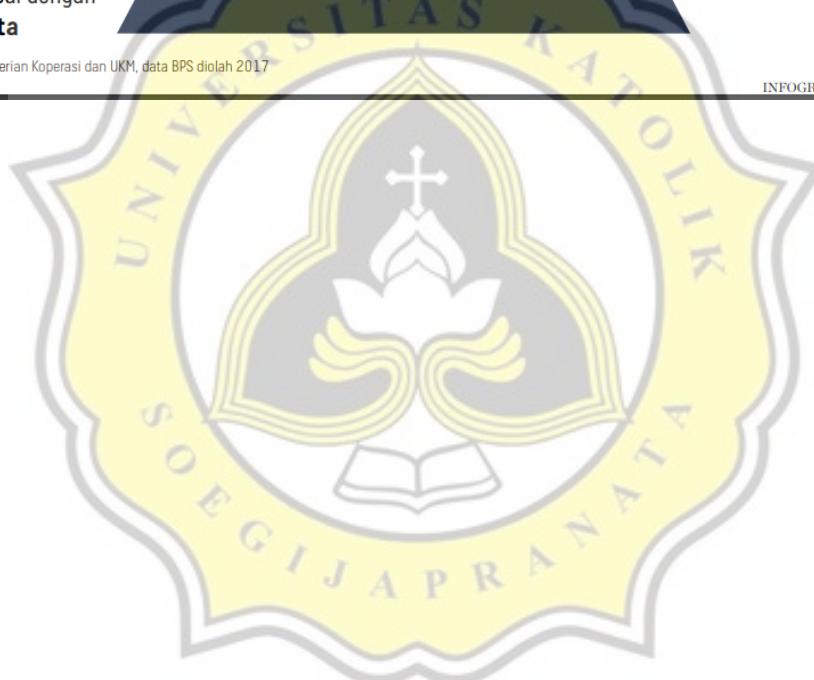
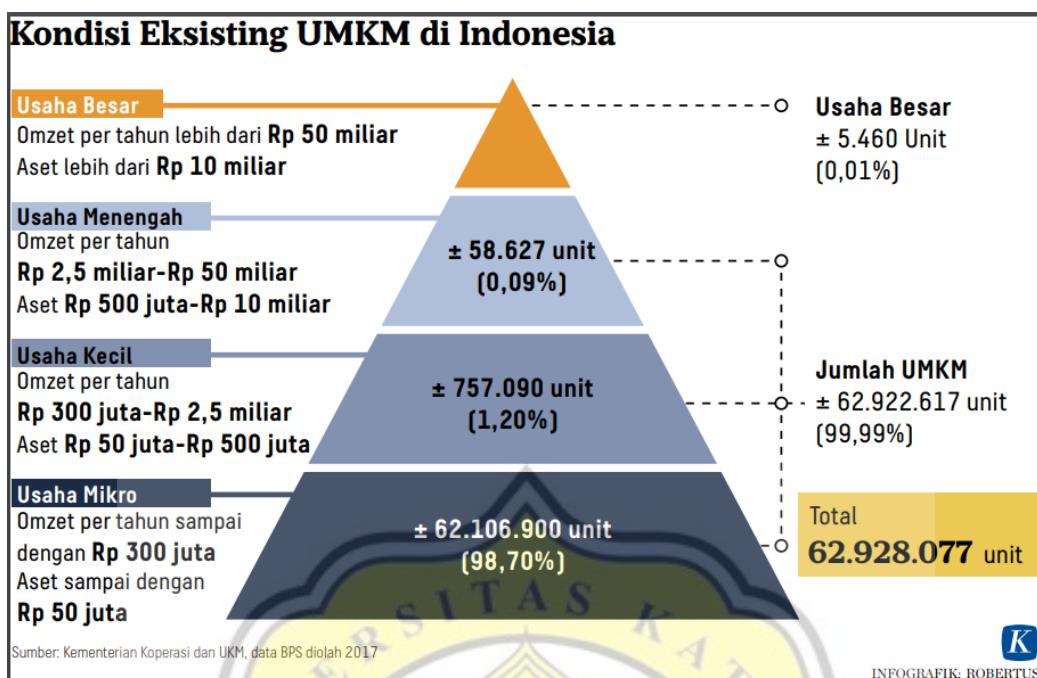


Lampiran 1. Kondisi Eksisting UMKM di Indonesia



Lampiran 2. Kuisioner

Responden Yth,

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam, perkenalkan saya Oh, Steven Gunawan, NIM 17.D1.0021 mahasiswa Universitas Katolik Seogijapranata Semarang, Program Studi Manajemen. Pada kesempatan ini saya akan melakukan survei terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengenai “Pengaruh Dimensi *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Kinerja UMKM *Handycraft* (Studi Pada *Handycraft* Tas Di Kecamatan Tembalang Kota Semarang)”. *Entrepreneurial Marketing* sendiri adalah istilah dalam manajemen pemasaran yang dimana merupakan pendekatan yang ditinjau dari keterbatasan sumber daya dan permasalahan yang ada di dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Entrepreneurial Marketing* sendiri memiliki tujuh elemen yaitu : *proactiveness, innovativeness, calculated risk-taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging* dan *value creation*. Yang mana tanpa disadari sangat dekat dengan lingkungan usaha. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sudah dapat memanfaatkan *Entrepreneurial Marketing* itu sendiri, sehingga nantinya dapat berpengaruh kepada kinerja dari UMKM. Selain itu, penelitian ini dalam rangka menyusun tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan S1.

Dengan adanya kuesioner ini juga saya selaku peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/I yang telah membantu saya dengan mengisi kuesioner yang nantinya sangat bermanfaat bagi penelitian saya. Dan juga diharapkan penelitian ini akan berdampak luas bagi masyarakat terkhusus pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah baik di Kota Semarang maupun diseluruh Indonesia.

LEMBAR KUISIONER

A. BAGIAN I (IDENTITAS PEMILIK)

1. Nama :
2. Usia :
3. Nama Usaha :
4. Alamat Usaha :
5. Usaha Dibidang : UMKM
6. Kapan memulai usaha :
7. Jumlah Karyawan : Orang
8. Apakah pernah mengikuti pelatihan usaha?
9. Berapa kali mengikuti pelatihan usaha ?
10. Pelatihan usaha seperti apa yang diikuti ?
11. Pernahkah mendapatkan bantuan dari pemerintah / lembaga / organisasi untuk pengembangan usaha ?
12. Berapa omzet per bulan ?

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Anda dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pilihan jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu/netral (N), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Berilah jawaban yang paling sesuai dengan pilihan jawaban Bapak / Ibu / Saudara / I.

Proaktif (*Proactiveness*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sudah mencoba menciptakan produk baru					
2.	Pada saat ini saya juga sedang menciptakan produk baru untuk usaha saya					
3.	Saya sudah mengadopsi atau memanfaatkan teknologi untuk usaha saya					
4.	Saya menerapkan diversifikasi produk pada usaha saya					
5.	Saya mencari informasi tentang produk baru serta metode produksi dan penjualan					
6.	Saya sudah melakukan pendistribusian produk dengan baik					

Inovasi (*Innovativeness*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berkreasi dalam produk, berkreasi dalam penjualan, berusaha menciptakan produk yang unik, selalu mencari pasar baru					
2.	Saya juga berkreasi dalam pengembangan teknologi didalam usaha saya. Seperti membuat social media untuk memasarkan produk					
3.	Saya menciptakan suasana yang mendorong kreatifitas dan inovatif di perusahaan saya.					

Pengambilan resiko yang diperhitungkan (*Calculated Risk-Taking*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya selalu melakukan evaluasi peluang pada usaha saya					
2.	Saya selalu melakukan ekspansi daerah pemasaran baru					
3.	Saya mempertimbangkan resiko yang terjadi apabila melakukan pengambilan keputusan baik dalam inovasi produk, mencari pasar yang baru dan lain sebagainya.					

Fokus Peluang (*Opportunity Focus*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mencari informasi mengenai perkembangan usaha yang saya tekuni					
2.	Saya memiliki kesadaran untuk mengidentifikasi adanya peluang baru					
3.	Perusahaan saya akan melakukan apapun untuk mengejar peluang					

Intensitas Pelanggan (*Customer Intensity*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berusaha memahami kebutuhan pelanggan					
2.	Saya mengikuti selera pelanggan					
3.	Saya menjalin interaksi serta komunikasi yang baik dengan pelanggan					
4.	Saya berusaha memenuhi kebutuhan konsumen					
5.	Saya meyakini bahwa keunggulan bersaing usaha saya didasarkan pada pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan					

Pemanfaatan sumber daya (*Resource Leveraging*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui kekuatan usaha yang saya miliki					
2.	Saya memanfaatkan dengan baik sumber daya eksternal dan internal pada usaha yang saya miliki					
3.	Saya memanfaatkan jejaring kerjasama dengan pihak lain atau pertukaran sumber daya untuk pengembangan perusahaan.					

Penciptaan Nilai (*Value Creation*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mempunyai kemampuan menciptakan nilai dari sumber daya yang belum dimanfaatkan.					
2.	Saya mengikuti kemampuan menciptakan nilai dengan menciptakan kombinasi yang unik dari sumber daya.					
3.	Saya memastikan bahwa penetapan harga produk saya dirancang untuk memberikan nilai bagi pelanggan					
4.	Memberikan nilai bagi pelanggan merupakan hal yang paling penting yang dilakukan usaha saya.					

Kinerja (*Performance*)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasakan adanya peningkatan penjualan					
2.	Saya merasa produk lebih dikenal					
3.	Saya merasa usaha saya sudah mencapai kepuasan pelanggan					

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

Correlations							
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	Total
x1.1	Pearson Correlation	1	.157	.306	.052	.317	.439*
	Sig. (2-tailed)		.464	.146	.808	.131	.032
	N	24	24	24	24	24	24
x1.2	Pearson Correlation	.157	1	.377	.230	.275	.110
	Sig. (2-tailed)	.464		.069	.279	.194	.610
	N	24	24	24	24	24	24
x1.3	Pearson Correlation	.306	.377	1	.653**	.408*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.146	.069		.001	.048	.002
	N	24	24	24	24	24	24
x1.4	Pearson Correlation	.052	.230	.653**	1	.116	.221
	Sig. (2-tailed)	.808	.279	.001		.588	.299
	N	24	24	24	24	24	24
x1.5	Pearson Correlation	.317	.275	.408*	.116	1	.426*
	Sig. (2-tailed)	.131	.194	.048	.588		.038
	N	24	24	24	24	24	24
x1.6	Pearson Correlation	.439*	.110	.609**	.221	.426*	1
	Sig. (2-tailed)	.032	.610	.002	.299	.038	
	N	24	24	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.500*	.619**	.882**	.611**	.600**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.013	.001	.000	.002	.002	.000
	N	24	24	24	24	24	24

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	Total
x2.1	Pearson Correlation	1	.774 **	.433 *	.904 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.034	.000
	N	24	24	24	24
x2.2	Pearson Correlation	.774 **	1	.412 *	.922 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.046	.000
	N	24	24	24	24
x2.3	Pearson Correlation	.433 *	.412 *	1	.653 **
	Sig. (2-tailed)	.034	.046		.001
	N	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.904 **	.922 **	.653 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	
	N	24	24	24	24

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	Total
x3.1	Pearson Correlation	1	.269	.439 *	.683 **
	Sig. (2-tailed)		.203	.032	.000
	N	24	24	24	24
x3.2	Pearson Correlation	.269	1	.608 **	.818 **
	Sig. (2-tailed)	.203		.002	.000
	N	24	24	24	24
x3.3	Pearson Correlation	.439 *	.608 **	1	.868 **
	Sig. (2-tailed)	.032	.002		.000
	N	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.683 **	.818 **	.868 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	24	24	24	24

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		x4.1	x4.2	x4.3	Total
x4.1	Pearson Correlation	1	.662 **	.575 **	.867 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
	N	24	24	24	24
x4.2	Pearson Correlation	.662 **	1	.678 **	.902 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	24	24	24	24
x4.3	Pearson Correlation	.575 **	.678 **	1	.843 **
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000
	N	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.867 **	.902 **	.843 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	24	24	24	24

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

Correlations

		x5.1	x5.2	x5.3	x5.4	x5.5	Total
x5.1	Pearson Correlation	1	.490 *	.213	.230	.205	.559 **
	Sig. (2-tailed)		.015	.317	.279	.337	.004
	N	24	24	24	24	24	24
x5.2	Pearson Correlation	.490 *	1	.313	.496 *	.727 **	.862 **
	Sig. (2-tailed)	.015		.136	.014	.000	.000
	N	24	24	24	24	24	24
x5.3	Pearson Correlation	.213	.313	1	.432 *	.305	.617 **
	Sig. (2-tailed)	.317	.136		.035	.147	.001
	N	24	24	24	24	24	24
x5.4	Pearson Correlation	.230	.496 *	.432 *	1	.499 *	.756 **
	Sig. (2-tailed)	.279	.014	.035		.013	.000
	N	24	24	24	24	24	24
x5.5	Pearson Correlation	.205	.727 **	.305	.499 *	1	.780 **
	Sig. (2-tailed)	.337	.000	.147	.013		.000
	N	24	24	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.559 **	.862 **	.617 **	.756 **	.780 **	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.001	.000	.000	
	N	24	24	24	24	24	24

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		x6.1	x6.2	x6.3	Total
x6.1	Pearson Correlation	1	.857**	.557**	.915**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000
	N	24	24	24	24
x6.2	Pearson Correlation	.857**	1	.517**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.000
	N	24	24	24	24
x6.3	Pearson Correlation	.557**	.517**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.005	.010		.000
	N	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.915**	.882**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	24	24	24	24

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

Correlations

		x7.1	x7.2	x7.3	x7.4	Total
x7.1	Pearson Correlation	1	.229	.423*	.330	.726**
	Sig. (2-tailed)		.282	.040	.115	.000
	N	24	24	24	24	24
x7.2	Pearson Correlation	.229	1	.113	.348	.595**
	Sig. (2-tailed)	.282		.599	.095	.002
	N	24	24	24	24	24
x7.3	Pearson Correlation	.423*	.113	1	.317	.694**
	Sig. (2-tailed)	.040	.599		.131	.000
	N	24	24	24	24	24
x7.4	Pearson Correlation	.330	.348	.317	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.115	.095	.131		.000
	N	24	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.726**	.595**	.694**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	
	N	24	24	24	24	24

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations					
		y1	y2	y3	Total
y1	Pearson Correlation	1	.602 **	.454 *	.856 **
	Sig. (2-tailed)		.002	.026	.000
	N	24	24	24	24
y2	Pearson Correlation	.602 **	1	.619 **	.877 **
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.000
	N	24	24	24	24
y3	Pearson Correlation	.454 *	.619 **	1	.779 **
	Sig. (2-tailed)	.026	.001		.000
	N	24	24	24	24
Total	Pearson Correlation	.856 **	.877 **	.779 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	24	24	24	24

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.724	6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.703	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	3

Lampiran 5. Hasil Perhitungan Regresi

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.675	4.130		1.132	.270
	X1	-.181	.097	-.367	-1.864	.076
	X2	-.252	.246	-.375	-1.024	.317
	X3	.127	.262	.133	.486	.632
	X4	.775	.279	.786	2.775	.011
	X5	-.040	.175	-.046	-.228	.822
	X6	.122	.176	.129	.691	.497
	X7	.180	.223	.178	.808	.428

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.727	7	8.247	2.829	.029 ^b
	Residual	64.140	22	2.915		
	Total	121.867	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X7, X3, X6, X1, X5, X4, X2

Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.532	.327	1.50389

a. Predictors: (Constant), X7, X6, X3, X1, X5, X4, X2

Lampiran 8. Bukti Plagscan dibawah 10%



PLAGIARISM
CHECK.ORG



9.83% PLAGIARISM APPROXIMATELY

0.21% IN QUOTES

Report #13425055

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM adalah kegiatan usaha dalam skala kecil yang bisa mendorong pembangunan dan perekonomian di Indonesia.

UMKM dibagi lagi menjadi

tiga dan lebih spesifik yaitu usaha mikro yang merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang independen dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, dan usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. (Saretta, 2021) Dalam pembangunan perekonomian nasional, peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat berperan penting.