kiANALISIS PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAPKINERJAKEUANGANUMKMSEKTORUSAHADAGANG DI KOTA PAYAKUMBUH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata (S1) Pada Program Studi Akuunntansi Syariah

HAKIKI DWI AZANI
NIM. 3420065

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TA.2024/2025

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM SEKTOR USAHA DAGANG DI KOTA PAYAKUMBUH

Hakiki Dwi Azani
3420065
Akuntansi Syariah

UMKM di Payakumbuh menghadapi sejumlah permasalahan yakni masalah finansial diantaranya kinerja keuangan UMKM yang rendah. Hal tersebut disebabkan oleh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran yang masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh yang nantinya memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik UMKM, lembaga pembiayaan, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di Payakumbuh serta berkontribusi pada peningkatan ekonomi daerah dan nasional.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan menguji hipotesis dalam menemukan pengaruh pada variabel struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 91 responden dari 941 UMKM yang terdaftar di wilayah Kota Payakumbuh bagian Selatan dan pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan metode analisis data: 1) Regresi linier berganda, 2) Koefisien korelasi, 3) Koefisien determinasi, 4) Uji T, dan 5) Uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa struktur organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh dengan nilai t hitung 1.971 < 1.987 dan nilai signifikansinya 0.052 > 0.05. Kualitas sumber daya manusia berpenaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh dengan nilai t hitung 2.163 > 1.987 dan nilai signifikansinya 0.033 < 0.05. strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh dengan nilai t hitung 1.782 < 1.987 dan nilai signifikansinya 0.078 > 0.05. Dan struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau keseluruhan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh dengan f hitung 20.594 > f tabel 2.71, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05.

Kata Kunci: Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Strategi Pemasaran, Kinerja Keuangan UMKM

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE, HUMAN RESOURCE QUALITY, AND MARKETING STRATEGY ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF MSMES IN THE TRADING SECTOR IN PAYAKUMBUH CITY

Hakiki Dwi Azani
3420065
Sharia Accounting

MSMEs in Payakumbuh face several challenges, including financial issues, including poor financial performance. This is due to inadequate organizational structure, human resource quality, and marketing strategies. This study aims to determine the influence of organizational structure, human resource quality, and marketing strategies on the financial performance of MSMEs in the trading sector in Payakumbuh City. This study will provide valuable insights for MSME owners, financing institutions, the government, and other stakeholders in improving the sustainability and growth of MSMEs in Payakumbuh and contributing to regional and national economic growth.

This study uses a quantitative approach to test hypotheses to determine the influence of organizational structure, human resource quality, and marketing strategy on the financial performance of MSMEs in the trading sector in Payakumbuh City. Purposive sampling was employed, with 91 respondents from 941 MSMEs registered in the southern part of Payakumbuh City. Data were collected using a questionnaire, with data analysis methods: 1) Multiple linear regression, 2) Correlation coefficient, 3) Determination coefficient, 4) T test, and 5) F test.

The of this study shows that organizational structure does not significantly influence the financial performance of MSMEs in the trading business sector in Payakumbuh City with a t-value of 1.971 <1.987 and a significance value of 0.052> 0.05. The quality of human resources has a significant influence on the financial performance of MSMEs in the trading business sector in Payakumbuh City with a t-value of 2.163> 1.987 and a significance value of 0.033<0.05. Marketing strategy does not significantly influence the financial performance of MSMEs in the trading business sector in Payakumbuh City with a t-value of 1.782<1.987 and a significance value of 0.078> 0.05. And organizational structure, quality of human resources (HR) and marketing strategy have a positive and significant influence simultaneously or overall on the financial performance of MSMEs in the trading business sector in Payakumbuh with f count 20.594 > f table 2.71, and a significance value of 0.000 < 0.05.

Keywords: Organizational Structure, Human Resources (HR) Quality, Marketing Strategy, Financial Performance of MSMEs

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Serta shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada Baginada Nabi MUHAMMAD SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah sampai kezaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: **"Analisis Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Usaha Dagang di Kota Payakumbuh".**

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan permintaan maaf atas kekurangan dan kesalahan yang ada dalam skripsi ini. Penulis menyadari penulisan skripsi ini dapat diselesaikan karena bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, M.Si** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Beserta jajarannya.
2. **Bapak Dr.Aidil Alfin,M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajarannya.
3. **Ibu Khadijah Nurani, SE., M.Si** selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah.

4. **Ibu Gusrianti, S.pd., M.S.Ak** selaku dosen Pembimbing Akademik.
5. **Bapak H. Harfandi, SE., M.Si** selaku dosen pembimbing yang luar biasa dan sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan serta meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan masukan hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Akhirnya dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka semua saran dan komentar dari semua pihak dengan senang hati penulis terima. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan, dan semoga ALLAH SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Bukittinggi, 24 Juli 2025
Penulis

Hakiki Dwi Azani
NIM. 3420065

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 14
C. Rumusan Masalah 14
D. Tujuan Penelitian 15
E. Manfaat Penelitian 16
F. Penjelasan Judul 17
BAB II LANDASAN TEORI **20**
A. Landasan Teori 20
B. Landasan Syariah 39
C. Kajian Terdahulu 42
D. Kerangka Pemikiran 46
E. Hipotesis 47
BAB III METODE PENELITIAN **50**
A. Jenis Penelitian 50
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 50
C. Jenis Data dan Sumber Data 51
D. Populasi dan Sampel 51
E. Defenisi Operasional Variabel 53
F. Instrumen Penelitian 54
G. Uji Instrumen Penelitian 58
1. Uji Validitas 58
2. Uji Rehabilitas 59

3. Uji Asumsi klasik 59
H. Teknik Pengumpulan Data 61
I. Teknik Analisis Data 63
1. Statistik Deskriptif 63
2. Analisis Kuantitatif 63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 68
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 68
B. Hasil Uji Instrumen 68
1. Uji Validitas 68
2. Uji Reliabilitas 72
3. Uji Klasik 73
C. Karakteristik Responden 76
D. Deskriptif Hasil Penelitian 79
E. Hasil Analisis Data 81
1. Uji Regresi Linier Berganda 81
2. Koefisien Korelasi (R) 83
3. Koefisien Determinasi (R2) 84
4. Uji Signifikansi Persial (Uji T) 85
5. Uji Signifikan Simultan (Uji F) 87
F. Analisis Penulis 88
BAB V PENUTUP 96
A. Kesimpulan 96
B. Saran 97
DAFTAR PUSTAKA 99
LAMPIRAN 103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Payakumbuh tahun 2018-2022 9
Tabel 1.2 Tabel Data Jumlah UMKM Berdasarkan Jenisnya di Kecamatan Payakumbuh Selatan tahun 2022 10
Tabel 1.3 Jumlah UMKM Sektor Usaha Dagang Di Kota Payakumbuh 12
Tabel 2.1 KajianTerdahulu 43
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian 55
Tabel 3.2 Skor Skala Likert 62
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Struktur Organisasi 69
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Sumber Daya Manusia 70
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran 71
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kinerja keuangan 72
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian Semua Variabel 73
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas 74
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas 75
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas 76
Tabel 4.9 Karakteristik Responden 77
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif 79
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 82
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) 84
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefision Determinasi (R2) 85
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi Persial (Uji T) 86
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) 88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 47

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan merupakan upaya dalam meningkatkan kemampuan masyarakat agar dapat mempengaruhi masa depannya. Pembangunan mengarah kepada perubahan ke arah lebih baik dari taraf hidup sebelumnya. Pembangunan dalam era globalisasi sangat mengandalkan sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah[1]. Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan kerja yang ada.[2]

Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup itu diantaranya dengan melakukan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Keberadaan dan keberlangsungan hidup UMKM ikut dipengaruhi juga oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu motif ekonomi, sedangkan faktor eksternal yaitu lingkungan dan habitat ekonomi yang menjadi tempat hidup seseorang atau suatu komunitas dalam melaksanakan kehidupan ekonominya.

UMKM adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan

[1] And Others, 'UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa', 4.2 (2019), pp. 1–189.

[2] Bachtiar Rifai, 'Efensiasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah', 3.4 (2012), p. 32.

menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis ekonomi serta menjadi desiminator pertumbuhan ekonomi pasca krisis.[3]

Dalam konteks ekonomi Indonesia, ketidaksetaraan tetap menjadi tantangan krusial yang memengaruhi pembangunan. Penelitian oleh Agusta (2014) menyoroti ketidaksetaraan tersebut sebagai isu utama yang tidak bisa diabaikan. Fenomena ini mencerminkan ketimpangan distribusi kekayaan dan akses terhadap sumber daya. Implikasinya sangat signifikan dalam proses pembangunan ekonomi, karena ketidaksetaraan cenderung menghambat pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penanganan ketidaksetaraan memerlukan kebijakan yang terukur dan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan pembangunan yang lebih merata dan berkelanjutan bagi masyarakat Indonesia.[4]

Pemerintah mendorong investasi dan penciptaan lapangan kerja dengan mempromosikan UMKM. Tentunya juga dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Upaya ini merupakan bagian dari Undang Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penciptaan Lapangan Kerja. Terdapat tujuh Undang Undang dimana dua diantaranya Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008

[3] Mailizar, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Desa Alue Sungai Pinang Kabupaten Aceh Barat Daya)', 2022, pp. 1–72.

[4] Cindy Yolanda, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah(Umkm) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia', 2.3 (2024), pp. 70–86.

tentang UMKM dan Undang Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang diubah dan kemudian menjadi Undang Undang Cipta Kerja. Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM telah menetapkan tujuan dari UMKM sebagai berikut: "Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Undang Undang Cipta Kerja juga diperkuat dengan diterbitkannya pedoman pelaksanaan seperti PP Nomor 7 Tahun 2021. Peraturan Pemerintah ini membahas tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan UU PP 7/2021 tersebut, pemerintah pusat dan pemerintah daerah diberi wewenang untuk menyediakan layanan perumahan dan dukungan langsung kepada pelaku UMKM secara gratos. Dukungan hukum bagi UMKM diberikan dalam bentuk masukan-masukan hukum (legal advice), prosedur penyelesaian sengketa (mediasi dan arbitrase), dan dukungan diluar pengadilan (non litigasi).[5]

Menurut Robbins dan Coulter (2012:230), Struktur organisasi berfungsi untuk menunjukkan pola hubungan antara anggota atau membedakan semua bagian dalam organisasi sehingga tercipta kerjasama yang harmonis. Struktur organisasi yang baik berfungsi sebagai alat pengatur dan dapat mempengaruhi perilaku individu dan kelompok dalam organisasi, sehingga tercipta stabilitas

[5] Widodo Ramadhana, 'Pengaturan Hukum Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Brdasarkan Keadilan Ekonomi', 13.2 (2023).

dan kontinuitas yang dapat mewujudkan kelangsungan hidup organisasi. Dengan demikian struktur organisasi harus didesain sesuai dengan lingkungan pekerjaan mengetahui tugas apa yang akan dilakukan dan kepada siapa harus bertanggung jawab atas hasil yang dicapai. Jadi kegunaan struktur organisasi adalah mengendalikan, mengarahkan dan menyalurkan kemampuan anggota organisasi untuk mencapai sasaran dan hasil yang menjadi tujuan organisasi.[6]

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu aset perusahaan yang paling berharga dibandingkan dengan aset-aset lainnya dikarnakan sumber daya manusia ialah penggerak utama roda organisasi perusahaan. Sumber daya manusia haruslah dikelola secara optimal, continue serta diberi ekstra perhatian dan memenuhi hal-haknya, selain itu SDM adalah parter pengusaha untuk mencapai tujuan organisasi. Selain perusahaan sumber daya manusia juga hendaklah meningkatkan kompetensinya seiring dengan perkembangan globalisasi. Untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis perusahaan atau organisasi dituntut memperoleh, dan mengembangkan sumber daya manusia. SDM sebagai penggerak organisai banyak dipengaruhi oleh pelaku para pesertanya, serta peran dan fungsinya sangat mendukung untuk keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan.[7]

Kualitas Sumber Daya Manusia merupakan perpaduan antara kemampuan fisik (kesehatan) dan kemampuan non fisik (kemampuan bekerja, mental, berfikir, serta keterampilan lainnya) yang dimiliki seorang individu

[6] Nyoman Ary Juru, 'Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng', 4.2 (2020), pp. 8–21.

[7] Eka Sry Patmawati, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (Sdm) Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah', 2022.

sehingga mereka mampu untuk berkreasi, bekerja, berpotensi dalam organisasi atau perusahaan. Kualitas sumber daya manusia tidak hanya ditentukan oleh aspek keterampilan atau kekuatan tenaga fisiknya akan tetapi ditentukan oleh pendidikan atau kadar pengetahuan, pengalaman, sikap, dan kematangan dari seseorang. Oleh karna itu kualitas SDM dapat dilihat dari tingkat pengetahuan dalam meningkatkan pekerjaan, sikap dalam pelaksanaan pekerjaan, serta keterampilan dalam melaksanakan pekerjaan.[8]

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Menurut Tjiptono Dalam Tambojong (2013:1293) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah suatu alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangakan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.[9]

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati

[8] Dkk Fajar Rezeki Ananda, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Efektivitas Kerja Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pelaksana Di PT Perkebunan Nusantara III(Persero)', 12.2 (2019), p. 104.

[9] Esy Rizki Mulyanti, 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT BIM', 2021.

bersama.[10] Kinerja keuangan adalah gambaran tentang keberhasilan perusahaan berupa hasil yang telah dicapai berkat berbagai aktivitas yang telah dilakukan. [11] Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang memperlihatkan suatu keputusan-keputusan penting baik dalam hal penentuan segmen pasar dari produk yang dihasilkan perusahaan.[12]

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU terebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangandan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. [13]

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia ditunjukkan oleh peranannya sebagai pelaku usaha terbesar, serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), ekspor dan penciptaan modal tetap/investasi. UMKM memiliki potensi yang begitu besar namun kenyataanya UMKM masih mengalami masalah yang hingga kini

[10] Muindro Renyowijoyo, *Akuntansi Sektor Publik* (Mitra Wacana Media, 2013).
[11] Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keungan* (Alfabeta, 2015).
[12] Yuniningsih, *Manajemen Keuangan* (Indonesia Pustaka, 2018).
[13] Rahmat, 'Analisis Tingkat Pendapatan Pada Umkm Rumah Iphone Di Kota Parepre Pada Masa Covid-19', 2022.

masih menjadi kendala adalah keterbatasan modal yang dimiliki dan sulitnya UMKM mengakses sumber permodalan. [14]

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM tidak hanya memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapanga kerja, tetapi juga mendorong inovasi, mengurangi kesenjangan sosial, dan memperkuat perekonomian lokal. Di Indonesia, UMKM dianggap sebagai tulang punggung ekonomi, terutama di tingkat lokal dalam menghadapi krisis ekonomi. Saat terjadi krisis ekonomi global, situasi ekonomi di Indonesia secara otomatis akan semakin memburuk. Kondisi krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998, hanya sektor UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. [15]

Peran penting UMKM dalam perekonomian nasional bisa dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Dometsik Bruto (PDB) Indonesia. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menyebutkan, UMKM berkontribusi sebesar 60,3% terhadap PDB dan mampu menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Disisi lain, UMKM di Indonesia juga mengalami perkembangan di Indonesia[16] . Peran UMKM yang paling nampak adalah dalam hal penyerapan tenaga kerja yang bisa membantu peningkatakan perekonomian Masyarakat karena karakteristik pekerjaan disektor ini tidak memerlukan syarat yang banyak seperti pada Perusahaan besar. Pada akhirnya

[14] Lies Maria Hamza and Devi Agustien, 'Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kcil Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sekto UMKM Di Indonesia', 8.2 (2019).

[15] LPPI, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Bank Indonesia, 2015).

[16] Haryo Limanseto, 'Pengembangan Umkm Sebagai Motor Penggerak Perekonomian Nasional Terus Mendapat Dukungan Pemerintah.Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia', 2022.

produk-produk UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif akan mampu menembus pasar global.[17]

Perlu diingat bahwa aspek kinerja perusahaan merupakan hal yang penting selain memperoleh laba. Karena itu yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha UMKM adalah tidak hanya bagaiman usaha untuk memperoleh laba, namun disamping itu hal yang penting lagi yaitu bagaimana upaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja usaha berhubungan dengan bagaimana UMKM mengelola sumber daya yang dimiliki dalam menghasilkan keuntungan yang akan meningkatkan kemakmuran usahanya. Jadi kinerja tidak hanya sekedar memperoleh laba yang besar akan tetapi juga berhubungan dengan efektifnya UMKM dalam mengelola bisnisnya tersebut. Salah satu di antaranya kinerja UMKM adalah kinerja keuangan. [18]

Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi masyarakat telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan dapat di artikan persamaan hidup yang setingkat lebih dari kehidupan. Seseorang akan merasa hidupnya sejahtera apabila ia merasa senang. Tidak kurang suatu apapun dalam batas yang mungkin dicapainya, ia terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancam.[19]

Untuk mengukur faktor internal terhadap kinerja keuangan umkm di payakumbuh, dapat dilakukan pengukuran terhadap struktur organisasi,

[17] Gunawan dan Egi Rizki Maulana Putra, 'Perlindungan Dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM Di Desa Cililin. AL-MANHAJ', 5.1 (2023).

[18] Siregar Winbaktianur, 'Kinerja Keuangan Usaha Mikro Dan Kecil', 5.2 (2020), pp. 21–29.

[19] Mita Noveria, *Pertumbuhan Penduduk Dan Keseahteraan* (2011).

kualitas SDM (Sumber Daya Manusia), dan stategi pemasaran. Evaluasi terhadap faktor internal suatu UMKM penting untuk perkembangan kedepannya, karena dapat memberikan gambaran mengenai hasil-hasil yang telah dicapai pemilik UMKM pada masa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang. Sehingga dapat mengetahui kelebihan, kekurangan dan kelemahan UMKM tersebut.

Tabel 1.1
Tabel Data jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah
Kota Payakumbuh tahun 2018-2022

Jenis Usaha	Tahun				
	2018	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Mikro	16.714	16.770	19.388	20.088	18.331
Kecil	2.565	2.615	2.615	2.865	4.622
Menengah-Besar	448	458	458	458	458
Persentase ukm terhadap umkm	**15,273**	**15,487**	**13,681**	**14,194**	**21,699**

Sumber: Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Payakumbuh, 2024

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah UMKM secara keseluruhan di Kota Payakumbuh berdasarkan data dari dinas koperasi dan UMKM Kota Payakumbuh setiap tahunnya selalu berubah. Pada bidang usaha mikro terjadi peningktan yang signifikan berdasarkan surat izin usaha perdagangan (SIUP) yaitu pada tahun 2021 sebanyak 20.088 unit. Namun pada tahun 2022 terjadi penurunan, hal ini disebabkan karena banyaknya pelaku usaha yang tidak melakukan pemanjangan SIUP ke badan penanaman modal daerah (BPMD), namun usaha mereka masih tetap berjalan. Pada bidang usaha

kecil juga mengalami peningkatan di setiap tahunnya, peningkatan yang paling tinggi yaitu pada tahun 2022 sebesar 4.622 unit.

Tabel 1.2
Tabel Data Jumlah UMKM Berdasarkan Jenisnya di Kecamatan Payakumbuh Selatan tahun 2022

No	Kecamatan	Jenis Umkm	Jumlah Umkm
1.	Payakumbuh selatan	Usaha dagang	298
2.	Payakumbuh selatan	jasa	643

Sumber: Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Payakumbuh, 2024

Menurut data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kota Payakumbuh tahun 2022 perkembangan jumlah UMKM di Kota Payakumbuh meningkat. Jumlah peningkatannya meningkat sebesar 1.412 di wilayah Kecamatan Payakumbuh Selatan. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan UMKM berpengaruh besar pada roda perekonomian nasional.

Pada dasarnya kinerja sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal merupakan faktor yang bersumber dari dalam usaha bisnis tersebut dan biasanya dapat dikendalikan. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang bersumber dari luar kegiatan usaha yang sulit untuk di kendalikan.Penelitian yang berkaitan dengan mengukur pengaruh faktor internal dan terhadap kinerja UMKM di wilayah Payakumbuh ini perlu dilakukan, mengingat UMKM di wilayah Payakumbuh mampu menyerap tenaga kerja, sehingga mengurangi pengangguran dan juga mempu meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu mngetahui faktor-faktor yang dapat menghambat kinerja UMKM menjadi salah satu bagian yang perlu

mendapatkanperhatian, agar UMKM dapat melakukan antisipasi dan meminimalisasi faktor-faktor tersebut, sehingga UMKM dapat meningkatkan kinerjanya.[20]

Penelitian ini sangat penting karena tidak hanya menjelaskan permasalahan penelitian, mengatasi kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan informasi mengenai analisis pengaruh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh.

UMKM sektor Usaha Dagang (UD) adalah bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan. Keuntungan dari barang yang dijual di peroleh dengan memperhitungkan biaya distribusi dan operasional. Usaha dagang sendiri merupakan jenis badan usaha yang didirikan oleh pribadi atau perorangan dengan modal yang berasal dari dana pribadi. Usaha dagang dapat menjual satu jenis barang saja ataupun berbagai macam jenis barang dalam jumlah besar (biasanya disebut grosir) atau sebagai pengecer langsung ke konsumen dengan jumlah barang secukupnya. Usaha dagang (UD) memiliki kriteria yang cukup mudah, yakni yang paling utama memiliki usaha yang dijalankan secara mandiri oleh satu orang.[21]

[20] Kinerja Usaha, 'Mikro Kecil, and D A N Menengah, „Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)', 5.2 (2020).

[21] Oemar Moechthar, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia* (Airlangga University Press, 2019).

Tabel 1.3
Jumlah UMKM Sektor Usaha Dagang Di Kota Payakumbuh

NAMA	TAHUN				
	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah Pasar (pasar tradisional, modern, swalayan, kios, toko)	4.272	4.272	4.272	4.272	4.272
Pasar tradisional (ibuh)	2	2	2	2	2
Pasar lokal (pusat pertokoan)	1	1	1	1	1
Mall	1	1	0	0	0
Pasar swalayan	42	42	43	43	43
Kaki lima	2.261	2.169	2.169	2.169	2.169

Sumber: Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Payakumbuh, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa UMKM sektor usaha dagang mengalami peningkatan dan penurunan dari tahun ke tahun. Meskipun terdapat peningkatan jumlah UMKM namun, kenyataannya UMKM di Kota Payakumbuh menghadapi sejumlah permasalahan yakni masalah finansial dan non finansial. Salah satu contoh dari masalah finansial adalah kinerja keuangan UMKM pada sektor usaha dagang yang rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Kota Payakumbuh yaitu terjadinya penurunan omset penjualan.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terdapat beberapa tantangan yang dapat memengaruhi kinerja keuangan secara signifikan. Struktur organisasi yang tidak efektif berpotensi menghambat efisiensi operasional, yang pada gilirannya dapat mengurangi produktivitas secara keseluruhan. Selain itu, kualitas sumber daya manusia yang bervariasi dalam UMKM sering kali menjadi faktor penghambat, karena perbedaan ini

dapat memengaruhi inovasi dan produktivitas usaha. Terakhir, kurangnya strategi pemasaran yang optimal serta pemahaman yang terbatas tentang pasar dan perilaku konsumen dapat menyebabkan rendahnya daya saing dan penjualan. Semua faktor ini saling berhubungan dan berkontribusi pada dampak negatif terhadap kinerja keuangan UMKM. Sudah sangat sewajarnya bila suatu sektor usaha yang mampu memberikan kontribusi yang besar bagi masyarakat diberi perhatian yang lebih besar agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya.[22]

Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada analisis pengaruh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian yang tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda Penelitian ini penting karena akan memberikan pemahaman lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di era modern saat ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik UMKM, lembaga pembiayaan, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM usaha dagang di Kota Payakumbuh serta berkontribusi pada

[22] Tasya Aspiranti, 'Potensi Dan Kendala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah', 2007, p. 35.

peningkatan ekonomi daerah dan nasional.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka saya tertarik untuk membahas dalam sebuah penelitian dengan judul: **Analisis Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Usaha Dagang di Kota Payakumbuh.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Struktur Organisasi yang tidak efektif berpotensi menghambat efisiensi operasional dan kinerja keuangan.
2. Kualitas Sumber Daya Manusia yang beragam kualitas sumber daya manusia di UMKM sering kali bervariasi, hal Ini dapat mempengaruhi produktivitas dan inovasi dalam usaha, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja keuangan.
3. Strategi Pemasaran yang kurang optimal, Kurangnya pemahaman tentang pasar dan perilaku konsumen dapat mengakibatkan rendahnya daya saing dan penjualan, yang berdampak negatif pada kinerja keuangan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh struktur organisasi terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh?

2. Bagaimana pengaruh kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh?
4. Bagaimana pengaruh struktur organisasi, kualitas SDM (Sumber Daya Manusia), dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh?

D. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya setiap pekerjaan mempunyai tujuan, sehingga penelitian ini juga mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Hal yang ingin penulis capai dalam penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur organisasi terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur organisasi, kualitas SDM (Sumber Daya Manusia), dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh

E. Manfaat Penelitian

Berangkat dari tujuan diatas, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang mempunyai kebutuhan dan tujuan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh faktor internal terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Payakumbuh, serta dapat menjadi bahan kajian bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Akademisi Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan kajian literatur mengenai pengaruh faktor internal terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh.

   b. Bagi Penulis Bagi peneliti, manfaat penelitian ini merupakan untuk memenuhi tugas akhir sekaligus mempraktekan ilmu yang didapatkan selama proses belajar akuntansi dengan kondisi nyata yang ada di UMKM di Kota Payakumbuh. Semoga penelitian ini bisa menambah pengetahuan dan wawasan dalam menganalisis pengaruh faktor internal terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh.

   c. Bagi UMKM, manfaat penelitian ini yaitu dapat membantu UMKM sektor usaha dagang meningkatkan efisiensi operasional mereka

dengan mengoptimalkan pemahaman tentang faktor internal dalam pengelolaan keuangan pada UMKM.

3. Manfaat Praktis

Bagi penulis, skripsi merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

F. Penjelasan Judul

Penelitian yang penulis lakukan berjudul "Analisis pengaruh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pmasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh", maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Struktur organisasi: Struktur organisasi merupakan Gambaran dari pembagian wewenang dan tanggung jawab serta hubungan vertikal dan horizontal suatu organisasi dalam melaksanakan aktivitasnya.[23]
2. Sumber daya manusia (SDM): sumber daya manusia (SDM) adalah individu yang produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.
3. Strategi pemasaran: Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program

[23] Nurlia, 'Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan", Meraja Journal', 2.2 (2019), pp. 51–56.

pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.[24]

4. Kinerja keuangan: kinerja keuangan dalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan yang dinyatakan dalam nilai uang dan biasanya digambarkan dalam laoran keangan perusahaan.
5. UMKM: Menurut Undang- Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria tertentu, seperti jumlah karyawan dan omset tahunan. Kinerja keuangan UMKM menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan dan keberlanjutan usaha tersebut. [25]
6. Sektor Usaha Dagang: Bentuk usaha yang paling sederhana ialah salah satunya adalah Perusahaan Perorangan/Usaha Dagang (UD). Perusahaan Perorangan atau yang disebut dengan Usaha Dagang (UD) merupakan usaha swasta yang pemilik usaha atau pengusahanya terdiri dari satu orang. Modal atau bunga yang dimaksud dapat berupa uang tunai, produk, atau pekerjaan (keterampilan), yang semuanya dapat bernilai uang tunai.[26] Kegiatan usaha dagang adalah kegiatan membeli dan menjual kembali barang atau jasa dengan tujuan mencari keuntungan termasuk juga menjadi perantara dari kegiatan tersebut. Usaha dagang umumnya ialah dimiliki oleh perorangan.[27]

[24] Fandy Tjiptono, 'Strategi Pemasaran, Makalah Ilmiah Ekonomika', 2011.

[25] Atsna Himmatul Aliyah, 'Eran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi', 3.1 (2022).

[26] Sitta Saraya dan Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah, *Bahan Ajar Pengantar Hukum Dagang (Klaten: Lakeisha*, 2022.

[27] Henry S. Siswosoediro, *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen* (Visimedia, 2008).

Dapat disimpulkkan bahwa struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia, strategi pemasaran, kinerja keuangan, dan UMKM sektor usaha dagang menunjukkan bahwa kelima elemen ini saling berinteraksi dan berkontribusi pada keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah. Semua faktor ini berujung pada peningkatan kinerja keuangan, yang merupakan indikator keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM sektor usaha dagang dalam perekonomian. Dengan demikian, integrasi yang baik antara struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan kinerja keuangan menjadi kunci bagi kesuksesan UMKM sektor usaha dagang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Struktur Organisasi

a) Pengertian

Organisasi adalah sekelompok orang yang memiliki satu tujuan yang sama, saling menggerakkan dan memiliki sarana untuk mencapai tujuan tersebut dengan adanya suatu koordinasi.[28] Struktur organisasi adalah susunan komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan fungsi atau kegiatan yang berbeda kemudian diintegrasikan. Selain itu, struktur organisasi juga memperlihatkan arus interaksi dalam organisasi yang memutuskan, memerintah, menjawab dan melaksanakan pekerjaan.[29]

Struktur organisasi adalah pola-pola tugas dan hubungan tugas yang telah ditetapkan, alokasi aktivitas pada sub-sub unit yang terpisah, distribusi kewenangan diantara posisi administrasi, dan jaringan komunikasi formal. Struktur organisasi adalah keseluruhan dari tugas-tugas yang dikelompokkan ke dalam fungsi-fungsi yang ada sehingga merupakan suatu kesatuan harmonis, yakni diarahkan dan dikembangkan secara terus-menerus pada suatu tujuan tertentu menuju

[28] Martono Anggusti, 'Pengelolaan Perusahaan Dan Kesejahteraan Tenaga Kerja', 2020.

[29] H. A Rusdiana, 'Kewirausahaan Teori & Praktik. Bandung: CV. Pustaka Setia Sugirhartono Dkk. (2013). Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press. Suryana.(2013). Kewirausahaan, 2014.'

kondisi optimal. Struktur organisasi juga dapat dartikan sebagai gambaran dari pembagian wewenang dan tanggung jawab serta hubungan vertical dan horizontal suatu organisasi dalam melaksanakan aktivitasnya. Perubahan terhadap struktur organisasi merupakan jawaban dari berbagai tekanan baik internal maupun eksternal. Salah satu tuntutan masyarakat saat ini adalah ekfektifitas sistem administrasi public dalam menjalankan fungsi pelayanan masyarakat melalui penataan kembali struktur organisasi yang lebih sehat dan efisien.

Struktur organisasi menspesifikasikan pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi atau aktivitas yang beraneka ragam yang dihubungkan sampai batas tertentu, juga menunjukkan tingkat spesialisasi aktivitas kerja. Struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi. Pengertian lain dari struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka itu tugas-tugas pekerjaan dibagi bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan.[30]

[30] Nyoman Ary Juru, 'Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)', 4.2 (2020).

b) Faktor yang mempengaruhi struktur organisasi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan yaitu struktur modal, ukuran perusahaan dan total aset turnover. Faktor pertama yang diduga mempengaruhi kinerja keuangan yaitu struktur modal. Menurut Kusumajaya, struktur modal merupakan perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri perusahaan. Dalam pendanaan kegiatan perusahaan, perusahaan harus dapat mengkombinasikan hal yang dapat memberikan laba dari modal hutang. Keadaan ini mencerminkan modal yang diatur dengan tepat sesuai dengan hutang jangka panjang dan modal saham. Struktur modal diproksikan Debt to Equity dapat mendongkrak laba perusahaan dan para pemegang saham pun ikut memperoleh laba.

Penelitian Hartoyo, Zakiyah, Salim dan Wahono dan Rahayu memberikan bukti struktur modal berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun berbanding terbalik penelitian oleh Tambunan, Jessica Talenta Agustina dan Prabawani yang menunjukkan struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Faktor kedua yang diduga dapat mempengaruhi kinerja keuangan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan tercermin dari nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Tahapan kedewasaan (maturity) perusahan digambarkan dari total asset yang besar. Ukuran perusahaan meningkat menjadi idola

kepercayaan investor dalam hal informasi keuangan yang lebih lengkap dan dapat meningkatnya kinerja perusahaan secara terus-menerus.[31]

2. SDM (Sumber Daya Manusia)

a) Resource Based View Theory

Teori ini pertama kali dirumuskan oleh Rumelt , (Wernerfelt , dan Barney[32]. Teori ini membahas bahwa suatu usaha dapat mencapai keunggulan bersaing secara finansial maupun nonfinansial melakui kepemilikan, penguasaan, dan optimalisasi aset secara strategis, baik aset berwujud maupun yang tidak berwujud. Oleh karena itu, suatu usaha akan lebih unggul dalam persaingan usaha dan meningkatkan kinerja keuangan yang baik yaitu dengan mengembangkan sumber daya yang dimilikinya dengan mengedepankan pengetahuan atau perekonomian dengan mengandalkan aset-aset tersebut.

Menurut Dasuki (2021), kompetensi berperan signifikan dalam membentuk hasil operasional suatu perusahaan. Suksesnya kinerja perusahaan terkait erat dengan kemampuan tim manajemen dalam mengoptimalkan keahlian mereka dan menerapkan strategi bersaing yang berlandaskan pada kompetensi inti. Perusahaan yang dapat mencapai performa unggul cenderung lebih berhasil daripada

[31] and Sri - Martina Eva - Sriwiyanti, Elfina O.P. Damanik, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perusahaan Properti Dan Real Estate Di BEI'', 5.2 (2021), pp. 184–92.

[32] Barney and Delwyn, *Resource-Based Theory* (Oxford University Press, 2007).

pesaingnya yang kurang mampu melakukannya. Keunggulan dalam kompetensi juga memungkinkan perusahaan untuk memperoleh informasi yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan mereka[33]. Berdasarkan pendekatan Resource Based View Theory dapat disimpulkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif yang nantinya akan berpengaruh terhadap kinerja usaha. Sumber daya yang dimiliki UMKM disini dari aset tidak berwujud yang berupa sumber daya manusia dan financial technology. Selain itu, teori ini juga memaparkan cara organisasi dapat mengembangkan sumber dayanya untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Penerapan teknologi keuangan dapat mendukung efisiensi penggunaan sumber daya manusia, termasuk kompetensi SDM, yang selaras dengan strategi organisasi untuk meraih keunggulan kompetitif.

b) Pengertian sumber daya manusia

Pada dasarnya, yang dimaksud dengan sumber daya manusia adalah setiap orang pada suatu organisasi (o‟reilly, 2004). Sumber daya personal yang dimiliki perusahaan ini dipilih melalui proses rekrutmen dan seleksi sebagaimana yang menjadi tugas manajemen personalia (Mckenna & beech, 2000). Dalam suatu organisasi, sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya yang meliputi semua orang yang melakukan aktivitas. Secara umum, sumber daya yang

[33] Rima Ely Dasuki, 'Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View', 12.3 (2021), p. 450.

terdapat dalam suatu organisasi bisa dikelompokkan atas dua macam, yaitu (1) sumber daya manusia dan sumber daya non- manusia (gomes, 2003). Dengan kata lain, sumber daya manusia adalah setiap individu yang bekerja di perusahaan yang dikelola untuk mencapai tujuan organisasi.[34]

Sumber daya manusia (SDM) adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Pengertian sumber daya manusia makro secara umum terdiri dari dua yaitu SDM makro yaitu jumlah penduduk dalam usia produktif yang ada di sebuah wilayah dan SDM mikro dalam arti sempit yaitu individu yang bekerja pada sebuah institusi atau perusahaan.

Sumber daya manusia adalah individu yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik institusi maupun perusahaan dan berfungsi sebagai asset yang harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Manajemen sumber daya manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan (goal) bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat. Sumber daya manusia didasari

[34] Noiva Aristyani Esay and R. R. Retno Ardianti, 'Pengelolaan Sumber Daya Manusia Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur', 3.3 (2013), pp. 1–13.

pada suatu konsep bahwa setiap karyawan adalah manusia bukan mesin dan bukan semata menjadi sumber daya bisnis.[35]

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus dimiliki dalam upaya mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia merupakan elemen utama organisasi dibandingkan dengan elemen sumber daya yang lain seperti modal, teknologi, karena manusia itu sendiri yang mengendalikan faktor yang lain. Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi itu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kamukama, mengatakan bahwa human capital (pendidikan, pengalaman, keterampilan, kreatifitas) berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja keuangan lembaga keuangan mikro di Uganda. Penelitian ini serupa dengan Warisno, Bakotic & Buble menunjukan bahwa kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan

[35] Hasmin Tamsah and Ramli Hatma Mutmainnah Syamsir, 'Engaruh Kepuasan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Melalui Motivasi Karyawan Hotel Claro Makassar', 3.2 (2019), pp. 78–91.

terhadap kinerja keuangan, dimana semakin tinggi kualitas sumber daya manusia maka kinerja keuangan juga akan meningkat.[36]

3. Strategi Pemasaran

a) Pengertian

Strategi adalah rencana yang dikembangkan oleh seorang eksekutif perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang yang akan meningkatkan kualitas bisnis perusahaan. Tentunya dalam setiap bisnis dia memiliki strategi untuk melancarkan bisnis yang telah dia buat. Strategi memegang peranan penting dalam berfungsinya suatu bisnis, baik itu bisnis di industri mie basah atau bisnis lainnya ada strategi terbaik untuk memfasilitasi operasi bisnisnya. Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran.[37]

Strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran

[36] Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Kualitas Anggaran Terhadap Kinerja Keuangan Daerah Yang Dimoderasi Dengan SIMDA Pada SKPD Kabupaten Buton Utara', 8.1 (2016), pp. 50–60.

[37] Irdha Yanti and Desi Idayanti, 'Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju', 1.1 (2022), pp. 1–13.

pemasaran, dan budget untuk pemasaran. Korelasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM di sektor kuliner di sepanjang jalan Gondangrejo – Gemolong secara visualisasi tidak terlihat begitu mencolok, hanya sebatas spanduk dan edukasi produk yang mereka milliki kepada pengguna jalan yang melintas, kualitas ajakan dan promosi tidak begitu marak sehingga perlu adanya peningkatan di lini startegi pemasaran. Bahwa strrategi pemasaran ini berdampak besar bagi keuntungan dan pemasukan bisnis pelaku UMKM. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Suindari dan Ni Made Rai Juniariani (2020) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Haris dan Syamsudin (2023) bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.[38] Dengan memahami hubungan antara strategi pemasaran dan kinerja keuangan, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang.[39]

b) Aspek-aspek strategi pemasaran

Aspek strategi bersaing dimana terbagi lagi menjadi sejumlah bagian: Segmen pasar dimana aspek ini merupakan kegiatan dalam

[38] Siwi Dyah Ayu Sukmawati and Naili Amalia, 'Pengaruh Sikap Keuangan, Strategi Pemasaran, Locus Of Control, Dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja UMKM Pada Sektor Kuliner Di Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar'', 2.1 (2024), pp. 93–108.

[39] Fikaria Br Tarigan And, 'Analisis Strategi Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Keuangan The Wood ' s Coffee Tanjung Morawa'', 2024.

melakukan identifikasi dan melakukan pembentukan atau mengelompokkan pelanggan yang berbeda. Target dimana aspek ini merupakan kegiatan dalam melihat dan memilih segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan. Pemosisian dimana aspek ini ialah kegiatan melihat kedudukan dalam pasar yang bertujuan dalam membentuk dan memperkenalkan keunggulan kompetitif dari produk yang ditawarkan pada pikiran pelanggan.

Aspek taktik pemasaran dimana terbagi lagi menjadi sejumlah bagian: Bagaimana membentuk strategi pemasaran untuk sejumlah aspek usaha. Aktivitas merumuskan kebijakan ialah tindakan dalam mengelompokkan perbedaan yang dimiliki oleh suatu badan usaha dengan badan usaha lain biasa disebut dengan diferensiasi. Bauran pemasaran dimana melibatkan aktivitas yang memiliki hubungan pada produk yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, promosi yang dilakukan dan cara mendistribusikan produk.

Aspek nilai pemasaran dimana terbagi lagi menjadi sejumlah bagian: Merek ialah poin yang berhubungan dengan nama yang melekat pada usaha yang dilakukan. Badan usaha mesti senantiasa berupakan dalam melakukan peningkatakan terkait citra dari mereknya. Apabila ekuitas merek dengan baik mampu diatas, badan usaha yang terlibat dapat menggapai dua poin yakni pelanggan akan memperolah nilai dari produk yang ditawarkan. Pelanggan mampu merasakan manfaat yang didapatkan setelah menggunakan produk dan

merasakan kepuasan sebab produk mampu memenuhi keinginannya. Yang kedua ialah badan usaha mendapatkan nilai dari sikap loyal pelangganya pada merek dimana margin keuntungan yang meningkat, keunggulan kompetitif, efisiensi dan kefektifan dalam bekerja, khususnya pada kegiatan pemasaran yang dilakukan. Layanan dimana aspek ini berhubungan pada pengembalian layanan untuk pelanggan sehingga harus senantiasa dilakukan peningkatan. Proses dimana aspek ini merujuk pada prinsip badan usaha ialah dengan melibatkan karyawannya secara langsung atau tidak langsung dalam proses yang dilakukan khususnya pada proses kepuasan pelanggan.[40]

4. Kinerja Keuangan

a) Pengertian

Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai alat ukur khusus yang dapat pengukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai keuntungan. Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai alat untuk mengukur posisi suatu keuangan dengan menganalisis rasio-rasio keuangan untuk beberapa periode tertentu. Dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan, sangat penting untuk mengetahui sumber daya mana yang digunakan secara optimal. Dalam hal itu kinerja keuangan juga sebagai penentu hidupnya suatu usaha.[41]

[40] Deti Mulyanti Fareiz Aulia Firman, 'Strategi Bisnis Pada Klinik Kesehatan Menggunakan Analisis SWOT. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis', 2.2 (2023), pp. 126-139.

[41] Putri and Others, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda.'', 6.2 (2022).

Kinerja keuangan merupakan indikator dalam mengavaluasi dalam mengukur kondisi keuangan perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Kinerja keuangan perusahaan yang stabil merupakan daya tarik bagi investor untuk menginvestasikan modal pada perusahaan, sehingga menjaga kestabilan kinerja keuangan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai peusahaan. Kinerja keuangan dapat ditunjukan melalui laporan keuangan.[42]

Menurut Sucipto (2018) kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasil laba. Sedangkan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya. Jadi dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Kinerja keuangan merupakan suatu proses yang wajib di lakukan oleh perusahaan dikarnakan masalah keuangan merupakan salah satu persoalan pokok yang menyangkut kelangsungan hidup perusahaan, maka dari itu perlu diadakan penanganan yang profesional dalam setiap kegiatan

[42] Salsabila Septiani Putri and Sungkono Sungkono, 'Analisis Kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil Mikro Menengah (Umkm) Di Kabupaten Karawang', 2.7 (2023), pp. 57–63.

operasional untuk mengantisipasi terjadinya kelebihan atau kekurangan dana yang malah akan menimbulkan kebangkrutan.[43]

Kinerja keuangan dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Profitabilitas menunjukkan kemampuan usaha untuk menghasilkan laba, sedangkan likuiditas mengukur kemampuan usaha untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Solvabilitas menunjukkan kemampuan usaha untuk memenuhi kewajiban jangka panjang. Dengan menganalisis kinerja keuangan, kita dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari UMKM yang ada.

Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai alat ukur khusus yang dapat pengukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai keuntungan. Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai alat untuk mengukur posisi suatu keuangan dengan menganalisis rasio-rasio keuangan untuk beberapa periode tertentu. Dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan, sangat penting untuk mengetahui sumber daya mana yang digunakan secara optimal. Dalam hal itu kinerja keuangan juga sebagai penentu hidupnya suatu usaha.[44]

b) Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM. Berikut adalah faktor-faktor tersebut:

[43] and Stanley Kho Walandouw Briando Loho, Inggriani Elim, 'Analisis Rasio Likuditas, Solvabiitas, Aktivitas Dan Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Tanto Intim Line', 9.3 (2021), pp. 68–74.

[44] et al Rahma Eka Putri, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda', 6.2 (2022), pp. 1664–76.

1. Modal. Kurangnya modal dapat mempengaruhi kinerja keuangan UMKM. Modal yang cukup dapat membantu UMKM untuk memperluas usaha dan meningkatkan produksi.[45]
2. Pemberian kredit. Pemberian kredit kepada UMKM dapat mempengaruhi kinerja keuangan UMKM. Pemberian kredit yang mudah dan cepat dapat membantu UMKM untuk memperluas usaha dan meningkatkan produksi.[46]
3. Kemampuan manajerial. Kurangnya kemampuan manajerial dapat mempengaruhi kinerja keuangan UMKM. Kemampuan manajerial yang baik dapat membantu UMKM untuk mengelola bisnis dengan lebih efektif dan efisien.[47]
4. Penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi dapat mempengaruhi kinerja keuangan UMKM, seperti dengan menggunakan platform e-commerce, media sosial untuk memasarkan produk, dan penggunaan teknologi keuangan.[48]

c) Berikut indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan UMKM :[49]
   1. Pedoman pendanaan kebijakan pembiayaan akan membantu UMKM memutuskan berapa banyak uang tunai yang tersedia, di

[45] Rima Octaviani and Rizqy Fadhlina Putri, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Medan', 1.1 (2021).
[46] Sri Ayem and Umi Wahidah, '"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta"', 4.1 (2021).
[47] Wahidah.
[48] and Aryanto Ida Farida, Sunandar, '"Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Tegal"', 8.2 (2019).
[49] Robbins and Timothy, *Perilaku Organisasi* (Selemba Empat, 2015).

mana mendapatkannya, dan apakah mereka mampu membiayai ambisi perusahaan untuk memperluas nilainya.

2. Ketersediaan kas Kelebihan uang tunai yang tersedia di lokasi bisnis akan dimanfaatkan untuk ekspansi bisnis yang akan menghasilkan keuntungan.
3. Ketepatan waktu melunasi kewajiban ini akan digunakan untuk membangun perusahaan dengan cara yang akan memberikan keuntungan jika ada kelebihan dana tunai yang tersedia di lokasi operasi.
4. Efektifitas pengelolaan persediaan. Pelaku UMKM seringkali memberikan laporan keuangan sederhana berupa neraca yang menyoroti status modal kerja mereka. Mereka dapat dengan tepat menghitung nilai persediaan akhir mereka.
5. Kemampuan menghasilkan laba. Pendapatan yang diperoleh para pelaku UMKM tahun ini biasanya dibandingkan dengan kebutuhan bisnis mereka. Khususnya, pendapatan yang dimiliki juga memberikan manfaat untuk menghasilkan atau menciptakan barang dan jasa secara efektif dan efisien.

Untuk mengukur kinerja keuangan UMKM dapat digunakan berbagai indikator keuangan seperti aset, laba bersih, dan volume penjualan. Namun penggunaan indikator keuangan yang kompleks

dapat menjadi tantangan bagi UMKM karena terbatasnya kemampuan pengelolaan keuangan mereka[50].

Oleh karena itu, penting untuk menggunakan indikator yang sederhana dan mudah dipahami untuk mengukur kinerja keuangan UMKM. Untuk meningkatkan kinerja keuangan UMKM, penting untuk mengatasi permasalahan terkait pengelolaan keuangan, seperti keterbatasan sumber daya keuangan dan praktik pengelolaan keuangan yang buruk.

5. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi

[50] Salsabila Septiani Putri And Sungkono2, ‘, “Analisis Kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil Mikro Menengah (Umkm) Di Kabupaten Karawang”’, 2.7 (2023).

kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- Undang ini.

3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah[51]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja dan berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria tertentu, seperti jumlah karyawan dan omset tahunan. Kinerja keuangan UMKM menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan dan keberlanjutan usaha tersebut.

[51] et al Aris Risqiana, 'Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak'.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro merupakan suatu unit usaha yang jumlah pekerja tetapnya hingga 4 orang, untuk usaha kecil pekerja tetapnya antara 5 sampai 19 orang, dan usaha menengah jumlah pekerja tetapnya dari 20 hingga 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar. Pentingnya keberadaan usaha mikro kecil dan menengah dalam kancah perekonomian nasional tidak hanya karena jumlahnya yangbanyak, tetapi juga dalam hal banyaknya kemampuan menyerap tenaga kerja. Selain itu usaha berskala mikro, kecil dan menengah juga mampu melakukan kegiatan ekspor barang-barang tertentu yang mampu menghasilkan jumlah devisa yang cukup besar sehingga mampu menyumbang kontribusi terhadap Product Domestic Bruto (PDB). Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.[52]

UMKM di Payakumbuh menghadapi berbagai tantangan, seperti akses terhadap modal, pelatihan, dan informasi pasar. Faktor internal seperti manajemen yang kurang baik dan kurangnya keterampilan sumber daya manusia dapat memperburuk tantangan ini. Oleh karena itu, penting

[52] and Suharto Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, '"Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil'"".

untuk menganalisis bagaimana faktor internal dapat membantu mengatasi masalah ini.

6. Sektor Usaha Dagang

Bentuk usaha yang paling sederhana ialah salah satunya adalah Perusahaan Perorangan/Usaha Dagang (UD). Perusahaan Perorangan atau yang disebut dengan Usaha Dagang (UD) merupakan usaha swasta yang pemilik usaha atau pengusahanya terdiri dari satu orang. Modal atau bunga yang dimaksud dapat berupa uang tunai, produk, atau pekerjaan (keterampilan), yang semuanya dapat bernilai uang tunai.13Kegiatan usaha dagang adalah kegiatan membeli dan menjual kembali barang atau jasa dengan tujuan mencari keuntungan termasuk juga menjadi perantara dari kegiatan tersebut. Usaha dagang umumnya ialah dimiliki oleh perorangan.[53]

Usaha Dagang (UD) adalah bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan. Keuntungan dari barang yang dijual di peroleh dengan memperhitungkan biaya distribusi dan operasional. Usaha dagang sendiri merupakan jenis badan usaha yang didirikan oleh pribadi atau perorangan dengan modal yang berasal dari dana pribadi.

Usaha dagang dapat menjual satu jenis barang saja ataupun berbagai macam jenis barang dalam jumlah besar (biasanya disebut grosir) atau

[53] Henry S. Siswosoediro, *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen* (Visimedia, 2008).

sebagai pengecer langsung ke konsumen dengan jumlah barang secukupnya. Usaha dagang (UD) memiliki kriteria yang cukup mudah, yakni yang paling utama memiliki usaha yang dijalankan secara mandiri oleh satu orang.[54]

B. Landasan Syariah

Terdapat tiga parameter produk ekonomi dapat dikategorikan sesuai dengan syariah, yaitu terbebas dari transaksi yang dilarang, produk sesuai dengan akad atau transaksi syariah dan wajib menjaga adab-adab (akhlak) Islam dalam bermuamalah.

Adapun Ayat al-qur'an yang berkaitan dengan struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia dan strategi pemasaran terhadap usaha dagang yaitu:

1. Q.S As-Saff 61:4

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُوصٌ ﴿٤﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam satu barisan, seakan-akan mereka suatu bangunan yang tersusun kukuh (Q.S AsSaff 61:4)

Surat As-Saff ayat 4 memiliki relevansi yang kuat dengan struktur organisasi yang menekankan kekompakan, kerja sama, dan kedisiplinan. Ayat ini menggambarkan pentingnya kerja sama dan kekompakan dalam mencapai tujuan, seperti halnya bangunan yang tersusun kokoh. Dalam konteks organisasi, hal ini berarti bahwa struktur organisasi yang efektif

[54] Oemar Moechthar, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia* (Airlangga University Press, 2019).

harus mampu memfasilitasi kerja sama dan kekompakan antara anggota tim atau departemen, serta menekankan kedisiplinan dan keteraturan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab. Dengan demikian, organisasi dapat mencapai tujuan yang sama dengan lebih efektif dan efisien.

2. Q.S Al Baqarah 2:30

وَاِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰۤىِٕكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً ۗقَالُوْٓا اَتَجْعَلُ فِيْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاۤءَۚ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَۗ قَالَ اِنِّيْٓ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٣٠﴾

Artinya: (Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi." Mereka berkata, "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?" Dia berfirman, "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui" (Q.S Al Baqarah 2:30)

Surat Al-Baqarah ayat 30 diatas memiliki relevansi yang kuat dengan kualitas sumber daya manusia, karena ayat ini menggambarkan penciptaan manusia sebagai khalifah di bumi. Hal ini berarti bahwa manusia memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam dengan bijak, serta mengembangkan kemampuan dan potensi diri untuk mencapai tujuan yang mulia. Dalam konteks kualitas sumber daya manusia, ayat ini menekankan pentingnya pengembangan kemampuan dan potensi diri, serta kesadaran akan tanggung jawab dan amanah yang diberikan kepada manusia. Dengan demikian, kualitas sumber daya manusia yang baik dapat dicapai melalui pengembangan kemampuan dan potensi diri, serta kesadaran akan tanggung jawab dan amanah yang diberikan.

3. Q.S At-Tin 95:4

لَقَدْ خَلَقْنَا الْاِنْسَانَ فِيْٓ اَحْسَنِ تَقْوِيْمٍۖ ﴿٤﴾

Artinya: sungguh, Kami benar-benar telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaikbaiknya (Q.S At-Tin 95:4).

Ayat diatas berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, karena ayat ini menggambarkan bahwa Allah SWT telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya. Hal ini berarti bahwa setiap manusia memiliki potensi dan kemampuan yang unik dan berharga, serta berhak untuk dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Dalam konteks kualitas sumber daya manusia, ayat ini menekankan pentingnya pengembangan dan pemanfaatan potensi dan kemampuan manusia secara optimal, serta pengakuan dan penghargaan terhadap martabat dan harga diri manusia. Dengan demikian, kualitas sumber daya manusia yang baik dapat dicapai melalui pengembangan dan pemanfaatan potensi dan kemampuan manusia secara optimal.

Allah SWT telah menghalalkan praktek jual beli yang sesuai dengan ketentuan dan syari'atNya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al Baqarah ayat 275:

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَاۤءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰۤىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut*

riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya (Q.S. al-Baqarah: 275).

4. Q.S Al Jumuah 62:9-10

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِذَا نُوْدِيَ لِلصَّلٰوةِ مِنْ يَّوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا اِلٰى ذِكْرِ اللّٰهِ وَذَرُوا الْبَيْعَۗ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ۝٩

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan salat pada hari Jumat, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui (Q.S Al-Jumuah 62:9).

فَاِذَا قُضِيَتِ الصَّلٰوةُ فَانْتَشِرُوْا فِى الْاَرْضِ وَابْتَغُوْا مِنْ فَضْلِ اللّٰهِ وَاذْكُرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ۝١٠

Artinya: Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung (Q.S Al-Jumuah 62:10).

5. Q.S Yunus 10:101

قُلِ انْظُرُوْا مَاذَا فِى السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِۗ وَمَا تُغْنِى الْاٰيٰتُ وَالنُّذُرُ عَنْ قَوْمٍ لَّا يُؤْمِنُوْنَ ۝١٠١

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), "Perhatikanlah apa saja yang ada di langit dan di bumi!" Tidaklah berguna tanda-tanda (kebesaran Allah) dan peringatan-peringatan itu (untuk menghindarkan azab Allah) dari kaum yang tidak beriman (Q.S Yunus 10:101).

C. Kajian Terdahulu

Penelitian ini dikembangkan pada penelitian sebelumnya. Menenukan temuan dari penelitian sebelumnya dan menyajikan materi untuk perbandingan serta pemahaman menyeluruh yang semuanya merupakan informasi penting. Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
KajianTerdahulu

No	Nama Penulis/ Sumber	Judul Karya	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Lulu Amalia Nusron, Yennisa, Sri Suharni (2023)/jurnal	Sistem Informasi Akuntansi, E-Commerce, Budaya Organisasi Dan Literasi Keuangan: Sebagai Peningkat Kinerja Umkm	Terdapat perbedaan pada tahun penelitianya dan pada bagian variabel budaya organisasi penulis membahas struktur organisasinya (X1)	1. Sistem Informasi Akuntansi dan budaya organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. 2. E-commerce dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Menurut teori atribusi, kedua variabel ini sebagai faktor eksternal dan internal yang bisa meningkatkan pendapatan. E-commerce dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menekan biaya pemasaran. Literasi keuangan juga mendukung pelaku UMKM untuk mengelola modalnya menjadi lebih besar.
2.	Akhmad Darmawan, Annisa Sepriani, Fatmah Bagis, Dwi Vina Rahma wati (2021) /jurnal	Pengaruh Faktor Demografi, Locus of Control, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi pada Pelaku UMKM di Wilayah Kota Banjar Patroman)	Terletak pada lokasi yang akan diteliti dan pada variabel independen. Variabel dependennya yaitu kinerja UMKM sedangkan yang sedang penulis teliti lebih spesifik yaitu kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.	1. Jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. 2. Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. 3. Locus of control berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. 4. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

No	Nama Penulis/ Sumber	Judul Karya	Perbedaan	Hasil Penelitian
				keuangan UMKM. 5. Inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.
3.	Vita Fibriyani (2018) / jurnal	Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Pasuruan	Terletak pada lokasi yang akan diteliti, tahun penelitian dan pada variabel independen. Variabel dependennya yaitu kinerja UMKM sedangkan yang sedang penulis teliti yaitu kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.	1. kinerja umkm di Kota Pasuruan dipengaruhi oleh aspek pemasaran dan keuangan dari faktor internal serta kebijakan pemerintah dari faktor eksternal. 2. Kinerja umkm Kota Pasuruan dapat dijelaskan oleh ketiga hal tersebut sebesar 18.1% sedangkan 81.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam model. 3. Aspek keuangan merupakan pengaruh dominan dengan nilai signifikansi sebesar 0.003 dan koefisien regresi sebesar 0.239 4. aspek kebijakan pemerintah mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.003 dengan koefisien regresi sebesar 0.232. 5. aspek pemasaran berpengaruh terhadap kinerja umkm Kota Pasuruan dengan nilai signifikansi sebesar 0.018 dan koefisien regresi sebesar 0.190.
4.	Nabilah Azzah (2021) / jurnal	Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Kinerja Umkm Melalui Faktor Internal (Studi Kasus Pada Umkm Bordir	Terletak pada lokasi yang akan diteliti, tahun penelitian dan pada variabel independen. Variabel dependennya yaitu kinerja UMKM	1. faktor eksternal berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan positif terhadap kinerja UMKM bordir di Kabupaten Pasuruan.

No	Nama Penulis/ Sumber	Judul Karya	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Di Kabupaten Pasuruan)	sedangkan yang sedang penulis teliti yaitu kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.	2. Faktor eksternal juga berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap Faktor Internal UMKM bordir di Kabupaten Pasuruan. 3. Faktor internal berpengaruh signifikan dan berhubungan negatif dengan kinerja UMKM Bordir di Kabupaten Pasuruan. 4. Sedangkan pengaruh faktor eksternal terhadap kinerja UMKM melalui Faktor Internal adalah berpengaruh signifikan tetapi memiliki hubungan negatif
5.	Suci Nur Alyza (2019) / Skripsi	Pengaruh Faktor-Faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kec.Tambang Kampar	Terletak pada lokasi yang akan diteliti, tahun penelitian dan pada variabel independen. Variabel dependennya yaitu kinerja UMKM sedangkan yang sedang penulis teliti yaitu kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.	1. diperoleh F hitung 41,410 dan p-value 0,004 < 0,05. Hasil analisis linear berganda menunjukan bahwa faktor-faktor internal secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM keripik nenas. 2. Faktor- faktor internal memberikan kontribusi sebesar 58,5% sedangkan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
6.	NADIA (2022) / skripsi	Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kemampuan	Terletak pada tahun penelitian dan variabel dependennya yaitu karakteristik	Terletak pada lokasi yang akan diteliti dan tahun penelitiannya. Variabel dependennya yaitu kinerja UMKM sedangkan yang sedang penulis teliti lebih

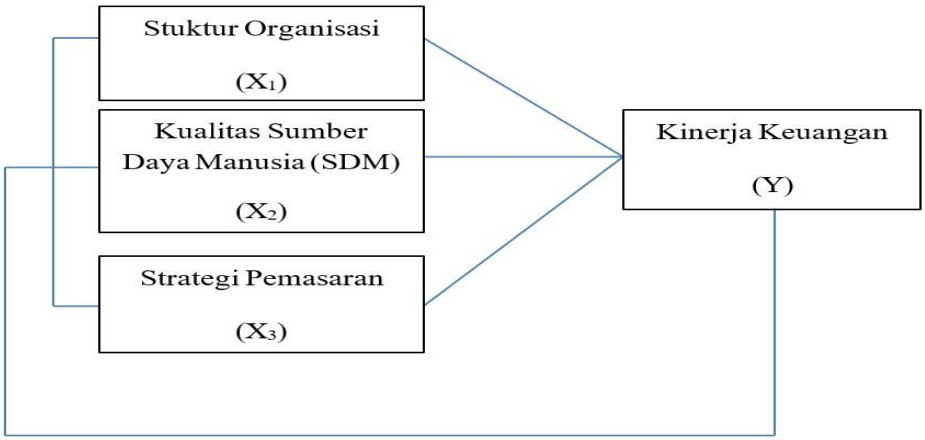
No	Nama Penulis/ Sumber	Judul Karya	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Berwirausaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Kota Payakumbuh Sumatera Barat	wirausaha dan kemampuan berwirasaha sedangkan yang sedang penulis teliti yaitu kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.	spesifik yaitu kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang. semakin baik karakteristik wirausaha dan kemampuan berwirausaha, maka semakin tinggi dalam keberhasilan usaha pedagang kaki lima Kota Payakumbuh. Implikasi penelitian ini pedagang kaki lima di Kota Payakumbuh melakukan strateginya dan memperkuat karakter yang dimiliki untuk menjalankan usaha, memiliki kemampuan dalam melihat semua peluang dan mengkoordinasikan usaha mereka sehingga di sukai oleh para konsumen.
7.	Reyhan Zikry (2023) / skripsi	Pengembangan Strategi Bisnis Pada Umkm Sanjai Anna Menggunakan Pendekatan Blue Ocean Strategy	Terletak pada objek yang diteliti, tahun penelitian dan variabel dependen yaitu Umkm Sanjai Anna sedangkan penulis meneliti kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh Selatan.	Sanjai Anna berada pada kuadran III pada diagram SWOT yang berarti perusahaan diharuskan melakukan perubahan strategi, perubahan strategi yang dilakukan dengan analisis BOS menghasilkan kerangka kerja empat langkah dengan variabel yang ditingkatkan yaitu variasi produk, tampilan produk, promosi produk, pelayanan dan fasilitas usaha, serta variabel yang diciptakan adalah wisata edukasi, pembuatan website, konten edukasi dan membership.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka Konseptual merupakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, baik secara simultan maupun secara persial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor

internal terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor usaha dagang. Dalam konteks ini, penelitian akan mengukur sejauh mana pemahaman keuangan, keterampilan struktur organisasi, sumber daya manusia dan strategi pemasaran dapat mempengaruhi kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang. Dengan menganalisis pengaruh variabel ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor kunci yang memengaruhi kinerja keuangan UMKM di era yang semakin terdigitalisasi.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

a. Struktur Organisasi terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Dengan menerapkan struktur yang baik, UMKM sektor usaha dagang dapat meningkatkan efisiensi, kualitas

informasi, dan keterlibatan karyawan, yang semuanya berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik.

H_0: Struktur Organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.

H_1: Struktur Organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.

b. Sumber Daya Manusia terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Kualitas SDM sangat penting dalam menentukan kinerja UMKM sektor usaha dagang. *Theory stakeholder* menekankan pentingnya pelatihan dan pengembangan karyawan untuk memenuhi harapan semua pihak. SDM yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang baik dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan.

H_0: Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM sektor usaha dagang.

H_2: Sumber Daya Manusia berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM sektor usaha dagang.

c. Strategi Pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM sektor usaha

dagang. Pemasaran yang baik membantu dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

H_0: Strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang yang ada di Kota Payakumbuh.

H_3: Strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang yang ada di Kota Payakumbuh

d. Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan UMKM sektor usaha dagang Di Kota Payakumbuh. Penerapan *Theory Stakeholder* dalam analisis struktur organisasi, kualitas SDM, dan strategi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Dengan memperhatikan kepentingan semua pihak, UMKM dapat menciptakan nilai yang lebih besar dan mencapai keberlanjutan dalam bisnis mereka.

H_0: Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh.

H_4: Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis meggunakan statistik, yang memiliki tujuan untuk memanfaatkan serta proses pengembangan hipotesis yang memiliki hubungan diatara suatu peristiwa atau fenomena-fenomena yang terjadi, sehingga proses menguji hipotesis memerlukan penjelasan mengenai keterkaitan variabel satu dengan yang lainnya.[55] Selaras dengan penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk melakukan pengujian hipotesis dalam menemukan pengaruh pada varibel struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Oktober 2024 sampai dengan selesai. Sedangkan untuk lokasi penelitian yaitu akan dilakukan di kota payakumbuh.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini terhitung dari Oktober 2024 sampai

[55] Sugiyono, D. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. 2013

dengan selesai.

C. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh lansung oleh penulis dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Pengumpulan data primer selain membagikan kuesioner juga dengan melakukan wawancara kepada pelaku UMKM sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah studi sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini serta data informasi yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, dan literatur.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berupa obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diputuskan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM yang bergerak di sektor usaha dagang di Kota Payakumbuh. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Payakumbuh, terdapat sekitar 941 UMKM yang terdaftar di wilayah Kota Payakumbuh bagian Selatan, yang mencakup berbagai jenis usaha seperti toko kelontong, warung makan, dan usaha kerajinan. Populasi ini mencerminkan beragam karakteristik usaha yang dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai pengaruh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia, dan

strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian populasi hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yang mana sampel harus memenuhi kriteria tertentu yang ditentukan peneliti. Dimana kriteria yang ditentukan peneliti yakni sebagai berikut:

a. UMKM yang memiliki struktur organisasi yang jelas, meskipun sederhana.
b. UMKM yang memiliki karyawan tetap dan tidak tetap.
c. UMKM yang aktif dalam melakukan strategi pemasaran, baik secara offline maupun online.
d. UMKM berstatus aktif dan masih beroperasi sampai sekarang. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, penulis menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel dalam populasi yang besar. Rumus slovin adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

n : ukuran sampel yang di inginkan

N : jumlah populasi

E : tingkat kesalahan yang diizinkan

$$n = \frac{941}{1 + 941\ (0,1)^2}$$

$$n = 90,39$$

$$n = 91$$

Berdasarkan perhitungan di atas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini dibulatkan menjadi responden dan penulis sesuaikan menjadi sebanyak 91 responden.

E. Defenisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berupa nilai-nilai atau ciri-ciri seseorang, objek, atau kegiatan yang dipilih peneliti untuk dipelajari guna mengumpulkan informasi dan menarik kesimpulan. Adapun variabel pada penelitian ini, yaitu:

1) Variabel Dependen Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau bergantung pada variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kineja keuangan UMKM sektor usaha dagang. Kinerja Keuangan UMKM yaitu alat ukur khusus yang dapat pengukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai keuntungan.
2) Variabel Independen Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen yaitu Struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran.[56]
   a. Stuktur organisasi (X1). Struktur organisasi merupakan Gambaran dari

[56] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Alvabeta, 2019).

pembagian wewenang dan tanggung jawab serta hubungan vertikal dan horizontal suatu organisasi dalam melaksanakan aktivitasnya, sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik.

b. Kualitas Sumber Daya Manusia (X2). Kualitas sumber daya manusia merujuk pada kumpulan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan sifat pribadi yang dimiliki oleh individu dalam suatu organisasi atau lingkungan kerja.

c. Strategi pemasaran (X3). Strategi pemasaran adalah analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik, baik secara matematis maupun komputasi.[57] Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan antara lain: Variabel independen yang terdiri dari Struktur Organisasi (X1), Kualitas Sumber Daya Manusia (X2), dan Strategi Pemasaran (X3). Variabel dependen yang digukan yaitu Kinerja Keuangan UMKM (Y).

[57] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2019).

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator	Pertanyaan	Item
1	Struktur Organisasi (X1)	Menurut Ernie (2006) 1. Strategi Organisasi 2. Skala Organisasi 3. Teknologi 4. Lingkungan	1. Struktur organisasi perusahaan /organisasi kami mudah dipahami oleh semua karyawan. 2. Setiap karyawan memahami dengan jelas posisi mereka dalam struktur organisasi. 3. Setiap karyawan memahami dengan jelas apa yang menjadi tanggung jawab mereka. 4. Kami secara aktif berupaya meningkatkan efektivitas struktur organisasi kami seiring dengan perkembangan bisnis. 5. Kami memiliki rencana pengembangan organisasi yang sesuai dengan pertumbuhan UMKM kami. 6. Organisasi kami mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi. 7. Koordinasi karyawan berjalan dengan baik, mengingat ukuran tim yang relative kecil. 8. Apakah strategi organisasi Bapak/Ibu sudah mencapai target perusahaan. 9. Apakah usaha Bapak/Ibu menggunakan organisasi yang berskala organisasi kecil. 10. Apakah lingkungan (tempat) perusahaan Bapak/ibu sudah stratgis.	1-10

No	Variabel Penelitian	Indikator	Pertanyaan	Item
2	Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)	Menurut Ardiana (2010): 1. Pengetahuan (knowledge) 2. Keterampilan (skill) 3. Kemampuan (ability)	1. Saya memahami teori yang berkaitan dengan pekerjaan saya dengan baik. 2. Saya dan seluruh karyawan memahami semua produk yang dihasilkan UMKM ini 3. Saya dan seluruh karyawan memiliki pengetahuan dalam hal pelayanan yang baik. 4. Saya dan seluruh karyawan memiliki pengetahuan tentang konsumen 5. Saya dapat memberikan ide yang baik dalam bekerja. 6. Seluruh karyawan mampu bekerja sama dengan baik bersama rekan kerja. 7. Saya mampu memecahkan masalah yang terjadi dalam pekerjaan bersama karyawan-karyawan. 8. Saya dan seluruh karyawan memliki kemampuan berkomunikasi secara baik dengan rekan kerja. 9. Saya dapat mengelola bisnis ini dengan baik. 10. Saya tidak selalu dapat mengambil keputusan dengan benar dalam situasi apapun.	11-20
3	Strategi Pemasaran (X3)	Menurut Krajewski Lee J.et al. (1999), Olavson T.(2001) 1. Harga yang kompetitif dalam efisiensi	1. Saya setuju dengan memasang iklan dimedia sosial akan semakin memperkenalkan produk yang saya jual. 2. Saya percaya dengan	21-30

No	Variabel Penelitian	Indikator	Pertanyaan	Item
		operasional 2. Top quality 3. Customization 4. Lokasi strategis 5. Bekerja sama untuk meningkatkan nilai layanan	penerapan strategi pemasaran di dalam bisnis dapat membantu usaha saya semakin berkembang. 3. Saya membangun identitas brand yang konsisten dan terlihat di seluruh aspek bisnis saya. Mulai dari logo, dan pelayanan yang baik. 4. Saya sudah melakukan riset untuk memahami siapa target pasar saya, termasuk preferensi, kebutuhan, dan selera pelanggan. 5. Saya sangat mempertimbangkan strategi pemasaran yang akan saya gunakan untuk mencapai tujuan tercapainya target pasar. 6. Saya terus berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan baru untuk memenuhi perubahan kebutuhan pasar. 7. Saya selalu meninjau dan menyesuaikan harga berdasarkan kondisi pasar dan biaya. 8. Apakah lokasi usaha sudah termasuk lokasi yang strategis 9. Apakah anda sudah pernah melakukan promosi penjualan 10. Apakah promosi penjualan yang kamu lakukan sudah sesuai denganyang kamu harapkan	

No	Variabel Penelitian	Indikator	Pertanyaan	Item
4	Kinerja Keuangan (Y)	Menurut Munizu (2010) 1. Pertumbuhan penjualan 2. Pertumbuhan modal 3. Pertumbuhan tenaga kerja 4. Pertumbuhan pasar 5. Pertumbuhan laba	1. Saya selalu memiliki cadangan dana untuk mengembangkan usaha. 2. Saya akan melakukan pinjaman ke bank untuk meningkatkan usaha. 3. Saya memiliki kas yang cukup untuk kegiatan operasional usaha saya. 4. Saya selalu tepat waktu membayar hutang 5. Saya selalu memantau ketersediaan stok produksi agar dapat mengantisipasi kekosongan stok 6. Saya selalu mencatat persediaan barang masuk dan keluar 7. Saya bisa menghasilkan laba sesuai target setiap bulannya. 8. Usah yanag saya jalankan mengalami peningkatan penjualan setiap bulan 9. Modal usaha yang saya miliki selalu mengalami peningkatan 10. Keuntungan atau laba dari usaha yang saya lakukan setiap bulan selalu mengalami peningkatan	31-40

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kelayakan kuesioner dengan melihat tingkat keandalan kuesioner tersebut yang diharapkan mampu mengukur variabel sesuai dengan indikator yang disusun. Jika variabel dapat diukur maka kuesioner dinyatakan valid, akan tetapi jika variabel

tidak dapat diukur maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Pengukuran kuesioner yang dinyatakan valid atau tidak, maka dapat menggunakan ketentuan pengujian sebagai berikut:

1) apabila nilai rhitung positif dan rhitung > rtabel, maka data yang diperoleh tersebut valid.
2) apabila nilai rhitung negatif dan rhitung < rtabel, maka data yang diperoleh tersebut tidak valid.

2. Uji Rehabilitas

Uji realibilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakn handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengujian reliabilitas dalam penelitian menggunakan uji statistik Cronbach‟s Alpha, yaitu jika hasil koefisien nilai alpha lebih besar dari 0,6 berarti data tersebut mempunyai keandalan yang tinggi, dapat dipercaya dan digunakan untuk penelitian.

3. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan setelah uji kualitas data. Tujuannya ialah agar asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear berganda terpenuhi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya

mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak terdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Regresi yang baik apabila data distribusi normal atau mendekati normal. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji P.P Plot dan uji Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan, apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal, sedangkan jika hasil uji menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai toleransi mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Apabila nilai toleransi > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas atau dapat dikatakan suatu data lolos dari uji multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ada atau tidaknya

kesamaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model penelitian yang baik apabila penelitian tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan cara pembagian lembar pernyataan yang harus diisi oleh responden guna melengkapi data. Kuesioner adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket, sehingga dalam waktu relatif singkat dapat menjangkau banyak responden.[58] Selain itu penulis juga melakukan wawancara kepada pelaku UMKM guna untuk melengkapi data yang di butuhkan.

Peneliti memiliki kriteria khusus, yaitu UMKM dalam bidang usaha dagang. dan UMKM berstatus aktif dan masih beroperasi sampai sekarang. Dikarenakan penulis tidak memiliki data yang akurat mengenai UMKM mana yang telah lolos dari kriteria sampel ini, selanjutnya pengumpulan data dilakukan dengan prosedur dimana penulis akan memilih dan mendatangi langsung UMKM berdasarkan data yang terdapat di Dinas koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kota

[58] Nyoman Thegar Suryanatha, 'Pengaruh Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dengan Pemahaman Akuntansi Sebagai Variabel Pemoderasi, Hita Akuntansi Dan Keuangan', 2021.

Payakumbuh, kemudian penulis mengajukan pertanyaan apakah UMKM mencukupi kriteria sampel tersebut diatas. Jika kriteria sampel terpenuhi maka dipastikan UMKM cocok menjadi sampel pada penelitian ini, setelah itu barulah peneliti menanyakan ketersediaan pelaku usaha atau orang yang bertanggung jawab penuh atas jalannya usaha untuk menjawab kuesioner yang akan peneliti bagikan.

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Skala likert akan dimanfaatkan oleh peneliti sebagai skala pengukur. Skala likert digunakan untuk menilai perasaan, pandangan, dan persepsi seseorang mengenai berbagai peristiwa. Ketika seorang peneliti menggunakan skala likert, variabel yang diukur diubah menjadi indikator pada variabel, yang merupakan kumpulan variabel pemoderasi. Dimana di setiap pertanyaan diberi 5 pilihan jawaban yang harus dipilih responden dan setiap jawaban dinyatakan dengan angka sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Kriteria Penilaian Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya, kuesioner yang sudah disusun akan diuji kelayakannya melalui pengujian instrument penelitian.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data dengan mengolah dan menganalisis data yang terkumpul menjadi sebuah informasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang mendeskripsikan kondisi dari suatu data yang telah dimiliki dengan menyajikan ke dalam bentuk tabel, diagram grafik, dan bentuk lainnya yang disajikan dalam uraian-uraian singkat dan terbatas hingga memberikan informasi yang berguna. Statistik deskriptif dalam penelitian ini berguna untuk mendeskripsikan hasil penelitian karena menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian, antara lain nilai terkecil (minimum), nilai terbesar (maksimum), nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi serta N adalah banyaknya variabel responden.

2. Analisis Kuantitatif

a) Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi berganda bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap suatu variabel dependen (Y) Model regresi berganda dapat

dinyatakan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e.....(1)}$$

Keterangan:

Y = Kinerja keuangan UMKM

α = Konstanta

X1 = Struktur Organisasi

X2 = Kualitas SDM

X3 = Strategi Pemasaran

β_1–β_3 = Koefisien regresi berganda

e = Error

b) Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Koefisien korelasi (r) menunjukan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

a. Tanda positif menunjukan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diakui dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika r = +1 atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif

antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.

b. Tanda negatif menunjukan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika r = -1 atau mendekati -1 maka menunjukan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.

c. Jika r = 0 atau mendekati 0 maka menunjukan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen saangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

KD= $r^2 \times 100\%$……(3.3) Keterangan :

KD: Koefisien Derminasi

R^2 : Koefisien korelasi ganda

d) Uji Parsial (Uji T)

Tujuan Uji T adalah untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dari pengaruh individual variabel dependen. Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan maka nilai signifikan t dibandingkan dengan tingkat kepercayaan. Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

a. apabila thitung > ttabel maka H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. apabila thitung < ttabel maka H_0 diterima. Hal ini berarti variabel independen secara parsials tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

e) Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen. Uji statistik F dapat diketahui hasilnya dengan melihat nilai probabilitas dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan antara Fhitung dan Ftable dapat dilihat sebagai

berikut:

a. Apabila Fhitung > Ftable maka H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Apabila Fhitung < Ftable maka H_0 diterima. Hal ini berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Payakumbuh dengan fokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor perdagangan. Kota Payakumbuh merupakan salah satu wilayah yang memiliki peran signifikan dalam perkembangan UMKM, di mana sektor perdagangan menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah. Kota Payakumbuh terletak di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, memiliki posisi strategis dan sejarah yang kaya, menjadikannya sebagai salah satu daerah yang penting dalam konteks perekonomian UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) diIndonesia.

Secara Geografis Kota Payakumbuh terletak pada posisi 00^0 –10^0 sampai dengan 0^0 – 17’ LS dan 100^0 – 35’ sampai dengan 100^0 –48’ BT. Tercatat memiliki luas wilayah + 80,43 Km2 atau setara dengan 0,19 persen dari luas propinsi Sumatera Barat dan berbatasan langsung dengan lima kecamatan di Kabupaten Lima Puluh Kota. Keadaan topografi Kota Payakumbuh bervariasi antara daratan dan berbukit dengan ketinggian 514 meter diatas permukaan laut. Suhu udara rata-rata 26^0 Celcius dengan kelembaban udara berkisar antara 45 persen sampai 50 persen.

B. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan di uji

validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana df= N - 2 = 91 – 2 = 89 pada signifikansi 5% (0.05) maka hasil r tabel adalah 0,206. Jika r hitung > r tabel maka dikatakan valid.

a. Stuktur Organisasi

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Struktur Organisasi

Variabel	No. Butir	r_{hitung} N=91	r_{tabel} 0,05 df=N-2=89	Status
Struktur Organisasi	1	0,771	0,206	Valid
	2	0,856	0,206	Valid
	3	0,681	0,206	Valid
	4	0,810	0,206	Valid
	5	0,672	0,206	Valid
	6	0,775	0,206	Valid
	7	0,757	0,206	Valid
	8	0,328	0,206	Valid
	9	0,421	0,206	Valid
	10	0,341	0,206	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir dari Struktur organisasi menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dalam r_{tabel} (*tabel product moment*), pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2, sehingga df = 91-2 = 89, yang mana nilai tabel tersebut adalah 0,206. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam variabel struktur organisasi dapat dinyatakan “valid”.

b. Kualitas Sumber Daya Manusia

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Sumber Daya Manusia

Variabel	No. Butir	r_{hitung} N=91	r_{tabel} 0,05 df=N-2=89	Status
Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)	1	0,642	0,206	Valid
	2	0,631	0,206	Valid
	3	0,746	0,206	Valid
	4	0,760	0,206	Valid
	5	0,742	0,206	Valid
	6	0,642	0,206	Valid
	7	0,708	0,206	Valid
	8	0,377	0,206	Valid
	9	0,423	0,206	Valid
	10	0,405	0,206	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir dari kualitas sumber daya manusia (SDM) menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dalam r_{tabel} (*tabel product moment*), pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2, sehingga df = 91-2 = 89, yang mana nilai tabel tersebut adalah 0,206. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam variabel struktur organisasi dapat dinyatakan "valid".

c. Strategi Pemasaran

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran

Variabel	No. Butir	r_{hitung} N=91	r_{tabel} 0,05 df=N-2=89	Status
Strategi Pemasaran	1	0,684	0,206	Valid
	2	0,711	0,206	Valid
	3	0,748	0,206	Valid
	4	0,651	0,206	Valid
	5	0,726	0,206	Valid
	6	0,744	0,206	Valid
	7	0,684	0,206	Valid
	8	0,411	0,206	Valid
	9	0,404	0,206	Valid
	10	0,301	0,206	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir dari strategi pemsaran menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dalam r_{tabel} (*tabel product moment*), pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2, sehingga df = 91-2 = 89, yang mana nilai tabel tersebut adalah 0,206. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam variabel struktur organisasi dapat dinyatakan "valid".

d. Kinerja keuangan

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kinerja keuangan

Variabel	No. Butir	r_{hitung} N=91	r_{tabel} 0,05 df=N-2=89	Status
Kinerja Keuangan	1	0,726	0,206	Valid
	2	0,770	0,206	Valid
	3	0,824	0,206	Valid
	4	0,732	0,206	Valid
	5	0,575	0,206	Valid
	6	0,707	0,206	Valid
	7	0,574	0,206	Valid
	8	0,448	0,206	Valid
	9	0,282	0,206	Valid
	10	0,336	0,206	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir dari kinerja keuangan menunjukkan nilai r-$_{hitung}$ yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dalam r-$_{tabel}$ (*tabel product moment*), pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2, sehingga df = 91-2 = 89, yang mana nilai tabel tersebut adalah 0,206. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam variabel struktur organisasi dapat dinyatakan “valid”.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel. Teknik pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Cronbach’s

Alpha, yaitu jika hasil koefisien nilai alpha lebih besar dari 0,6 berarti data tersebut mempunyai keandalan yang tinggi, dapat dipercaya dan digunakan untuk penelitian. Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel literasi keuangan, kompetensi SDM, financial technology dan kinerja keuangan UMKM :

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian Semua Variabel

Variabel	N=91		*Rule of thumb*	Kepuasan
	Jumlah Item Pertanyaan	*Cronbach alpha*		
Struktur OrganisaSi (X1)	10	0,842	0,6	*Reliabel*
Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)	10	0,797	0,6	*Reliabel*
Strategi Pemasarn (X3)	10	0,796	0,6	*Reliabel*
Kinerja Keuagan (Y)	10	0,791	0,6	*Reliabel*

Sumber: Data diolah, 2025

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tiap-tiap variabel dinyatakan reliabel. Karena berdasarkan hasil perhitungan cronbach's alpha lebih besar dari 0.6.

3. Uji Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pengujian ini menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov dengan menggunakan pendekatan metode Exact. Metode exact akan memberikan nilai yang

akurat untuk data yang tidak terdistribusi dengan baik, ukuran data kecil, jarang, dan tidak seimbang. Data akan dikatan berdistribusi normal jika Exact Sig > 0.05 Adapun hasil dari uji normalitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.77101408
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.061
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.185[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah, 2025

Dengan melihat tabel diatas diketahui nilai Asymp sig yaitu 0.185 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Uji multikolinearitas pada model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Data dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas juka nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Adapun hasil dari uji multikolinearitas ini yaitu:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Struktur Organisasi	.485	2.061
	Kualitas Sumber Daya Manusia	.355	2.820
	Strategi Pemasaran	.521	1.918
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan			

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas, dimana variabel struktur organisasi (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0.485 dan nilai VIF sebesar 2.061, variabel kualitas SDM (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0.355 dan nilai VIF sebesar 2.820, dan variabel strategi pemasaran (X3) memiliki nilai tolerance 0.521 dan VIF sebesar 1.918. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel stuktur organisasi, kualitas sdm dan strategi pemasaran memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tidak mengalami gejala multikolinearitas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ada atau tidaknya kesamaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah uji grafik scatterplot dan glejser. Grafik scatterplot apabila titik titik dalam grafik plot memiliki sebaran yang tidak membentuk pola tertentu maka dapat disimpulkan bahwa model tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil dari uji heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.189	2.584		.460	.647
	Struktur Organisasi	.027	.063	.063	.430	.669
	Kualitas Sumber Daya Manusia	.011	.091	.021	.119	.906
	Strategi Pemasaran	-.019	.071	-.040	-.272	.786
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: Data diolah, 2025

Dengan melihat tabel tabel diatas, menunjukkan bahwa untuk variabel struktur organisasi memiliki nilai signifikasi 0.669, kualitas SDM sebesar 0.906 dan strategi pemasaran sebesar 0.86. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel struktur organisasi (X1), kualitas SDM (X2) dan strategi pemasaran (X3) memiliki nilai probabilitas (sig) > 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengidentifikasi variasi di antara responden berdasarkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, omset usaha pertahun, dan tingkat pendidikan terakhir. Harapannya, karakteristik ini

dapat menyajikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi responden dan hubungannya dengan isu dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 91 responden yang ada di Kota Payakumbuh dalam pengisian kuesioner ini. Berikut karakteristik responden yang dimuat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Karakteristik Responden

Karakteristik		Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	47	52%
	Perempuan	44	48%
Total		91	100%
Usia	<25 tahun	30	33%
	25 tahun-40 tahun	44	48%
	>40 tahun	17	19%
Total		91	100%
Pendidikan terakhir	SMP	13	14%
	SMA/SMK/MA	35	38%
	D3	16	18%
	S1	27	30%
	Lainnya	0	0
Total		91	100%
Omset per tahun	<Rp300 juta	74	81%
	>Rp300 juta – Rp2,5 miliar	11	12%
	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	6	7%
Total		91	100%

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas dapat disimpulkan :

a) Berdasarkan jenis kelamin, disimpulkan bahwa peneliti mendapati dari 91 responden terdiri dari mayoritas laki-lakin dengan jumlah 47 orang sedangkan responden perempuan berjumlah 44 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kota Payakumbuh dinominasi oleh laki-laki.
b) Berdasarkan usia responden terdiri dari 3 kategori yaitu < 25 tahun, 25 40 tahun, > 40 tahun. Dari data yang diperoleh didapati 30 orang berusia < 25 tahun, 44 orang berusia 25-40 tahun dan 17 orang berusia > 40 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kota Payakumbuh dinominasi oleh responden dengan usia 25-40 tahun.
c) Berdasarkan pendidikan terakhir terdiri dari 4 kateori yaitu SMP, SMA/SMK, D3 DAN S1. Dari data yang diperoleh terdapat sebanyak 13 orang dengan pendidikan terakhir SMP, sebanyak 35 orang dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA, sebanyak 16 orang dengan pendidikan terakhi D3, dan 27 orang dengan pendidikan terakhir S1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kota Payakumbuh dinominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA sederajat.
d) Berdasarkan omset UMKM per tahun terdiri dari 3 kategori yaitu < Rp300 juta, > Rp300 juta - Rp2,5 miliar, dan > Rp2,5 miliar - Rp50 miliar. Sedangkan dari data yang diperoleh didapati sebanyak 74 UMKM yang memiliki omset pertahun < Rp300 juta, 11 UMKM yang memiliki

omset per tahun Rp300 juta - Rp2,5 miliar, dan 6 UMKM yang memiliki omset per tahun Rp2,5 miliar - Rp50 miliar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kota Payakumbuh dinominasi oleh responden dengan omset pertahun <Rp 300 juta.

D. Deskriptif Hasil Penelitian

Statistik deskriptif merupakan pendekatan statistik yang digunakan untuk menggambarkan, merangkum, dan menjelaskan data dengan cara yang mudah dimengerti, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif. Pendekatan ini terbatas pada mengurai atau memberikan penjelasan mengenai suatu data, situasi, atau fenomena, dengan tujuan memberikan gambaran umum tentang data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif mencakup berbagai teknik, seperti menyajikan data yang sudah diolah yaitu seperti mean, median, modus, dan standar deviasi. Berdasarkan data yang diolah dari variabel stuktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM), strategi keuangan dan kinerja keuangan UMKM diperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Struktur Organisasi	91	27	49	43.42	4.150
Kualitas Sumber Daya Manusia	91	33	50	43.74	3.596
Strategi Pemasaran	91	33	50	42.85	3.913
Kinerja Keuangan	91	30	50	44.19	3.624
Valid N (Listwise)	91				

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dengan jumlah responden (n) sebanyak 91 yang di tunjukkan pada tabel 4.7 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Struktur Organisasi

Variabel struktur organisasi memiliki nilai total minimum sebesar 27 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian jawaban terendah sebesar 27. Nilai total maksimum sebesar 49 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian tertinggi adalah sebesar 49. Nilai rata-rata dari variabel struktur organisasi adalah sebesar 43.42 dan standar deviasinya sebesar 4.150. Hal tersebut menunjukkan bahwa struktur organisasi pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik.

2. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia memiliki nilai total minimum sebesar 33 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian terendah jawaban sebesar 33. Nilai total maksimum sebesar 50 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian tertinggi adalah sebesar 50. Nilai rata-rata dari variabel kualitas SDM adalah sebesar 43.74 dan standar deviasinya sebesar 3.596. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik.

3. Strategi Pemasaran

Variabel Strategi pemasaran memiliki nilai total minimum sebesar 33 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian terendah jawaban sebesar 33. Nilai total maksimum sebesar 50 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian tertinggi adalah sebesar 50. Nilai rata-rata dari variabel Strategi Pemasaran adalah sebesar 42.85 dan standar deviasinya sebesar 3.913. Hal tersebut menunjukkan tingkat penggunaan Strategi Pemasaran pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik.

4. Kinerja Keuangan UMKM

Variabel kinerja keuangan memiliki nilai total minimum sebesar 30 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian terendah jawaban sebesar 30. Nilai total maksimum sebesar 50 yang berarti bahwa dari seluruh responden memberikan total penilaian tertinggi adalah sebesar 50. Nilai rata-rata dari variabel kinerja keuangan UMKM adalah sebesar 44.19 dan standar deviasinya sebesar 3.624. Hal tersebut menunjukkan tingkat penggunaan kinerja keuangan pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik.

E. Hasil Analisis Data

1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.

Model regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja keuangan UMKM

α = Konstanta

X1 = Literasi keuangan

X2 = Kompetensi SDM

X3 = Penggunaan financial technology

β1 – β3 = Koefisien regresi berganda

e = Error

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.240	3.834		3.714	.000
	Struktur Organisasi	.203	.103	.232	1.971	.052
	Kualitas Sumber Daya Manusia	.300	.139	.298	2.163	.033
	Strategi Pemasaran	.187	.105	.202	1.782	.078
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan						

Sumber: Data diolah, 2025

Dengan melihat tabel diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 14.240, struktur organisasi (nilai β) sebesar 0.203, kualitas SDM (nilai β) sebesar 0.300 dan strategi pemasaran (nilai β) sebesar 0.187. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai

berikut:

Y = 14.240 + 0.203X1 + 0.300 X2 + 0.187 X3+ e

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 14.240, yang berarti bahwa jika ada variabel bebas atau nilai X1 (struktur organisasi), X2 (kualitas SDM), X3 (strategi pemasaran) bernilai 0 maka menunjukkan nilai kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang (Y) sebesar 14.240 satuan.
2. Nilai koefisien struktur organisasi (X1) adalah sebesar 0.203, yang artinya apabila setiap penambahan variabel struktur organisasi (X1) sebesar satu-satuan, maka menunjukkan nilai kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang akan mengalami kenaikan sebesar 0.203 satuan.
3. Nilai koefisien kualitas SDM (X2) adalah sebesar 0.300, yang artinya apabila setiap penambahan variabel kualitas SDM (X2) sebesar satu-satuan, maka menunjukkan nilai kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang akan mengalami kenaikan sebesar 0.300 satuan.
4. Nilai koefisien strategi pemasaran (X3) adalah sebesar 0.187, yang artinya apabila setiap penambahan variabel strategi pemasaran (X3) sebesar satu-satuan, maka menunjukkan nilai kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang akan mengalami kenaikan sebesar 0.187 satuan.

2. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi (R) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabe dependen.Nilai koefisien korelasi harus terdapat

dalam batas-batas -1 hingga +1 (-1< r ≤ +1) yang menghasilkan beberapa kemungkinan yang digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.644[a]	.415	.395	2.818	.415	20.594	3	87	.000
a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia									

Sumber: Data diolah, 2025

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan adalah <0,000, maka dikatakan bahwa korelasi antara variabel, dan nilai R square yaitu 0,644 artinya terdapat hubungan positif yang kuat antara variabel struktur organisasi (X1), kualitas sumber daya manusia (X2) dan strategi pemasaran (X3) terhadap kinerja keuangan (Y).

3. Koefisien Determinasi (R2)

Uji koefisien determinan digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Hasil uji koefisien determinan adalah:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefision Determinasi (R2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644[a]	.415	.395	2.818
a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia				
b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan				

Sumber: Data diolah, 2025

Dengan melihat tabel diatas dijelaskan bahwa koefision determinasi diperoleh dari nilai adjusted R-square sebesar 0.415 (41.5%). Nilai tersebut berarti bahwa terdistribusi pengaruh variabel struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang adalah sebesar 41.5%, sisanya 58.5% variabel kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

4. Uji Signifikansi Persial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah nilai signifikasi variabel struktur organisasi, kualitas SDM dan strategi pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap variabel kinerja keuangan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Nilai signifikasinya harus < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel. Jika nilai signifikasi uji t > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, namun jika nilai signifikasi uji t < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berikut adalah hasil hasil uji T yang diperoleh dari hasil penelitian ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Signifikansi Persial (Uji T)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.240	3.834		3.714	.000
	Struktur Organisasi	.203	.103	.232	1.971	.052
	Kualitas Sumber Daya Manusia	.300	.139	.298	2.163	.033
	Strategi Pemasaran	.187	.105	.202	1.782	.078
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan						

Sumber: Data diolah, 2025

T tabel diperoleh dari df = n – k – 1 = 91 – 3 – 1 = 87, maka nilai t tabelnya adalah 1,987 Dengan melihat tabel diatas dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian T sebagai berikut yaitu:

1) Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi struktur organisasi terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang adalah 0.052 > 0,05 dan nilai t hitung 1.971 < 1.987, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel struktur organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang, hal ini teradi karena tidak semua aspek manajerial langsung berdampak pada keuangan, serta UMKM seringkali belum menerapkan struktur organisasi yang kompleks, maka baik secara statistik (p-value > 0,05 dan t hitung < t tabel) maupun secara logika bisnis pengaruhnya tidak cukup kuat untuk memengaruhi hasil keuangan secara langsung.
2) Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas

sumber daya manusia terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang adalah 0.033 < 0,05 dan nilai t hitung 2.163 > 1.987, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.

3) Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang adalah 0.078 > 0,05 dan nilai t hitung 1.782 < 1.987, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel strategi pemasaran tidak berpengaruh signifian terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang, hal ini dapat disebabkan oleh belum optimalnya penerapan strategi pemasaran, rendahnya pengetahuan pemasaran pada pelaku UMKM, dan dominannya faktor-faktor lain dalam memengaruhi kinerja keuangan mereka.

5. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama sama dalam menjelaskan variabel dependen. Uji statistik F dapat diketahui hasilnya dengan melihat nilai probabilitas dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika probabilitas < 0,05 maka H0 ditolak, dan jika nilai f hitung > f tabel, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil hasil uji F yang diperoleh dari hasil penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	490.757	3	163.586	20.594	.000[b]
	Residual	691.067	87	7.943		
	Total	1181.824	90			
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan						
b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia						

Sumber: Data diolah, 2025

Dengan melihat tabel diatas dijelaskan bahwa nilai signifikan dari uji F simultan sebesar 0.000 < 0,05. Sedangkan nilai f hitung sebesar 20.594 > 2.71 maka hipotesis diterima. Hasil pengujian menyimpulkan bahwa model penelitian telah fit atau dengan kata lain variable stuktur organisasi, kualitas sumber daya manusia dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan atau keseluruhan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang.

F. Analisis Penulis

1. Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Payakumbuh.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa variabel struktur organisasi mempunyai nilai minimum sebesar 27, nilai maksimum sebesar 49, rata-rata (mean) sebesar 43,42 dan standar deviasi sebesar 4,150. Hal tersebut menunjukkan tingkat struktur orgsnisasi pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik (tinggi). Hasil analisis

linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel struktur organisasi sebesar 0,203 berarti terdapat peningkatan struktur organisasi sebesar 1 satuan, maka kinerja keuangan UMKM akan meningkat sebesar 0,203 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Berdasarkan hasil uji t struktur organisasi memiliki nilai koefisien atau t hitung sebesar 1,971 yang nilainya lebih kecil dari t tabel yaitu 1,987 dengan nilai signifikasi sebesar 0,052 yang nilainya lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel struktur organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang. Hal ini teradi karena tidak semua aspek manajerial langsung berdampak pada keuangan, serta UMKM seringkali belum menerapkan struktur organisasi yang kompleks, maka baik secara statistik (p-value > 0,05 dan t hitung < t tabel) maupun secara logika bisnis pengaruhnya tidak cukup kuat untuk memengaruhi hasil keuangan secara langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Penyebabnya adalah struktur organisasi merupakan pemahaman dalam efektif mengelola keuangan, sehingga dengan pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan, pengelolaan kas, tabungan dan pinjaman, investasi, mengembangkan strategi usaha yang berkelanjutan, dan pengambilan keputusan ekonomi dapat dilakukan dengan lebih mudah. Sehingga dengan meningkatnya tingkat struktur organisasi, pelaku UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh dapat

lebih efisien dalam mengoptimalkan kinerja keuangan mereka. Keputusan untuk melakukan perilaku tertentu merupakan hasil dari proses yang rasional. Yang artinya, struktur organisasi dapat meningkatkan sikap pengelolaan keuangan individu sehingga mereka lebih percaya diri dalam mengelola keuangan. Selain itu, kontrol prilaku juga dapat mempengaruhi individu, struktur organisasi dapat memberikan individu lebih kuat untuk mengendalikan perilaku yang tidak berguna seperti spending yan tidak terkendali. Sehingga, sikap dan kontrol prilaku yang baik terhadap pengelolaan keuangan dapat membantu UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh dalam meningkatkan kinerja keuangan. Menurut pandangan islam sesuai dengan surat Al-Baqarah 282, ayat tersebut membahas etika dalam konteks transaksi keuangan, perjanjian, hutang piutang. Dalam keseluruhan, tafsiran Surah Al-Baqarah ayat 282 memberikan landasan nilai dan etika yang dapat diaplikasikan dalam struktur organisasi. Prinsip-prinsip ini mencakup aspek keadilan, transparansi, pertanggungjawaban, dan pemahaman yang mendalam terhadap transaksi keuangan. Sehingga, pemahaman dan implementasi nilai-nilai ini dapat membantu individu Muslim dalam mengelola keuangan mereka dengan bijak, sesuai dengan ajaran Islam.

2. Pengaruh Kualitas SDM terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Payakumbuh.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa variabel kualitas SDM mempunyai nilai minimum sebesar 33, nilai maksimum

sebesar 50, rata-rata (mean) sebesar 43.74 dan standar deviasi sebesar 3.596. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik (tinggi). Hasil analisis linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas SDM sebesar 0,300 berarti terdapat peningkatan kualitas SDM sebesar 1 satuan, maka kinerja keuangan UMKM akan meningkat sebesar 0,300 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Berdasarkan hasil uji t persepsi memiliki nilai koefisien atau t hitung sebesar 2.163 yang nilainya lebih besar dari t tabel yaitu 1.986 dengan nilai signifikasi sebesar 0.033 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas SDM berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kartika, et al (2022) bahwa kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Semakin tinggi tingkat kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki oleh para pelaku UMKM, maka kualitas terhadap kinerja keuangannya akan semakin tinggi. Farhan, et al (2022) mengatakan bahwa pengujian tersebut menunjukkan bahwa kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Jika kompetensi sumber daya manusia semakin baik, maka kinerja UMKM meningkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan, yang merupakan kunci dalam peningkatan kinerja UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Nyatanya

sumber daya manusia yang berkompeten sangat penting dalam usaha, karena kebanyakan UMKM sektor usaha dagang dalam penelitian ini berjalan dalam skala yang kecil dan keterbatasan sumber daya, sehingga keberhasilan atau kegagalan usaha akan bergantung pada sumber daya manusia yang terlibat. Peningkatan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti pelatihan, pendidikan formal, kursus, dan pengembangan sumber daya manusia. Pelatihan dapat mencakup aspek-aspek seperti manajemen usaha, pemasaran, keuangan, teknologi informasi, dan manajemen sumber daya manusia. Semakin terampil SDM, semakin baik pula UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh dalam mengelola bisnisnya dan beradaptasi dengan perubahan yang terus menerus. Kualitas sumber daya manusia pada penelitian ini sesuai dengan teori resource based view oleh Barney (1986), yang membahas bahwa suatu usaha dapat mencapai keunggulan bersaing secara finansial maupun non-finansial melakui kepemilikan, penguasaan, dan optimalisasi aset secara strategis, baik aset berwujud maupun yang tidak berwujud. Yang artinya, pengelolaan sumber daya manusia menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif yang nantinya akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Sumber daya yang dimiliki UMKM disini dari aset tidak berwujud yang berupa sumber daya manusia. Selain itu, teori ini juga memaparkan cara organisasi dapat mengembangkan sumber dayanya untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Penerapan teknologi keuangan dapat mendukung

efisiensi penggunaan sumber daya manusia, termasuk kualitas SDM, yang selaras dengan strategi organisasi untuk meraih keunggulan kompetitif yang nantinya akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Menurut pandangan islam sesuai dengan surat An-Naml :38-39, ayat tersebut menjelaskan tentang konsep pengetahuan, kebijaksanaan dan tanggungjawab. Ayat tersebut memberikan pesan tentang pentingnya pengetahuan, kecepatan, kepemimpinan, dan tangungjawab dalam mencapai tujuan. Kualitas SDM yang baik mencakup penerapan prinsip-prinsip ini untuk mencapai hasil yang efektif dan positif dalam dunia kerja. Sehingga, pemahaman terhadap nilai dan pelajaran dari ayat ini dapat memberikan inspirasi bagi individu dalam mengembangkan kualitas SDM yang kokoh dan berlandaskan pada nilai-nilai kebijaksanaan dan etika.

3. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Payakumbuh.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa variabel strategi pemasaran mempunyai nilai minimum sebesar 33, nilai maksimum sebesar 50, rata-rata (mean) sebesar 42.85 dan standar deviasi sebesar 3.913. Hal tersebut menunjukkan tingkat strategi pemasaran pada UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh mayoritas baik (tinggi). Hasil analisis linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel strategi pemasaran sebesar 0.187 berarti terdapat peningkatan strategi pemasaran sebesar 1 satuan, maka kinerja keuangan UMKM akan meningkat sebesar 0.187 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Berdasarkan hasil uji t persepsi

memiliki nilai koefisien atau t hitung sebesar 1.782 yang nilainya lebih kecil dari t tabel yaitu 1.986 dengan nilai signifikasi sebesar 0.078 yang nilainya lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Hasil uji menunjukkan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang, hal ini dapat disebabkan oleh belum optimalnya penerapan strategi pemasaran, rendahnya pengetahuan pemasaran pada pelaku UMKM, dan dominannya faktor-faktor lain dalam memengaruhi kinerja keuangan mereka. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ke empat yang menyatakan bahwa "struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran berpenaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM". Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM, yang ditunjukkan dari hasil uji f yaitu nilai signifikasinya 0.000 < 0.05 dan nilai f hitung 20.594 > f tabel 2.71. Maka dapat diketahui bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan. Besarnya koefisien determinasi atau R2 sebesar 41.5%. Hal tersebut berarti bahwa 58.5% variabel kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti. Ketika tingkat struktur organisasi semakin meningkat, maka kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh semakin baik karena semakin tinggi tingkat struktur organisasi pelaku usaha akan memiliki pemahaman yang efektif dalam mengelola keuangan usaha mereka yang nantinya pelaku UMKM dapat lebih efisien dalam mengoptimalkan kinerja

keuangan mereka. Semakin tingi tingkat kualitas sumber daya manusia yang dimiliki pelaku UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh, maka kualitas kinerja keuangan mereka akan semakin tinggi karena pelaku UMKM memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang baik. Semakin baik pelaku UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh memanfaatkan strategi pemasaran, maka semakin baik pula kinerja keuanggannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kota Payakumbuh, maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa pengaruh struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang sebagai berikut:

1. Struktur organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Hal tersebut didasarkan pada hasil uji persial (uji t) dengan nilai koefisien 1.971 < 1.987, dan nilai signifikansi sebesar 0.052 > 0.05.

2. Kualitas sumber daya manusia berpenaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Hal tersebut didasarkan pada hasil uji persial (uji t) dengan nilai koefisien 2.163 > 1.987, dan nilai signifikansi sebesar 0.033 < 0.05.

3. Strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Hal tersebut didasarkan pada hasil uji persial (uji t) dengan nilai koefisien 1.782 < 1.987, dan nilai signifikansi sebesar 0.078 > 0.05.

4. Struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau keseluruhan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di

Payakumbuh. Hal tersebut didasarkan pada hasil uji simultan (uji f) dengan nilai f hitung 20.594 > f tabel 2.71, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05.

B. Saran

1. Bagi Pelaku UMKM di Payakumbuh.

Bagi pelaku UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh diharapkan dapat mengoptimalkan kinerja keuangan dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan dan edukasi. Selain itu juga fokus melakukan pengembangan kualitas sumber daya manusia dengan merekrut dan memilih pelaku usaha yang memiliki keahlian relevan. Penting juga untuk memanfaatkan strategi pemasaran secara cerdas, agar tercapainya kebutuhan bisnis. Dengan meningkatkan hal tersebut akan memperkuat kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh, meningkatkan daya saing, dan lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel selain struktur organisasi, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh. Peneliti selanjutnya sebaiknya dapat memasukkan variabel tambahan lainnya yang mungkin berdampak pada kinerja keuangan UMKM sektor usaha dagang di Payakumbuh, seperti akses keuangan, kualitas laporan keuangan, dan pengetahuan akuntansi. Hal ini diperkuat dengan

hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebesar 41,5% variabel kinerja keuangan UMKM dipengaruhi oleh ketia variabel dalam penelitian ini. Sisanya 58,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Agustien, Lies Maria Hamza and Devi, 'Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kcil Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sekto UMKM Di Indonesia', 8.2 (2019)

Aliyah, Atsna Himmatul, 'Eran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi', 3.1 (2022)

Amalia, Siwi Dyah Ayu Sukmawati and Naili, 'Pengaruh Sikap Keuangan, Strategi Pemasaran, Locus Of Control, Dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja UMKM Pada Sektor Kuliner Di Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar'', 2.1 (2024), pp. 93–108

And, Fikaria Br Tarigan, 'Analisis Strategi Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Keuangan The Wood ' s Coffee Tanjung Morawa'', 2024

and Ramli Hatma Mutmainnah Syamsir, Hasmin Tamsah, 'Engaruh Kepuasan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Melalui Motivasi Karyawan Hotel Claro Makassar', 3.2 (2019), pp. 78–91

Anggusti, Martono, 'Pengelolaan Perusahaan Dan Kesejahteraan Tenaga Kerja', 2020

Ardianti, Noiva Aristyani Esay and R. R. Retno, 'Pengelolaan Sumber Daya Manusia Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur', 3.3 (2013), pp. 1–13

Aris Risqiana, et al, 'Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak'

Aspiranti, Tasya, 'Potensi Dan Kendala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah', 2007, p. 35

Briando Loho, Inggriani Elim, and Stanley Kho Walandouw, 'Analisis Rasio Likuditas, Solvabiitas, Aktivitas Dan Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Tanto Intim Line', 9.3 (2021), pp. 68–74

Dasuki, Rima Ely, 'Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View', 12.3 (2021), p. 450

Delwyn, Barney and, *Resource-Based Theory* (Oxford University Press, 2007)

Eka Sry Patmawati, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (Sdm) Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah', 2022

Eva - Sriwiyanti, Elfina O.P. Damanik, and Sri - Martina, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perusahaan Properti Dan Real Estate Di BEI'', 5.2 (2021), pp. 184–92

Fahmi, Irham, *Analisis Laporan Keungan* (Alfabeta, 2015)

Fajar Rezeki Ananda, Dkk, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Efektivitas Kerja Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pelaksana Di PT Perkebunan Nusantara III(Persero)', 12.2 (2019), p. 104

Fareiz Aulia Firman, Deti Mulyanti, 'Strategi Bisnis Pada Klinik Kesehatan Menggunakan Analisis SWOT. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis', 2.2 (2023), pp. 126-139.

Ida Farida, Sunandar, and Aryanto, '"Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Tegal"', 8.2 (2019)

Idayanti, Irdha Yanti and Desi, 'Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju', 1.1 (2022), pp. 1–13

Juru, Nyoman Ary, 'Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)', 4.2 (2020)

———, 'Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng', 4.2 (2020), pp. 8–21

Khasanah, Sitta Saraya dan Dian Ratu Ayu Uswatun, *Bahan Ajar Pengantar Hukum Dagang (Klaten: Lakeisha*, 2022

Limanseto, Haryo, 'Pengembangan Umkm Sebagai Motor Penggerak Perekonomian Nasional Terus Mendapat Dukungan Pemerintah.Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia', 2022

LPPI, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Bank Indonesia, 2015)

Mailizar, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Desa Alue Sungai Pinang Kabupaten Aceh Barat Daya)', 2022, pp. 1–72

Moechthar, Oemar, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia* (Airlangga University Press, 2019)

———, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia* (Airlangga University Press, 2019)

Mulyanti, Esy Rizki, 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT BIM', 2021

Noveria, Mita, *Pertumbuhan Penduduk Dan Keseahteraan* (2011)

Nurlia, 'Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan", Meraja Journal', 2.2 (2019), pp. 51–56

Others, And, 'UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa', 4.2 (2019), pp. 1–189

Others, Putri and, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda.’’, 6.2 (2022)

Ponorogo, Universitas Muhammadiyah, ‘Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Kualitas Anggaran Terhadap Kinerja Keuangan Daerah Yang Dimoderasi Dengan SIMDA Pada SKPD Kabupaten Buton Utara’, 8.1 (2016), pp. 50–60

Putra, Gunawan dan Egi Rizki Maulana, ‘Perlindungan Dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM Di Desa Cililin. AL- MANHAJ’, 5.1 (2023)

Putri, Rima Octaviani and Rizqy Fadhlina, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Medan’, 1.1 (2021)

Rahma Eka Putri, et al, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda’, 6.2 (2022), pp. 1664–76

Rahmat, ‘Analisis Tingkat Pendapatan Pada Umkm Rumah Iphone Di Kota Parepre Pada Masa Covid-19’, 2022

Ramadhana, Widodo, ‘Pengaturan Hukum Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Brdasarkan Keadilan Ekonomi’, 13.2 (2023)

Renyowijoyo, Muindro, *Akuntansi Sektor Publik* (Mitra Wacana Media, 2013)

Rifai, Bachtiar, ‘Efensiasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah’, 3.4 (2012), p. 32

Rusdiana, H. A, ‘Kewirausahaan Teori & Praktik. Bandung: CV. Pustaka Setia Sugirhartono Dkk. (2013). Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press. Suryana.(2013). Kewirausahaan, 2014.’

Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, ‘“Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil’””

Siswosoediro, Henry S., *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen* (Visimedia, 2008)

———, *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen* (Visimedia, 2008)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2019)

———, *Statistika Untuk Penelitian* (Alvabeta, 2019)

Sungkono, Salsabila Septiani Putri and Sungkono, ‘Analisis Kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil Mikro Menengah (Umkm) Di Kabupaten Karawang’, 2.7 (2023), pp. 57–63

Sungkono2, Salsabila Septiani Putri And, ‘, “Analisis Kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil Mikro Menengah (Umkm) Di Kabupaten Karawang”’, 2.7 (2023)

Suryanatha, Nyoman Thegar, 'Pengaruh Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dengan Pemahaman Akuntansi Sebagai Variabel Pemoderasi, Hita Akuntansi Dan Keuangan', 2021

Timothy, Robbins and, *Perilaku Organisasi* (Selemba Empat, 2015)

Tjiptono, Fandy, 'Strategi Pemasaran, Makalah Ilmiah Ekonomika', 2011

Usaha, Kinerja, 'Mikro Kecil, and D A N Menengah, „Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)', 5.2 (2020)

Wahidah, Sri Ayem and Umi, '"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta"', 4.1 (2021)

Winbaktianur, Siregar, 'Kinerja Keuangan Usaha Mikro Dan Kecil', 5.2 (2020), pp. 21–29

Yolanda, Cindy, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah(Umkm) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia', 2.3 (2024), pp. 70–86

Yuniningsih, *Manajemen Keuangan* (Indonesia Pustaka, 2018)

LAMPIRAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 396.3/Un.26.3/HK.00.5/10/2024

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Hakiki Dwi Azani** NIM. **3420065** tanggal 23 Oktober 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Usaha Dagang Di Kota Payakumbuh"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**H. Harfandi, SE, M.Si**
NIP	:	196211101999031001
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina Utama Muda/ IV/c/ Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Manajemen Operasional Bank Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 23 Oktober 2024

ADLI ALFIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

A S L I

PEMERINTAH KOTA PAYAKUMBUH
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Jambu Telp. (024) 94474 Kel. Kotokociak Kubu Tapakrajo Kec. Payakumbuh Utara
Payakumbuh 26213 , Email : dpmptsppyk@gmail.com

IZIN MELAKSANAKAN PENELITIAN
Nomor: 570/302/DPM-PTSP/PYK/X-2024

Kami Pemerintah Kota Payakumbuh melalui Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu berdasarkan :

Surat Pengantar	:	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGG
Nomor	:	B-2828/Un.06.3/PP.07/10/2024
Tanggal	:	08 Oktober 2024

Dengan ini menyatakan tidak keberatan atas maksud melaksanakan Izin Penelitian di Kota Payakumbuh yang dilakukan oleh :

Nama	:	**Hakiki Dwi Azani**
Tempat/ Tgl. Lahir	:	Sikabu Kabu/ 04-04-2002
NIM	:	3420065
Alamat	:	TJ Haro Sikabu Kabu Pd Panjang
Maksud/Tujuan	:	Melaksanakan Kegiatan Penelitian dan Pengambilan Data yang berhubungan dengan PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI KOTA PAYAKUMBUH
Lokasi	:	1. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Payakumbuh 2. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu 3. Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah 4. Kecamatan Payakumbuh Selatan
Waktu	:	08 Oktober 2024 s/d 08 November 2024
Anggota	:	

Dengan ketentuan sebagai berikut :
1. Kegiatan Penelitian akan dilakukan setelah memperoleh persetujuan dari Dinas/ Kantor/Instansi/otoritas lokasi tempat dilaksanakannya penelitian.
2. Tidak boleh menyimpang dari tujuan melaksanakan Penelitian.
3. Memberitahukan/melaporkan diri pada Pemerintah, Dinas/Kantor setempat dan menjelaskan atas kedatangannya serta menunjukkan surat - surat keterangan yang berhubungan dengan itu serta melaporkan diri sebelum meninggalkan daerah / lokasi penelitian.
4. Mematuhi semua peraturan yang berlaku dan menghormati adat Istiadat serta kebijaksanaan masyarakat setempat.
5. Mengirimkan laporan hasil Penelitian sebanyak 1 (satu) exemplar pada Walikota Payakumbuh cq Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Payakumbuh.
6. Apabila terjadi suatu penyimpangan/pelanggaran terhadap ketentuan - ketentuan yang tersebut di atas maka izin penelitian ini akan dicabut kembali.

Demikianlah izin kegiatan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan oleh yang berkepentingan sebagaimana mestinya.

Payakumbuh, 09 Oktober 2024
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAYAKUMBUH

Ditandatangani secara elektronik oleh Kepala DPMPTSP Kota Payakumbuh

MEIZON SATRIA, ST, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19710503 200312 1006

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Responden yang terhormat

Perkenalkan saya mahasiswi dari Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Program Studi Akuntansi Syariah yang sedang melakukan penelitian tentang **"Analisis Pengaruh Struktur Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Usaha Dagang Di Kota Payakumbuh"**. Kali ini saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibuk/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibuk/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun identitas dan jawaban yang Bapak/Ibuk/Saudara/i berikan akan kami jamin kerahasiannya. Atas bantuan dan ketersediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Hakiki Dwi Azani
3420065

A. DATA RESPONDEN

Sebelum menjawab pernyataan dalam kuesioner ini, mohon Bapak/Ibuk/Saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang anda berikan akan diperlakukan secara rahasia).

Isi dan lingkari jawaban yang dipilih

1. Nama Usaha :
2. Jenis Kelamin
   a. Laki-laki
   b. Perempuan
3. Berapa usia anda saat ini?
   a. < 25 Tahun
   b. 25 – 40 Tahun
   c. > 40 Tahun
4. Apa pendidikan terakhir anda?
   a. SMP
   b. SMA/SMK/MA
   c. D3
   d. S1
   e. Lainnya (sebutkan) .....
5. Omset pertahun
   a. < Rp300 juta
   b. > Rp300 juta – Rp2,5 miliar
   c. > Rp2,5 miliar – Rp50 miliar

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pilihlah jawaban pernyataan dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom jawaban sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu yang dianggap paling cocok.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

C. ITEM PERTANYAAN

1. Struktur Organisasi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Struktur organisasi perusahaan / organisasi kami mudah dipahami oleh semua karyawan.					
2	Setiap karyawan memahami dengan jelas posisi mereka dalam struktur organisasi.					
3	Setiap karyawan memahami dengan jelas apa yang menjadi tanggung jawab mereka.					
4	Kami secara aktif berupaya meningkatkan efektivitas struktur organisasi kami seiring dengan perkembangan bisnis.					
5	Kami memiliki rencana pengembangan organisasi yang sesuai dengan pertumbuhan UMKM kami.					
6	Organisasi kami mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi.					
7	Koordinasi karyawan berjalan dengan baik, mengingat ukuran tim yang relative kecil.					
8	Apakah strategi organisasi Bapak/Ibu sudah mencapai target perusahaan.					
9	Apakah usaha Bapak/Ibu menggunakan organisasi yang berskala organisasi kecil.					
10	Apakah lingkungan (tempat) perusahaan Bapak/ibu sudah stratgis.					

2. Kualitas Sumber Daya Manusia

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memahami teori yang berkaitan dengan pekerjaan saya dengan baik					
2	Saya dan seluruh karyawan memahami semua produk yang dihasilkan UMKM ini					
3	Saya dan seluruh karyawan memiliki pengetahuan dalam hal pelayanan yang baik.					
4	Saya dan seluruh karyawan memiliki pengetahuan tentang konsumen					
5	Saya dapat memberikan ide yang baik dalam bekerja.					
6	Seluruh karyawan mampu bekerja sama dengan baik bersama rekan kerja.					
7	Saya mampu memecahkan masalah yang terjadi dalam pekerjaan bersama karyawan-karyawan.					
8	Saya dan seluruh karyawan memliki kemampuan berkomunikasi secara baik dengan rekan kerja					
9	Saya dapat mengelola bisnis ini dengan baik.					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
10	Saya tidak selalu dapat mengambil keputusan dengan benar dalam situasi apapun.					

3. Strategi Pemasaran

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya setuju dengan memasang iklan dimedia sosial akan semakin memperkenalkan produk yang saya jual.					
2	Saya percaya dengan penerapan strategi pemasaran di dalam bisnis dapat membantu usaha saya semakin berkembang.					
3	Saya membangun identitas brand yang konsisten dan terlihat di seluruh aspek bisnis saya. Mulai dari logo, dan pelayanan yang baik.					
4	Saya sudah melakukan riset untuk memahami siapa target pasar saya, termasuk preferensi, kebutuhan, dan selera pelanggan.					
5	Saya sangat mempertimbangkan strategi pemasaran yang akan saya gunakan untuk mencapai tujuan tercapainya target pasar.					
6	Saya terus berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan baru untuk memenuhi perubahan kebutuhan pasar.					
7	Saya selalu meninjau dan menyesuaikan harga berdasarkan kondisi pasar dan biaya.					
8	Apakah lokasi usaha sudah termasuk lokasi yang strategis.					
9	Apakah anda sudah pernah melakukan promosi penjualan.					
10	Apakah promosi penjualan yang kamu lakukan sudah sesuai denganyang kamu harapkan.					

4. Kinerja Keuangan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu memiliki cadangan dana untuk mengembangkan usaha.					
2	Saya akan melakukan pinjaman ke bank untuk meningkatkan usaha.					
3	Saya memiliki kas yang cukup untuk kegiatan operasional usaha saya.					
4	Saya selalu tepat waktu membayar hutang					
5	Saya selalu memantau ketersediaan stok produksi agar dapat mengantisipasi kekosongan stok					
6	Saya selalu mencatat persediaan barang masuk dan keluar					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
7	Saya bisa menghasilkan laba sesuai target setiap bulannya.					
8	Usah yanag saya jalankan mengalami peningkatan penjualan setiap bulan.					
9	Modal usaha yang saya miliki selalu mengalami peningkatan.					
10	Keuntungan atau laba dari usaha yang saya lakukan setiap bulan selalu mengalami peningkatan.					

Tabulasi Data Penelitian

Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden								
	Nama Usaha	Jenis Kelamin		Usia		Pendidikan		Omset Per Tahun	
1	Namo Coffe	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
2	Dangau Abah	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	< Rp300 juta	1
3	Hazel mart	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
4	Kedai harian Rani R4	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
5	Warung harian hazzan	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	< Rp300 juta	1
6	Usaha kue ketan sarikaya	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	< Rp300 juta	1
7	Bento coffee	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
8	Brg coffe	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
9	Grosiran Riko	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	3
10	Konter Aura ponsel	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
11	Kedai harian si kembar	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
12	Ciemilan Payakumbuh	Perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
13	Kerupuk balado Mandeh 2	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	SMA/SMK/MA	2	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
14	Warkop Mr lasax	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
15	Mini store	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	D3	3	< Rp300 juta	1
16	Warung mie ayam tete	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
17	Dapur Mayu	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
18	Rumah makan gulai ikan	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
19	Revara pet shop	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
20	Mie ayam bakso soulo mas Roy	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	D3	3	< Rp300 juta	1
21	Ampera Dirga	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
22	Ampera ifa	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	3	< Rp300 juta	1
23	Sarapan pagi Mamay	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	D3	3	< Rp300 juta	1
24	Duo mart	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	4	< Rp300 juta	1
25	Ayam geprek sikabu	perempuan	2	> 40 Tahun	3	D3	3	< Rp300 juta	1
26	Kamari sambal ijo	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	1	< Rp300 juta	1
27	Rumah makan Ema	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	3	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
28	Barata kopi	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
29	Lapau Bika ni yet	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	< Rp300 juta	1
30	Aqsa mart	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	D3	3	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
31	Ampera uda Denai	perempuan	2	< 25 Tahun	1	D3	3	< Rp300 juta	1

No	Karakteristik Responden								
	Nama Usaha	Jenis Kelamin		Usia		Pendidikan		Omset Per Tahun	
32	99 ponsel	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMP	1	< Rp300 juta	1
33	Assalam	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
34	Y dan n toserba	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
35	Hafiz baterai	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
36	Kedai Nasi uni sari	perempuan	2	> 40 Tahun	3	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
37	Ayam geprek coga	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	D3	3	< Rp300 juta	1
38	Nameza seluler	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMP	1	< Rp300 juta	1
39	Toko Harapan jaya plastik dan bahan kue	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	3
40	Jay listrik	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
41	Martabak mesir Har	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	D3	3	< Rp300 juta	1
42	hillside coffeee	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	S1	4	< Rp300 juta	1
43	Lapau nasi Nis	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	< Rp300 juta	1
44	gonjong limo	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
45	Ni MET Cell	perempuan	2	< 25 Tahun	1	D3	3	< Rp300 juta	1
46	Pecel lele dina Putri	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
47	Toko An TK	perempuan	2	< 25 Tahun	1	S1	4	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	3
48	Duta Buah grosir dan eceran	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
49	Raffizki mart	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
50	Martabak mesir paker	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
51	Toko rsc Deny	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	S1	4	< Rp300 juta	1
52	Toko src Rini	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	< Rp300 juta	1
53	Sate rito si 7	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
54	Apotek jia Farma	perempuan	2	> 40 Tahun	3	S1	3	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
55	Teten mart	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
56	Bedelau caffe	perempuan	2	> 40 Tahun	3	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
57	Irma seluler	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
58	TH15 beranda second	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	SMP	1	< Rp300 juta	1
59	Agen Buah pakdel	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
60	Annisa interior	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
61	Salo mart and Cell	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
62	Pisang bakar santan tek gadis	perempuan	2	< 25 Tahun	1	S1	4	< Rp300 juta	1
63	Bakso mas Gendon	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
64	Ayam penyet Dhenai	perempuan	2	> 40 Tahun	3	SMP	1	< Rp300 juta	1
65	Kilang santan murni	perempuan	2	> 40 Tahun	3	D3	3	< Rp300 juta	1
66	Ayam geprek Jack	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
67	Pondok soto Marwan	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	SMP	1	< Rp300 juta	1
68	Sunda Minang ban	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1

No	Karakteristik Responden								
	Nama Usaha	Jenis Kelamin		Usia		Pendidikan		Omset Per Tahun	
69	Dap counter handphone	laki-laki	1	< 25 Tahun	1	S1	4	< Rp300 juta	1
70	Apotek Risa Farma	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	S1	4	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
71	Toko bangunan AR	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
72	Toko Family Tani	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
73	Toko bangunan Eka jaya	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
74	Kimnana pet shop	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
75	Toko berkah elektrik	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	D3	3	< Rp300 juta	1
76	Udah Parjok	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1
77	Sate maringgi	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
78	Apotek Ara	perempuan	2	< 25 Tahun	1	S1	4	< Rp300 juta	1
79	Kebab Hamza	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	S1	4	< Rp300 juta	1
80	Nino pancing	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
81	Rumah makan Pongek or si7	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	3
82	Toko cahaya terang	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
83	toko mainan Flamboyan toys	laki-laki	1	> 40 Tahun	3	D3	3	< Rp300 juta	1
84	Dinda elpiji	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	D3	3	< Rp300 juta	1
85	Yola bangunan	perempuan	2	< 25 Tahun	1	S1	4	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	3
86	Amor trifting	perempuan	2	< 25 Tahun	1	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
87	ATK idep	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	SMP	1	> Rp300 juta – Rp2,5 miliar	2
88	Toko kembar tani	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
89	Pusat oleh-oleh Rina	perempuan	2	> 40 Tahun	3	S1	4	> Rp2,5 miliar – Rp50 miliar	3
90	Sari makmur rice Milling	perempuan	2	25 – 40 Tahun	2	SMA/SMK/MA	2	< Rp300 juta	1
91	Bandrek fadwa	laki-laki	1	25 – 40 Tahun	2	S1	4	< Rp300 juta	1

Data Jawaban Responden

Stuktur Organisasi (X1)

No	Stuktur Organisasi (X1)										Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44
2	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
3	5	4	5	4	5	5	5	3	3	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	45
5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	45

No	Stuktur Organisasi (X1)										Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
6	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
7	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
8	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
9	4	3	3	4	4	4	4	3	5	5	39
10	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
11	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
12	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
13	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
14	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
15	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	46
19	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	41
20	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
21	3	4	5	5	4	5	4	4	4	3	41
22	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
23	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	41
24	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	42
25	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	46
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
27	2	2	3	2	3	3	3	3	4	5	30
28	4	4	3	4	5	3	5	3	4	4	39
29	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	43
30	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
31	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	37
32	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	45
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	39
35	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	46
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
38	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	40
39	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
40	2	1	2	2	4	2	3	3	4	4	27
41	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	42
42	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
43	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

No	Stuktur Organisasi (X1)										Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
44	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
45	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
46	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
47	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
48	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
49	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
51	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
52	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	41
53	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
54	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
55	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
56	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
57	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
58	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
59	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
60	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
61	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	42
62	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
63	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	43
64	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
65	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
66	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	34
67	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
68	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
70	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
71	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
72	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
73	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
74	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
77	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
78	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
79	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
80	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
81	5	3	3	3	5	3	5	3	5	4	39

No	Stuktur Organisasi (X1)										Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
82	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
83	4	4	2	3	5	5	4	3	4	5	39
84	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
85	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
86	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
87	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
88	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
89	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	41
90	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
91	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44

Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)

No	Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)										Total (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
2	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	46
3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	46
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	42
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
10	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	44
11	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	43
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
13	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
15	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	43
16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
17	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	38
18	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	47
19	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35
20	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
21	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	45
22	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
23	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	42

No	Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)										Total (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
24	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	42
25	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
26	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
27	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	34
28	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
30	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	41
31	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	40
32	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
34	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
35	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
39	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	44
40	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	33
41	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
42	4	4	5	5	4	5	5	4	2	2	40
43	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
44	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	39
45	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
46	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
50	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
51	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
52	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
54	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
55	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
56	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42

No	Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)										Total (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
62	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	46
63	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
64	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
65	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
67	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
68	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
69	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	44
70	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
71	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
72	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
73	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
74	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
77	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
78	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	44
79	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
80	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
81	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	43
82	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
83	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
84	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
85	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	45
86	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
87	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
88	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
89	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
90	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
91	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	40

Strategi Pemasaran (X3)

No	Strategi Pemasaran (X3)										Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	39
2	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	43
3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	45

No	Strategi Pemasaran (X3)										Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	47
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
6	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5	35
7	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	41
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
9	3	3	4	5	5	4	3	3	5	3	38
10	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
11	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	43
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
13	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	38
14	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
15	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	45
16	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	43
17	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	43
18	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	45
19	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
20	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	39
21	4	4	5	5	5	4	5	3	3	5	43
22	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	45
23	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
24	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	33
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
27	2	2	3	3	3	3	4	5	4	4	33
28	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	35
29	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
32	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4	39
35	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
36	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	39
37	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	42
38	4	4	5	2	4	4	4	3	3	4	37
39	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	43
40	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	45
41	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46

No	Strategi Pemasaran (X3)										Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
42	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
43	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44
44	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
45	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
46	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	43
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
50	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
51	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
52	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
54	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	42
55	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
56	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	38
62	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	46
63	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	45
64	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
65	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
66	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	43
67	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
68	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
69	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
70	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
71	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
72	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
73	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	45
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	44
77	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	40
78	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
79	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	45

No	Strategi Pemasaran (X3)										Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
80	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	42
81	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	43
82	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
83	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
86	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
87	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
88	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
89	3	3	4	5	4	5	5	5	4	4	42
90	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
91	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41

Kinerja Keuangan UMKM (Y)

No	Kinerja Keuangan UMKM (Y)										Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	41
2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	40
7	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	43
8	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
9	4	4	4	5	5	5	4	3	5	3	42
10	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
11	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	43
12	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
13	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
15	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
16	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
17	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	38
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
20	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
21	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	43

No	Kinerja Keuangan UMKM (Y)										Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
22	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	45
23	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
24	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45
25	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	45
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
27	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	39
28	2	4	3	4	4	5	4	3	5	4	38
29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
30	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
31	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
34	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	42
35	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
36	4	1	3	2	2	1	4	4	5	4	30
37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
38	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	47
39	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	44
40	5	5	5	5	5	5	4	2	4	3	43
41	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
42	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	46
43	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
45	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
46	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	46
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
50	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
52	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	46
55	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
56	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48

No	Kinerja Keuangan UMKM (Y)										Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
60	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
61	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
62	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	44
63	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	44
64	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
65	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	43
66	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
67	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
68	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
69	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
70	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
71	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
72	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
73	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
74	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
75	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
76	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
77	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
78	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	45
81	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	40
82	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
83	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4	38
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
85	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
86	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
87	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
88	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
89	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	45
90	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	44
91	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47