.

Danil, Mahyu. (2012). "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

Dinas Koperasi dan UKM. (2022). Data UMKM di Provinsi Aceh.

Djarwanto. (2011). *Pokok-Pokok Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kedua. BPFE. Yogyakarta.

Dedi D, Cahyono, R. A., Kharis R. (2016). "Pengaruh Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (DER) dan Profitabilitas (ROA) terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada Perusahaan Perbankan yang Listing BEI Periode Tahun 2011-2013". *Akuntansi*, Vol. 2, No.

Bukhori. (2018). Faktor-Faktor yang Menyebabkan Pembengkakan Biaya Pada Konstruksi Gedung di Kota Cirebon. *Jurnal LOGIKA*, vol. XXII, no.1, 2018.

Fata, Z. (2010). analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik (studi kasus pasar klewer Solo, Jawa Tengah). *Tesis Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta*.

Firdausa dan Arianti, (2013). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak. Diponegoro. *Journal Of Economics*. Vol 2. No.1 (2013)

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi 4. BP-UNDIP. Semarang.
- Gita S. “Membangun Keunggulan Bersaing, Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmiah Untag Semarang* 5 (2015): 115.
- Hadi, Demaz Fauzi & Zakiah, Kiki (2021). Strategi *Digital Marketing* Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing di Era Pandemi.
Competitive. Vol. 16. No.1 : 38 & 40-41
- Harnanto. (2019). *Dasar Dasar Akuntansi (2nd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, A. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hasan, I. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hery. (2017). *Auditing dan Asurans*. Jakarta. Grasindo.
- Hery dan Widyawati L. (2012). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husnan, S dan Enny P. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Edisi Keenam*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hunger, D.J., dan Wheelen, L. Thomas. (2012). *Strategic Management and Business Policy, (13th Edition)*. United States of America: Pearson

IDX Channel. (2022). Berita Terkini Seputar Ekonomi, Bisnis, Investasi, Bursa Saham, Market, Finansial, Perbankan, Entrepreneur Di. [https://Ikatan Akuntansi Indonesia \(IAI\) PSAK No. 23](https://Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) PSAK No. 23).

Juliasty, S. 2009. *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*. Jakarta: Balai Pustaka.

Kasmir & Satin (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

, (2015) *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kamaludin. (2011). *Manajemen Resiko*. From [www. Pengertian management.blogspot.com](http://www.Pengertianmanagement.blogspot.com) Diakses tanggal 27 Mei 2022.

. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.

Kartika P. (2018) Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Usaha, Modal Usaha dan Peran Bussunees Develeopment Service terhadap Pengembangan Usaha (Studi pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur), dalam <http://media.neliti.com/media/publications/58432-ID-none.2018>.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Kementrian. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Web site.

<http://www.ekon.go.id>.

Kusmuljono, B.S. (2009). *Menciptakan Kesempatan Rakyat Berusaha*. Bogor: IPB Press.

Lamb, Hair and Mcdaniel. 2012. *Pemasaran. Edisi Pertama*, Jakarta: Salemba Empat.

Mahyu Danil, (2017) “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No.

Maryati. (2014). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi Cetakan Kedua Yogyakarta (UPP) AMPYKPN.

Malhotra, K. Naresh. (2010). *Marketing Reseach : An Applied Orientation Sixth Edition* Pearson Education.

Ma'arif, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Mega, Usvita. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas PERINDAGTAMBEN Kota Padang). *E-jurnal Apresiasi Ekonomi*. 3.

Mulyadi. (2013). *Sistem Akuntansi, Edisi ke-3*, Cetakan ke-5. Jakarta : Salemba. Empat

Munawir, (2010). *Analisa laporan Keuangan*, Yogyakarta: Liberty.

- Musran, M (2010). Pengaruh Faktor-Faktor dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 12, No.1, Maret 2010:33-41.
- Musrifah & Murwatiningsih (2017) “Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing,” *Management Analysis Journal*, 6(4), hal. 496–505.
- Nazir. (2010). “Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Aceh Utara.” *Tesis*. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Narver, Jhon C., & Stanley F. Slatter. (2011). The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4):20 – 35.
- (2013). The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4):20 – 35.
- Nugraha, Listyawan Ardi. (2011) . Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendapatan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri Kerajinan Perak di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (ANDI).
- Raeni DS, Muhamad, Eddy Soeryanto Soegoto. (2013). The Influence Of Product Innovation Aan Market Orientation to Competitive Advantage (A Survey on SMEs Batik Deden

Tasikmalaya).

- Riyanto, B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, ed. 4. Yogyakarta. BPFPE.
- Rosnawintang (2012), Orientasi Pasar, Moderasi Dinamika Lingkungan pada Efek Strategi Bersaing terhadap Kinerja, *Jurnal Aplikasi Manajemen* | Volume 10 | NOMOR 3.
- Saiman, SL. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saragih, P. Issabella & Nasution, H. Syahrir, (2018). Analisis Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (Kur) Terhadap Pendapatan Pengusaha Umkm Kabupaten Toba Samosir (Studi Kasus: PT Bank Sumut Cabang Balige). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol.3 No.6.
- Sari. (2013). *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung : Refika Aditama.
- Soemarso S.R . (2015). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat
- Soekartawi. (2012). *Ilmu Usaha Tani*. Universitas Indonesia : Jakarta
- Soehandi, Agus, W. (2012). *Effective Branding Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek, kuantum Bisnis dan Manajemen*. Bandung.
- Sohib. (2018). *Pengantar Akuntansi 1 (pertama)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sukirno, S. (2013). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Jakarta:

Rajagrafindo Persada.

Suparmoko. (2013). *Ekonomi Publik Untuk Keuangan Dan Pembangunan Daerah*. Yogyakarta: Andi.

Siswanto. (2012). *Pengantar Manajemen*: Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.

Satyagraha, H. (2012). “Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT”. *Usahawan*. No.4,Th.XXIII.

Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*. Edisi ke-VIII, November 2012 ISSN: 2085-1375.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Titik, S. (2009). *Ekonomi Koperasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Teguh, Muhammad. 2016. *Ekonomi Industri*, Jakarta: Rajawali Pers.

Theodorus M. Tuanakotta. (2011). *Berpikir Kritis Dalam Auditing*. Jakarta: Salemba Empat.

Wisnujati, Nugrahini, S. (2020). “Improving Marketing Performance of the Indonesian Apparel Sector through Marketing Orientation and Market Sensing Capability.” *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 13(1).

Ulfah, I. F. (2016). Akuntansi Untuk UMKM. *AKUNTANSI UNTUK*

UMKM.

Umar. Husein, (2012). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Umar, H. (2012). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zayinul, F. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik (Studi Kasus di Pasar Klewer, Solo, Jawa Tengah). *Tesis Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta*.

Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Yuma Pustaka.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil SPSS

HASIL SPSS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.751 ^a	.564	.549	.23361	2.125

a. Predictors: (Constant), Strategi Bersaing , Modal Usaha , Orientasi Pasar

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.205	3	2.068	37.898	.000a
	Residual	4.803	88	.055		
	Total	11.007	91			

a. Predictors: (Constant), Strategi Bersaing , Modal Usaha , Orientasi Pasar

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.306	.297		4.403	.000		
	Modal Usaha	.443	.078	.516	5.695	.000	.603	1.659
	Orientasi Pasar	.174	.175	.198	.999	.321	.126	7.925
	Strategi Bersaing	.457	.164	.521	2.783	.007	.141	7.075

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Collinearity Diagnostics^a

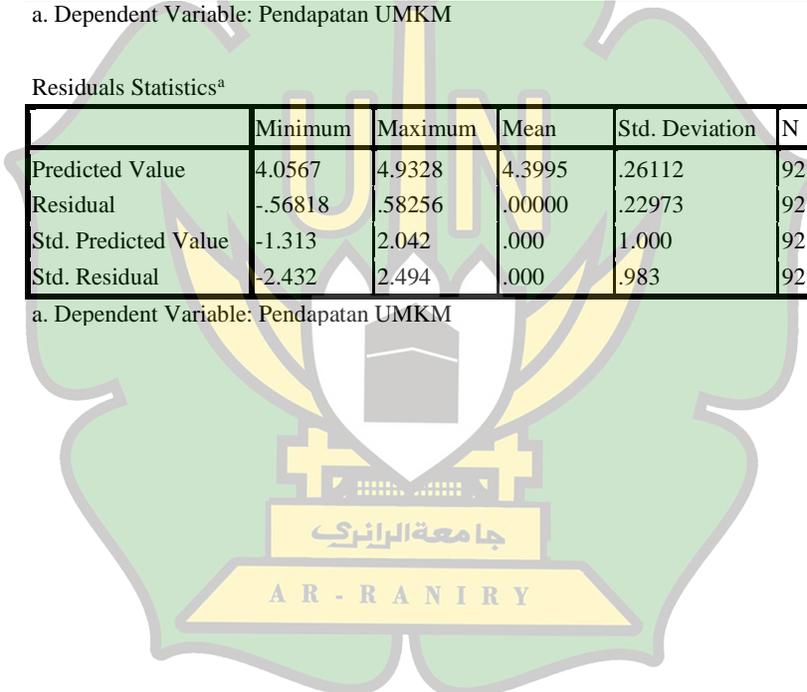
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Modal Usaha	Orientasi Pasar	Strategi Bersaing
1	1	3.990	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.005	27.054	.72	.02	.03	.05
	3	.004	31.239	.28	.93	.01	.02
	4	.001	82.280	.00	.06	.96	.93

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

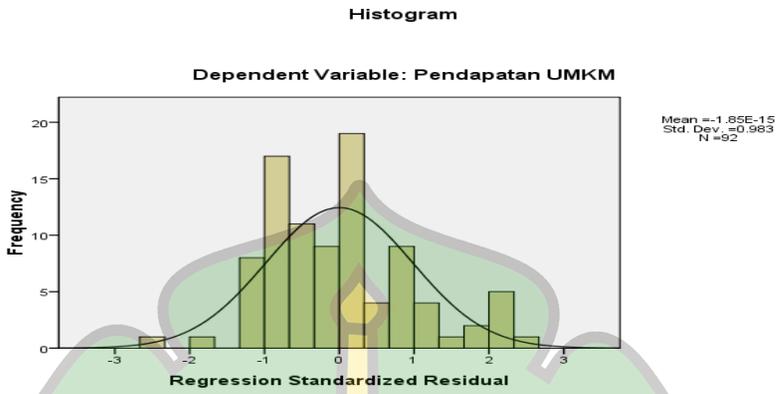
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4.0567	4.9328	4.3995	.26112	92
Residual	-.56818	.58256	.00000	.22973	92
Std. Predicted Value	-1.313	2.042	.000	1.000	92
Std. Residual	-2.432	2.494	.000	.983	92

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

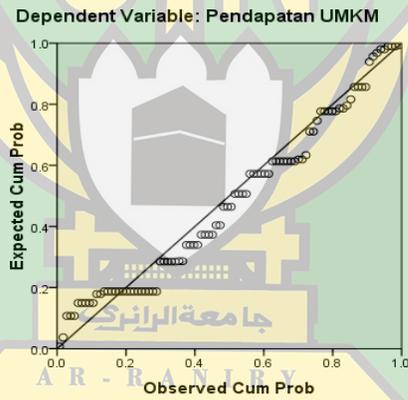


Histogram

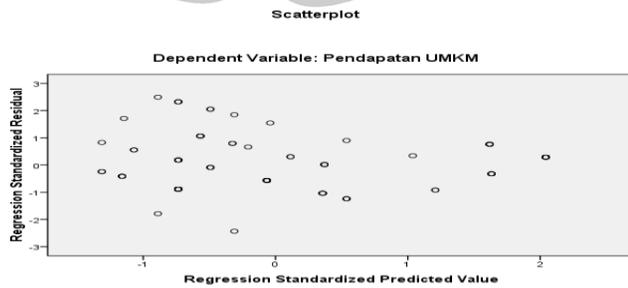


Normal P-P Of Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.693**	.455**	-.026	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.809	.000
	N	92	92	92	92	92
Y2	Pearson Correlation	.693**	1	.778**	-.026	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.809	.000
	N	92	92	92	92	92
Y3	Pearson Correlation	.455**	.778**	1	.054	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.610	.000
	N	92	92	92	92	92
Y4	Pearson Correlation	-.026	-.026	.054	1	.376**
	Sig. (2-tailed)	.809	.809	.610		.000
	N	92	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.755**	.866**	.806**	.376**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.818	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.4565	.50084	92
Y2	4.4565	.50084	92
Y3	4.3370	.47526	92
Y4	4.3478	.52277	92
Total	4.3995	.34779	92

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.399	4.337	4.457	.120	1.028	.003	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	17.5408	1.959	.581	.741
Y2	17.5408	1.767	.756	.676
Y3	17.6603	1.918	.668	.711
Y4	17.6495	2.614	.081	.901
Total	17.5978	1.935	1.000	.644

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.9973	3.024	1.73897	5

Frequency Table

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	50	54.3	54.3	54.3
Sangat setuju	42	45.7	45.7	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	50	54.3	54.3	54.3
Sangat setuju	42	45.7	45.7	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	61	66.3	66.3	66.3
Sangat setuju	31	33.7	33.7	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang setuju	2	2.2	2.2	2.2
Setuju	56	60.9	60.9	63.0
Sangat setuju	34	37.0	37.0	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.394**	.436**	.642**	.789**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92
X1.2 Pearson Correlation	.394**	1	.602**	.367**	.731**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92
X1.3 Pearson Correlation	.436**	.602**	1	.648**	.838**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
N	92	92	92	92	92
X1.4 Pearson Correlation	.642**	.367**	.648**	1	.831**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	92	92	92	92	92
Total Pearson Correlation	.789**	.731**	.838**	.831**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.884	.894	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.3370	.56016	92
X1.2	4.2391	.47739	92
X1.3	4.3370	.51945	92
X1.4	4.3370	.47526	92
Total	4.3125	.40536	92

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.312	4.239	4.337	.098	1.023	.002	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.2255	2.629	.641	.883
X1.2	17.3234	2.921	.588	.889
X1.3	17.2255	2.613	.730	.858
X1.4	17.2255	2.734	.731	.857
Total	17.2500	2.629	1.000	.807

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.5625	4.108	2.02682	5

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	4	4.3	4.3	4.3
	Setuju	53	57.6	57.6	62.0
	Sangat setuju	35	38.0	38.0	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Setuju	66	71.7	71.7	73.9
	Sangat setuju	24	26.1	26.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Setuju	57	62.0	62.0	64.1
	Sangat setuju	33	35.9	35.9	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	61	66.3	66.3	66.3
	Sangat setuju	31	33.7	33.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.831**	.420**	.505**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92
X2.2	Pearson Correlation	.831**	1	.505**	.608**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92
X2.3	Pearson Correlation	.420**	.505**	1	.575**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92
X2.4	Pearson Correlation	.505**	.608**	.575**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.875**	.913**	.707**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.911	5

AR - RANIRY

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.4130	.59581	92
X2.2	4.4130	.49508	92
X2.3	4.1522	.36116	92
X2.4	4.2609	.44152	92
Total	4.3098	.39462	92

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.310	4.152	4.413	.261	1.063	.012	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.1359	2.190	.764	.891
X2.2	17.1359	2.355	.851	.860
X2.3	17.3967	3.017	.595	.913
X2.4	17.2880	2.707	.682	.897
Total	17.2391	2.492	1.000	.838

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.5489	3.893	1.97312	5

Frequency Table

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	5	5.4	5.4	5.4
	Setuju	44	47.8	47.8	53.3
	Sangat setuju	43	46.7	46.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	54	58.7	58.7	58.7
	Sangat setuju	38	41.3	41.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	78	84.8	84.8	84.8
	Sangat setuju	14	15.2	15.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	68	73.9	73.9	73.9
	Sangat setuju	24	26.1	26.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.414**	.608**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92
X3.2	Pearson Correlation	.414**	1	.486**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92
X3.3	Pearson Correlation	.608**	.486**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.822**	.791**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.873	.886	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.4130	.49508	92
X3.2	4.0326	.52312	92
X3.3	4.2609	.44152	92
Total	4.2357	.39688	92

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.236	4.033	4.413	.380	1.094	.024	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	12.5291	1.473	.669	1.000	.862
X3.2	12.9096	1.480	.603	1.000	.894
X3.3	12.6813	1.542	.715	1.000	.842
Total	12.7065	1.418	1.000	1.000	.745

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.9422	2.521	1.58785	4

Frequency Table

X3.1

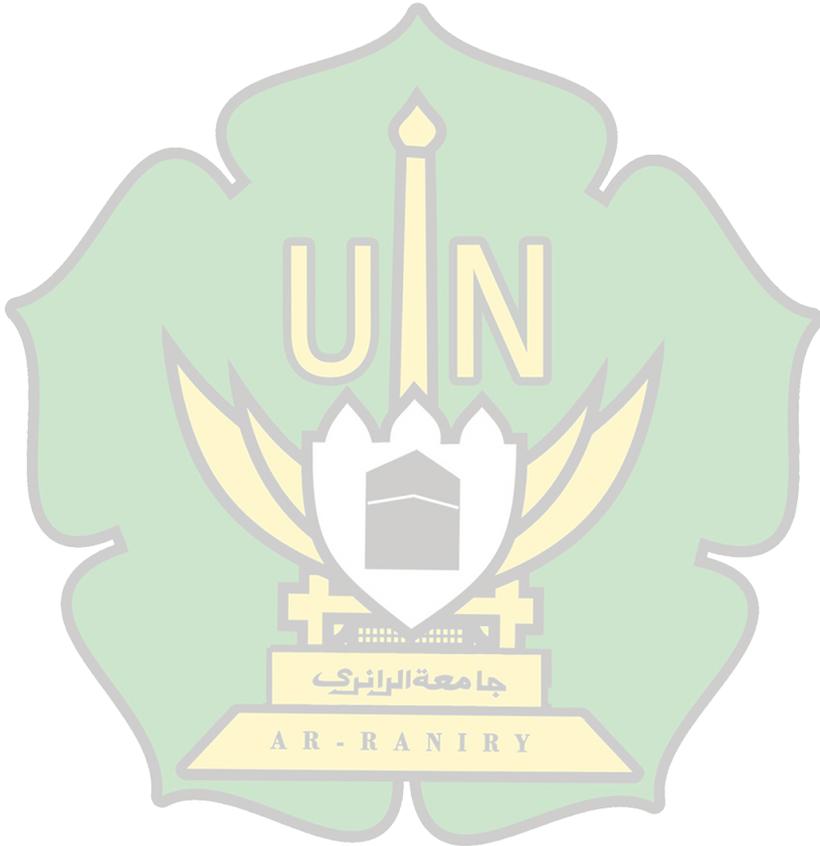
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	54	58.7	58.7	58.7
	Sangat setuju	38	41.3	41.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	11	12.0	12.0	12.0
	Setuju	67	72.8	72.8	84.8
	Sangat setuju	14	15.2	15.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	68	73.9	73.9	73.9
	Sangat setuju	24	26.1	26.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	



Lampiran 2 : Tabel F

Tabel F Pada Signifikansi 5 %

df	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	161,45	199,50	215,71	224,58	230,16	233,99	236,77	238,88	240,54	241,82	242,983	243,906	244,690	245,364	245,950	246,464
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371	19,385	19,396	19,405	19,413	19,419	19,424	19,429	19,433
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845	8,812	8,786	8,763	8,745	8,729	8,715	8,703	8,692
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041	5,999	5,964	5,936	5,912	5,891	5,873	5,858	5,844
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818	4,772	4,735	4,704	4,678	4,655	4,636	4,619	4,604
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147	4,099	4,060	4,027	4,000	3,976	3,956	3,938	3,922
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726	3,677	3,637	3,603	3,575	3,550	3,529	3,511	3,494
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438	3,388	3,347	3,313	3,284	3,259	3,237	3,218	3,202
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230	3,179	3,137	3,102	3,073	3,048	3,025	3,006	2,989
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072	3,020	2,978	2,943	2,913	2,887	2,865	2,845	2,828
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948	2,896	2,854	2,818	2,788	2,761	2,739	2,719	2,701
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849	2,796	2,753	2,717	2,687	2,660	2,637	2,617	2,599
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767	2,714	2,671	2,635	2,604	2,577	2,554	2,533	2,515
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699	2,646	2,602	2,565	2,534	2,507	2,484	2,463	2,445

15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641	2,588	2,544	2,507	2,475	2,448	2,424	2,403	2,385
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591	2,538	2,494	2,456	2,425	2,397	2,373	2,352	2,333
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548	2,494	2,450	2,413	2,381	2,353	2,329	2,308	2,289
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510	2,456	2,412	2,374	2,342	2,314	2,290	2,269	2,250
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477	2,423	2,378	2,340	2,308	2,280	2,256	2,234	2,215
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447	2,393	2,348	2,310	2,278	2,250	2,225	2,203	2,184
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420	2,366	2,321	2,283	2,250	2,222	2,197	2,176	2,156
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397	2,342	2,297	2,259	2,226	2,198	2,173	2,151	2,131
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375	2,320	2,275	2,236	2,204	2,175	2,150	2,128	2,109
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355	2,300	2,255	2,216	2,183	2,155	2,130	2,108	2,088
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337	2,282	2,236	2,198	2,165	2,136	2,111	2,089	2,069
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321	2,265	2,220	2,181	2,148	2,119	2,094	2,072	2,052
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305	2,250	2,204	2,166	2,132	2,103	2,078	2,056	2,036
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291	2,236	2,190	2,151	2,118	2,089	2,064	2,041	2,021
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278	2,223	2,177	2,138	2,104	2,075	2,050	2,027	2,007
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266	2,211	2,165	2,126	2,092	2,063	2,037	2,015	1,995
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255	2,199	2,153	2,114	2,080	2,051	2,026	2,003	1,983
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244	2,189	2,142	2,103	2,070	2,040	2,015	1,992	1,972
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235	2,179	2,133	2,093	2,060	2,030	2,004	1,982	1,961
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225	2,170	2,123	2,084	2,050	2,021	1,995	1,972	1,952

35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217	2,161	2,114	2,075	2,041	2,012	1,986	1,963	1,942
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209	2,153	2,106	2,067	2,033	2,003	1,977	1,954	1,934
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201	2,145	2,098	2,059	2,025	1,995	1,969	1,946	1,926
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194	2,138	2,091	2,051	2,017	1,988	1,962	1,939	1,918
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187	2,131	2,084	2,044	2,010	1,981	1,954	1,931	1,911
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180	2,124	2,077	2,038	2,003	1,974	1,948	1,924	1,904
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174	2,118	2,071	2,031	1,997	1,967	1,941	1,918	1,897
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168	2,112	2,065	2,025	1,991	1,961	1,935	1,912	1,891
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163	2,106	2,059	2,020	1,985	1,955	1,929	1,906	1,885
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157	2,101	2,054	2,014	1,980	1,950	1,924	1,900	1,879
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152	2,096	2,049	2,009	1,974	1,945	1,918	1,895	1,874
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147	2,091	2,044	2,004	1,969	1,940	1,913	1,890	1,869
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143	2,086	2,039	1,999	1,965	1,935	1,908	1,885	1,864
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138	2,082	2,035	1,995	1,960	1,930	1,904	1,880	1,859
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134	2,077	2,030	1,990	1,956	1,926	1,899	1,876	1,855
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130	2,073	2,026	1,986	1,952	1,921	1,895	1,871	1,850
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126	2,069	2,022	1,982	1,947	1,917	1,891	1,867	1,846
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122	2,066	2,018	1,978	1,944	1,913	1,887	1,863	1,842
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119	2,062	2,015	1,975	1,940	1,910	1,883	1,859	1,838
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115	2,059	2,011	1,971	1,936	1,906	1,879	1,856	1,835

55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112	2,055	2,008	1,968	1,933	1,903	1,876	1,852	1,831
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109	2,052	2,005	1,964	1,930	1,899	1,873	1,849	1,828
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106	2,049	2,001	1,961	1,926	1,896	1,869	1,846	1,824
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103	2,046	1,998	1,958	1,923	1,893	1,866	1,842	1,821
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100	2,043	1,995	1,955	1,920	1,890	1,863	1,839	1,818
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097	2,040	1,993	1,952	1,917	1,887	1,860	1,836	1,815
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094	2,037	1,990	1,949	1,915	1,884	1,857	1,834	1,812
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092	2,035	1,987	1,947	1,912	1,882	1,855	1,831	1,809
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089	2,032	1,985	1,944	1,909	1,879	1,852	1,828	1,807
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087	2,030	1,982	1,942	1,907	1,876	1,849	1,826	1,804
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084	2,027	1,980	1,939	1,904	1,874	1,847	1,823	1,802
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082	2,025	1,977	1,937	1,902	1,871	1,845	1,821	1,799
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080	2,023	1,975	1,935	1,900	1,869	1,842	1,818	1,797
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078	2,021	1,973	1,932	1,897	1,867	1,840	1,816	1,795
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076	2,019	1,971	1,930	1,895	1,865	1,838	1,814	1,792
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074	2,017	1,969	1,928	1,893	1,863	1,836	1,812	1,790
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072	2,015	1,967	1,926	1,891	1,861	1,834	1,810	1,788
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070	2,013	1,965	1,924	1,889	1,859	1,832	1,808	1,786
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068	2,011	1,963	1,922	1,887	1,857	1,830	1,806	1,784
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066	2,009	1,961	1,921	1,885	1,855	1,828	1,804	1,782

75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064	2,007	1,959	1,919	1,884	1,853	1,826	1,802	1,780
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063	2,006	1,958	1,917	1,882	1,851	1,824	1,800	1,778
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061	2,004	1,956	1,915	1,880	1,849	1,822	1,798	1,777
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059	2,002	1,954	1,914	1,878	1,848	1,821	1,797	1,775
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058	2,001	1,953	1,912	1,877	1,846	1,819	1,795	1,773
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056	1,999	1,951	1,910	1,875	1,845	1,817	1,793	1,772
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055	1,998	1,950	1,909	1,874	1,843	1,816	1,792	1,770
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053	1,996	1,948	1,907	1,872	1,841	1,814	1,790	1,768
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052	1,995	1,947	1,906	1,871	1,840	1,813	1,789	1,767
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051	1,993	1,945	1,905	1,869	1,838	1,811	1,787	1,765
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049	1,992	1,944	1,903	1,868	1,837	1,810	1,786	1,764
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048	1,991	1,943	1,902	1,867	1,836	1,808	1,784	1,763
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047	1,989	1,941	1,900	1,865	1,834	1,807	1,783	1,761
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045	1,988	1,940	1,899	1,864	1,833	1,806	1,782	1,760
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044	1,987	1,939	1,898	1,863	1,832	1,804	1,780	1,758
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043	1,986	1,938	1,897	1,861	1,830	1,803	1,779	1,757
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042	1,984	1,936	1,895	1,860	1,829	1,802	1,778	1,756
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041	1,983	1,935	1,894	1,859	1,828	1,801	1,776	1,755
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040	1,982	1,934	1,893	1,858	1,827	1,800	1,775	1,753

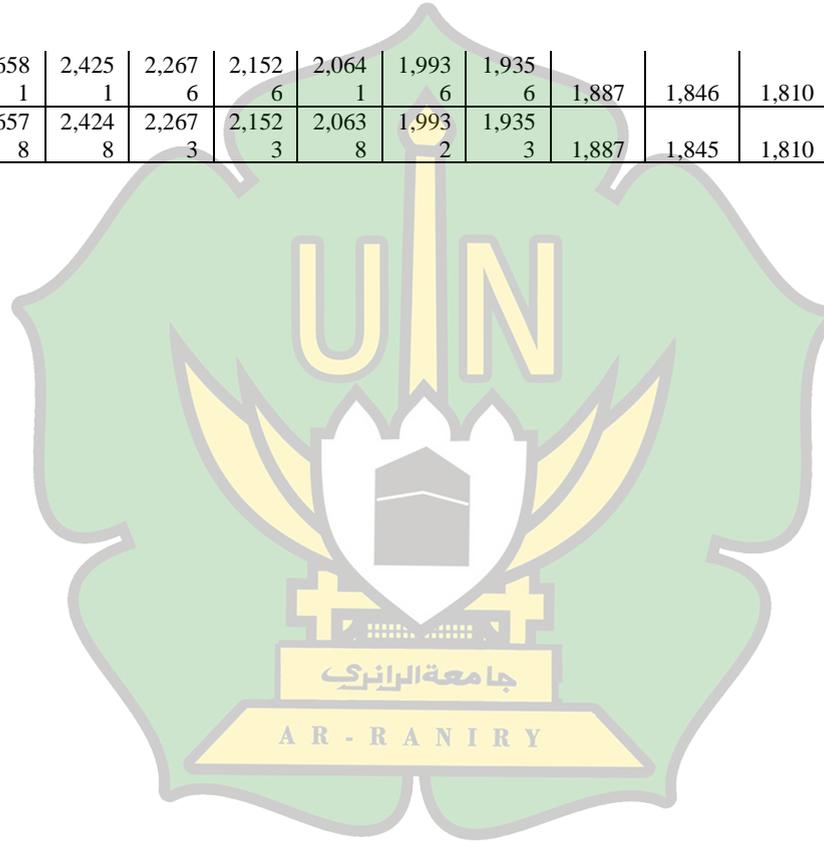
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038	1,981	1,933	1,892	1,857	1,826	1,798	1,774	1,752
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037	1,980	1,932	1,891	1,856	1,825	1,797	1,773	1,751
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036	1,979	1,931	1,890	1,854	1,823	1,796	1,772	1,750
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035	1,978	1,930	1,889	1,853	1,822	1,795	1,771	1,749
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034	1,977	1,929	1,888	1,852	1,821	1,794	1,770	1,748
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033	1,976	1,928	1,887	1,851	1,820	1,793	1,769	1,747
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032	1,975	1,927	1,886	1,850	1,819	1,792	1,768	1,746
101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304	2,190	2,102	2,031	1,974	1,926	1,885	1,849	1,818	1,791	1,767	1,745
102	3,934	3,085	2,694	2,461	2,303	2,189	2,101	2,030	1,973	1,925	1,884	1,848	1,817	1,790	1,766	1,744
103	3,933	3,085	2,693	2,460	2,303	2,188	2,100	2,030	1,972	1,924	1,883	1,847	1,816	1,789	1,765	1,743
104	3,932	3,084	2,692	2,459	2,302	2,187	2,099	2,029	1,971	1,923	1,882	1,846	1,815	1,788	1,764	1,742
105	3,932	3,083	2,691	2,458	2,301	2,186	2,098	2,028	1,970	1,922	1,881	1,846	1,814	1,787	1,763	1,741
106	3,931	3,082	2,690	2,457	2,300	2,185	2,097	2,027	1,969	1,921	1,880	1,845	1,814	1,786	1,762	1,740
107	3,930	3,081	2,689	2,457	2,299	2,184	2,096	2,026	1,969	1,920	1,879	1,844	1,813	1,785	1,761	1,739
108	3,929	3,080	2,689	2,456	2,298	2,184	2,096	2,025	1,968	1,919	1,878	1,843	1,812	1,784	1,760	1,738
109	3,928	3,080	2,688	2,455	2,298	2,183	2,095	2,024	1,967	1,919	1,878	1,842	1,811	1,784	1,759	1,737
110	3,927	3,079	2,687	2,454	2,297	2,182	2,094	2,024	1,966	1,918	1,877	1,841	1,810	1,783	1,758	1,736
111	3,927	3,078	2,686	2,453	2,296	2,181	2,093	2,023	1,965	1,917	1,876	1,840	1,809	1,782	1,757	1,735
112	3,926	3,077	2,686	2,453	2,295	2,181	2,092	2,022	1,964	1,916	1,875	1,840	1,809	1,781	1,757	1,735

113	3,925	3,077	2,685	2,452	2,295	2,180	2,092	2,021	1,964	1,915	1,874	1,839	1,808	1,780	1,756	1,734
114	3,924	3,076	2,684	2,451	2,294	2,179	2,091	2,021	1,963	1,915	1,874	1,838	1,807	1,779	1,755	1,733
115	3,924	3,075	2,683	2,451	2,293	2,178	2,090	2,020	1,962	1,914	1,873	1,837	1,806	1,779	1,754	1,732
116	3,923	3,074	2,683	2,450	2,293	2,178	2,089	2,019	1,962	1,913	1,872	1,837	1,805	1,778	1,753	1,731
117	3,922	3,074	2,682	2,449	2,292	2,177	2,089	2,018	1,961	1,913	1,871	1,836	1,805	1,777	1,753	1,731
118	3,921	3,073	2,681	2,449	2,291	2,176	2,088	2,018	1,960	1,912	1,871	1,835	1,804	1,776	1,752	1,730
119	3,921	3,072	2,681	2,448	2,290	2,176	2,087	2,017	1,959	1,911	1,870	1,834	1,803	1,776	1,751	1,729
120	3,920	3,072	2,680	2,447	2,290	2,175	2,087	2,016	1,959	1,910	1,869	1,834	1,803	1,775	1,750	1,728
121	3,919	3,071	2,680	2,447	2,289	2,174	2,086	2,016	1,958	1,910	1,869	1,833	1,802	1,774	1,750	1,728
122	3,919	3,071	2,679	2,446	2,289	2,174	2,085	2,015	1,957	1,909	1,868	1,832	1,801	1,774	1,749	1,727
123	3,918	3,070	2,678	2,445	2,288	2,173	2,085	2,014	1,957	1,908	1,867	1,832	1,801	1,773	1,748	1,726
124	3,918	3,069	2,678	2,445	2,287	2,173	2,084	2,014	1,956	1,908	1,867	1,831	1,800	1,772	1,748	1,726
125	3,917	3,069	2,677	2,444	2,287	2,172	2,084	2,013	1,956	1,907	1,866	1,830	1,799	1,772	1,747	1,725
126	3,916	3,068	2,677	2,444	2,286	2,171	2,083	2,013	1,955	1,907	1,865	1,830	1,799	1,771	1,746	1,724
127	3,916	3,068	2,676	2,443	2,286	2,171	2,082	2,012	1,954	1,906	1,865	1,829	1,798	1,770	1,746	1,724
128	3,915	3,067	2,675	2,442	2,285	2,170	2,082	2,011	1,954	1,905	1,864	1,829	1,797	1,770	1,745	1,723
129	3,915	3,066	2,675	2,442	2,284	2,170	2,081	2,011	1,953	1,905	1,864	1,828	1,797	1,769	1,745	1,722
130	3,914	3,066	2,674	2,441	2,284	2,169	2,081	2,010	1,953	1,904	1,863	1,827	1,796	1,769	1,744	1,722
131	3,913	3,065	2,674	2,441	2,283	2,168	2,080	2,010	1,952	1,904	1,862	1,827	1,796	1,768	1,743	1,721

132	3,913	3,065	2,673	2,440	2,283	2,168	2,080	2,009	1,951	1,903	1,862	1,826	1,795	1,767	1,743	1,721
133	3,912	3,064	2,673	2,440	2,282	2,167	2,079	2,009	1,951	1,903	1,861	1,826	1,794	1,767	1,742	1,720
134	3,912	3,064	2,672	2,439	2,282	2,167	2,079	2,008	1,950	1,902	1,861	1,825	1,794	1,766	1,742	1,720
135	3,911	3,063	2,672	2,439	2,281	2,166	2,078	2,008	1,950	1,901	1,860	1,825	1,793	1,766	1,741	1,719
136	3,911	3,063	2,671	2,438	2,281	2,166	2,078	2,007	1,949	1,901	1,860	1,824	1,793	1,765	1,741	1,718
137	3,910	3,062	2,671	2,438	2,280	2,165	2,077	2,007	1,949	1,900	1,859	1,823	1,792	1,765	1,740	1,718
138	3,910	3,062	2,670	2,437	2,280	2,165	2,077	2,006	1,948	1,900	1,859	1,823	1,792	1,764	1,739	1,717
139	3,909	3,061	2,670	2,437	2,279	2,164	2,076	2,006	1,948	1,899	1,858	1,822	1,791	1,764	1,739	1,717
140	3,909	3,061	2,669	2,436	2,279	2,164	2,076	2,005	1,947	1,899	1,858	1,822	1,791	1,763	1,738	1,716
141	3,908	3,060	2,669	2,436	2,278	2,163	2,075	2,005	1,947	1,898	1,857	1,821	1,790	1,763	1,738	1,716
142	3,908	3,060	2,668	2,435	2,278	2,163	2,075	2,004	1,946	1,898	1,857	1,821	1,790	1,762	1,737	1,715
143	3,907	3,059	2,668	2,435	2,277	2,163	2,074	2,004	1,946	1,897	1,856	1,820	1,789	1,762	1,737	1,715
144	3,907	3,059	2,667	2,435	2,277	2,162	2,074	2,003	1,945	1,897	1,856	1,820	1,789	1,761	1,736	1,714
145	3,906	3,058	2,667	2,434	2,277	2,162	2,073	2,003	1,945	1,897	1,855	1,819	1,788	1,761	1,736	1,714
146	3,906	3,058	2,667	2,434	2,276	2,161	2,073	2,002	1,945	1,896	1,855	1,819	1,788	1,760	1,735	1,713
147	3,905	3,058	2,666	2,433	2,276	2,161	2,072	2,002	1,944	1,896	1,854	1,819	1,787	1,760	1,735	1,713
148	3,905	3,057	2,666	2,433	2,275	2,160	2,072	2,001	1,944	1,895	1,854	1,818	1,787	1,759	1,734	1,712
149	3,905	3,057	2,665	2,432	2,275	2,160	2,072	2,001	1,943	1,895	1,853	1,818	1,786	1,759	1,734	1,712
150	3,904	3,056	2,665	2,432	2,274	2,160	2,071	2,001	1,943	1,894	1,853	1,817	1,786	1,758	1,734	1,711

151	3,904	3,056	2,665	2,432	2,274	2,159	2,071	2,000	1,942	1,894	1,853	1,817	1,785	1,758	1,733	1,711
152	3,903	3,056	2,664	2,431	2,274	2,159	2,070	2,000	1,942	1,893	1,852	1,816	1,785	1,757	1,733	1,710
153	3,903	3,055	2,664	2,431	2,273	2,158	2,070	1,999	1,942	1,893	1,852	1,816	1,785	1,757	1,732	1,710
154	3,903	3,055	2,663	2,430	2,273	2,158	2,070	1,999	1,941	1,893	1,851	1,816	1,784	1,756	1,732	1,710
155	3,902	3,054	2,663	2,430	2,273	2,158	2,069	1,999	1,941	1,892	1,851	1,815	1,784	1,756	1,731	1,709
156	3,902	3,054	2,663	2,430	2,272	2,157	2,069	1,998	1,940	1,892	1,850	1,815	1,783	1,756	1,731	1,709
157	3,901	3,054	2,662	2,429	2,272	2,157	2,068	1,998	1,940	1,891	1,850	1,814	1,783	1,755	1,731	1,708
158	3,901	3,053	2,662	2,429	2,271	2,156	2,068	1,997	1,940	1,891	1,850	1,814	1,783	1,755	1,730	1,708
159	3,901	3,053	2,661	2,429	2,271	2,156	2,068	1,997	1,939	1,891	1,849	1,814	1,782	1,754	1,730	1,707
160	3,900	3,053	2,661	2,428	2,271	2,156	2,067	1,997	1,939	1,890	1,849	1,813	1,782	1,754	1,729	1,707
161	3,900	3,052	2,661	2,428	2,270	2,155	2,067	1,996	1,938	1,890	1,849	1,813	1,781	1,754	1,729	1,707
162	3,900	3,052	2,660	2,427	2,270	2,155	2,067	1,996	1,938	1,890	1,848	1,812	1,781	1,753	1,729	1,706
163	3,899	3,051	2,660	2,427	2,270	2,155	2,066	1,996	1,938	1,889	1,848	1,812	1,781	1,753	1,728	1,706
164	3,899	3,051	2,660	2,427	2,269	2,154	2,066	1,995	1,937	1,889	1,847	1,812	1,780	1,753	1,728	1,706
165	3,898	3,051	2,659	2,426	2,269	2,154	2,065	1,995	1,937	1,888	1,847	1,811	1,780	1,752	1,727	1,705
166	3,898	3,050	2,659	2,426	2,269	2,154	2,065	1,995	1,937	1,888	1,847	1,811	1,780	1,752	1,727	1,705
167	3,897 7	3,050 1	2,658 7	2,425 8	2,268 3	2,153 2	2,064 8	1,994 2	1,936 3	1,888	1,846	1,811	1,779	1,751	1,727	1,704
168	3,897 4	3,049 8	2,658 4	2,425 5	2,267 9	2,152 9	2,064 5	1,993 9	1,936	1,887	1,846	1,810	1,779	1,751	1,726	1,704

169	3,897 1	3,049 5	2,658 1	2,425 1	2,267 6	2,152 6	2,064 1	1,993 6	1,935 6	1,887	1,846	1,810	1,778	1,751	1,726	1,704
170	3,896 7	3,049 1	2,657 8	2,424 8	2,267 3	2,152 3	2,063 8	1,993 2	1,935 3	1,887	1,845	1,810	1,778	1,750	1,726	1,703



df	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4052,181	4999,500	5403,352	5624,583	5763,650	5858,986	5928,356	5981,070	6022,473	6055,847	6083,317	6106,321	6125,865	6142,674	6157,285	6170,101
2	98,503	99,000	99,166	99,249	99,299	99,333	99,356	99,374	99,388	99,399	99,408	99,416	99,422	99,428	99,433	99,437
3	34,116	30,817	29,457	28,710	28,237	27,911	27,672	27,489	27,345	27,229	27,133	27,052	26,983	26,924	26,872	26,827
4	21,198	18,000	16,694	15,977	15,522	15,207	14,976	14,799	14,659	14,546	14,452	14,374	14,307	14,249	14,198	14,154
5	16,258	13,274	12,060	11,392	10,967	10,672	10,456	10,289	10,158	10,051	9,963	9,888	9,825	9,770	9,722	9,680
6	13,745	10,925	9,780	9,148	8,746	8,466	8,260	8,102	7,976	7,874	7,790	7,718	7,657	7,605	7,559	7,519
7	12,246	9,547	8,451	7,847	7,460	7,191	6,993	6,840	6,719	6,620	6,538	6,469	6,410	6,359	6,314	6,275
8	11,259	8,649	7,591	7,006	6,632	6,371	6,178	6,029	5,911	5,814	5,734	5,667	5,609	5,559	5,515	5,477
9	10,561	8,022	6,992	6,422	6,057	5,802	5,613	5,467	5,351	5,257	5,178	5,111	5,055	5,005	4,962	4,924
10	10,044	7,559	6,552	5,994	5,636	5,386	5,200	5,057	4,942	4,849	4,772	4,706	4,650	4,601	4,558	4,520
11	9,646	7,206	6,217	5,668	5,316	5,069	4,886	4,744	4,632	4,539	4,462	4,397	4,342	4,293	4,251	4,213
12	9,330	6,927	5,953	5,412	5,064	4,821	4,640	4,499	4,388	4,296	4,220	4,155	4,100	4,052	4,010	3,972
13	9,074	6,701	5,739	5,205	4,862	4,620	4,441	4,302	4,191	4,100	4,025	3,960	3,905	3,857	3,815	3,778
14	8,862	6,515	5,564	5,035	4,695	4,456	4,278	4,140	4,030	3,939	3,864	3,800	3,745	3,698	3,656	3,619
15	8,683	6,359	5,417	4,893	4,556	4,318	4,142	4,004	3,895	3,805	3,730	3,666	3,612	3,564	3,522	3,485
16	8,531	6,226	5,292	4,773	4,437	4,202	4,026	3,890	3,780	3,691	3,616	3,553	3,498	3,451	3,409	3,372
17	8,400	6,112	5,185	4,669	4,336	4,102	3,927	3,791	3,682	3,593	3,519	3,455	3,401	3,353	3,312	3,275

18	8,285	6,013	5,092	4,579	4,248	4,015	3,841	3,705	3,597	3,508	3,434	3,371	3,316	3,269	3,227	3,190
19	8,185	5,926	5,010	4,500	4,171	3,939	3,765	3,631	3,523	3,434	3,360	3,297	3,242	3,195	3,153	3,116
20	8,096	5,849	4,938	4,431	4,103	3,871	3,699	3,564	3,457	3,368	3,294	3,231	3,177	3,130	3,088	3,051
21	8,017	5,780	4,874	4,369	4,042	3,812	3,640	3,506	3,398	3,310	3,236	3,173	3,119	3,072	3,030	2,993
22	7,945	5,719	4,817	4,313	3,988	3,758	3,587	3,453	3,346	3,258	3,184	3,121	3,067	3,019	2,978	2,941
23	7,881	5,664	4,765	4,264	3,939	3,710	3,539	3,406	3,299	3,211	3,137	3,074	3,020	2,973	2,931	2,894
24	7,823	5,614	4,718	4,218	3,895	3,667	3,496	3,363	3,256	3,168	3,094	3,032	2,977	2,930	2,889	2,852
25	7,770	5,568	4,675	4,177	3,855	3,627	3,457	3,324	3,217	3,129	3,056	2,993	2,939	2,892	2,850	2,813
26	7,721	5,526	4,637	4,140	3,818	3,591	3,421	3,288	3,182	3,094	3,021	2,958	2,904	2,857	2,815	2,778
27	7,677	5,488	4,601	4,106	3,785	3,558	3,388	3,256	3,149	3,062	2,988	2,926	2,871	2,824	2,783	2,746
28	7,636	5,453	4,568	4,074	3,754	3,528	3,358	3,226	3,120	3,032	2,959	2,896	2,842	2,795	2,753	2,716
29	7,598	5,420	4,538	4,045	3,725	3,499	3,330	3,198	3,092	3,005	2,931	2,868	2,814	2,767	2,726	2,689
30	7,562	5,390	4,510	4,018	3,699	3,473	3,304	3,173	3,067	2,979	2,906	2,843	2,789	2,742	2,700	2,663
31	7,530	5,362	4,484	3,993	3,675	3,449	3,281	3,149	3,043	2,955	2,882	2,820	2,765	2,718	2,677	2,640
32	7,499	5,336	4,459	3,969	3,652	3,427	3,258	3,127	3,021	2,934	2,860	2,798	2,744	2,696	2,655	2,618
33	7,471	5,312	4,437	3,948	3,630	3,406	3,238	3,106	3,000	2,913	2,840	2,777	2,723	2,676	2,634	2,597
34	7,444	5,289	4,416	3,927	3,611	3,386	3,218	3,087	2,981	2,894	2,821	2,758	2,704	2,657	2,615	2,578
35	7,419	5,268	4,396	3,908	3,592	3,368	3,200	3,069	2,963	2,876	2,803	2,740	2,686	2,639	2,597	2,560
36	7,396	5,248	4,377	3,890	3,574	3,351	3,183	3,052	2,946	2,859	2,786	2,723	2,669	2,622	2,580	2,543

37	7,373	5,229	4,360	3,873	3,558	3,334	3,167	3,036	2,930	2,843	2,770	2,707	2,653	2,606	2,564	2,527
38	7,353	5,211	4,343	3,858	3,542	3,319	3,152	3,021	2,915	2,828	2,755	2,692	2,638	2,591	2,549	2,512
39	7,333	5,194	4,327	3,843	3,528	3,305	3,137	3,006	2,901	2,814	2,741	2,678	2,624	2,577	2,535	2,498
40	7,314	5,179	4,313	3,828	3,514	3,291	3,124	2,993	2,888	2,801	2,727	2,665	2,611	2,563	2,522	2,484
41	7,296	5,163	4,299	3,815	3,501	3,278	3,111	2,980	2,875	2,788	2,715	2,652	2,598	2,551	2,509	2,472
42	7,280	5,149	4,285	3,802	3,488	3,266	3,099	2,968	2,863	2,776	2,703	2,640	2,586	2,539	2,497	2,460
43	7,264	5,136	4,273	3,790	3,476	3,254	3,087	2,957	2,851	2,764	2,691	2,629	2,575	2,527	2,485	2,448
44	7,248	5,123	4,261	3,778	3,465	3,243	3,076	2,946	2,840	2,754	2,680	2,618	2,564	2,516	2,475	2,437
45	7,234	5,110	4,249	3,767	3,454	3,232	3,066	2,935	2,830	2,743	2,670	2,608	2,553	2,506	2,464	2,427
46	7,220	5,099	4,238	3,757	3,444	3,222	3,056	2,925	2,820	2,733	2,660	2,598	2,544	2,496	2,454	2,417
47	7,207	5,087	4,228	3,747	3,434	3,213	3,046	2,916	2,811	2,724	2,651	2,588	2,534	2,487	2,445	2,408
48	7,194	5,077	4,218	3,737	3,425	3,204	3,037	2,907	2,802	2,715	2,642	2,579	2,525	2,478	2,436	2,399
49	7,182	5,066	4,208	3,728	3,416	3,195	3,028	2,898	2,793	2,706	2,633	2,571	2,517	2,469	2,427	2,390
50	7,171	5,057	4,199	3,720	3,408	3,186	3,020	2,890	2,785	2,698	2,625	2,562	2,508	2,461	2,419	2,382
51	7,159	5,047	4,191	3,711	3,400	3,178	3,012	2,882	2,777	2,690	2,617	2,555	2,500	2,453	2,411	2,374
52	7,149	5,038	4,182	3,703	3,392	3,171	3,005	2,874	2,769	2,683	2,610	2,547	2,493	2,445	2,403	2,366
53	7,139	5,030	4,174	3,695	3,384	3,163	2,997	2,867	2,762	2,675	2,602	2,540	2,486	2,438	2,396	2,359
54	7,129	5,021	4,167	3,688	3,377	3,156	2,990	2,860	2,755	2,668	2,595	2,533	2,479	2,431	2,389	2,352
55	7,119	5,013	4,159	3,681	3,370	3,149	2,983	2,853	2,748	2,662	2,589	2,526	2,472	2,424	2,382	2,345

56	7,110	5,006	4,152	3,674	3,363	3,143	2,977	2,847	2,742	2,655	2,582	2,520	2,465	2,418	2,376	2,339
57	7,102	4,998	4,145	3,667	3,357	3,136	2,971	2,841	2,736	2,649	2,576	2,513	2,459	2,412	2,370	2,332
58	7,093	4,991	4,138	3,661	3,351	3,130	2,965	2,835	2,730	2,643	2,570	2,507	2,453	2,406	2,364	2,326
59	7,085	4,984	4,132	3,655	3,345	3,124	2,959	2,829	2,724	2,637	2,564	2,502	2,447	2,400	2,358	2,320
60	7,077	4,977	4,126	3,649	3,339	3,119	2,953	2,823	2,718	2,632	2,559	2,496	2,442	2,394	2,352	2,315
61	7,070	4,971	4,120	3,643	3,333	3,113	2,948	2,818	2,713	2,626	2,553	2,491	2,436	2,389	2,347	2,309
62	7,062	4,965	4,114	3,638	3,328	3,108	2,942	2,813	2,708	2,621	2,548	2,486	2,431	2,384	2,342	2,304
63	7,055	4,959	4,109	3,632	3,323	3,103	2,937	2,808	2,703	2,616	2,543	2,481	2,426	2,379	2,337	2,299
64	7,048	4,953	4,103	3,627	3,318	3,098	2,932	2,803	2,698	2,611	2,538	2,476	2,421	2,374	2,332	2,294
65	7,042	4,947	4,098	3,622	3,313	3,093	2,928	2,798	2,693	2,607	2,534	2,471	2,417	2,369	2,327	2,289
66	7,035	4,942	4,093	3,618	3,308	3,088	2,923	2,793	2,689	2,602	2,529	2,466	2,412	2,365	2,322	2,285
67	7,029	4,937	4,088	3,613	3,304	3,084	2,919	2,789	2,684	2,598	2,525	2,462	2,408	2,360	2,318	2,280
68	7,023	4,932	4,083	3,608	3,299	3,080	2,914	2,785	2,680	2,593	2,520	2,458	2,403	2,356	2,314	2,276
69	7,017	4,927	4,079	3,604	3,295	3,075	2,910	2,781	2,676	2,589	2,516	2,454	2,399	2,352	2,310	2,272
70	7,011	4,922	4,074	3,600	3,291	3,071	2,906	2,777	2,672	2,585	2,512	2,450	2,395	2,348	2,306	2,268
71	7,006	4,917	4,070	3,596	3,287	3,067	2,902	2,773	2,668	2,581	2,508	2,446	2,391	2,344	2,302	2,264
72	7,001	4,913	4,066	3,591	3,283	3,063	2,898	2,769	2,664	2,578	2,504	2,442	2,388	2,340	2,298	2,260
73	6,995	4,908	4,062	3,588	3,279	3,060	2,895	2,765	2,660	2,574	2,501	2,438	2,384	2,336	2,294	2,256
74	6,990	4,904	4,058	3,584	3,275	3,056	2,891	2,762	2,657	2,570	2,497	2,435	2,380	2,333	2,290	2,253

75	6,985	4,900	4,054	3,580	3,272	3,052	2,887	2,758	2,653	2,567	2,494	2,431	2,377	2,329	2,287	2,249
76	6,981	4,896	4,050	3,577	3,268	3,049	2,884	2,755	2,650	2,563	2,490	2,428	2,373	2,326	2,284	2,246
77	6,976	4,892	4,047	3,573	3,265	3,046	2,881	2,751	2,647	2,560	2,487	2,424	2,370	2,322	2,280	2,243
78	6,971	4,888	4,043	3,570	3,261	3,042	2,877	2,748	2,644	2,557	2,484	2,421	2,367	2,319	2,277	2,239
79	6,967	4,884	4,040	3,566	3,258	3,039	2,874	2,745	2,640	2,554	2,481	2,418	2,364	2,316	2,274	2,236
80	6,963	4,881	4,036	3,563	3,255	3,036	2,871	2,742	2,637	2,551	2,478	2,415	2,361	2,313	2,271	2,233
81	6,959	4,877	4,033	3,560	3,252	3,033	2,868	2,739	2,634	2,548	2,475	2,412	2,358	2,310	2,268	2,230
82	6,954	4,874	4,030	3,557	3,249	3,030	2,865	2,736	2,632	2,545	2,472	2,409	2,355	2,307	2,265	2,227
83	6,950	4,870	4,027	3,554	3,246	3,027	2,863	2,733	2,629	2,542	2,469	2,406	2,352	2,304	2,262	2,224
84	6,947	4,867	4,024	3,551	3,243	3,025	2,860	2,731	2,626	2,539	2,466	2,404	2,349	2,302	2,259	2,222
85	6,943	4,864	4,021	3,548	3,240	3,022	2,857	2,728	2,623	2,537	2,464	2,401	2,347	2,299	2,257	2,219
86	6,939	4,861	4,018	3,545	3,238	3,019	2,854	2,725	2,621	2,534	2,461	2,398	2,344	2,296	2,254	2,216
87	6,935	4,858	4,015	3,543	3,235	3,017	2,852	2,723	2,618	2,532	2,459	2,396	2,342	2,294	2,252	2,214
88	6,932	4,855	4,012	3,540	3,233	3,014	2,849	2,720	2,616	2,529	2,456	2,393	2,339	2,291	2,249	2,211
89	6,928	4,852	4,010	3,538	3,230	3,012	2,847	2,718	2,613	2,527	2,454	2,391	2,337	2,289	2,247	2,209
90	6,925	4,849	4,007	3,535	3,228	3,009	2,845	2,715	2,611	2,524	2,451	2,389	2,334	2,286	2,244	2,206
91	6,922	4,846	4,004	3,533	3,225	3,007	2,842	2,713	2,609	2,522	2,449	2,386	2,332	2,284	2,242	2,204
92	6,919	4,844	4,002	3,530	3,223	3,004	2,840	2,711	2,606	2,520	2,447	2,384	2,330	2,282	2,240	2,202
93	6,915	4,841	3,999	3,528	3,221	3,002	2,838	2,709	2,604	2,518	2,444	2,382	2,327	2,280	2,237	2,200

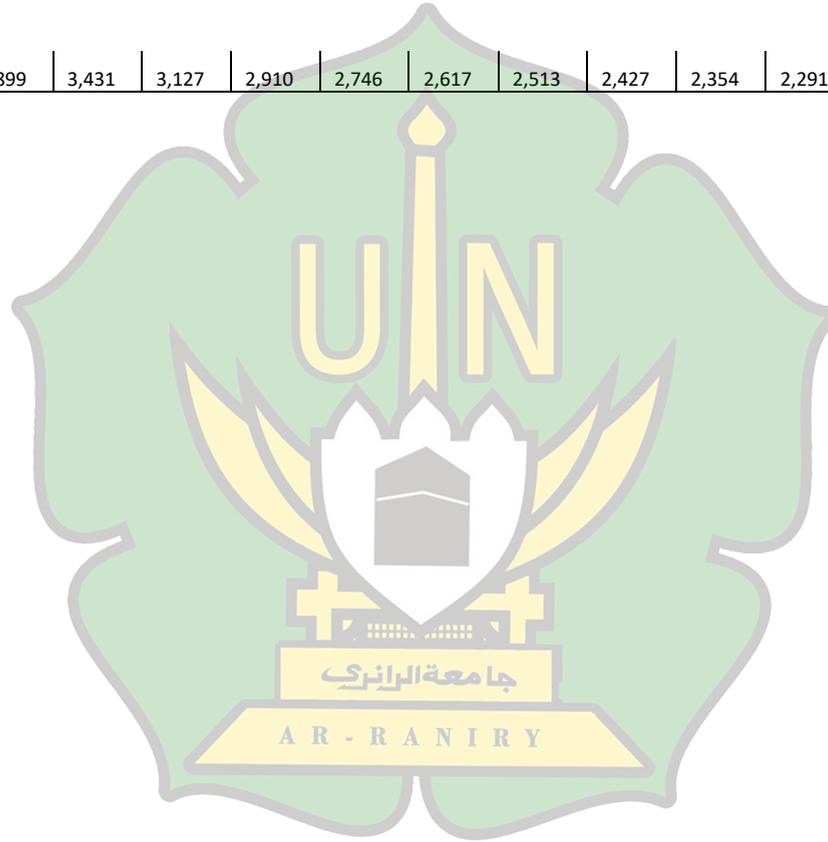
94	6,912	4,838	3,997	3,525	3,218	3,000	2,835	2,706	2,602	2,515	2,442	2,380	2,325	2,277	2,235	2,197
95	6,909	4,836	3,995	3,523	3,216	2,998	2,833	2,704	2,600	2,513	2,440	2,378	2,323	2,275	2,233	2,195
96	6,906	4,833	3,992	3,521	3,214	2,996	2,831	2,702	2,598	2,511	2,438	2,375	2,321	2,273	2,231	2,193
97	6,904	4,831	3,990	3,519	3,212	2,994	2,829	2,700	2,596	2,509	2,436	2,373	2,319	2,271	2,229	2,191
98	6,901	4,829	3,988	3,517	3,210	2,992	2,827	2,698	2,594	2,507	2,434	2,371	2,317	2,269	2,227	2,189
99	6,898	4,826	3,986	3,515	3,208	2,990	2,825	2,696	2,592	2,505	2,432	2,369	2,315	2,267	2,225	2,187
100	6,895	4,824	3,984	3,513	3,206	2,988	2,823	2,694	2,590	2,503	2,430	2,368	2,313	2,265	2,223	2,185
101	6,893	4,822	3,982	3,511	3,204	2,986	2,821	2,692	2,588	2,501	2,428	2,366	2,311	2,263	2,221	2,183
102	6,890	4,819	3,980	3,509	3,202	2,984	2,820	2,691	2,586	2,500	2,427	2,364	2,309	2,262	2,219	2,181
103	6,888	4,817	3,978	3,507	3,200	2,982	2,818	2,689	2,584	2,498	2,425	2,362	2,308	2,260	2,217	2,180
104	6,885	4,815	3,976	3,505	3,198	2,980	2,816	2,687	2,583	2,496	2,423	2,360	2,306	2,258	2,216	2,178
105	6,883	4,813	3,974	3,503	3,197	2,979	2,814	2,685	2,581	2,494	2,421	2,359	2,304	2,256	2,214	2,176
106	6,880	4,811	3,972	3,501	3,195	2,977	2,813	2,684	2,579	2,493	2,420	2,357	2,302	2,255	2,212	2,174
107	6,878	4,809	3,970	3,500	3,193	2,975	2,811	2,682	2,578	2,491	2,418	2,355	2,301	2,253	2,211	2,173
108	6,876	4,807	3,968	3,498	3,191	2,973	2,809	2,680	2,576	2,489	2,416	2,354	2,299	2,251	2,209	2,171
109	6,873	4,805	3,967	3,496	3,190	2,972	2,808	2,679	2,574	2,488	2,415	2,352	2,298	2,250	2,207	2,169
110	6,871	4,803	3,965	3,495	3,188	2,970	2,806	2,677	2,573	2,486	2,413	2,350	2,296	2,248	2,206	2,168
111	6,869	4,802	3,963	3,493	3,187	2,969	2,805	2,676	2,571	2,485	2,412	2,349	2,294	2,247	2,204	2,166
112	6,867	4,800	3,961	3,491	3,185	2,967	2,803	2,674	2,570	2,483	2,410	2,347	2,293	2,245	2,203	2,165

113	6,865	4,798	3,960	3,490	3,184	2,966	2,801	2,673	2,568	2,482	2,409	2,346	2,291	2,244	2,201	2,163
114	6,863	4,796	3,958	3,488	3,182	2,964	2,800	2,671	2,567	2,480	2,407	2,344	2,290	2,242	2,200	2,162
115	6,861	4,795	3,957	3,487	3,181	2,963	2,799	2,670	2,565	2,479	2,406	2,343	2,289	2,241	2,198	2,160
116	6,859	4,793	3,955	3,485	3,179	2,961	2,797	2,668	2,564	2,477	2,404	2,342	2,287	2,239	2,197	2,159
117	6,857	4,791	3,954	3,484	3,178	2,960	2,796	2,667	2,563	2,476	2,403	2,340	2,286	2,238	2,196	2,158
118	6,855	4,790	3,952	3,482	3,176	2,959	2,794	2,666	2,561	2,475	2,402	2,339	2,284	2,237	2,194	2,156
119	6,853	4,788	3,951	3,481	3,175	2,957	2,793	2,664	2,560	2,473	2,400	2,338	2,283	2,235	2,193	2,155
120	6,851	4,787	3,949	3,480	3,174	2,956	2,792	2,663	2,559	2,472	2,399	2,336	2,282	2,234	2,192	2,154
121	6,849	4,785	3,948	3,478	3,172	2,955	2,790	2,662	2,557	2,471	2,398	2,335	2,281	2,233	2,190	2,152
122	6,847	4,783	3,946	3,477	3,171	2,953	2,789	2,660	2,556	2,470	2,396	2,334	2,279	2,231	2,189	2,151
123	6,846	4,782	3,945	3,476	3,170	2,952	2,788	2,659	2,555	2,468	2,395	2,333	2,278	2,230	2,188	2,150
124	6,844	4,781	3,944	3,474	3,168	2,951	2,787	2,658	2,554	2,467	2,394	2,331	2,277	2,229	2,186	2,149
125	6,842	4,779	3,942	3,473	3,167	2,950	2,786	2,657	2,552	2,466	2,393	2,330	2,276	2,228	2,185	2,147
126	6,840	4,778	3,941	3,472	3,166	2,948	2,784	2,655	2,551	2,465	2,392	2,329	2,274	2,227	2,184	2,146
127	6,839	4,776	3,940	3,470	3,165	2,947	2,783	2,654	2,550	2,464	2,390	2,328	2,273	2,225	2,183	2,145
128	6,837	4,775	3,938	3,469	3,164	2,946	2,782	2,653	2,549	2,462	2,389	2,327	2,272	2,224	2,182	2,144
129	6,835	4,774	3,937	3,468	3,162	2,945	2,781	2,652	2,548	2,461	2,388	2,325	2,271	2,223	2,181	2,143
130	6,834	4,772	3,936	3,467	3,161	2,944	2,780	2,651	2,547	2,460	2,387	2,324	2,270	2,222	2,179	2,141
131	6,832	4,771	3,935	3,466	3,160	2,943	2,779	2,650	2,546	2,459	2,386	2,323	2,269	2,221	2,178	2,140

132	6,831	4,770	3,933	3,465	3,159	2,942	2,778	2,649	2,544	2,458	2,385	2,322	2,268	2,220	2,177	2,139
133	6,829	4,768	3,932	3,463	3,158	2,940	2,776	2,648	2,543	2,457	2,384	2,321	2,267	2,219	2,176	2,138
134	6,828	4,767	3,931	3,462	3,157	2,939	2,775	2,647	2,542	2,456	2,383	2,320	2,266	2,218	2,175	2,137
135	6,826	4,766	3,930	3,461	3,156	2,938	2,774	2,646	2,541	2,455	2,382	2,319	2,265	2,217	2,174	2,136
136	6,825	4,765	3,929	3,460	3,155	2,937	2,773	2,645	2,540	2,454	2,381	2,318	2,264	2,216	2,173	2,135
137	6,824	4,763	3,928	3,459	3,154	2,936	2,772	2,644	2,539	2,453	2,380	2,317	2,263	2,215	2,172	2,134
138	6,822	4,762	3,927	3,458	3,153	2,935	2,771	2,643	2,538	2,452	2,379	2,316	2,262	2,214	2,171	2,133
139	6,821	4,761	3,926	3,457	3,152	2,934	2,770	2,642	2,537	2,451	2,378	2,315	2,261	2,213	2,170	2,132
140	6,819	4,760	3,925	3,456	3,151	2,933	2,769	2,641	2,536	2,450	2,377	2,314	2,260	2,212	2,169	2,131
141	6,818	4,759	3,924	3,455	3,150	2,932	2,769	2,640	2,536	2,449	2,376	2,313	2,259	2,211	2,168	2,130
142	6,817	4,758	3,923	3,454	3,149	2,931	2,768	2,639	2,535	2,448	2,375	2,312	2,258	2,210	2,167	2,129
143	6,815	4,757	3,922	3,453	3,148	2,931	2,767	2,638	2,534	2,447	2,374	2,311	2,257	2,209	2,166	2,128
144	6,814	4,756	3,921	3,452	3,147	2,930	2,766	2,637	2,533	2,446	2,373	2,310	2,256	2,208	2,165	2,127
145	6,813	4,755	3,920	3,451	3,146	2,929	2,765	2,636	2,532	2,445	2,372	2,310	2,255	2,207	2,165	2,127
146	6,812	4,754	3,919	3,450	3,145	2,928	2,764	2,635	2,531	2,445	2,371	2,309	2,254	2,206	2,164	2,126
147	6,810	4,753	3,918	3,449	3,144	2,927	2,763	2,634	2,530	2,444	2,371	2,308	2,253	2,205	2,163	2,125
148	6,809	4,751	3,917	3,449	3,143	2,926	2,762	2,634	2,529	2,443	2,370	2,307	2,252	2,205	2,162	2,124
149	6,808	4,750	3,916	3,448	3,142	2,925	2,761	2,633	2,528	2,442	2,369	2,306	2,252	2,204	2,161	2,123
150	6,807	4,749	3,915	3,447	3,142	2,924	2,761	2,632	2,528	2,441	2,368	2,305	2,251	2,203	2,160	2,122

151	6,806	4,749	3,914	3,446	3,141	2,924	2,760	2,631	2,527	2,440	2,367	2,305	2,250	2,202	2,159	2,121
152	6,805	4,748	3,913	3,445	3,140	2,923	2,759	2,630	2,526	2,440	2,366	2,304	2,249	2,201	2,159	2,121
153	6,803	4,747	3,912	3,444	3,139	2,922	2,758	2,629	2,525	2,439	2,366	2,303	2,248	2,200	2,158	2,120
154	6,802	4,746	3,911	3,443	3,138	2,921	2,757	2,629	2,524	2,438	2,365	2,302	2,248	2,200	2,157	2,119
155	6,801	4,745	3,910	3,443	3,137	2,920	2,757	2,628	2,524	2,437	2,364	2,301	2,247	2,199	2,156	2,118
156	6,800	4,744	3,910	3,442	3,137	2,920	2,756	2,627	2,523	2,436	2,363	2,301	2,246	2,198	2,156	2,117
157	6,799	4,743	3,909	3,441	3,136	2,919	2,755	2,626	2,522	2,436	2,363	2,300	2,245	2,197	2,155	2,117
158	6,798	4,742	3,908	3,440	3,135	2,918	2,754	2,626	2,521	2,435	2,362	2,299	2,245	2,197	2,154	2,116
159	6,797	4,741	3,907	3,439	3,134	2,917	2,754	2,625	2,521	2,434	2,361	2,298	2,244	2,196	2,153	2,115
160	6,796	4,740	3,906	3,439	3,134	2,917	2,753	2,624	2,520	2,434	2,360	2,298	2,243	2,195	2,153	2,114
161	6,795	4,739	3,906	3,438	3,133	2,916	2,752	2,623	2,519	2,433	2,360	2,297	2,242	2,194	2,152	2,114
162	6,794	4,739	3,905	3,437	3,132	2,915	2,751	2,623	2,519	2,432	2,359	2,296	2,242	2,194	2,151	2,113
163	6,793	4,738	3,904	3,436	3,131	2,914	2,751	2,622	2,518	2,431	2,358	2,296	2,241	2,193	2,150	2,112
164	6,792	4,737	3,903	3,436	3,131	2,914	2,750	2,621	2,517	2,431	2,358	2,295	2,240	2,192	2,150	2,112
165	6,791	4,736	3,903	3,435	3,130	2,913	2,749	2,621	2,516	2,430	2,357	2,294	2,240	2,192	2,149	2,111
166	6,790	4,735	3,902	3,434	3,129	2,912	2,749	2,620	2,516	2,429	2,356	2,294	2,239	2,191	2,148	2,110
167	6,789	4,735	3,901	3,433	3,129	2,912	2,748	2,619	2,515	2,429	2,356	2,293	2,238	2,190	2,148	2,110
168	6,788	4,734	3,900	3,433	3,128	2,911	2,747	2,619	2,515	2,428	2,355	2,292	2,238	2,190	2,147	2,109
169	6,787	4,733	3,900	3,432	3,127	2,910	2,747	2,618	2,514	2,427	2,354	2,292	2,237	2,189	2,146	2,108

170	6,786	4,732	3,899	3,431	3,127	2,910	2,746	2,617	2,513	2,427	2,354	2,291	2,236	2,188	2,146	2,108
-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



Lampiran 3: Tabel t

Tabel t

df	5%	1%	df	5%	1%	df	5%	1%
1	12,7062	63,6567	52	2,0066	2,6737	103	1,9833	2,6244
2	4,3027	9,9248	53	2,0057	2,6718	104	1,9830	2,6239
3	3,1824	5,8409	54	2,0049	2,6700	105	1,9828	2,6235
4	2,7764	4,6041	55	2,0040	2,6682	106	1,9826	2,6230
5	2,5706	4,0321	56	2,0032	2,6665	107	1,9824	2,6226
6	2,4469	3,7074	57	2,0025	2,6649	108	1,9822	2,6221
7	2,3646	3,4995	58	2,0017	2,6633	109	1,9820	2,6217
8	2,3060	3,3554	59	2,0010	2,6618	110	1,9818	2,6213
9	2,2622	3,2498	60	2,0003	2,6603	111	1,9816	2,6208
10	2,2281	3,1693	61	1,9996	2,6589	112	1,9814	2,6204
11	2,2010	3,1058	62	1,9990	2,6575	113	1,9812	2,6200
12	2,1788	3,0545	63	1,9983	2,6561	114	1,9810	2,6196
13	2,1604	3,0123	64	1,9977	2,6549	115	1,9808	2,6193
14	2,1448	2,9768	65	1,9971	2,6536	116	1,9806	2,6189
15	2,1314	2,9467	66	1,9966	2,6524	117	1,9804	2,6185
16	2,1199	2,9208	67	1,9960	2,6512	118	1,9803	2,6181
17	2,1098	2,8982	68	1,9955	2,6501	119	1,9801	2,6178
18	2,1009	2,8784	69	1,9949	2,6490	120	1,9799	2,6174
19	2,0930	2,8609	70	1,9944	2,6479	121	1,9798	2,6171
20	2,0860	2,8453	71	1,9939	2,6469	122	1,9796	2,6167
21	2,0796	2,8314	72	1,9935	2,6459	123	1,9794	2,6164
22	2,0739	2,8188	73	1,9930	2,6449	124	1,9793	2,6161
23	2,0687	2,8073	74	1,9925	2,6439	125	1,9791	2,6157
24	2,0639	2,7969	75	1,9921	2,6430	126	1,9790	2,6154
25	2,0595	2,7874	76	1,9917	2,6421	127	1,9788	2,6151
26	2,0555	2,7787	77	1,9913	2,6412	128	1,9787	2,6148
27	2,0518	2,7707	78	1,9908	2,6403	129	1,9785	2,6145
28	2,0484	2,7633	79	1,9905	2,6395	130	1,9784	2,6142

29	2,0452	2,7564	80	1,9901	2,6387	131	1,9782	2,6139
30	2,0423	2,7500	81	1,9897	2,6379	132	1,9781	2,6136
31	2,0395	2,7440	82	1,9893	2,6371	133	1,9780	2,6133
32	2,0369	2,7385	83	1,9890	2,6364	134	1,9778	2,6130
33	2,0345	2,7333	84	1,9886	2,6356	135	1,9777	2,6127
34	2,0322	2,7284	85	1,9883	2,6349	136	1,9776	2,6125
35	2,0301	2,7238	86	1,9879	2,6342	137	1,9774	2,6122
36	2,0281	2,7195	87	1,9876	2,6335	138	1,9773	2,6119
37	2,026	2,7154	88	1,9873	2,6329	139	1,9772	2,6117
38	2,0244	2,7116	89	1,9870	2,6322	140	1,9771	2,6114
39	2,0227	2,7079	90	1,9867	2,6316	141	1,9769	2,6111
40	2,0211	2,7045	91	1,9864	2,6309	142	1,9768	2,6109
41	2,0195	2,7012	92	1,9861	2,6303	143	1,9767	2,6106
42	2,0181	2,6981	93	1,9858	2,6297	144	1,9766	2,6104
43	2,0167	2,6951	94	1,9855	2,6291	145	1,9765	2,6102
44	2,0154	2,6923	95	1,9853	2,6286	146	1,9763	2,6099
45	2,0141	2,6896	96	1,9850	2,6280	147	1,9762	2,6097
46	2,0129	2,6870	97	1,9847	2,6275	148	1,9761	2,6095
47	2,0117	2,6846	98	1,9845	2,6269	149	1,9760	2,6092
48	2,0106	2,6822	99	1,9842	2,6264	150	1,9759	2,6090
49	2,0096	2,6800	100	1,9840	2,6259	151	1,9758	2,6088
50	2,0086	2,6778	101	1,9837	2,6254	152	1,9757	2,6086
51	2,0076	2,6757	102	1,9835	2,6249	153	1,9756	2,6083

AR - RANIRY

df	5%	1%	df	5%	1%
154	1,9755	2,6081	204	1,9717	2,6001
155	1,9754	2,6079	205	1,9716	2,6000
156	1,9753	2,6077	206	1,9715	2,5999
157	1,9752	2,6075	207	1,9715	2,5998
158	1,9751	2,6073	208	1,9714	2,5997
159	1,9750	2,6071	209	1,9714	2,5996
160	1,9749	2,6069	210	1,9713	2,5994
161	1,9748	2,6067	211	1,9713	2,5993
162	1,9747	2,6065	212	1,9712	2,5992
163	1,9746	2,6063	213	1,9712	2,5991
164	1,9745	2,6061	214	1,9711	2,5990
165	1,9744	2,6060	215	1,9711	2,5989
166	1,9744	2,6058	216	1,9710	2,5988
167	1,9743	2,6056	217	1,9710	2,5987
168	1,9742	2,6054	218	1,9709	2,5986
169	1,9741	2,6052	219	1,9709	2,5985
170	1,9740	2,6051	220	1,9708	2,5984
171	1,9739	2,6049	221	1,9708	2,5983
172	1,9739	2,6047	222	1,9707	2,5982
173	1,9738	2,6045	223	1,9707	2,5981
174	1,9737	2,6044	224	1,9706	2,5980
175	1,9736	2,6042	225	1,9706	2,5979
176	1,9735	2,6041	226	1,9705	2,5978
177	1,9735	2,6039	227	1,9705	2,5977
178	1,9734	2,6037	228	1,9704	2,5976
179	1,9733	2,6036	229	1,9704	2,5975
180	1,9732	2,6034	230	1,9703	2,5974
181	1,9732	2,6033	231	1,9703	2,5973
182	1,9731	2,6031	232	1,9702	2,5972
183	1,9730	2,6030	233	1,9702	2,5971
184	1,9729	2,6028	234	1,9702	2,5970

185	1,9729	2,6027	235	1,9701	2,5969
186	1,9728	2,6025	236	1,9701	2,5968
187	1,9727	2,6024	237	1,9700	2,5967
188	1,9727	2,6022	238	1,9700	2,5966
189	1,9726	2,6021	239	1,9699	2,5966
190	1,9725	2,6020	240	1,9699	2,5965
191	1,9725	2,6018	241	1,9699	2,5964
192	1,9724	2,6017	242	1,9698	2,5963
193	1,9723	2,6015	243	1,9698	2,5962
194	1,9723	2,6014	244	1,9697	2,5961
195	1,9722	2,6013	245	1,9697	2,5960
196	1,9721	2,6011	246	1,9697	2,5960
197	1,9721	2,6010	247	1,9696	2,5959
198	1,9720	2,6009	248	1,9696	2,5958
199	1,9720	2,6008	249	1,9695	2,5957
200	1,9719	2,6006	250	1,9695	2,5956
201	1,9718	2,6005	251	1,9695	2,5956
202	1,9718	2,6004	252	1,9694	2,5955
203	1,9717	2,6003	253	1,9694	2,5954
204	1,9717	2,6001	254	1,9693	2,5953



Lampiran 4: Tabel r

Tabel r Product Moment											
Pada Sig.0,05 (Two Tail)											
N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.254	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.244	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13

28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.237	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.323	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126



Lampiran 5: Master Tabel

MASTER TABEL

No	Karakteristik Responden		Pendapatan UMKM					Modal Usaha				Orientasi Pasar					Strategi Bersaing				
	U	P	1	2	3	4	Y	1	2	3	4	X1	1	2	3	4	X2	2	3	4	X2
1	3	3	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
2	3	3	4	4	4	5	4,25	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
3	2	2	5	5	4	4	4,50	5	4	5	5	4,75	5	4	4	4	4,25	4	3	4	3,67
4	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
5	3	3	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
6	3	3	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
7	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
8	4	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
9	2	2	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
10	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
11	2	2	4	4	4	5	4,25	5	5	4	4	4,50	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
12	3	3	4	5	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4,00
13	3	3	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33

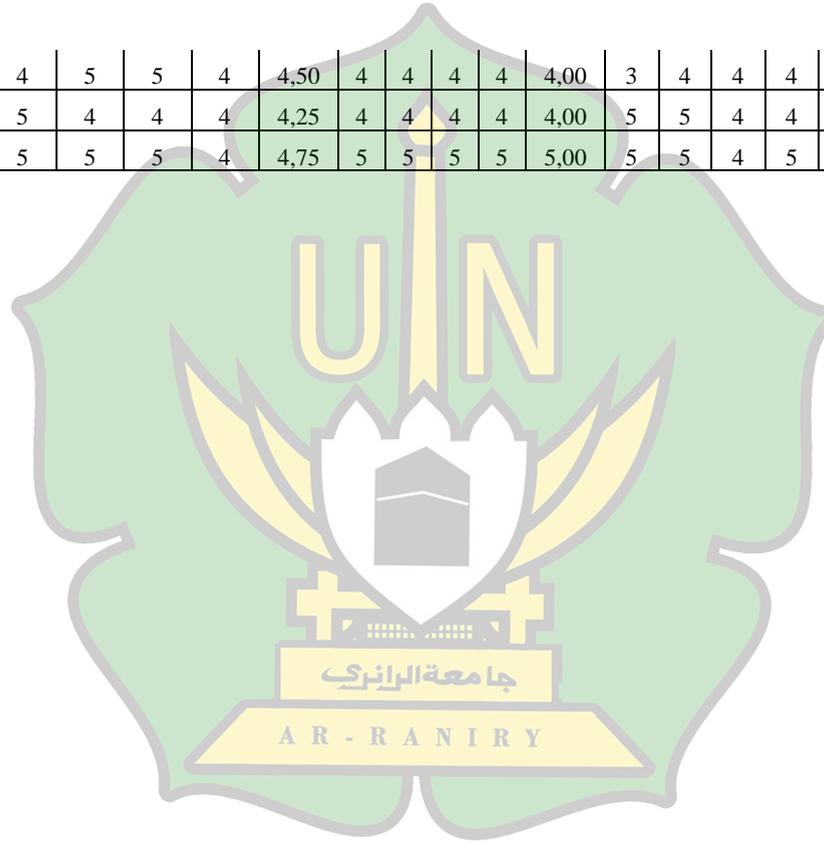
14	4	4	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	4,75	5	3	5	4,33
15	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
16	2	2	5	5	4	4	4,50	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4,25	4	4	5	4,33
17	3	3	4	4	4	3	3,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
18	3	3	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
19	3	3	4	5	5	4	4,50	5	5	5	4	4,75	5	5	5	4	4,75	5	5	4	4,67
20	4	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
21	2	2	5	4	4	4	4,25	5	4	4	4	4,25	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
22	4	4	5	5	4	5	4,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
23	3	3	5	5	5	4	4,75	5	3	3	5	4,00	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
24	3	3	5	5	4	4	4,50	5	4	4	5	4,50	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
25	4	4	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
26	3	3	5	5	5	4	4,75	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
27	3	3	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
28	1	1	5	5	4	4	4,50	5	4	5	5	4,75	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4,00
29	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
30	4	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
31	1	1	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
32	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00

33	2	2	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
34	3	3	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
35	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
36	3	3	4	4	4	5	4,25	5	5	4	4	4,50	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
37	2	2	4	5	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4,00
38	3	3	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
39	3	3	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
40	3	3	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
41	3	3	4	4	4	5	4,25	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
42	2	2	5	5	4	4	4,50	5	4	5	5	4,75	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4,00
43	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
44	3	3	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
45	3	3	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
46	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
47	4	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
48	2	2	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
49	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
50	2	2	4	4	4	5	4,25	5	5	4	4	4,50	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
51	3	3	4	5	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	3	4	3,67

52	3	3	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
53	4	4	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
54	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
55	2	2	5	5	4	4	4,50	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4,25	4	4	5	4,33
56	3	3	4	4	4	3	3,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
57	3	3	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
58	3	3	4	5	5	4	4,50	5	5	5	4	4,75	5	5	5	4	4,75	5	5	4	4,67
59	4	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
60	2	2	5	4	4	4	4,25	5	4	4	4	4,25	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
61	4	4	5	5	4	5	4,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
62	3	3	5	5	5	4	4,75	5	3	3	5	4,00	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
63	3	3	5	5	4	4	4,50	5	4	4	5	4,50	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
64	4	4	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
65	3	3	5	5	5	4	4,75	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
66	3	3	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
67	1	1	5	5	4	4	4,50	5	4	5	5	4,75	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4,00
68	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
69	4	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
70	1	1	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00

71	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
72	2	2	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
73	3	3	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
74	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
75	3	3	4	4	4	5	4,25	5	5	4	4	4,50	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33
76	2	2	4	5	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4,00
77	3	3	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50	5	3	4	4,00
78	3	3	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
79	3	3	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
80	3	3	4	4	4	5	4,25	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
81	2	2	5	5	4	4	4,50	5	4	5	5	4,75	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4,00
82	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
83	3	3	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
84	3	3	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
85	3	3	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
86	4	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67
87	2	2	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
88	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
89	2	2	4	4	4	5	4,25	5	5	4	4	4,50	5	5	4	4	4,50	5	4	4	4,33

90	3	3	4	5	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4,00
91	3	3	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50	5	3	4	4,00
92	4	4	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	4,75	5	4	5	4,67



Lampiran 6: Kuesioner

KUEISIONER

PENGARUH MODAL USAHA, ORIENTASI PASAR DAN STRATEGI BERSAING TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENEGAH (UMKM) DI KECAMATAN SIMEULUE TIMUR

Petunjuk Pengisian

Pertanyaan terdiri dari dua bagian yaitu bagian A merupakan pertanyaan umum dan bagian B merupakan pertanyaan khusus

A. Demografi Responden

1. Nama :(boleh tidak diisi)
2. Umur : 25-30 Tahun
 31-35 Tahun
 36-40 Tahun
 41-50 Tahun
 >50 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
4. Pendidikan terakhir : SD
 SMP
 SMA
 S-1

- Keterangan :
- | | | |
|-----|---|-------------------------|
| SS | : | Sangat setuju (5) |
| S | : | Setuju (4) |
| KS | : | Kurang setuju (3) |
| TS | : | Tidak setuju (2) |
| STS | : | Sangat tidak setuju (1) |

B. Modal Usaha (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Modal yang digunakan untuk usaha adalah modal sendiri dan ada juga modal pinjaman					
2	Dengan pemanfaatan modal tambahan, usaha yang saya geluti sekarang menjadi lebih berkembang					
3	Pedagang disini membutuhkan modal, tetapi sekarang untuk memperoleh modal agak susah karena harus ada jaminan, apalagi jika pedagang baru buka usaha					
4	Dengan adanya bantuan modal usaha, usaha lebih dapat berkembang dan lebih maju					

C. Orientasi Pasar (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Dengan adanya orientasi pelanggan, maka akan banyak pelanggan yang datang ke toko					
2	Dengan adanya orientasi pesaing, maka setiap pedagang akan berusaha untuk selalu menjual produk yang berkualitas atau jasa yang berkualitas					
3	Setiap pedagang maupun pelanggan selalu berkoordinasi dengan baik dan saling membantu					
4	Orientasi laba sangat mempengaruhi pedagang pasar					

D. Strategi Bersaing (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pedagang menjual produk yang unik agar banyak pelanggan yang membeli, atau menyediakan jasa yang baik dan unik agar banyak pelanggan					
2	Pedagang dan penjual jasa lebih mementingkan kualitas produk agar pelanggan mau berkunjung kembali					
3	Pedagang menetapkan harga bersaing, agar banyak pelanggan yang membeli					

E. Pendapatan UMKM (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pedagang sangat puas dengan penghasilan yang diterima perbulan					
2	Pedagang selalau bekerja dengan baik agar pendapatan UMKM lebih meningkat					
3	Pedagang bekerja lebih keras karena banyak anggaran pembiayaan seperti kebutuhan sehari-hari					
4	Pedagang bekerja lebih keras karena beban keluarga yang ditanggung					



Lampiran 7: Penyebaran Kuesioner







