

TESIS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
USAHA MIKRO KECIL DI KOTA PAREPARE**

***ANALYSIS OF INFLUENCING FACTORS
OF MSEs IN THE CITY OF PAREPARE***

Disusun dan diajukan oleh

MUH. AWAL YANTO

A052181005



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SUMBERDAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
USAHA MIKRO KECIL DI KOTA PAREPARE**

Disusun dan diajukan oleh

**MUH. AWAL YANTO
A052181005**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister, Program Studi Ekonomi Sumberdaya,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Pada tanggal 21 November 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing utama,

Pembimbing Pendamping,

Dr. Madris, DPS., SE., M.Si.
NIP. 19601231 198811 1 002

Dr. Sabir, SE., M.Si.
NIP. 19740715 200212 1 003

Ketua Program Studi
Magister Ekonomi Sumberdaya,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Fatmawati, SE., M.Si.
NIP. 19640106 198803 2 001



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadis, SE., M.Si.
NIP. 19640205 198810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muh. Awal Yanto

Nim : A052181005

Program studi : Ekonomi Sumberdaya

Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul :

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Di Kota Parepare

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Makassar, November 2022

Yang Menyatakan,



Muh. Awal Yanto

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul ***“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Di Kota Parepare”*** dapat terselesaikan.

Penulis Menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka tidaklah mungkin terwujud semua usaha dalam rangka menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang sangat tinggi dan amat mendalam kepada:

1. Keluarga yaitu Orang tua, kakak, adik dan istri penulis yang telah memberikan dorongan dan dukungan moril dan materil
2. **Dr. Madris, DPS., SE., M.Si.** selaku Pembimbing utama atas bimbingan, arahan dan petunjuknya sehingga penelitian tesis ini dapat kami selesaikan dengan baik.
3. **Dr. Sabir, SE., M.Si.** selaku Pembimbing Pendamping, yang banyak memberikan waktu, arahan dan bimbingannya kepada kami.
4. **Prof. Dr. Abd. Rahman Kadis, SE., M.Si** selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
5. **Dr. Fatmawati, SE., M.Si.** selaku ketua program studi magister ekonomi Sumberdaya Universitas Hasanuddin dan Dosen Penguji atas bimbingan dan arahnya kepada penulis.
6. **Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si dan Dr. Retno Fitrianti, SE., M.Si.** Selaku dosen penguji yang telah memberikan saran terkait penyusunan tesis penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dan memperoleh ilmu baru yang sebelumnya belum pernah penulis dapatkan.

7. Segenap dosen program studi magister Ekonomi Sumber Daya Universitas Hasanuddin yang telah memberikan banyak ilmu dan motivasi selama penulis menuntut ilmu di PS-MESD
8. Seluruh staf Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu proses administrasi selama penulis berproses di Universitas Hasanuddin.
9. Serta semua pihan yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin penulis cantumkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari begitu banyak kekurangan dan keterbatasan dalam tesis ini. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan banyak pihak .

Makassar, November 2022

Penulis

ABSTRAK

MUH. AWAL YANTO. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perkembangan Usaha Mikro Kecil di Kota Parepare* (dibimbing oleh Madris dan Sabir).

Beberapa masalah pokok yang ditemukan berdasarkan observasi kepada pelaku usaha kecil di Kota Parepare, ditemukan informasi bahwa pendapatan para pelaku usaha kecil di Kota Parepare cenderung mengalami penurunan seiring adanya peningkatan jumlah usaha kecil lainnya sehingga persaingan juga semakin ketat di antara para pelaku UMK di Kota Parepare. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan anggapan bahwa beragam jenis variabel yang dianggap paling berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku UMK di Kota Parepare, di antaranya jumlah modal usaha, lama usaha, jumlah tenaga kerja, jam kerja, jenis usaha, lokasi usaha, dan metode pemasaran hasil usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni metode tradisional yang sudah sering digunakan sebagai metode penelitian. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanatif yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel dan uji verifikasi untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya berdasarkan data empirik. Lokasi penelitian berada di Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Sementara jenis datanya adalah data primer dan data sekunder. Sumber datanya adalah pelaku UMK yang ada di Kota Parepare. Hasil penelitian menunjukkan (1) variabel modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, status usaha, sumber permodalan, lokasi usaha, dan metode pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan secara simultan; (2) variabel tenaga kerja, sumber permodalan, dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan secara parsial, sedangkan modal usaha, lama usaha, jenis usaha, status usaha, dan metode pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan secara parsial; dan variabel yang memiliki tingkat signifikansi paling tinggi adalah tenaga kerja; dan (3) variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, baik secara simultan maupun secara parsial.

Kata kunci: modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, lokasi usaha, metode pemasaran, UMK Kota Parepare



ABSTRACT

MUH. AWAL YANTO. *The Analysis of Factors Affecting the Development of Micro Small-Scale Business (MSEs) in Parepare City* (supervised by Madris and Sabir)

One of the main problems found based on observations of small business actors in Parepare City is that the income of small business actors in Parepare City tends to decrease along with the increase of the number of other small businesses, so competition is also getting tougher among MSEs in Parepare City. The aim of this study is to describe the assumption that various types of variables that are considered the most influential on the income of MSEs in Parepare City include the amount of business capital, long period of business, number of workers, working hours, type of business, business location and methods of marketing business results. This study uses a quantitative approach, which is a traditional method that has often been used as a research method. The type of research is an explanatory study aiming to explain the causal relationship between variables carried out by verification tests to test hypotheses that have been formulated previously based on empirical data. The research location is in Parepare City, South Sulawesi Province. The data consist of primary data and secondary data obtained from MSEs actors in Parepare City. The results show that (1) variables of business capital, long period of business, labor, types of business, business status, source of capital, business location, and marketing methods simultaneously affect income; (2) variables of labor, sources of capital, and business location have a significant effect on income partially, while business capital, long period of business, type of business, business status and marketing methods do not have a significant effect on income partially; the variable having the highest level of significance is labor, and (3) income variable has a significant effect on business development either simultaneously or partially.

Keywords: business capital, length of business, manpower, type of business, business location, marketing methods, MSEs in Parepare City.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Teoritis.....	14
2.1.1 UMKM.....	14
2.1.2 Modal Usaha.....	17
2.1.3 Lama Usaha.....	19
2.1.4 Tenaga Kerja	22
2.1.5 Jenis Usaha	26
2.1.6 Status Usaha	27
2.1.7 Sumber Permodalan.....	29
2.1.8 Lokasi Usaha	31
2.1.9 Metode Pemasaran	32

	2.1.10	Perkembangan Usaha	36
	2.2	Tinjauan Empiris.....	39
	2.2.1	Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III		KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	41
	3.1	Kerangka Konseptual	41
	3.2	Hipotesis.....	42
BAB IV		METODE PENELITIAN	
	4.1	Rancangan Penelitian	44
	4.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
	4.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
	4.3.1	Populasi.....	44
	4.3.2	Sampel.....	45
	4.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	45
	4.4	Jenis dan Sumber Data.....	46
	4.4.1	Jenis Data	46
	4.4.2	Sumber Data.....	46
	4.5	Metode Pengumpulan Data.....	47
	4.6	Teknik Analisis Data	47
	4.6.1	Uji Analisis Regresi.....	47
	4.6.2	Uji F atau Fisher	48
	4.7	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	49
	4.7.1	Variabel Penelitian.....	49
	4.7.2	Defenisi Operasional	49
BAB V		HASIL PENELITIAN.....	51
	5.1	Deskripsi Data	51
	5.1.1	Profil Kota Parepare	51
	5.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden	52
	5.1.3	Deskripsi Hasil Penelitian	59
BAB VI		PEMBAHASAN	62
BAB VII		PENUTUP	72

7.1 Kesimpulan	72
7.2 Keterbatasan Penelitian.....	72
7.3 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Konseptual	42
Gambar 5.1	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Parepare.....	8
Tabel 5.1	Deskripsi Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	52
Tabel 5.2	Deskripsi Karakteristik Responden Menurut Umur	53
Tabel 5.3	Deskripsi Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	54
Tabel 5.4	Deskripsi Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan	55
Tabel 5.6	Hasil Uji Analisis Regresi	59
Tabel 5.7	Hasil Uji F.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data yang Diregresi	77
Lampiran 2	Hasil Regresi data.....	79
Lampiran 3	kuisisioner	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semenjak pandemi covid19 melanda dunia, banyak perusahaan besar maupun kecil yang terdampak. Tak sedikit bahkan perusahaan yang harus gulung tikar dikarenakan besarnya pengaruh pandemi covid19 terhadap dunia usaha. Pandemi covid19 tidak hanya berdampak terhadap aktivitas keuangan perusahaan, akan tetapi memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian dunia.

Dampak covid19 yang paling terasa saat ini adalah ketatnya social distancing dan penerapan PSBB, yang memaksa masyarakat mau tidak mau harus menetap dirumah dan melakukan seluruh kegiatannya dari rumah. Penerapan social distancing dan PSBB, tentu saja sangat membatasi aktivitas yang bisa dilakukan. Akibatnya perekonomian menjadi lumpuh, demi menopang perekonomian pemerintah mengucurkan bantuan berupa subsidi bagi masyarakat ekonomi lapisan bawah yang terdampak covid19.

Seluruh mobilitas masyarakat sangat dibatasi demi mencegah penularan virus covid19 secara meluas dan menghindari tingginya angka kematian yang disebabkan oleh virus covid19. Hal ini mengharuskan masyarakat untuk beraktifitas dan bekerja hanya dari rumah.

Hal ini memberikan jalan bagi masyarakat untuk membuka usaha dari rumah, tentu hal ini merupakan suatu pencerahan ditengah keterpurukan

ekonomi akibat pembatasan sosial. Seiring berjalannya waktu masyarakat secara perlahan mulai terbiasa dan mampu bertahan secara ekonomi, hal ini juga menumbuhkan banyak usaha rumahan berskala kecil.

Usaha rumahan yang berskala kecil atau biasa disebut UMKM, banyak dipilih masyarakat sebagai pilihan untuk mendirikan usaha sebab kemudahan dalam pendirian dan modal relatif kecil. Apalagi ditengah keterpurukan ekonomi saat ini modal menjadi salah satu hal mendasar yang menjadi masalah dalam membuat usaha.

Kemudahan dalam pendirian serta modal yang dibutuhkan relatif kecil, menjadikan UMKM menjadi solusi alternatif bagi masyarakat untuk menopang kehidupan perekonomiannya ditengah pandemi saat ini. Apalagi saat ini berbagai aplikasi jual beli atau toko digital memberikan fasilitas untuk masyarakat mendirikan usaha.

Sektor usaha merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian setiap negara termasuk Indonesia. Salah satu sektor usaha yang berkembang pesat di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil (UMK). Kemudahan berusaha merupakan salah satu faktor utama pesatnya pertumbuhan UMK (Fahrurozi 2018). Hasil sensus ekonomi tahun 2016 menunjukkan bahwa usaha mikro kecil (UMK) mendominasi jumlah usaha di Indonesia sebesar 26,07 juta usaha atau 98,68% dari total usaha non pertanian (Ahmad, 2017). Tahun 2018, jumlah UMK di meningkat menjadi 64,13 juta usaha atau 99,90% dari total UMK di Indonesia. Apalagi di jaman

modern seperti saat ini, dimana setiap usaha dituntut untuk lebih kreatif agar mampu bersaing dan bertahan ditengah persaingan ketat. Alasan itulah yang mendorong UMK perlu dikembangkan.

Adapun definisi dari UMKM sendiri adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Nur Jamal Shaid, 2022).

Sektor ini diharapkan mampu mendukung perluasan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat yang nantinya membuat perkembangan yang lebih baik dalam segi sosial ekonomi.

Kriteria Usaha Mikro Kecil (UMK) telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha mikro kecil dapat dibedakan berdasarkan jumlah kekayaan dan hasil penjualan yang diperoleh. Usaha mikro dicirikan dengan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta rupiah dan tidak termasuk tanah serta bangunan lokasi usaha. Selain itu, usaha mikro memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 ratus juta rupiah. Sementara itu, usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta rupiah sampai Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Untuk hasil penjualan usaha kecil

memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.

Sedikitnya ada dua definisi usaha berskala kecil yang dikenal di Indonesia. Pertama, definisi usaha kecil menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil. Undang-Undang No. 9 Tentang Usaha Kecil tersebut menjelaskan bahwa usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal 1 miliar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi usaha, paling banyak Rp200 juta (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Definisi Usaha Mikro Kecil (UMK) berikutnya didefinisikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Badan Pusat Statistik mendeskripsikan besar atau kecilnya suatu industri berdasarkan jumlah pekerjaannya. Usaha mikro kecil mempunyai peluang pasar yang besar karena selalu ada pasar bagi produksi barang dan jasa mereka, mengingat UMK merupakan penghasil barang dan jasa khususnya bagi masyarakat golongan menengah kebawah dengan daya beli yang rendah.

Usaha Mikro Kecil (UMK) di Indonesia memang terbukti peranannya didalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non-migas. Namun demikian, perkembangan UMK hingga saat ini berjalan sangat lamban. Salah satu penyebab kurang berhasilnya program pengembangan atau pembinaan UMK

di Indonesia dalam memperbaiki kondisi atau kinerja kelompok UMK, dari posisi yang lemah dan tradisional ke posisi yang kuat dan modern adalah tekanan orientasi program kebijakan pemerintah lebih terletak pada “aspek sosial” dari pada “aspek ekonomi atau bisnis”.

Apalagi di masa pandemi seperti saat ini, perekonomian yang lesu memaksa banyak usaha yang harus gulung tikar. Pemutusan hubungan kerja menjadi salah satu cara perusahaan untuk mengurangi biaya operasional akibat terdampak Covid-19. Tingginya angka pemutusan hubungan kerja membuat masyarakat berlomba-lomba mendirikan usaha kecil, untuk menyalahi dampak Covid-19 terhadap perekonomian mereka.

Modal dianggap memiliki pengaruh yang linear terhadap pendapatan suatu usaha (Suprihatmi & Susanti 2017). Modal usaha atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga pendapatan. Modal merupakan salah satu input atau faktor produksi yang dapat mempengaruhi pendapatan namun bukan satu-satunya faktor yang dapat meningkatkan pendapatan. Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam

produksi untuk memperoleh hasil penjualan (Ahmad, 2004). Apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka produktivitas dan pendapatan juga akan meningkat (Sukirno, 2009).

Faktor lain yang juga mempengaruhi pendapatan adalah Lama usaha. Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang di jalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 2009). Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Wicaksono, 2011).

Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Tenaga kerja merupakan bagian dari modal kerja dan sangat dibutuhkan bagi sebuah perusahaan ataupun industri dalam mengelola hasil produksi baik barang maupun jasa. Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan dapat menjadi tolak ukur seberapa besar kapasitas

perusahaan atau industri tersebut dalam beroperasi. Selain itu kualitas tenaga kerja sangat menentukan hasil akhir dari proses produksi.

Tenaga kerja dapat dianggap sebagai aset utama UMK untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menjelaskan modal manusia ini adalah pendidikan yang merupakan proses dasar dalam akumulasi pengetahuan, keahlian, pengalaman dan atribut-atribut lainnya yang relevan didalam organisasi (Riniwati, 2016). Modal manusia ini merepresentasikan semua hal yang memberikan karakter spesifik pada perusahaan yang berkaitan dengan manusia, yang meliputi kecerdasan, keterampilan, dan keahlian. Unsur manusia yang digunakan di dalam organisasi adalah mereka yang mampu belajar, berubah, berinovasi dan memberikan dorongan kreatif yang jika dimotivasi dengan baik dapat menjamin kelangsungan hidup organisasi dalam jangka panjang.

Selain tenaga kerja, jam kerja juga sangat berpengaruh terhadap pendapatan. Jam kerja secara teoritis mempengaruhi pendapatan terutama pendapatan bersih. Semakin tinggi jam kerja yang diluangkan untuk membuka usaha maka probabilitas pendapatan bersih yang diterima pedagang sector informal akan semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya semakin pendek jam kerja yang digunakan maka pendapatan bersih yang diperoleh semakin rendah. Dalam penelitian Nila Mey Shinta (2013) pada pedagang kaki lima di kompleks pariwisata religi makam Gus Dur,

berdasarkan hasil penelitiannya faktor jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Faktor lain yang juga mempengaruhi pendapatan adalah jenis usaha. Jenis usaha secara teoritis mempengaruhi pendapatan terutama pendapatan bersih. Jenis usaha atau dagangan yang dijualakan mempengaruhi jumlah pembeli yang membeli barang dagangan. Pedagang yang menjual barang-barang kebutuhan pokok seperti sembako dan makanan cenderung akan lebih dibutuhkan oleh pembeli setiap hari dibandingkan dengan barang dagangan yang bukan kebutuhan pokok dan non makanan karena tidak setiap hari pembeli membelinya.

Data yang penulis peroleh dalam masa observasi lapangan terkait jumlah usaha kecil di Kota Parepare dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Parepare

KECAMATAN DAN KELURAHAN	JUMLAH UMKM	
	Tahun 2020	Tahun 2021
Kecamatan Bacukiki	931	1309
Kel. Watang Bacukiki	213	298
Kel. Lompoe	434	608
Kel. Lemoe	147	206
Kel. Galung Maloang	137	192
Kecamatan Ujung	2481	3473
Kel. Lapadde	584	818
Kel. Mallusetasi	355	497
Kel. Ujung bulu	205	287
Kel. Ujung sabbang	566	792
Kel. Labukkang	771	1079
Kecamatan Soreang	5768	8075
Kel. Watang soreang	614	860
Kel. Bukit harapan	892	1249
Kel. Bukit indah	738	1033

Kel. Lakessi	2023	2832
Kel. Kampung pisang	436	610
Kel. Ujung baru	491	687
Kel. Ujung lare	574	804
Kecamatan Bacukiki Barat	5235	7329
Kel. Bumi harapan	603	844
Kel. Lumpue	1090	1526
Kel. Sumpang Minangae	735	1029
Kel. Tiro Sompe	1008	1411
Kel. Kampong Baru	1184	1658
Kel. Cappa Galung	615	861
JUMLAH TOTAL	14.415	20.181

Sumber: Dinas Tenaga Kerja Parepare 2021

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa setidaknya pelaku usaha kecil di Kota Parepare sebanyak 14.415 pada tahun 2020 dan meningkat pada tahun 2021 sebanyak 20.181. Hal tersebut membuktikan banyaknya pelaku usaha dan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dan hal ini sejalan dengan fakta lapangan di Kota Parepare dengan menjamurnya usaha kuliner baik secara *online* maupun *offline*.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan kepada beberapa pelaku usaha kecil di Kota Parepare dengan metode wawancara penulis menemukan informasi bahwa pendapatan para pelaku usaha kecil di Kota Parepare cenderung mengalami penurunan seiring meningkatkan jumlah usaha kecil sehingga persaingan juga semakin ketat diantara para pelaku UMK di Kota Parepare.

Hasil observasi awal diketahui pula bahwa terdapat beragam jenis variabel yang dianggap paling berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku UMK di Kota Parepare diantaranya adalah jumlah modal usaha, lama

usaha, jumlah tenaga kerja, jam kerja dan jenis usaha. Hal tersebut sejalan dengan beberapa teori yang telah diuraikan sebelumnya. Atas dasar informasi awal yang diperoleh dikaitkan dengan teori maka penulis tertarik dan merasa penting untuk melakukan penelitian berkaitan dengan pendapatan UMK di Kota Parepare yang dipengaruhi oleh modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jam kerja dan jenis usaha.

Hal ini lah yang menarik minat untuk melakukan penelitian tentang UMK di Kota Parepare. Melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi berkembangnya usaha kecil di Kota Parepare, terutama pada saat pandemi Covid19 melanda dunia tidak terkecuali di Kota Parepare.

Menariknya meskipun berdasarkan berdasarkan hasil observasi bahwa pendapatan cenderung menurun, namun perkembangan UMK terus bertambah, hal inilah yang menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian bagaimana pengaruh pendapatan terhadap perkembangan UMK Khususnya di Kota Parepare. Apalagi melihat kebijakan pemerintah yang mendorong masyarakat untuk lebih produktif dan kreatif dengan memberikan bantuan berupa subsidi kredit usaha, agar meningkatkan perekonomian masyarakat ditengah pandemi yang tengah berlangsung.

Kemudahan dalam mengajukan kredit usaha tentu saja menjadi salah satu faktor lain yang mendukung berkembangnya dan menjamurnya UMK di Kota Parepare, terutama dibidang kuliner. Pandemi yang sangat berdampak terhadap pendapatan masyarakat, banyaknya pemutusan hubungan kerja

secara besar-besaran memaksa masyarakat untuk banting setir dari karyawan menjadi pengusaha kecil-kecilan. Hal ini dilakukan demi menjaga perekonomian dan mendapatkan pendapatan dengan mendirikan usaha.

Hasil pengamatan juga menunjukkan bahwa variabel yang berperan dalam mempengaruhi pendapatan UMK adalah nilai produksi. Nilai produksi yang besar memberikan peluang pendapatan yang besar pula sebaliknya apabila nilai produksi suatu usaha kecil maka potensi untuk memperoleh pendapatan juga semakin kecil.

Pendapatan kotor adalah hasil penjualan barang dagangan atau jumlah omset penjualan. Pendapatan bersih adalah penerimaan hasil penjualan dikurangi pembelian bahan, biaya transportasi, retribusi, dan biaya makan atau pendapatan total dimana total dari penerimaan (*revenue*) dikurangi total biaya (*cost*). Besarnya pendapatan kotor ini akan berpengaruh langsung dengan pendapatan bersih per hari (Usman, 2016).

Berdasarkan uraian tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Di Kota Parepare”**. Berdasarkan fenomena ini maka tujuan penelitian diarahkan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lama usaha, tenagakerja, Jam Kerja, dan Jenis Usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Parepare.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah variabel modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, status usaha, sumber permodalan, lokasi usaha dan metode pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan UMK di Kota Parepare ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, status usaha, sumber permodalan, lokasi usaha dan metode pemasaran terhadap perkembangan UMK di Kota Parepare.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat dalam bidang ilmu ekonomi sumberdaya khususnya dalam pengembangan UMKM

1.4.2. Manfaat Praktis

- a) Menambah pengetahuan dibidang ekonomi terutama pengembangan usaha,
- b) Menambah kajian dalam sosial ekonomi,

- c) Dapat digunakan untuk acuan atau pertimbangan penelitian terutama saat meneliti tentang bidang ekonomi khususnya upaya peningkatan pendapatan.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini meliputi analisa mengenai pengaruh variabel modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, status usaha, sumber permodalan, lokasi usaha dan metode pemasaran terhadap pendapatan serta dampaknya terhadap perkembangan usaha. Adapun obyek penelitiannya adalah para pelaku usaha kecil menengah di kota Parepare khususnya di Kecamatan Bacukiki Kelurahan Lemoe.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif yaitu bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel, yang dilakukan uji verifikasi untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya berdasarkan data empiris. Yang menjadi target populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMK di kota Parepare.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 UMKM

Definisi UMKM menurut Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud adalah:

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini dan memenuhi kriteria, sebagai berikut: 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi usaha, 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000.

2. Usaha Kecil

Kriteria 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 kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, selain itu juga harus memiliki kriteria sebagai berikut : 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp

50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi usaha, atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria usaha menengah, yakni : 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi usaha; atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000.

UMKM memiliki peran yang sangat besar terhadap perekonomian nasional dan perlu di tingkatkan dalam pemberdayaannya. Adapun tujuan pemberdayaan UMKM yang telah tertuang pada pasal 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu a) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. b) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. c) Meningkatkan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam pembangunan

daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Selain itu juga peran UMKM adalah sebagai penyedia barang dan jasa, penyerap tenaga kerja, pemerataan pendapatan, nilai tambah bagi produk daerah, peningkatan taraf hidup. Melihat perannya yang begitu besar maka pembinaan dan pengembangan industri kecil bukan saja penting sebagai jalur ke arah pemerataan hasil-hasil pembangunan tetapi juga unsur pokok dari struktur industri Indonesia.

Menurut Nugroho (2014), sejarah perekonomian telah ditinjau kembali untuk mengkaji ulang peranan usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM). Beberapa kesimpulan, setidaknya-tidaknya hipotesis telah ditarik mengenai hal ini. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat sebagaimana terjadi di Jepang, telah dikaitkan dengan besaran sektor usaha kecil. Kedua, dalam penciptaan lapangan kerja di Amerika Serikat sejak perang dunia II, sumbangan UMKM ternyata tak bisa diabaikan.

Abdullah Maskur (2005), berpendapat bahwa negara-negara berkembang yang mulai mengubah orientasinya ketika melihat pengalaman-pengalaman di negara-negara tentang peranan dan sumbangsih UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memainkan peran-peran penting didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di Negara-negara maju (NM). Di NM, UMKM sangat penting tidak hanya

karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar.

2.1.2 Modal Usaha

Modal merupakan syarat utama yang harus dipenuhi dalam memulai usaha baik untuk skala usaha kecil hingga usaha skala besar. Modal adalah dana atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan atau untuk membantu memproduksi barang lainnya yang dibutuhkan manusia dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Pengeluaran yang ditujukan untuk membeli atau memperoleh barang-barang modal yang baru atau untuk menggantikan barang-barang modal lama yang sudah tidak digunakan lagi juga dapat diartikan sebagai modal usaha. Suatu usaha memerlukan modal untuk menjalankan kegiatannya, baik yang berasal dari pihak internal, maupun eksternal. Dana yang digunakan sebagai modal dapat dijadikan sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang dijalankan (Abbas, 2018).

Modal usaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha. Hasil penelitian Polandos menunjukkan bahwa variabel modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini juga ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Putra & Sudirman (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa modal usaha dan pendapatan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Namun, Ratnasari (2017) mengungkapkan bahwa modal

usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini berarti modal usaha tidak terlalu dominan dalam menentukan keberhasilan usaha.

Menurut Munawir (dalam Lidvina Noudju, 2017) modal kerja memberikan beberapa keuntungan, yaitu :

1. Melindungi perusahaan terhadap krisis modal kerja karena turunnya nilai aktiva lancar.
2. Memungkinkan untuk dapat membayar semua kewajiban-kewajiban tepat pada waktunya.
3. Memungkinkan untuk memiliki persediaan dalam jumlah yang cukup untuk melayani konsumen.
4. Memungkinkan bagi perusahaan untuk dapat beroperasi dengan lebih efisien karena tidak ada kesulitan untuk dapat memperoleh barang-barang atau jasa yang diperlukan.

Modal dapat digolongkan menjadi beberapa baik berdasarkan sumber, bentuk, kepemilikan, maupun sifat, yaitu sebagai berikut (Lidvina Noudju, 2017):

Berdasarkan sumber, modal dapat dibagi menjadi modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri misalnya setoran dari pihak pemilik perusahaan, sedangkan modal asing berupa pinjaman dari lembaga keuangan maupun non-keuangan.

Berdasarkan bentuk, modal dapat terbagi menjadi modal konkret dan

modal abstrak. Modal konkret meliputi mesin, gedung, kendaraan dan peralatan, sedangkan modal abstrak meliputi hak merk dan nama baik perusahaan.

Berdasarkan kepemilikan, modal dapat dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu misalnya rumah pribadi yang disewakan, sedangkan modal masyarakat misalnya rumah sakit umum milik perusahaan, jalan, dan jembatan.

Berdasarkan sifat, modal dapat terbagi menjadi modal tetap dan modal lancar. Modal tetap seperti bangunan dan mesin, sedangkan modal lancar seperti bahan-bahan baku.

2.1.3 Lama Usaha

Keberhasilan suatu usaha juga ditentukan oleh faktor pengalaman pemilik usaha. Pengalaman usaha dapat diukur dari lama usaha tersebut dijalankan (Setiaji & Fatuniah, 2018). Lama usaha didefinisikan sebagai waktu yang sudah dijalani seseorang dalam menjalankan usahanya (Putra & Sudirman, 2015). Semakin lama seseorang melakukan usahanya maka akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya (Setiaji & Fatuniah, 2018). Lama usaha juga mempengaruhi produktivitas dan keahlian pelaku usaha sehingga dapat meningkatkan efisiensi produksi (Nainggolan, 2016).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menganalisis hubungan antara pendapatan dan lama usaha. Hasil penelitian (Putra & Sudirman,

2015) menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Pengaruh signifikan lama usaha dan pendapatan juga juga ditemukan Setiaji & Fatuniah (2018) dan Vijayanti & Yasa (2017) dalam penelitiannya.

Selain itu lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya tu keahliannya, sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Jafar dan Tjiptoroso dalam Firdaus membuktikan adanya hubungan langsung antara lama usaha khususnya jam kerja dengan tingkat pendapatan. Setiap penambahan waktu operasi akan makin membuka peluang bagi bertambahnya omzet penjualan. Pedagang biasanya mempunyai jumlah jam kerja yang tidak sama antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain. Hal tersebut juga mempengaruhi tingkat pendapatan yang akan diterima masing-masing pedagang.

Menurut Halim, jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan untuk perangkat peralatan yang dioperasikan atau waktu yang dijadwalkan bagi pegawai untuk bekerja. Jam kerja bagi seseorang sangat menentukan

efisiensi dan produktivitas kerja. Sedangkan menurut Arifin, mengemukakan secara umum bahwa “semakin banyak jam kerja yang dipergunakan, berarti akan semakin produktif”. Hal ini berarti dengan jumlah jam kerja yang panjang secara tidak langsung akan membuat suatu pekerjaan semakin produktif dan dengan bekerja secara produktif diharapkan dapat menghasilkan pendapatan yang baik (Junianto, 2018).

Jumlah jam kerja seluruh pekerjaan adalah jumlah jam kerja yang dilakukan oleh seseorang (tidak termasuk jam kerja istirahat resmi dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal diluar pekerjaan) selama seminggu yang lalu. Bagi pedagang keliling, jumlah jam kerja di hitung mulai berangkat dari rumah sampai tiba kembali di rumah dikurangi waktu yang tidak merupakan jam kerja, seperti mampir ke rumah saudara atau teman dan sebagainya (Junianto, 2018)..

Lamanya seseorang mampu bekerja sehari secara baik pada umumnya sampai 8 jam, sisanya 16 sampai 18 jam digunakan untuk keluarga, masyarakat, untuk istirahat dan lain-lain. Jadi satu minggu seseorang bisa bekerja dengan baik selama 40 sampai 50 jam. Selebihnya bila dipaksa untuk bekerja biasanya tidak efisien. Akhirnya produktivitas akan menurun, serta cenderung timbul kelelahan dan keselamatan kerja masing-masing akan menunjang kemajuan dan mendorong kelancaran usaha baik individu ataupun kelompok. Menurut Halim jam kerja dalam kriteria lama usaha meliputi berbagai hal berikut (Junianto, 2018).: 1) Lamanya seseorang

mampu bekerja secara baik, 2) Hubungan antara waktu kerja dengan waktu istirahat, 3) Jam kerja sehari meliputi pagi, siang, sore dan malam.

2.1.4 Tenaga Kerja

Salah satu faktor pendorong meningkatnya pendapatan usaha adalah tenaga kerja. Definisi tenaga kerja telah jelas dalam Undang-undang Pokok Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003. Di dalam undang-undang tersebut tenaga kerja diartikan sebagai orang yang mampu melakukan pekerjaan baik di dalam maupun diluar hubungan kerja guna menghasilkan jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Simanjuntak (2001) dalam Polandos *et al.* (2019) dan Putra & Sudirman (2015) tenaga kerja dikelompokkan menjadi dua yaitu angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja merupakan jumlah orang yang menawarkan jasa untuk produksi. Diantaranya sebagian sudah aktif dalam kegiatan menghasilkan barang atau jasa, golongan ini disebut golongan yang bekerja (*employed persons*). Golongan yang siap bekerja dan sedang berusaha mencari pekerjaan disebut pencari kerja atau pengangguran.

Karyawan atau pegawai yang direkrut untuk menyelenggarakan bisnis. Karyawan juga memegang peran penting akan keberlangsungan sebuah bisnis. Karyawan harus mendapatkan pelayanan yang baik dari pemilik bisnis. Kalau karyawan merasa nyaman bekerja maka secara tidak langsung bisa mendongkrak kemajuan bisnis itu sendiri. Beberapa perusahaan atau

lembaga bisnis tidak sungkan membiayai karyawan untuk mengikuti pelatihan, kursus atau bahkan pendidikan formal lanjutan. Dengan kegiatan seperti ini diharapkan mereka punya sumber daya manusia (SDM) handal untuk kemajuan bisnisnya. Pengeluaran untuk kegiatan peningkatan kualitas karyawan bagi perusahaan merupakan investasi (Suhendi & Indra, 2017).

Berikut ini pengklasifikasian tenaga kerja berdasarkan (Eva Riyani, 2014) :

Tenaga kerja menurut umur dan jenis kelamin. Menurut Sumarsono pada umumnya Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) bervariasi menurut kelompok umur. Publikasi BPS membagi kelompok menjadi beberapa kelas dengan kelas interval 5 tahunan. Mengingat derajat variasi TPAK akan lebih mudah dimengerti latar belakang variasi TPAK bila hanya dibedakan menjadi 3 kelompok umur :

0-14 (usia potensial)

15-64 (usia produktif)

> 65 (usia tidak produktif lagi)

TPAK umur muda biasanya sangat rendah, paling tinggi 30 persen. Mereka belum stabil dan keterkaitannya dengan pasar tenaga kerja masih belum erat. Pertama-tama pada umur ini masih terbuka alternatif lain dalam alokasi waktu mereka yaitu sekolah. Sejalan dengan berkembangnya pendidikan, TPAK kelompok umur muda menunjukkan gejala menurun. Gejala menurun ini sangat menyolok pada TPAK umur anak-anak atau

dibawah 10 tahun yang sebenarnya kelompok umur ini belum layak atau belum boleh bekerja atau mencari pekerjaan. Hal ini sekedar menunjukkan bahwa pendidikan punya kaitan dengan rendahnya dan turunnya TPAK. Keadaan ini sangat berbeda dengan kelompok TPAK umur prima. Pada umur ini seseorang harus bekerja karena tuntutan tanggung jawab keluarga atau karena sudah terlanjur menginvestasikan waktunya pada sesuatu atau perusahaan atas jabatan tertentu maka sebagian besar dari mereka harus aktif di pasar tenaga kerja. Akibatnya TPAK mereka tinggi dan stabil. 20 Umur > 65 tahun keatas bagi sementara orang merupakan masa pengunduran diri dari pasar tenaga kerja. Hal ini terlihat pada rendahnya TPAK golongan umur ini. Gejala ini barang kali sangat nyata pada Negara-negara yang sedang berkembang dimana tingkat kesehatan masih rendah sehingga pada umur sejauh ini fisik mereka kurang menopang keaktifan di pasar tenaga kerja.

Menurut jenis kelamin (seks rasio). Menurut Sumarsono faktor tradisi, kebudayaan fisik menyebabkan terdapat perbedaan TPAK antara perempuan dan laki-laki, laki-laki ditakdirkan lebih berat dari pada wanita. Laki-laki ditempatkan pada posisi kepala rumah tangga dengan tanggung jawab menyertainya. Wanita dipandang tidak pantas untuk bekerja. kebudayaan mengharuskan mereka untuk memeras tenaganya tidak diarena pasar tenaga kerja melainkan di rumah tangga untuk kegiatan-kegiatan rumah tangga yang tidak dipasarkan. Maka dari itu berbedanya TPAK kedua

kelompok sek srasio perlu diperlihatkan dan dibahas untuk mencari kemungkinan penelusuranya. Pada umur sangat muda TPAK perempuan mungkin lebih tinggi dari pada TPAK laki-laki.

Tenaga kerja menurut pendidikan. Menurut Sumarsono pada umumnya jenis dan tingkat pendidikan dianggap dapat mewakili kualitas tenaga kerja. Pendidikan adalah suatu proses yang bertujuan untuk menambah keterampilan, pengetahuan dan meningkatkan kemandirian maupun pembentukan kepribadian seseorang individu. Hal-hal yang melekat pada diri orang tersebut merupakan modal dasar yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan. Makin tinggi nilai aset makin tinggi pula kemampuan mereka untuk bekerja. Produktivitas mereka ditunjang oleh 21 pendidikan, dengan demikian pendidikan dapat dipakai sebagai indikator mutu tenaga kerja. Jenjang pendidikan di Indonesia oleh Biro Pusat Statistik adalah : Tidak sekolah, Tidak tamat sekolah dasar, Sekolah dasar, Sekolah menengah pertama umum, Sekolah menengah pertama kejuruan, Sekolah menengah atas umum, Sekolah menengah atas kejuruan, Program diploma (DI, DII dan DIII), dan Universitas

Perjenjangan pendidikan tersebut dapat menunjukkan kualitas vertikal. Untuk mengetahui relevansi pendidikan terhadap pasar kerja data yang lebih lengkap tentang jenis pendidikan harus ada. Kecocokan antara keterampilan yang dimiliki dengan tuntutan pekerjaan merupakan salah satu permasalahan pokok dalam penanganan angkatan kerja

2.1.5 Jenis Usaha

Jenis usaha atau dagangan adalah jenis barang yang akan dijual oleh pedagang dipasar. Jenis-jenis barang yang diperjualbelikan beragam, diantaranya buah-buahan, sayuran atau hasil bumi, ikan dan daging, makan dan minuman, pakaian dan aksesoris, peralatan ruma tangga, sembako dan lain-lain (Metisia Dhika Labara, 2017).

Adapun jenis dagangan yang ditawarkan oleh pedagang kaki lima dapat dikelompokkan menjadi empat (4) kelompok utama, yaitu (Metisia Dhika Labara, 2017):

1. Makan yang tidak dan belum diproses, termasuk didalamnya makanan mentah seperti, daging, buah-buahan dan sayuran.
2. Makanan siap saji, seperti nasi, lauk-pauk dan minuman.
3. Barang bukan makanan, mulai dari tekstil hingga obat-obatan
4. Jasa, yang terdiri dari beragam aktivitas, mulai dari tukang potong rambut dan lain sebagainya

Sedangkan hubungan antara jenis usaha dengan pendapatan adalah semakin banyak barang yang ditawarkan maka semakin besar pula pendapatan yang didapat oleh pelaku usaha atau jenis usaha makanan dan minuman cenderung akan cepat laku dan paling banyak dicari oleh konsumen sehingga mempengaruhi pendapatan yang didapat.

2.1.6 Status Usaha

Status usaha dalam hal ini adalah terkait dengan ketersediaan izin dari suatu jenis usaha. Sebagaimana diketahui bahwa untuk izin usaha terdapat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL).

Hubungan antara status usaha dalam hal ini ketersediaan izin usaha terhadap pemberdayaan UMK berdasarkan penelitian Anis Setyaningrum dkk. (2013), dikemukakan bahwa terdapat pengaruh antara pemberlakuan SIUP dengan pemberdayaan UMK di Kota Malang. Dengan penjelasan bahwa jika UMK memiliki izin, maka dengan begitu pelaku usaha telah memiliki legitimasi atas usahanya yang dapat menghasilkan kepercayaan pihak lain untuk dapat membantu meningkatkan pendapatan atau memberdayakan UMK itu sendiri.

Perizinan usaha adalah alat atau instrumen untuk membina, mengarahkan, mengawasi, dan menerbitkan penerbitan usaha. Mengenai persiapan pendirian usahaberdasarkan proposal usaha ada 6 hal yang perlu dipersiapkan dalam mempersiapkan pendirian usaha, yaitu pengurusan izin usaha, penentuan tempat/ lokasi usaha., pengadaan fasilitas produksi dan bahan baku produksi, perekrutan dan penempatan SDM (Sumber Daya Manusia), dan persiapan administrasi usaha (Annisa Putri Nauli,2018).

Maka dari itu, Setiap Perusahaan yang melakukan usaha perdagangan wajib untuk memiliki SIUP. Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) huruf c Permendag

46/2009, terdapat pengecualian kewajiban memiliki SIUP terhadap Perusahaan Perdagangan Mikro dengan kriteria (Annisa Putri Nauli,2018) :

- a) Usaha Perseorangan atau persekutuan;
- b) Kegiatan usaha diurus, dijalankan, atau dikelola oleh pemiliknya atau anggota keluarga terdekat
- c) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan.
- d) Permohonan SIUP ini diajukan kepada Pejabat Penerbit SIUP dengan melampirkan surat permohonan yang ditandatangani oleh Pemilik/Pengurus Perusahaan di atas materai yang cukup serta dokumen-dokumen yang disyaratkan dalam Lampiran II Permendag 36/2007. Surat Izin Usaha Perdagangan berlaku selama Perusahaan Perdagangan menjalankan kegiatan usaha. Perusahaan Perdagangan sebagaimana dimaksud wajib melakukan pendaftaran ulang setiap 5 (lima) tahun di tempat penerbitan SIUP. Namun, mulai awal tahun 2017 SIUP tidak perlu didaftar ulang. Penghapusan pendaftaran ulang SIUP diatur dalam Pasal 7 Peraturan Menteri Perdagangan No. 7/M-DAG/PER/2/2017. (Annisa Putri Nauli,2018)

2.1.7 Sumber Permodalan

Modal menurut sumber asalnya dapat diuraikan sebagai berikut (Noudju, Lidvina : 2017) :

1. Modal sendiri. Modal sendiri merupakan modal yang diperoleh dari pemiliki perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan dapat dilakukan secara tertutup dan terbuka.

a) Kekurangan modal sendiri adalah sebagai berikut :

Jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relative terbatas.

Perolehan dari modal sendiri dalam jumlah tertentu dari calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) relatif lebih sulit karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek usahanya.

Kurang motivasi, artinya pemilik usaha menggunakan modal sendiri motivasi usahanya lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.

b) Kelebihan menggunakan modal sendiri:

Tidak ada biaya seperti bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban bagi perusahaan atau pemiliki usaha.

Tidak tergantung kepada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.

Tanpa memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama.

Tidak adanya keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertentama lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain.

2. Modal Asing (Pinjaman). Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Sumber dari dana modal asing dapat diperoleh dari :
 - a) Pinjaman dari dunia perbankan, baik perbankan pemerintah, swasta maupun perbankan asing.
 - b) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusaha leasing, modal ventura, dana pensiun, dan lain sebagainya.
 - c) Pinjaman dari perusahaan non keuangan.

Kekurangan dari modal pinjaman sebagai berikut : Dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi.

3. Modal asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati. Beban moral, perusahaan yang mengalami kegagalan atas masalah yang mengakibatkan kerugian akan berdampak pada

pinjaman sehingga akan menjadi beban moral atas utang yang belum atau akan dibayar.

Kelebihan dari modal pinjaman sebagai berikut :

- a) Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber.
- b) Motivasi usaha tinggi, jika menggunakan modal asing motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi. Hal ini disebabkan adanya beban bagi perusahaan untuk mengembalikan pinjaman.

2.1.8 Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah sumber keunggulan dalam persaingan karena mempengaruhi segala aspek dalam dunia usaha. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. (Kasmir, 2009)

Letak lokasi usaha akan berpengaruh terhadap besarnya keuntungan. Lokasi yang berada di tempat ramai akan memberikan peluang untuk menggaet konsumen. Lokasi juga mampu mempengaruhi besarnya keuntungan berdasarkan pengeluaran biaya. Lokasi yang dekat dengan sumber bahan produksi dan memiliki akses serta mobilitas tinggi akan berbeda dengan lokasi usaha yang berada di daerah terpencil dan tidak memiliki akses ke lokasi usaha.

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut (Eva Riyani, 2014) : 1) Jenis Usaha yang Dijalankan, 2) Apakah Dekat dengan Pasar atau Konsumen, 3) Apakah dengan Bahan Baku, 4) Apakah Tersedia Tenaga Kerja, 5) Tersedia Sarana dan Prasarana (Transportasi, Listrik dan Air), 6) Apakah dengan Pusat Pemerintahan, 7) Apakah Dekat dengan Lembaga Keuangan, 8) Apakah Berada di Kawasan Industri, 9) Kemudahan Melakukan Ekspansi / Perluasan, 10) Kondisi Adat Istiadat / Budaya / Sikap Masyarakat Setempat, 11) Hukum yang Berlaku di Wilayah Setempat

2.1.9 Metode Pemasaran

Metode atau strategi pemasaran merupakan langkah yang harus diambil oleh setiap perusahaan atau organisasi dalam menentukan dan menetapkan rencana untuk tindak lanjut dalam mencapai tujuan, baik secara teknik maupun kapan waktu pencapaian dalam meningkatkan pendapatan organisasi. Strategi merupakan bagaimana cara meraih pasar, tidak hanya untuk memenangkan pasar saja, akan tetapi berkelanjutan pada proses pemasaran. Strategi langsung berhubungan dengan masyarakat sebagai konsumen dan kompetitor yang selalu bersaing dalam pasar. (Eva Septia & Samsul Anam, 2020)

Oleh sebab itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk usahanya, demi mempertahankan

kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usahanya serta mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian dibidang pemasaran. Inti dari sebuah bisnis adalah pelayanan dan melayani, maksudnya adalah apapun bentuk bisnis, struktur bisnis dan fokus bisnis harus bervisi pada usaha yang berorientasi pada pelayanan, karena barang atau jasa yang diproduksi akan diserahkan kepada konsumen sedangkan yang dilakukan oleh produsen adalah pelayanan (Siti Nurpuji Rahayu, 2018).

Berangkat dari hal tersebut, maka dalam strategi pemasaran, produsen harus dapat meningkatkan value atau nilai produk yang dihasilkan. Hal ini sangat penting demi mendapatkan perhatian pasar. Jadi, persaingan yang terjadi bukanlah persaingan atas fungsi produk atau kemasan tetapi persaingan untuk memberi nilai lebih pada produk dibandingkan produk pesaing. Dalam perncapaian tujuan perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan pemasaran, guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Siti Nurpuji Rahayu, 2018). .

Ada beberapa indikator penting dalam strategi pemasaran, yaitu (Siti Nurpuji Rahayu, 2018). :

1. Tidak hanya berorientasi pada omset penjualan, tetapi lebih kepada value produk di pasar. Sehingga produsen harus dapat :
2. Meningkatkan persepsi pelanggan tentang kualitas produk;

3. Menggunakan kekuatan promosi untuk mengenalkan merek produk dengan melakukan strategi komunikasi yang tepat, jelas dan tajam;
4. Menahan pelanggan yang telah setia pada produk yang ditawarkan.
5. Menciptakan kekuatan merek produk dengan strategi pembeda dan memperhatikan 4P (*marketingmix*), yaitu:
 - a) Produk (*product*), adalah merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran. Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Suatu yang perlu diingat ialah bagaimanapun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen, maka kegiatan pemasaran tidak akan berhasil. Oleh sebab itu, kualitas produk yang dipasarkan perlu mendapatkan perhatian yang serius sesuai dengan selera konsumen.
 - b) Tempat (*place*), pemasaran produk yang berbeda dan mempunyai kelas yang disesuaikan dengan target atau segmentasi pasar yang ditentukan. Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Dalam hal ini, perantara distribusi sangat penting karena dalam segala hal wirausaha dapat berhubungan dengan konsumen. Perantara dapat menjadi agen pembelian yang baik bagi para konsumen, seperti

toko, kios dan sebagainya.

- c) Harga (*price*), harga yang tepat turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Harga disini bukan berarti harga yang murah, atau harga yang tinggi, namun yang dimaksudkan adalah harga yang tepat sesuai kualitas barang
- d) Promosi (*promotion*), antara promosi dan produk tidak dapat dipisahkan, keduanya saling berpengaruh terhadap suksesnya pemasaran. Dengan kata lain harus ada keseimbangan, produk baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan teknik promosi dengan cara dan gaya yang berbeda, maka akan sangat membantu suksesnya usaha pemasaran.
- e) Market Segmentation yaitu menetapkan arah sasaran pemasaran. Sebuah perusahaan melaksanakan Market segmentation karena adanya perbedaan keinginan, daya beli, lokasi, sikap dan kebiasaan pembeli.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka dapat dipahami bahwa faktor strategi pemasaran merupakan hal yang penting dalam perkembangan usaha, dengan meninjau enam poin besar yaitu ketepatan promosi, rencana pemasaran, anggaran yang digunakan untuk promosi, pelaksanaan pemasaran, usaha dalam meningkatkan penjualan dan wilayah pemasaran. Karena tanpa adanya pemasaran yang baik akan menghambat perkembangan sebuah usaha (Siti Nurpuji Rahayu, 2018).

2.1.10 Perkembangan Usaha

Perkembangan adalah proses persiapan analitis tentang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang usaha.¹⁸ Perkembangan usaha merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size (Siti Nurpuji Rahayu, 2018):.

Dengan kata lain, perkembangan usaha merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan pendapatan (Siti Nurpuji Rahayu, 2018):.

Perkembangan usaha menurut Beaver dan Ketter adalah sebagai perubahan tahunan dari total pendapatan. Perubahan tersebut dilihat melalui peningkatan pendapatan perusahaan dari setiap periodenya. Brigham dan Houston mendefinisikan perkembangan usaha sebagai perubahan pendapatan, jumlah tenaga kerja dan peningkatan jumlah penjualan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pendapatan untuk memperbesar ukuran perusahaan (Siti Nurpuji Rahayu, 2018):.

Disamping itu menurut Mahmud Mach perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba, dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen(Siti Nurpuji Rahayu, 2018):.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan

usaha adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan pendapatan. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan berkembang apabila mempunyai peningkatan laba dari setiap periode, dan bertambahnya tenaga kerja (Siti Nurpuji Rahayu, 2018):.

Menurut Noor, ada lima indikator perkembangan usaha yang dapat dijadikan tolak ukur dalam menilai progres suatu bidang usaha/industri, yaitu (Siti Nurpuji Rahayu, 2018):

Tercapainya Visi dan Misi Kinerja. Wirausaha dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya jika visi dan misinya telah tercapai. Oleh karena itu eksistensi dari visi dan misi ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha. Hal ini sejalan dengan yang telah dikemukakan oleh Suryana bahwa "Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas

Meningkatnya Laba. Laba merupakan tujuan utama yang dicari oleh para pelaku bisnis. Laba usaha yaitu selisih antara pendapatan dengan biaya. Jika selisih pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka dapat dikatakan bahwa perusahaan memperoleh laba. Suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu memperoleh laba dalam operasionalnya.

Produktivitas Meningkat. Produktivitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu. Besar atau kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produk yang akan dihasilkan. Hal ini dapat

mempengaruhi besar kecilnya penjualan yang pada akhirnya akan menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Oleh karena itu, suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu menjaga dan meningkatkan produktivitasnya.

Memiliki Daya Saing. Daya saing adalah kemampuan untuk tumbuh dan berkembang. Daya saing industri adalah kemampuan industri untuk tumbuh dan berkembang dalam berkompetisi untuk merebut perhatian serta loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat bertahan atau bahkan mengalahkan persaingan pasar.

Memiliki Etika Usaha yang Baik. Etika usaha adalah cara dalam menjalankan aktifitas usaha. Hal ini mencakup semua aspek yang berkaitan dengan pelaku usaha, perusahaan dan masyarakat. Etika usaha dalam suatu industri dapat membangun nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

2.2 Tinjauan Empiris

2.2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

- 1) Junianto dengan judul penelitian “Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Pendapatan Pengusaha Tempe Di Kecamatan Rantau Rasau” hasilnya menunjukkan variabel modal, lama usaha dan SDM secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha tempe.
- 2) Metisia Dhika Labara (2017) dengan judul Pengaruh Modal Kerja Dan Jenis Usaha Terhadap Pendapatan Bersih Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Way Halim Bandar Lampung) hasilnya menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari variabel independen yaitu modal kerja dan jenis usaha terhadap pendapatan bersih.
- 3) Siti Nurpuji Rahayu (2017) Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat) hasilnya menunjukkan bahwa ada 6 faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, yaitu faktor peluang, sumber daya manusia, organisasi, perencanaan, pengelolaan usaha, serta pemasaran dan

penjualan. usaha.

- 4) Ni Made Dwi Maharani Putri dan I Made Jember (2018) dengan judul Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel *Intervening*) hasilnya menunjukkan bahwa modal sendiri memiliki pengaruh positif terhadap modal pinjaman dan lokasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap modal pinjaman. Lokasi usaha dan modal pinjaman memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konseptual

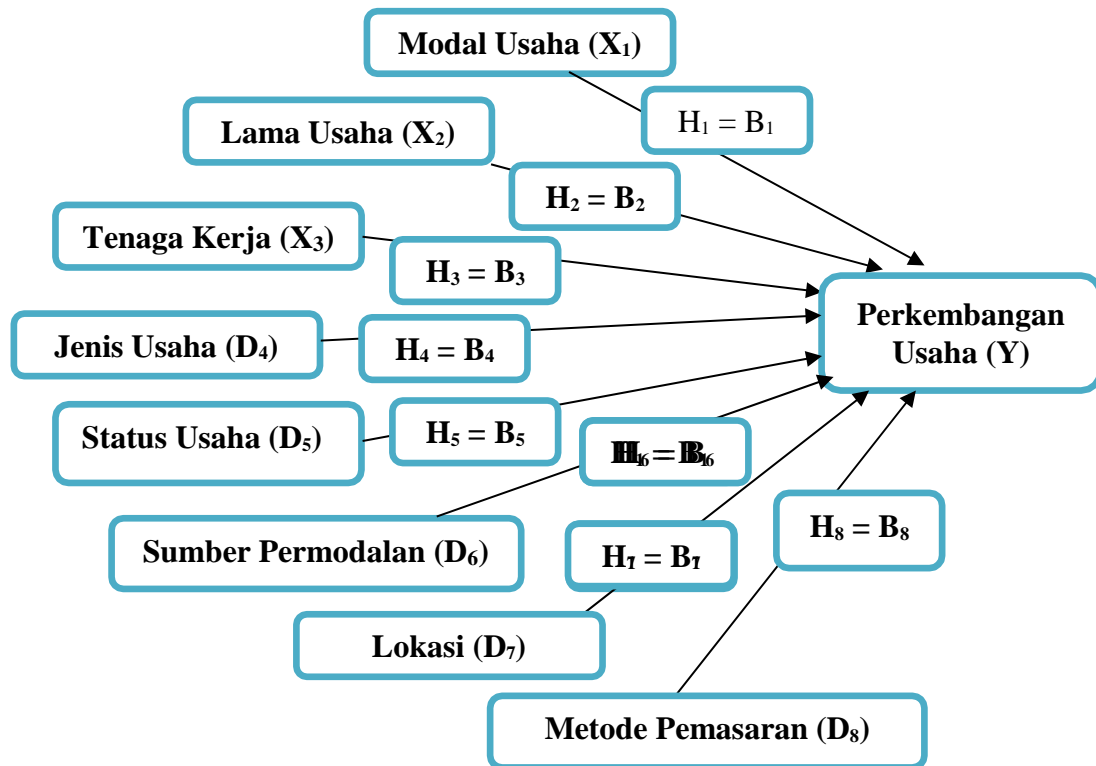
Variabel dependen pada penelitian ini adalah perkembangan usaha sedangkan variabel independennya adalah modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, status usaha, sumber permodalan, lokasi usaha dan metode pemasaran.

Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh : Muzaen Indah Widamurti (2015) dimana penelitiannya menyimpulkan bahwa modal usaha dan jam kerja berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pelaku industri di Kabupaten Kebumen.

Kemudian jurnal penelitian Fathul Bari (2017) menyimpulkan pada penelitiannya bahwa jumlah modal sangat berpengaruh terhadap besarnya peningkatan pendapatan pedagang dan lama nya usaha berdagang yang dirintis juga mempengaruhi besarnya pendapatan serta lama nya membuka usaha dalam satu hari juga menentukan pendapatan yang diperoleh pedagang tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa modal, lama usaha dan jam kerja memiliki pengaruh signifikan pada penelitian ini yang ditunjukkan pada analisis data yang diperoleh peneliti.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diilustrasikan kerangka

konseptual sebagai berikut:



Gambar 3.2. Kerangka Konseptual

3.2. Hipotesis

Hipotesis merupakan Proposisi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris (Nur Indrianto dan Bambang Supomo, 2002 : 72). Berdasarkan pada Kerangka Konseptual dan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

H₁ : Diduga variabel modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, jenis usaha, status usaha, sumber permodalan, lokasi usaha dan metode pemasaran terdapat pengaruh terhadap perkembangan usaha.