

Nama Rumpun: Manajemen

**USULAN PENELITIAN
UNIVERSITAS**



JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN USAHA
TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANGSUNGAN USAHA UMKM
(Survei pada UMKM Kuliner di Surakarta)**

Oleh:

Dr. MD Rahadhini, SE, MSi	(NIDN: 0625126601/Ketua)
Lamidi, SE, MSi	(NIDN: 0631087102/Anggota 1)
Friska Mukti	(NPM: 19200057/Anggota 2)
Laili Fauziah	(NPM: 19200264/Anggota 3)

UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA

JANUARI 2022



LEMBAR VALIDASI

TELAH DISEMINARKAN USULAN PENELITIAN

Judul : Pengaruh Karakteristik Urutannya Dan
Tingginya Usaha Terhadap Kinerja Day Keberlangsungan
Isaha Urakti (Survei pada UMKM Kuliner di Surakarta)

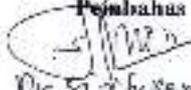
Ketia : Dr. M. D. Rahobkhai, SE, M.Si
 Anggota : LAMIDI, SE, MSc
 Pada Tanggal : 3 FEBRUARI 2022
 Di : UNISRI
 Hasil : Revisi / Tanpa Revisi

Peserta Seminar :

NO.	NAMA	FAKULTAS	TANDA TANGAN
1.	<u>Bapak G.</u>	<u>FE</u>	1. <u>[Signature]</u>
2.	<u>Eno Agus Prihastan</u>	<u>FKIP</u>	2. <u>[Signature]</u>
3.	<u>XCCCL</u>	<u>FE IS</u>	3. <u>[Signature]</u>
4.	<u>MUHAMMAD MUSTAFA</u>	<u>FKIP-PM</u>	4. <u>[Signature]</u>
5.	<u>SIMONSONO</u>	<u>FKIP AB</u>	5. <u>[Signature]</u>
6.	<u>Dani Septentrich FA</u>	<u>FE</u>	6. <u>[Signature]</u>
7.	<u>Wicakarya</u>	<u>FKIP</u>	7. <u>[Signature]</u>
8.	<u>Ani Resnandingsih</u>	<u>FKIP</u>	8. <u>[Signature]</u>
9.	<u>Witold Widyono</u>	<u>FKIP</u>	9. <u>[Signature]</u>
10.	<u>Joko Pramono</u>	<u>ISIP</u>	10. <u>[Signature]</u>

Mengetahui :
 Dekan Fakultas

EDI WIBOWO, SE, MM

Pembahas

Dr. Sri G. Supeni, SH, M.Pd

Menyetujui
 Ketua LPPM

Dr. Anita Trisiana, S.Pd, MII
 NIPY. 0109.0249

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian: PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN USAHA TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANGSUNGAN USAHA UMKM (Survei pada UMKM Kuliner di Surakarta)

Kode>Nama Rumpun Ilmu: 570/Manajemen

Ketua Peneliti:

- a. Nama Lengkap: Dr. MD Rahadhini, SE, MSi
- b. NIDN: 0625126601
- c. Jabatan Fungsional: Lektor Kepala
- d. Program Studi: Manajemen
- e. Perguruan Tinggi: Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- f. Nomer HP: 081329705283
- g. Alamat email: rahadhini9@gmail.com

Anggota Peneliti I:

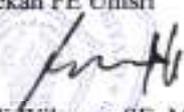
- a. Nama lengkap: Lamidi, SE, MSi
- b. NIDN: 0631087101
- c. Jabatan Fungsional: Lektor
- d. Program Studi: Manajemen
- e. Perguruan Tinggi: Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- f. Nomor HP: 08122589901
- g. Alamat email: lamidi71@gmail.com

Mahasiswa yang terlibat: 2 orang (Friska Mukti dan Laili Fauziah)

Biaya Penelitian:

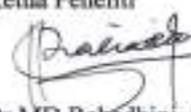
- Dana internal PT : Rp 5.000.000,-
- Dana institusi lain : Rp -
- Inkind, sebutkan : Rp -

Solo, 10 Februari 2022

Mengetahui
Dekan FE Unisri


Edi Wibowo, SE, MM
NIPY: 01940190

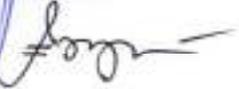
Ketua Peneliti



Dr MD Rahadhini, SE, MSi
NIPY: 01940189



Menyetujui
Ketua LPPM Unisri



Dr. Aneta Trisiana, S.Pd, M.H.
NIPY: 01090249

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 berdampak besar pada berbagai sendi kehidupan baik di dunia maupun di Indonesia. Dampak Covid-19 yang luas pada semua bidang kehidupan, khususnya pada sektor ekonomi dan bisnis (Cao and Leung, 2020). UMKM menjadi sektor yang paling rentan terkena imbas karena Covid-19, sebab usaha ini sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan produk. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 96% pelaku UKM mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya dan sebanyak 75% diantaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan (Dwiastanti dan Mustapa, 2020).

Data Bank Indonesia menunjukkan 87,5% UMKM terdampak pandemi, dimana 93,2% mengalami penurunan penjualan. Sedangkan UMKM yang terhubung ke platform digital pada Januari 2020 hanya 13%. (<https://kumparan.com/umkm-mengalami-penurunan-penjualan-selama-pandemi>, 2021). PPKM yang ditetapkan secara berkelanjutan pada 2021 untuk mencegah penyebaran covid-19 menurunkan omzet pelaku UMKM lantaran adanya penurunan konsumsi. Hasil survei dari beberapa lembaga (BPS, Bappenas, dan World Bank) menunjukkan pandemi menyebabkan banyak UMKM kesulitan melunasi pinjaman serta membayar tagihan listrik, gas dan gaji karyawan. Beberapa di antaranya sampai harus melakukan PHK. Kendala lain yang dialami UMKM antara lain sulitnya memperoleh bahan baku, permodalan, pelanggan menurun, distribusi dan produksi terhambat. Pelaku UMKM harus jeli melihat peluang, misalnya jangan berkuat pada usaha yang itu-itu saja tetapi juga melihat bagaimana tren permintaan di masyarakat dan bagaimana perubahan perilaku konsumen untuk dapat bertahan (<https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/kaleidoskop-2021-meski-tertekan-sektor-umkm-paling-tahan-banting>, 2021).

Dampak pandemi terhadap UMKM menjadi permasalahan yang membutuhkan perhatian besar bagi semua pihak baik wirausaha itu sendiri dan juga pemerintah. Salah satu cara untuk mempertahankan keberadaan UMKM adalah

menumbuhkan dan menguatkan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*). *Entrepreneurship* memiliki dampak positif bagi perekonomian dan masyarakat, salah satu dampak terpenting dari *entrepreneurship* adalah penyediaan lapangan pekerjaan. Seorang wirausahawan memerlukan kerja keras, keuletan, kreatif dan inovatif serta keberanian untuk mengambil risiko. Karakter-karakter tertentu diperlukan wirausaha untuk dapat sukses sebagai wirausaha. Pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan mengetahui karakteristik wirausaha. Bhatt dan Shankla (2018) menemukan bahwa karakter wirausaha memiliki dampak terhadap kesuksesan UMKM. Ardiani dan Putra (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan karakteristik wirausaha terhadap Kinerja wirausaha. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Darya (2020) yang menyatakan bahwa karakteristik wirausaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

UMKM diharapkan dapat bertahan dalam kondisi saat ini, hal ini karena UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. UMKM dengan caranya sendiri mampu mengatasi banyak masalah secara lebih dinamis dalam menghadapi perkembangan pasar. Ditengah arus perubahan lingkungan bisnis yang makin intens, UMKM dituntut untuk memiliki daya adaptasi dan responsi yang makin tinggi (Maulana, *et al*, 2021), tanpa kemampuan untuk melakukannya UMKM beresiko tidak dapat berlangsung hidup karena perubahan lingkungan usaha dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran, hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang menjual produknya di di Indonesia (Sudaryanto, 2014).

Lingkungan usaha (*business environment*) memiliki pengaruh yang kuat terhadap organisasi perusahaan, terlebih kondisi saat dunia bisnis sudah tidak terbatas oleh suatu teritorial negara (*borderless world*), beralihnya *hard technology* ke *smart technology* serta perubahan fundamental lainnya berdampak terhadap kebijakan yang akan diambil oleh manajemen perusahaan (Rijal dan Zuliarni, 2016). Riyanto (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa lingkungan eksternal dan internal berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja

Usaha Kecil Menengah (UKM). Hasil ini bertentangan dengan penelitian Nasutra dan Asngadi (2021) bahwa lingkungan Industri tidak berpengaruh terhadap kinerja operasional UKM

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai pelaku bisnis pada periode tertentu. Kinerja pemasaran berkaitan dengan pertumbuhan pelanggan merupakan peningkatan kedatangan pelanggan dengan melakukan pembelian kembali pada produk yang dihasilkan (Pardi *et al.*, 2014). Pengambilan keputusan keuangan yang efektif dan strategis dari pelaku UMKM maka keberhasilan mencapai tujuan dan keberlanjutan usaha juga akan ikut baik. Pengusaha akan mampu untuk meningkatkan keberlanjutan usahanya dengan baik yang dapat dilihat dari yang pertama pertumbuhan keuangan usaha yang meliputi perubahan aset, modal dan omset, yang kedua yaitu pertumbuhan strategis usaha meliputi perubahan biaya produksi, dan tingkat jumlah pelanggan, yang ketiga pertumbuhan struktural usahanya meliputi perubahan jumlah karyawan dan lokasi usaha (Rahayu dan Musdholifah, 2017). Pramudiati, Putri dan Basri (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN USAHA TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANGSUNGAN USAHA UMKM (Survei pada UMKM Kuliner di Surakarta)

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Surakarta ?
2. Apakah lingkungan usaha berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Surakarta ?
3. Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta ?

4. Apakah lingkungan usaha berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta ?
5. Apakah kinerja pemasaran berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta?
6. Apakah kinerja pemasaran memediasi pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta ?
7. Apakah kinerja pemasaran memediasi pengaruh lingkungan usaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta ?

A. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Surakarta.
2. Menganalisis pengaruh lingkungan usaha terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Surakarta.
3. Menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta.
4. Menganalisis pengaruh lingkungan usaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta.
5. Menganalisis pengaruh kinerja pemasaran terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta.
6. Menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta dengan kinerja pemasaran UMKM sebagai variabel mediasi.
7. Menganalisis pengaruh lingkungan usaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Surakarta dengan kinerja pemasaran UMKM sebagai variabel mediasi.

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah kepustakaan khususnya bagi peneliti yang akan datang yang ingin melakukan penelitian pada topik yang sama di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan bagi UMKM sebagai dasar pengambilan kebijakan dalam meningkatkan keberlangsungan usaha melalui karakteristik wirausaha, lingkungan usaha dan peningkatan kinerja pemasaran UMKM.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Karakteristik Wirausaha

Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha mengumpulkan serta sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya, dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan (Suryana dan Bayu, 2014). Wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2013).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemauan dan semangat untuk maju, dengan memanfaatkan dan menangkap peluang yang ada dan disertai dengan usaha guna memperoleh laba. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan.

Karakteristik wirausaha dapat didefinisikan sebagai hal yang berhubungan dengan ciri khas, perilaku, watak, tabiat, sikap, serta tindakan seseorang untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha dan sikap dan tindakan seseorang wirausahawan dalam kesehariannya (Saiman, 2014). Karakteristik wirausaha merupakan faktor internal yang menentukan kesuksesan usaha menunjuk pada karakter-karakter seperti: memiliki semangat tinggi, memiliki keinginan untuk selalu berinovasi, selalu menerima tanggung jawab dengan sebaik mungkin, ingin berprestasi yang sangat tinggi dan berani mengambil risiko (Ezzel, 2019). Karakteristik wirausaha adalah ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahaan, dan kesiapan menjadi wirausaha (Eltahir, 2018). Seorang

wirausahawan dituntut selalu optimis dan berpikiran positif dan kreatif untuk menghadapi segala keadaan dalam lingkungan usaha yang sangat dinamis (Essel, 2019).

Karakteristik wirausaha memiliki peran penting dalam membentuk sikap mental seseorang, daya inovasi, kreatifitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, daya juang yang bersinergi dengan pengetahuan keterampilan dan kewaspadaan menentukan keberhasilan usaha (Soearsono, 1988). Pengusaha yang memiliki karakteristik wirausaha dapat menghadapi permasalahan dan hambatan yang dihadapinya. Suryana (2014) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang wirausaha (*entrepreneur*) adalah seseorang yang kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko melalui pemanfaatan kesempatan usaha yang potensial dan mensinergikan aset-aset dan kapabilitas sehingga aset dan kapabilitas tersebut dapat dikapitalisasikan. Menurut Meredith dalam Askandar dan Susyanti (2018), seorang ahli bidang wirausaha, mengungkapkan bahwa adan enam watak umum seorang wirausahawan, antara lain:

a. Mempunyai kepercayaan diri yang tinggi

Kepercayaan diri sangat dominan dalam watak seorang wiraushawan. Watak ini terdiri atas sifat mandiri, individualis, optimis, dan dinamis. Kepercayaan diri yang kuat ini yang menjadi penggerak wirausahawan untuk meraih peluang mengonsepan ide, atau merangkul pasar.

b. Memiliki orientasi yang terukur

Watak ini menggambarkan pemetaan berpikir yang rapid an logis. Baik orientasinya proses atau hasil, watak ini akan membuatnya tidak plin-plan dalam menentukan arah wirausahanya. Watak ini ditandai dengan sikap teguh, tekun, determinative, penuh semangat, dan penuh inisiatif.

c. Kesiapan untuk mengambil risiko

Watak ini dilandasi oleh sifat wirausahawan yang menyukai tantangan. Setiap orang berbeda dalam memandang risiko. Ada yang berani mengambil risiko, biasa saja terhadap risiko dan ada yang takut terhadap risiko. Namun, keseimbangan komposisi ketiga orang ini justru akan

membentuk perencanaan yang lebih matang dalam menghadapi risiko, sehingga usaha dapat terselamatkan dan berjalan lebih baik.

d. Mempunyai jiwa kepemimpinan

Watak ini berorientasi pada sikap sosial yang unggul, terdiri atas suka bergaul, fleksibel, dan adaptif terhadap saran/kritik. setiap orang adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban, seorang pemimpin dalam dunia bisnis harus mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat atas barang/jasa yang ia tawarkan. Ia juga harus mampu mengkomunikasikannya melalui bahan yang diterima konsumen.

e. Orisinal

Watak ini berlandaskan atas sifat inovatif, kreatif, adaptif terhadap masalah baru, inisiatif, serta berwawasan luas. Orisinalitas diperlukan untuk menjamin bahwa karya yang dibuat bukan sekadar jiplakan tanpa nilai lebih. Kesuksesan pelopor pasti akan lebih daripada yang berusaha untuk meniru produk lain.

f. Visioner

Watak ini terdiri atas sifat yang selalu berpandangan jauh ke depan dan cerdas dalam persepsi. Wirausahawan harus mampu meneropong perkembangan zaman di masa yang akan datang agar terus dapat eksis dan berkembang kemajuan teknologi bukanlah tantangan, tetapi peluang untuk berkarya yang lebih sesuai bagi konsumen

2. Lingkungan Usaha

Lingkungan bisnis merupakan elemen kausal dalam hubungan strategi manufaktur dan kinerja bisnis perusahaan, oleh karena itu organisasi perlu melakukan “*scanning environment*” untuk tetap kompetitif dan proses *scanning* ini merupakan proses berkesinambungan untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi. Lingkungan bisnis (usaha) adalah lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan-keputusan perusahaan (Anoraga, 2013).

Lingkungan bisnis adalah semua kondisi dan kekuatan yang ada didalam maupun di luar setiap unit bisnis yang akan mempengaruhi arah kebijakan dari suatu perusahaan dalam mengelola aktifitas bisnisnya. Faktor– faktor tersebut

meliputi lingkungan eksternal dan lingkungan internal (Buchori dan Saladin, 2016).

Lingkungan usaha merupakan faktor yang harus mendapatkan perhatian, lingkungan usaha yang kondusif dapat menciptakan iklim usaha yang semakin berkembang. Lingkungan usaha dapat berupa kondisi ekonomi, politik, sosial budaya, demografi, teknologi dan bahkan lingkungan global. Para wirausahawan yang mampu menganalisis lingkungan bisnisnya, menginterpretasikan, dan mengambil keputusan yang tepat pada bisnisnya dengan mengantisipasi *trend* yang ada pada lingkungan bisnisnya akan mampu bertahan atau mencapai kinerja yang lebih baik. Lingkungan usaha juga mencakup lingkungan industri yang antara lain meliputi intensitas persaingan, kondisi pemasok, kondisi pasar, pertumbuhan industri, daya tarik industri yang sangat berperan terhadap kesuksesan usaha. Wirausaha dituntut untuk dapat menciptakan daya saing dalam lingkungan industrinya melalui penciptaan kemampuan unik sebagai hasil kreativitas dan daya inovasinya (Indarto dan Santoso, 2020).

Lingkungan tempat usaha harus dianalisis dengan cermat, karena disatu sisi dapat menjadi peluang dari bisnis yang akan dijalankan, namun disisi lain lingkungan yang tidak tepat justru menjadi ancaman bagi perkembangan bisnis. Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan di sekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya keadaan disekitar lokasi bisnis, juga perubahan gaya hidup. Alma (2014) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi lingkungan pemasaran ada dua, yaitu:

a. Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah suatu pengaruh lingkungan yang bersumber dari dalam perusahaan yang secara langsung akan berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan, antara lain kualitas produk, teknologi, sumber daya dan keuangan.

b. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah suatu pengaruh lingkungan yang berasal dari luar perusahaan baik yang sangat dekat dengan perusahaan maupun yang

agak jauh, dan secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Lingkungan yang mempunyai pengaruh dekat dengan perusahaan atau disebut juga dengan lingkungan mikro terdiri dari lingkungan persaingan, lingkungan pasar/konsumen, lingkungan pemasok dan lingkungan penyalur. Sedangkan lingkungan yang mempunyai pengaruh jauh adalah lingkungan yang terdiri dari kekuatan fundamental berskala besar yang membentuk peluang dan ancaman terhadap perusahaan. Contohnya adalah keadaan ekonomi, politik, hukum, teknologi, demografi, pemerintah sosial dan budaya.

3. Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan usaha perusahaan untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan dan selera konsumen (Rodríguez and Gema, 2016). Kinerja pemasaran merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran (seperti volume penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan) yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik. Kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama nilai, yaitu nilai penjualan, pertumbuhan penjualan, dan porsi pasar (Ferdinand, 2014).

Kinerja pemasaran merupakan sejauh mana prestasi perusahaan pada produk yang dihasilkan, selain itu kinerja pemasaran juga merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai pencapaian dari aktifitas proses pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan (Charles, Joel and Samwel, 2012). Kinerja pemasaran berkaitan dengan pertumbuhan pelanggan merupakan peningkatan kedatangan pelanggan dengan melakukan pembelian kembali pada produk yang dihasilkan (Pardi *et al.*, 2014).

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan.

Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, sebagai cermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Selain itu kinerja perusahaan dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu secara internal dan eksternal. Khususnya secara eksternal peningkatan kinerja perusahaan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kultur yang berorientasi pada pasar (*market orientation*), yaitu bagaimana memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar. Dalam aplikasinya upaya tersebut menjadi satu kebutuhan untuk dilakukan dalam mengoptimalkan kinerja usaha. Market orientation memiliki peran yang sama penting dan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja perusahaan (Hurriyati, 2015).

Penilaian kinerja pemasaran menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam melihat kesesuaian strategi yang diterapkannya dalam menghadapi perubahan-perubahan lingkungan. Lingkungan memang telah menjadi bagian penting dari perusahaan dan merupakan hal yang sulit untuk dirubah oleh perusahaan tersebut. Perusahaan hanya dapat mengenalinya untuk kemudian mengelola dengan baik sehingga dapat memberi manfaat bagi perusahaan. Pengenalan lingkungan yang baik akan memberi dampak pada mutu strategi yang dihasilkan yang selanjutnya akan berdampak pada kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran menurut Tjiptono (2016) kinerja pemasaran merupakan titik *overspent* dan *underdelivered*, karena sulitnya mengukur efektifitas dan efisiensi setiap aktivitas, keputusan atau program pemasaran, sehingga kinerja pemasaran lebih obyektif dan terfokus pada profitabilitas dan produktivitas keputusan pemasaran.

Pertumbuhan penjualan bisa dilihat dari berapa besar kenaikan penjualan produk yang sama dibandingkan satuan waktu tertentu. Tingkat penjualan produk akan selalu ditingkatkan untuk bisa mencapai target yang telah ditentukan. Pertumbuhan pasar menunjukkan seberapa kontribusi produk yang ditangani menguasai pasar produk sejenis di banding para kompetitor. Perusahaan yang memiliki porsi pasar yang luas akan mendominasi penjualan

produk secara keseluruhan di banding pesaingnya, sehingga bisa dilihat seberapa besar pasar yang dikuasai di banding pesaing utama.

Tjiptono (2016) pengukuran dari kinerja pemasaran didasarkan pada profitabilitas dan produktivitas keputusan pemasaran. Analisis profitabilitas didasarkan pada penilaian untuk menelaah pengaruh dari berbagai strategi dan program pemasaran terhadap kontribusi laba dari suatu produk maupun jasa. Sedangkan produktivitas didasarkan pada konsekuensi penjualan atau pangsa pasar yang dihasilkan dari penerapan strategi pemasaran tertentu.

Keberhasilan kinerja pemasaran yang paling akhir dapat dilihat dari pertumbuhan keuntungan perusahaan. Pertumbuhan penjualan dan porsi pasar yang diperoleh akan sangat menentukan pertumbuhan penjualan perusahaan. Apabila tingkat penjualan, dari tahun ke tahun terus meningkat serta penjualan produknya mendominasi pasar, maka pertumbuhan keuntungan perusahaan akan meningkat pula dan menunjukkan perusahaan tersebut kinerjanya semakin baik. Rohmaniyah dan Nurhayati (2017) menjelaskan jika kinerja pemasaran dapat diukur dengan lima indikator, antara lain dengan kinerja secara keseluruhan (*overall performance*), pertumbuhan pangsa pasar (*market share*), pertumbuhan penjualan (*sales growth*), keuntungan (*profitability*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

4. Keberlangsungan Usaha

Keberlangsungan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana di dalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha (industri), cara-cara yang dipergunakan ini bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, serta berlandaskan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia usaha (*business*) (Widayanti, Damayanti dan Marwanti, 2017). Keberlangsungan usaha merupakan suatu bentuk konsistensi dari kondisi suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi usaha (Rosyad dan Wiguna, 2015).

Widayanti, Damayanti dan Marwanti (2017) menyatakan bahwa keberlangsungan suatu usaha didukung beberapa faktor yaitu adanya kompilasi rencana bisnis (*compilation of a business plan*), pembaharuan rencana bisnis reguler (*regular updating of business plan*), menganalisis pesaing (*regular analysis of competitor*), kemudahan memasuki bisnis baru (*easy of venturing into a new business*), kemampuan perhitungan atau kalkulasi resiko (*not a problem to take calculated risks*). Sihombing dan Meilani (2018) bahwa faktor-faktor yang dianggap sebagai faktor utama dalam keberlangsungan usaha dibedakan menjadi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain pinjaman dari lembaga keuangan, pelatihan, berkat Tuhan, kelompok pendamping dan dukungan keluarga sedangkan faktor internal terdiri dari modal dan motivasi.

Keberlangsungan usaha harus secara total dipertahankan operasi perusahaan agar tetap dapat bersaing di pasar. Kondisi persaingan yang dinamis dan fluktuatif menjadikan para pelaku UKM agar sensitif dengan perubahan, sehingga UKM harus membangun keunggulan kompetitif agar memiliki keunggulan dalam persaingan dan berkelanjutan di pasar (Panggabean, dkk, 2019). Keberlangsungan dunia usaha sudah dilakukan dengan perhatian terhadap sejumlah tuntutan dan untuk diterapkan dalam praktik bisnis, antara lain: melakukan perubahan struktur kerja, menerapkan *outsourcing*, menetapkan indeks kinerja sebagai acuan kerja, melakukan merger, memberikan kesempatan karyawan untuk melakukan inisiatif kerja secara mandiri, mendekati diri kepada konsumen, dan bekerja sama membina hubungan secara baik dengan pemasok.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini terangkum dalam tabel berikut:

Tabel I
 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Nasutra dan Asngadi (2021)	Pengaruh Lingkungan Industri Dan Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional UKM Rotan	Bebas: Lingkungan industri, strategi inovasi Terikat: Kinerja operasional	Regresi linear berganda	Lingkungan industri tidak berpengaruh terhadap kinerja operasional UKM dan Strategi Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional UKM
2	Mulkoffi, dan As'adi. (2021)	Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Kecanggihan Teknologi terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19	Bebas: Karakteristik wirausaha, modal usaha, kecanggihan teknologi Terikat: Kinerja UMKM	Regresi linear berganda	karakteristik wirausaha dan modal usaha berpengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM, sedangkan kecanggihan teknologi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM
3	Darya (2020)	The Effect of Environmental Uncertainty, Entrepreneurial Characteristics and Commitment of The Government on Business Competency and Micro Small Business Performance In Balikpapan City, Indonesia	Bebas: Ketidakpastian lingkungan, karakteristik kewirausahaan , komitmen pemerintah Terikat: Kompetensi dan kinerja UMKM	AMOS	Ketidakpastian lingkungan tidak secara langsung mempengaruhi kinerja usaha mikro-kecil tetapi melalui kompetensi usaha. Karakteristik kewirausahaan tidak mempengaruhi kompetensi usaha tetapi kompetensi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil. komitmen pemerintah secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi melalui kompetensi usaha terhadap kinerja usaha mikro kecil.

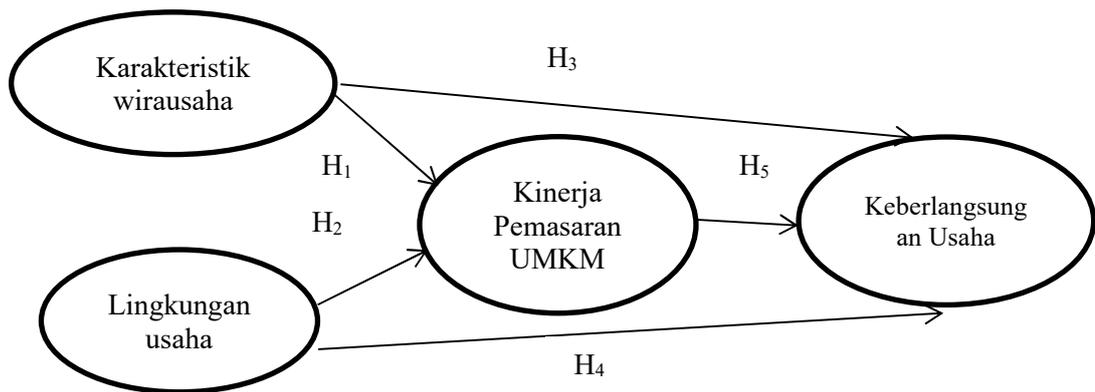
No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4	Dwiasanti, dan Mustapa (2020)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal dan Strategi Bertahan UMKM dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pan-demi Covid 19	Bebas: Karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal dan strategi bertahan Terikat: Keberlangsungan usaha	Regresi linear berganda	Adanya hubungan secara parsial dan simultan antara karakteristik individu, lingkungan eksternal dan strategi bertahan UMKM dalam menjaga keberlangsungan usaha,
5	Indarto dan Santoso (2020)	Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Bebas: Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha, lingkungan usaha Terikat: Kesuksesan UMKM	Smart PLS	Karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan usaha UMKM. Karakteristik usaha tidak berpengaruh terhadap kesuksesan usaha UMKM. Lingkungan usaha memoderasi pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha UMKM dengan kategori quasi moderasi. Lingkungan usaha memoderasi pengaruh karakteristik usaha terhadap kesuksesan usaha UMKM dengan kategori quasi moderasi
6	Pramudiati, Putri dan (2019)	Penerapan SAK ETAP, Kinerja Usaha, dan Keberlanjutan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Bebas: Penerapan SAK ETAP, kinerja usaha Terikat: Keberlanjutan UMKM	Smart PLS	Penerapan SAK ETAP pada UMKM dan kinerja usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Penerapan SAK ETAP juga berpengaruh terhadap kinerja usaha. Kinerja usaha memediasi pengaruh SAK ETAP terhadap keberlanjutan UMKM

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7	Ardiani dan Putra (2018)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Pemberian Dana Bergulir terhadap Kinerja UMKM (Studi pada UMKM Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang).	Bebas: Karakteristik wirausaha, pemberian dan bergulir Terikat: Kinerja UMKM	Regresi linear berganda	Karakteristik wirausaha dan pemberian dana bergulir berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM
8	Riyanto (2018)	Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun	Bebas: Lingkungan internal dan eksternal Terikat: Keunggulan bersaing dan kinerja usaha	SEM	Lingkungan internal dan eksternal berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Lingkungan internal dan eksternal berpengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM). Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, dilihat dari obyek penelitian dimana penelitian ini melakukan modifikasi penelitian dengan menambah variabel inklusi keuangan yang pada saat pandemi Covid 19 ini sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM untuk memperoleh akses keuangan.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual untuk penelitian ini dapat digambarkan dalam Gambar 1.



Gambar 1

Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

1. Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM

Karakteristik wirausaha sangat penting karena pelaku usaha memiliki perilaku yang dapat menciptakan suatu terobosan yang inovatif guna menjaga kestabilan kinerja UMKM. Wirausaha yang memiliki semangat untuk maju yang memiliki jiwa kreatif dan inovatif perlu dimiliki semua pelaku usaha (Tanubrata dan Gunawan, 2019). Karakteristik kewirausahaan merupakan kunci untuk memaksimalkan efisiensi dari penggunaan faktor-faktor pengembangan daya saing ekonomi, memungkinkan UMKM memiliki pola pikir (*mindset*) yang lebih positif, membangun kesensitifan terhadap pasar dan penciptaan daya pikir kreatif. Ardiani dan Putra (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan karakteristik wirausaha terhadap Kinerja wirausaha, sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Surakarta

2. Pengaruh lingkungan usaha terhadap kinerja pemasaran UMKM

Solihin (2017) menyatakan bahwa lingkungan berpengaruh langsung terhadap keberhasilan suatu perusahaan karena perusahaan memiliki interaksi langsung dengan faktor-faktor yang ada disekitarnya. Lingkungan usaha harus terus berubah agar dapat tetap bertahan dalam menghadapi persaingan, suatu perusahaan baik skala usaha mikro hingga menengah harus memaksimalkan

kinerja perusahaan sehingga tujuan yang direncanakan dapat tercapai (Ekaputri, Sudarwanto, dan Marlina, 2018). Riyanto (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa lingkungan eksternal dan internal berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM), sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ : Lingkungan usaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Surakarta

3. Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberlangsungan usaha

Pelaku UMKM adalah *entrepreneur* sejati yang mampu berjuang dan memiliki ketahanan dalam berbagai kondisi dan tekanan. Wirausaha memiliki target dan spirit kerja dalam menghadapi kesulitan ekonomi. Menjadi seorang wirausahawan memerlukan kerja keras, keuletan, kreativitas tinggi dan inovatif serta keberanian dalam mengambil risiko. Karakter-karakter tertentu sangat diperlukan wirausaha agar sukses menjadi wirausaha. Penelitian Bhatt dan Shankla (2018) menemukan bahwa karakter wirausaha memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan UMKM. Indarto dan Santoso (2020) menyatakan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan usaha UMKM, sehingga perumusan hipotesis ini adalah berikut:

H₃ : Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM Kuliner di Surakarta

4. Pengaruh lingkungan usaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM

Lingkungan usaha merupakan faktor yang harus mendapatkan perhatian, lingkungan usaha yang kondusif dapat menciptakan iklim usaha yang semakin berkembang. Wirausaha yang mampu mengalalis lingkungan bisnisnya, menginterpretasikan, dan mengambil keputusan yang tepat pada bisnisnya dengan mengantisipasi *trend* yang ada pada lingkungan bisnisnya akan berperan terhadap kesuksesan usaha (Nasutra dan Asngadi, 2021). Dwiastanti, dan Mustapa (2020) dalam penelitiannya bahwa lingkungan eksternal berpengaruh dalam menjaga keberlangsungan usaha., maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : Lingkungan usaha berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM Kuliner di Surakarta

5. Pengaruh kinerja UMKM terhadap keberlangsungan usaha UMKM

UMKM dituntut untuk mampu menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan usahanya. Pertumbuhan UMKM yang sangat pesat tidak diimbangi dengan kemampuan untuk meningkatkan kinerja pemasarannya, oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat dibidang pemasaran agar keberlanjutan usaha tetap terjaga (Harini dan Yulianeu, 2019). Pelaku usaha sektor UMKM yang memiliki kinerja yang baik, maka keputusan bisnis dan keuangan yang diciptakan akan menuju ke arah pengembangan yang membaik dari waktu ke waktu, meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan di tengah krisis dan pada akhirnya akan membuat bisnis tersebut memiliki keberlanjutan usaha jangka panjang (Idawati dan Pratama, 2020). Pramudiati, Putri dan Basri (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Berdasarkan teori yang mendasari dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : Kinerja pemasaran berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM

6. Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM dengan kinerja UMKM sebagai variabel mediasi

Karakteristik kewirausahaan merupakan kunci untuk memaksimalkan efisiensi dari penggunaan faktor-faktor pengembangan daya saing ekonomi, memungkinkan UMKM memiliki pola pikir (*mindset*) yang lebih positif, membangun kesensitifan terhadap pasar dan penciptaan daya pikir kreatif. Karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara nyata dan positif terhadap kompetensi kewirausahaan maupun kinerja usaha, hal ini menunjukkan pentingnya membangun karakteristik kewirausahaan karena karakteristik kewirausahaan sangat menentukan keberhasilan usaha (Sari, Suwarsinah dan Baga, 2016), sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₆ : Kinerja pemasaran memediasi pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM Kuliner di Surakarta

7. Pengaruh lingkungan usaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM dengan kinerja sebagai variabel mediasi

Riyanto (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa lingkungan eksternal dan internal berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM). Solihin (2017) menyatakan bahwa lingkungan berpengaruh langsung terhadap keberhasilan suatu perusahaan karena perusahaan memiliki interaksi langsung dengan faktor-faktor yang ada disekitarnya, sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₇ : Kinerja pemasaran memediasi pengaruh lingkungan usaha terhadap keberlangsungan usaha UMKM Kuliner di Surakarta

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Kuliner di Surakarta. Alasan dipilihnya objek tersebut terdapat beberapa UMKM yang bergerak di bidang kuliner.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu, peristiwa, atau hal-hal yang menarik lainnya yang ingin diteliti (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemilik UMKM di Surakarta.

2. Sampel

Sampel adalah subset populasi yang terdiri dari anggota-anggota populasi yang terpilih (Sekaran 2011). Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM kuliner di Surakarta. Penggunaan populasi yang tidak diketahui maka di dalam pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus Leddy sebagai berikut :

$$N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P) (1 - P) \text{ (Arikunto, 2014: 136)}$$

Keterangan:

N = Besarnya sampel yang diperlukan

P = Perkiraan proporsi pada populasi yang jika tidak diketahui, maka nilai P (1-P) ditaksir dengan nilai maksimal 0,25

Z = Nilai standar sesuai dengan tingkat signifikansi. Dalam penelitian ini nilai Z yang ditetapkan adalah pada *confidence level* 95% adalah 1,96

e = Kesalahan penaksiran maksimal (yang dapat diterima)

Confidence level 90% dan tingkat kesalahan yang tidak lebih dari 10% maka besarnya sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P) (1 - P)$$

$$= \left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2 \times 0,25$$

$$= 96,04$$

$$= 96 \text{ (pembulatan)}$$

sampel penelitian ini adalah sebanyak 96 responden

3. Teknik Pengambilan Sampel

dengan teknik pengambilan sampel adalah accidental *sampling* yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha adalah ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan UMKM kuliner di Surakarta untuk menjalankan dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahaan, dan Kesiapan menjadi wirausaha. Indikator karakteristik wirausaha berdasarkan pernyataan Askandar dan Susyanti (2018) yaitu mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, memiliki orientasi yang terukur, kesiapan untuk mengambil risiko, jiwa kepemimpinan, orisinal dan visioner

2. Lingkungan Usaha

Lingkungan usaha adalah kondisi situasi yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM Kuliner di Surakarta dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Indikator lingkungan usaha berdasarkan pernyataan dari Alma (2014) yang menyatakan bahwa lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan internal antara lain kualitas produk, teknologi, sumber daya keuangan dan lingkungan eksternal yaitu keadaan ekonomi, politik dan hukum.

3. Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan usaha dari pemilik UMKM kuliner di Kota Surakarta untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Indikator kinerja pemasaran berdasarkan penelitian dari Rohmaniyah dan Nurhayati (2017) antara lain dengan kinerja secara keseluruhan (*overall performance*), pertumbuhan pangsa pasar (*market share*), pertumbuhan penjualan (*sales growth*), keuntungan (*profitability*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

4. Keberlangsungan Usaha UMKM

Keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi dari kondisi usaha UMKM kuliner di Kota Surakarta, dimana keberlangsungan ini merupakan proses berlangsungnya usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha. Indikator keberlangsungan usaha berdasarkan penelitian Widayanti, Damayanti dan Marwanti (2017) menyatakan bahwa keberlangsungan suatu usaha didukung beberapa faktor yaitu adanya kompilasi rencana bisnis, pembaharuan rencana bisnis reguler, menganalisis pesaing, kemudahan memasuki bisnis baru, kemampuan perhitungan atau kalkulasi risiko.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Data primer dalam penelitian ini berasal dari kuesioener.

2. Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2011). Untuk mengukur instrumen kuesioner menggunakan pernyataan positif dengan teknik *Skala Likert 5* (lima) poin. Adapun skor yang ditetapkan untuk pernyataan positif tersebut adalah:

- a. Jawaban Sangat Setuju diberi skor 5
- b. Jawaban Setuju diberi skor 4
- c. Jawaban Netral diberi skor 3
- d. Jawaban Tidak Setuju diberi skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares* (PLS). PLS adalah teknik statistika multivariat yang membandingkan antara variabel dependen berganda dan independen berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang dan multikolinearitas (Abdillah dan Hartono, 2015).

Menurut Ghozali (2014) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruksinya) dispesifikasi. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel depenen.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Kategori pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (*loading*). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk konstanta dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses literasi tiga tahap dan setiap tahap literasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan *estimasi means* dan lokasi (konstanta).

1. Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-squared* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS

dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif.

Model PLS juga dapat dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk model konstruk. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

Tabel II

Evaluasi Inner Model

<i>Indeks</i>	<i>Value</i>
<i>Koefisien determinasi (R2)</i>	0,75, 0,50 dan 0,25 menunjukkan model kuat, moderate, dan lemah
<i>Predictive Relevance</i>	$Q^2 = 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2) \dots (1 - R^2_p)$ <i>Q-square</i> >0 menunjukkan model mempunyai nilai <i>predictive relevance</i> , dan jika nilai <i>Q-square</i> <0 menunjukkan model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> 0,02, 0,15 dan 0,35 (lemah, moderate dan kuat)
<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	$(GoF) =$ $GoF_{small} = 0,1$, $GoF_{medium} = 0,25$ dan $GoF_{besar} = 0,38$

Sumber: Ghazali, 2014

2. Model Pengukuran atau Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score / component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan

skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Ghozali, 2014).

Discriminant validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. *Composite reliability* blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha*.

Tabel III

Evaluasi Outer Model

Indeks	Value
<i>Outer loading</i>	> 0,05
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,50
<i>Composit realibility (CR)</i>	> 0,8
<i>Cronbach Alpha</i>	> 0,6

Sumber: Ghozali, 2016

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W dan Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS)*. Andi. Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Anoraga, Panji Sudantoko, 2013. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ardiani, Winda dan Arizky Putra. 2018. Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Pemberian Dana Bregulir terhadap Kinerja UMKM (Studi pada UMKM Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Aplikasi Manajemen Ekonomi dan Bisnis*. Vol 3 No 1, hal 50-59.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Rineka Cipta. Jakarta.
- Askandar, Noor Shodiq dan Jeni Susyanti. 2018. *Wirausaha Saja*. Erlangga. Jakarta.
- Bhat, Ms. Kruti and Ms. Peenal Sankhla, 2018, A Study on Impact of Entrepreneurial Characteristics on Success of Business, *International Journal of trend in Scientific Research and Development*. Vol 4 (2), pp. 112-121.
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. 2016. *Manajemen Strategi Bisnis*. Linda Karya. Bandung.
- Cao , Shutao and Leung, Danny. 2020. Credit constraints and productivity of SMEs: Evidence from Canada. *Economic Modelling*. Vol 8 No 8, pp. 163-180.
- Darya, I Gusti Putu. 2020. The Effect of Environmental Uncertainty, Entrepreneurial Characteristics and Commitment of The Government on Business Competency and Micro Small Business Performance In Balikpapan City, Indonesia. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 8 (1), pp. 72-95.
- Dwiastanti, Anis dan Gusnar Mustapa. 2020. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal dan Strategi Bertahan UMKM dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pan-demi Covid 19. *Business and Accounting Education Journal*. Vol 1 No 3, hal 228-237.
- Ekaputri, S, Sudarwanto, T., dan Marlina, N. 2018. Peran Lingkungan Industri, Perilaku Kewirausahaan, dan Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja

Perusahaan Pada Usaha Logam Skala Mikro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(1), 2301-8313

- Eltahir, Omer Ali Babiker, 2018, Factors Affecting The Performance And Business Success of Small and Medium Enterprises in Sudan (Case Study: Omdurman). *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*. Vol.6, No.6, pp.14-22.
- Essel, Kwamena Bernard Cobbina, Faisal Adams & Kwadwo Amankwah, 2019 Effect of entrepreneur, firm, and institutional characteristics on small-scale firm performance in Ghana, 2019, *Journal of Global Entrepreneurship Research*. Vol 9 (55), pp. 1-20.
- Ghozali, Imam. 2016. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indarto dan Djoko Santoso. 2020. Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol 13 No 1, hal 54-69.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Maulana, Lucky Hikmat, Titiek Tjahja Andari dan Ririn Andani. 2021. Kinerja Usaha UKM Berbasis Motivasi dan Lingkungan Usaha. *Jurnal Visionida*. Vol 7 No 1, hal 67-78
- Mulkoffi, Ahmad dan As'adi. 2021. Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Kecanggihan Teknologi terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika* Vol. 16. No.2, hal 235-246.
- Nasutra dan Asngadi. 2021. Pengaruh Lingkungan Industri dan Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional UKM Rotan. *Jurnal SMART*. Vol. 1, No. 1, hal 027-035.
- Pardi, Suharyono, Suyadi Imam, Arifin Zainul. 2014. "The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance." *European Journal of Business and Management*. Vol 6 No 21, pp. 69-80.
- Pramudiati, Ningrum, Anandita Zulia Putri dan Anindita Imam Basri. 2019. Penerapan SAK ETAP, Kinerja Usaha, dan Keberlanjutan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Akuntansi Dewantara*. Vol 3 No 2, hal 149-155.
- Rijal, Muhammad dan Sri Zuliarni. 2016. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja UMKM (Kasus pada Sentra Pengolahan Ikan di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kampar, Riau). *Jom FISIP*. Vol 3 No. 1, hal 1-16.

- Riyanto, Slamet. 2018. Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*. Vol 5 No 3, hal 159-168.
- Rohmaniyah, Alfiatur dan Tatiek Nurhayati. 2017. Peningkatan Kreativitas Pemasaran Dan Kualitas Networking Berbasis Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus). *Ekobis*. Vol.18, No. 2, hal. 149 - 163
- Saiman, Leonardus. 2014. *Kewirausahaan (Teori, Praktik, dan Kasus- kasus)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Solihin, Ismail. 2017. *Pengantar Manajemen*. Erlangga. Jakarta.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. 2014. *Kewirausahaan (Pendekatan Karakteristik Wiraushawan Sukses)*. Jakarta : Kencana.
- Tanubrata, M., & Gunawan, I. 2019. Karakteristik Wirausaha pada Pelaku Usaha Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*. 13(1), 49-60.
- Widayanti, Rochmi; Ratna Damayanti dan Fithria Marwanti. 2017. “Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Keberlangsungan Usaha (*Business Sustainability*) Pada UMKM Desa Jatisari”. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol. 18 No. 2, hal. 153-163
- <https://kumparan.com/umkm-mengalami-penurunan-penjualan-selama-pandemi,2021>
- <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/kaleidoskop-2021-meski-tertekan-sektor-umkm-paling-tahan-banting,2021>

KUESIONER

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Pendidikan Terakhir : a. SD c. SMU
b. SMP d. Akademi/Diploma
e. S1 f. S2
g. Lainnya, sebutkan:
4. Usia : a. < 35 tahun
b. 35 – 45 tahun
c. > 45 tahun
5. Jenis Usaha : _____

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Tentukan jawaban Bapak/Ibu dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang disediakan dengan memberikan tanda silang (X), alternatif jawabannya adalah:
SS berarti **Sangat Setuju** dengan pernyataan yang diajukan
S berarti **Setuju** dengan pernyataan yang diajukan
N berarti **Netral** dengan pernyataan yang diajukan
TS berarti **Tidak Setuju** dengan pernyataan yang diajukan
STS berarti **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan yang diajukan
2. Jawaban Bapak/Ibu sangat mendukung pengumpulan data penelitian kami, untuk itu dimohon mengisi seluruh pernyataan yang ada tanpa terlewat.
3. Atas perhatian dan partisipasinya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Peneliti

DAFTAR PERNYATAAN

KARAKTERISTIK WIRAUSAHA

No.	Item Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memiliki percaya diri yang tinggi di dalam menjalankan usaha saya					
2.	Saya memiliki target penjualan yang bisa saya capai					
3.	Saya berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha saya					
4.	Saya mampu mengatur usaha saya dengan baik					
5.	Saya memiliki ide-ide kreatif dalam mengembangkan usaha saya					
6.	Saya berusaha untuk mengembangkan usaha yang saya miliki					

LINGKUNGAN USAHA

No.	Item Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menjaga kualitas produk agar mampu bersaing dengan usaha lain yang sejenis					
2.	Saya berupaya menggunakan teknologi terbaru dalam mengembangkan usaha					
3.	Kemampuan finansial saya mencukupi dalam menjalankan usaha ini					
4.	Kondisi ekonomi saat ini mendukung usaha saya					
5.	Kondisi politik saat ini mendukung usaha saya					
6.	Peraturan yang ditetapkan pemerintah mendukung usaha yang saya jalankan					

KINERJA PEMASARAN

No.	Item Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Target penjualan usaha saya selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya					
2.	Saya merasa jumlah pelanggan saya mengalami peningkatan					
3.	Usaha saya mengalami peningkatan penjualan bila dibanding dengan tahun sebelumnya					
4.	Laba saya dalam beberapa waktu ini selalu mengalami peningkatan					

5	Usaha saya meningkat karena saya merasa bahwa pelanggan saya puas terhadap produk saya					
---	--	--	--	--	--	--

KEBERLANGSUNGAN USAHA

No.	Item Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan berusaha di bidang kuliner yang baru yang baru jual di masa mendatang					
2.	Saya akan menambah jenis produk dari usaha kuliner saya di masa mendatang					
3.	Saya akan mengikuti strategi usaha pesaing yang telah berhasil agar usaha saya juga ikut berhasil					
4.	Saya akan membuka cabang kuliner di lain tempat					
5	Saya mempertimbangkan segala risiko yang terjadi agar kelangsungan usaha saya tetap terjaga					

Bio Data – Ketua

1. Nama Lengkap : Dr. Marjam Desma Rahadhini, SE, MSi
2. NIDN : 0625126601
3. Tempat/Tanggal Lahir : Blora, 25 Desember 1966
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Pendidikan : S1 Manajemen, UGM Yogyakarta
S2 Manajemen, UGM Yogyakarta
S3 Manajemen, Univ. Brawijaya Malang
6. Alamat Lembaga : Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) Surakarta
Jl. Sumpah Pemuda No. 18 Kadipiro, Solo
No. Telp : (0271) 855717
7. Alamat Rumah : Cangakan RT.2 RW.10 No. 23, Nusukan, Solo
No. Telp : (0271) 729516, HP: 081329705283

1. Penelitian dalam 3 tahun terakhir

No	Judul Penelitian	Tahun
1	Pengaruh <i>Attributes Images</i> Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen Violet Resto Solo)	2018
2	Peran Inovasi Konsumen Dalam Menciptakan Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen SFA Steak dan Resto Surakarta)	2019
3	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing (Survei pada UMKM Pusat Jajanan Tradisional di Kota Solo)	2020
4	Pengaruh Digital Marketing dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM di Masa Pandemi Covid 19 (Survei pada UMKM Kuliner di Surakarta)	2021

2. Publikasi ilmiah dalam 3 tahun terakhir

No	Judul Publikasi	Nama Media	Tahun
3	Intention to Participate in Presidential Elections in Indonesia: The Effects of Religiosity and Peer References	Proceedings of The International Conference of Celscitech – Social Sciences and Humanities track (ICCELST-SS)	2019
4	Manajemen Persediaan Produk Jadi Karak non Borak Pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	Prosiding SENADIMAS ke 5 (Universitas Slamet Riyadi Surakarta)	2020
5	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing di Kota Solo	Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia (JMCLI) Vol.4, No.2 Okt	2020
6	Anteseden Kepuasan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi di Surakarta	Prosiding Seminar Nasional SENORITA dan Call for Paper (Universitas Merdeka Malang)	2020

7	The Role of Digital Marketing on Purchase Intention and Purchase Decisions at Kopi Si Budi Surakarta	Proceedings The 3 rd International Conference on Technology Education & Social Science (ICTESS)	2020
8	The Effect of Digital Marketing and Financial Inclusion on Business Sustainability Through Marketing Performance Culinary MSME's in Surakarta	Journal Economics, Finance, and Management Studies (JEFMS)	2021
9	Behavioural Intention in Consuming Culinary (Study on Tourism Industry in Solo - Indonesia)	Journal of Legal, Ethical and Regulatory (JLER)	2021
10	Exploring e-mobile banking implementation barriers on Indonesiaian Millennial Generation Consumers	International Journal of Data and Network Science, Vol 5 Issue 4, 2021	2021

3. Pengabdian Pada Masyarakat dalam 3 tahun terakhir

No	Judul Pengabdian	Tahun	Tempat
1	Pendampingan Manajemen Pemasaran Pada UKM Souvenir Berbahan Limbah Kayu Karang Taruna MMIB Banyuwangung, Kelurahan Kadipiro, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta	2018	Kadipiro, Solo
2	PKM Industri Makanan Rambak di Tempel (Sukoharjo) dan di Janti (Klaten) Jawa Tengah → Hibah PKM Dikti	2018	Tempel (Sukoharjo) dan Janti (Klaten)
3	Manajemen Persediaan Bahan Baku "Karak non Borak" pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	2019	Colomadu, Karanganyar
4	Manajemen Persediaan Produk Jadi Karak non Borak pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	2020	Colomadu, Karanganyar
5	Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Kripik Tempe di Masa Pandemi Pada Home Industry Sumber Agung Petoran, Jebres, Surakarta	2021	Petoran, Jebres, Surakarta

Surakarta, 10 Februari 2022
Yang membuat,



Dr. MD Rahadhini, SE, MSi

Bio Data – Anggota

I. IDENTITAS

1. Nama : Lamidi, SE, M.Si
 2. NIY./NIDN : 01940191 / 0631087102
 3. Tempat, Tgl. Lahir : Boyolali, 31 Agustus 1971
 4. Jenis Kelamin : Laki-laki
 5. Pangkat/ Gol : Penata/ III-C
 6. Jabatan/ : Lektor
 7. Pendidikan Terakhir : S2 UNDIP Semarang
 8. Alamat : Rejosari RT 07, RW II, Teras, Teras, Boyolali
 9. No Telp./Fax : HP 08122589901
 E-mail : lamidi71@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD	SDN Bangsalan I lulus Tahun 1984
SMP	SMP Negeri I Teras lulus Tahun 1987
SMA	SMA Negeri Kartasura lulus Tahun 1990
PT	Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta lulus Tahun 1994

III. PUBLIKASI ILMIAH

TAHUN	JUDUL PUBLIKASI	TEMPAT
2019	Manajemen Persediaan Bahan Baku Karak non Borak pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	Prosiding SENADIMAS ke 4 (Universitas Slamet Riyadi Surakarta)
2019	Peran Inovasi Konsumen Dalam Menciptakan Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen SFA Steak dan Resto Surakarta)	Prosiding REFANAS ke 4 (Universitas Slamet Riyadi Surakarta)
2020	Manajemen Persediaan Produk Jadi Karak non Borak pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	Prosiding SENADIMAS ke 5 (Universitas Slamet Riyadi Surakarta)
2021	The Effect of Digital Marketing and Financial Inclusion on Business Sustainability Through Marketing Performance Culinary Msme's In Surakarta	Journal of Economics, Finance and Management Studies (JEFMS) in Volume 4, 06 June 2021
2021	Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Kripik Tempe di Masa Pandemi Pada Home Industri Sumber Agung, Petoran, Jebres, Surakarta	Jurnal Abdimas Volume 5 Nomor 1, Juni 2021, Musi Charitas

IV. PENELITIAN YANG PERNAH DILAKUKAN

TAHUN	JUDUL PENELITIAN	TEMPAT
2017	Pengaruh Nilai Hedonis, Nilai Utilitarian dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen Timlo Sastro Solo)	Surakarta
2017	Pengaruh Kualitas Makanan, Kewajaran Harga dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan dan Retensi Pelanggan (Survei Pada Konsumen Vien's Selat Segar dan Sop Matahari Solo)	Surakarta
2018	Pengaruh Attribute Images Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen & Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen Violet Resto Solo)	Surakarta
2019	Peran Inovasi Konsumen Dalam Menciptakan Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen SFA Steak & Resto Surakarta)	Surakarta
2020	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing (Survei Pada UMKM Pusat Jajanan Tradisional di Kota Solo)	Surakarta
2021	Pengaruh Digital Marketing dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM di Masa Pandemi Covid 19 (Survei pada UMKM Kuliner di Surakarta)	Surakarta

V. PENGABDIAN YANG PERNAH DILAKUKAN

TAHUN	JUDUL PENGABDIAN	TEMPAT
2016	Strategi Mempertahankan Bisnis Ritel Dalam Persaingan Yang Kompetitif Kapada Pemilik Toko Ritel di Cangakan, Nusukan ,Solo	Cangakan, Nusukan, Surakarta
2017	Menciptakan Produk Inovatif Dengan Memanfaatkan Limbah Kain Pada Anggota Karang Taruna MMIB Kadipiro Solo	Kadipiro, Banjarsari, Surakarta
2018	Pendampingan Manajemen Pemasaran Pada UKM Souvenir Berbahan Limbah Kayu Karang Taruna MMIB Banyuagung, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta	Kadirpiro, Banjarsari, Surakarta

2019	Manajemen Persediaan Bahan Baku Karak Non Borak Pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	Bolon, Colomadu, Karanganyar
2020	Manajemen Persediaan Produk Jadi Karak Non Borak Pada Kelompok Usaha UPPKS Trampil Mandiri Bolon, Colomadu, Karanganyar	Bolon, Colomadu, Karanganyar
2021	Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Kripik Tempe di Masa Pandemi Pada Home Industri Sumber Agung, Petoran, Jebres, Surakarta	Petoran, Jebres, Surakarta

Surakarta, 10 Pebruari 2022
Pembuat,



Lamidi, SE, MSi