

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam, perkenalkan saya Amelia Iskandar (17.D1.0067) mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, Program Studi Manajemen. Pada kesempatan ini saya akan melakukan survey terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengenai “Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* Terhadap UMKM Minuman Jus di Kota Semarang”. *Entrepreneurial Marketing* sendiri adalah istilah dalam manajemen pemasaran yang dimana merupakan pendekatan yang ditinjau dari keterbatasan sumber daya dan permasalahan yang ada didalam 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 dengan 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.

A. BAGIAN I (IDENTITAS PEMILIK)

1. Nama :
2. Usia :
3. Nama Usaha :
4. Alamat Usaha :
5. Usaha Dibidang : UMKM Minuman Jus
6. Kapan memulai usaha :
7. Jumlah karyawan : Orang
8. Lokasi Usaha :
9. Luas tempat usaha : X
10. Fasilitas ditempat usaha :
11. Omzet per tahun : < Rp.300.000.000
 < Rp. 2.500.000,000
 < Rp. 50.000.000.000
12. Apakah pernah mengikuti pelatihan usaha?
13. Berapa kali mengikuuti pelatihan usaha?
14. Pelatihan usaha seperti apa yang diikuti?
15. Pernahkan mendapat bantuan dari pemerintah/Lembaga/organisasi untuk pengembangan usaha?

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Anda dapat memberikan memilih 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 Ibu.

Proactiveness

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sudah mencoba menciptakan produk baru pada usaha minuman jus milik saya.					
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					

Calculated Risk-Taking

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya melakukan evaluasi peluang pada usaha saya					
2.	Saya 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.					

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 diusaha saya.					

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	Usaha saya akan melakukan apapun untuk mengejar peluang					

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 sumberdaya untuk pengembangan usaha					

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					

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.					

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 2 Data Responden

Nama (Lengkap/alias)	Usia	Nama Usaha	Alamat atau Lokasi Usaha	Sejak Kapan Memulai Usaha Minuman Jus?	Jumlah Karyawan	Luas Tempat Usaha	Fasilitas Tempat Usaha
Atih	45	Jus Buah Istiqomah	Jl. Wirotto Raya 10 no 04, Krobokan Semarang Barat	2017	3	2 x 2 meter	Meja dan Kursi
Sabila	37	Bila Juice	Tegalsari	2015	0	2 m x 1 m	gerobak jualan
Ibu Diah	46	Jus dan Es buah	Batan Miroto	2018	1	1 x 2 meter	Kursi
Sulistyo	53	Jus buah mas sulis	Jl. Sadewa I	2019	0	2 x 3 meter	Meja dan Kursi
karlynta	32	just just	jl. boulevard	2019	3	3 x 4 meter	Meja dan Kursi
nur cahya	34	jus buah	tegalsari	2019	0	1 x 1 meter	Kursi
Bapak Wahyu Widodo	44	juice buah	tegalsari	2020	2	2 x 3 meter	Meja dan Kursi
Ika	28	Ika jus	Karangrejo Iv No II	2019	2	10x8	Meja dan Kursi

Bu diah	54	D'jus	Tegalsari	2017	2	2 x 2 meter	Meja dan Kursi
Yunita	33	Neko Jus	Jl. Genuksari atas	2019	1	2x3 meter	Meja dan Kursi
Pratama	45	O'Shake & Juice	Tegalsari	2019	0	1 x 1 meter	Kursi
Bu Yuni Herlita	44	Kikomi Juice & Crapes	Karangrejo I	2016	2	1 x 1 meter an	Kursi
Teguh sumarno	49	King's Juice	tegalsari	2018	0	1 x 1 meter	Kursi
Cik lien	37	kedai 805	jl. boulevard ruko graha padma	2019	2	3 x 4 meteran	Meja dan Kursi
abdul rahman	51	Jus buah	seroja dalam	2020	0	1 x 1 meteran	Kursi
junaidi	47	jus buah dan sosis bakar	jl. kelengan besar	2017	0	1 x 1 meter	Kursi
Keminah	29	Julia juice	Karangrejo 1 No Iv	2017	1	9X10	Meja dan Kursi
Rina	33	Amanah juice	Gajahmungkur II no III	2015	0	6x9	Meja dan Kursi
Wiji Lestari	34	Es Jus dan Rempeyek "Indira"	Jl. ronggolawe utara rt. 4 rw. 3	2016	3	2 x 3 meter	Meja dan Kursi

Sri Suryaningsih	48	Jus & Snack Al-Cha	JL. SUBALI UTARA I	2017	1	3 x 4 meteran	Meja dan Kursi
Nur Aisyah	38	pop ice dan jus buah "QEYLA"	Jl. Lamongan Raya	2014	0	1 x 2 meter	Kursi
Widya	38	Kedai Najla	Candisari	2016	0	3 x 4 meter	Meja dan Kursi
Ratna S	42	Warung Shafa	Jl. Tanam Borobudur Utara 9	2018	1	2 x 4 meteran	Meja dan Kursi
Ririen Trimurni	42	Kedai Es Capcin dan Jus Buah	Jl. WR. Supratman	2014	0	1 x 1,5 meter	Kursi
D. Endang	38	Syeba Catering	Jl. Lebdosari IV	2006	0	3 x 3 meter	Meja dan Kursi
Sri Widiyanti	43	Kantin Disperkim	Jl Ade Irma Suryani No 17	2016	2	3 x 3 meter	Meja dan Kursi
ibu eni	48	Nadinda	Jl. Madukoro II No 170	2018	0	2 x 3 meter	Meja dan Kursi
Vinie Y	35	Osaka Drink	Jl. Tumpang XII no 13	2018	2	1 x 2 meteran	Kursi
sukiyem	58	Juice Buah, Jajanan, Gorengan	JL. Watugunung IV/188	2010	0	1 x 2 meteran	Kursi

Dwinta	33	Semmog Jus	Jl Condrokusomo no 2	2016	0	1 x 1 meteran	Kursi
Eka	38	Aneka Es Jus	Wonotinggal - Candisari	2018	0	2x2 meter	Kursi
Fita Indriani	32	Wedangan Kopas	Jl. Warigalit Raya - Krapyak	2016	4	5x4 meter	Meja dan Kursi
Astri	34	Sjuice	Ngaliyan	2018	1	2x3 meter	Kursi
Amroni	42	Star Juice	Jl. Badak V No 3	2009	1	5x5 meteran	Meja dan Kursi
Melik S	37	L'Bafaz Juice	Jl. Silandak Selatan II	2010	3	6x5 meter	Meja dan Kursi
Suratmi	45	Jus Maknyuss	Perum Bukit Diponegoro Blok C/221	2015	1	4x3 meter	Meja dan Kursi
Anita	33	Funny Fruit's	Perum Griya Arteri Baru No 18	2015	2	4x5 meter	Meja dan Kursi
Sumiyati	41	Jus Buah Poppy	Jatisari	2016	1	2x2 meter	Kursi
Dwi	39	Salmadina Jaya Sentoso	Banyumanik	2015	0	3x2 meter	Kursi
Anita Trisiani	43	Crepes & Juice	Jl. Amposari Raya Rt. 10/Rw. 003	2012	0	3x2 meter	Kursi

Lampiran 3 Tabulasi Data

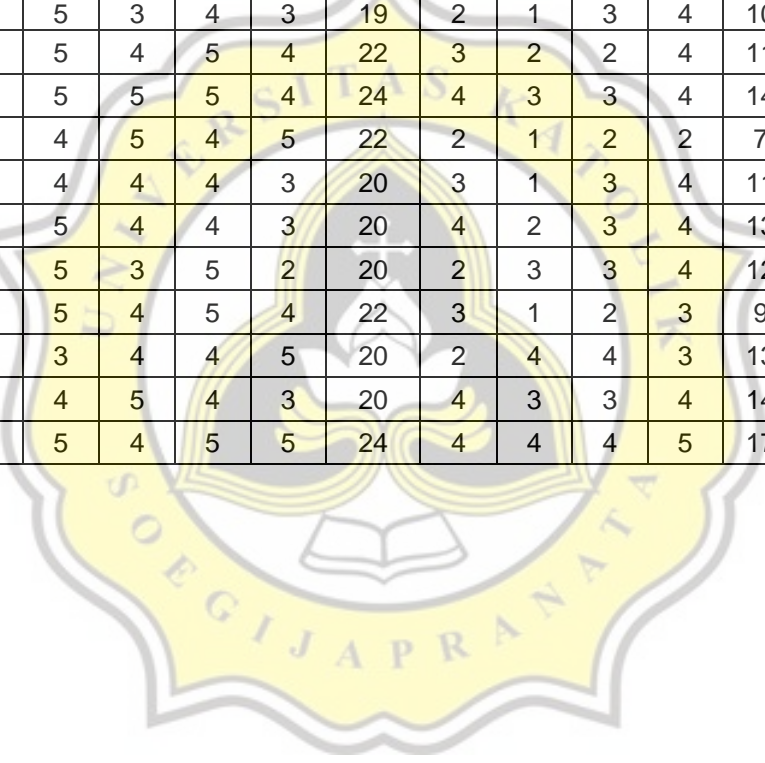
Proactiveness (X1)						Total X1	Calculated Risk-Taking (X2)			Total X2	Innovativeness (X3)			Total X3	Opportunity Focus (X4)			Total X4
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3		X4.1	X4.2	X4.3	
4	3	4	4	5	4	24	4	2	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
4	2	4	4	4	3	21	4	3	4	11	4	2	3	9	4	4	4	12
2	3	4	4	4	3	20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
2	2	4	4	4	2	18	4	2	4	10	4	4	3	11	3	4	4	11
2	4	3	4	4	4	21	4	2	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
4	3	4	3	4	4	22	4	2	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13
5	2	4	4	4	4	23	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12
2	3	4	4	4	3	20	3	2	4	9	4	5	3	12	3	4	5	12
2	4	2	3	4	3	18	3	2	4	9	3	2	3	8	4	3	4	11
5	3	4	3	4	3	22	4	2	4	10	5	2	5	12	4	3	5	12
2	2	4	3	4	2	17	4	2	5	11	4	5	3	12	3	5	4	12
2	2	5	3	4	3	19	3	2	4	9	4	4	4	12	4	5	5	14
3	3	4	2	4	3	19	4	2	4	10	4	4	4	12	4	4	5	13
2	3	3	3	4	4	19	5	2	3	10	4	5	3	12	4	4	4	12
5	5	4	4	5	4	27	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	5	13
2	3	5	3	5	4	22	4	2	5	11	5	4	4	13	5	4	4	13
2	2	5	3	4	3	19	4	3	4	11	5	4	3	12	4	5	5	14
2	3	4	3	4	3	19	4	3	5	12	4	4	4	12	5	4	5	14
3	1	4	3	5	2	18	4	2	5	11	4	2	3	9	4	5	5	14

2	3	4	3	4	4	20	5	2	5	12	4	5	4	13	4	5	4	13
4	2	4	3	4	5	22	4	2	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
2	3	4	2	4	4	19	4	2	5	11	4	2	3	9	4	5	3	12
2	3	5	2	4	2	18	4	2	5	11	4	4	3	11	4	5	4	13
2	2	4	3	4	3	18	4	2	4	10	4	4	4	12	4	5	3	12
4	3	4	2	5	4	22	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	5	13
1	3	4	3	4	3	18	3	2	4	9	3	2	3	8	4	4	4	12
2	3	4	2	4	3	18	4	2	5	11	3	4	2	9	4	3	4	11
3	4	4	3	5	3	22	4	3	5	12	4	4	3	11	4	3	5	12
4	3	4	5	5	4	25	3	4	4	11	5	4	5	14	4	4	3	11
2	3	3	2	4	3	17	4	3	3	10	4	5	4	13	3	4	3	10
3	2	3	2	4	3	17	4	2	4	10	5	5	5	15	4	4	3	11
4	3	3	4	4	3	21	4	4	3	11	5	4	5	14	4	3	3	10
4	3	3	2	3	2	17	3	2	3	8	5	4	4	13	3	5	5	13
3	2	3	2	4	4	18	2	2	3	7	5	4	5	14	4	5	5	14
2	2	3	2	3	4	16	3	4	4	11	3	4	5	12	3	4	4	11
4	4	2	3	4	3	20	2	4	3	9	4	2	3	9	5	4	5	14
5	4	5	5	4	4	27	3	4	5	12	5	4	5	14	4	5	5	14



Resource leveraging (X5)			Total X5	Customer intensity (X6)					Total X6	Value creation (X7)				Total X7	Kinerja (Y)			Total Y
X5.1	X5.2	X5.3		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4		Y1	Y2	Y3	
4	4	2	10	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	17	3	3	4	10
4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	14	4	3	4	11
4	4	3	11	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	15	4	3	4	11
4	3	3	10	5	5	5	5	5	25	3	3	4	3	13	4	4	3	11
4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	3	4	11
3	2	2	7	5	5	5	5	3	23	2	2	4	4	12	3	3	4	10
4	3	3	10	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	12	4	5	4	13
4	5	4	13	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	18	5	4	4	13
4	4	2	10	5	5	5	5	5	25	3	3	3	4	13	4	3	4	11
3	3	2	8	5	5	5	5	4	24	2	2	3	4	11	3	4	4	11
4	2	2	8	5	5	5	5	3	23	2	2	4	4	12	3	3	4	10
4	1	1	6	5	5	3	5	4	22	2	3	4	4	13	4	3	5	12
3	2	2	7	5	5	4	5	3	22	2	2	3	3	10	4	2	5	11
4	4	2	10	5	5	5	5	3	23	3	2	3	3	11	4	3	5	12
3	2	2	7	5	5	4	5	3	22	2	2	3	4	11	3	4	4	11
3	2	2	7	5	5	5	5	3	23	2	3	3	4	12	3	4	4	11
5	4	5	14	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	19	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	18	5	5	5	15
4	3	4	11	5	5	4	5	2	21	3	2	3	4	12	4	5	4	13
3	2	2	7	5	5	4	5	3	22	4	3	4	4	15	4	5	4	13
3	2	2	7	4	5	4	5	3	21	3	2	3	4	12	4	5	3	12
4	5	2	11	4	4	3	5	3	19	3	2	3	3	11	4	3	4	11
4	4	2	10	5	5	4	4	4	22	3	3	3	3	12	4	5	4	13
3	2	1	6	5	4	4	5	3	21	2	2	3	4	11	4	5	3	12
4	2	1	7	4	5	4	5	3	21	2	2	3	2	9	3	3	4	10

4	2	1	7	4	4	4	3	3	18	3	2	3	4	12	3	4	5	12
4	3	2	9	3	5	3	4	5	20	2	1	3	3	9	4	4	4	12
4	5	4	13	4	5	5	4	4	22	3	4	4	5	16	4	5	3	12
3	2	1	6	4	5	3	4	3	19	2	1	3	3	9	3	3	2	8
3	2	1	6	4	5	3	4	3	19	2	1	3	4	10	4	3	4	11
4	3	3	10	4	5	4	5	4	22	3	2	2	4	11	5	5	4	14
5	4	4	13	5	5	5	5	4	24	4	3	3	4	14	5	4	4	13
3	4	3	10	4	4	5	4	5	22	2	1	2	2	7	4	3	4	11
2	3	2	7	5	4	4	4	3	20	3	1	3	4	11	4	3	4	11
3	2	1	6	4	5	4	4	3	20	4	2	3	4	13	4	3	3	10
3	2	2	7	5	5	3	5	2	20	2	3	3	4	12	3	4	4	11
4	3	3	10	4	5	4	5	4	22	3	1	2	3	9	4	5	5	14
3	2	2	7	4	3	4	4	5	20	2	4	4	3	13	3	4	4	11
2	3	3	8	4	4	5	4	3	20	4	3	3	4	14	5	5	4	14
4	4	3	11	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	17	5	4	4	13



Lampiran 4 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	28	1	2.5	2.5	2.5
	29	1	2.5	2.5	5.0
	32	2	5.0	5.0	10.0
	33	4	10.0	10.0	20.0
	34	3	7.5	7.5	27.5
	35	1	2.5	2.5	30.0
	37	3	7.5	7.5	37.5
	38	4	10.0	10.0	47.5
	39	1	2.5	2.5	50.0
	41	1	2.5	2.5	52.5
	42	3	7.5	7.5	60.0
	43	2	5.0	5.0	65.0
	44	2	5.0	5.0	70.0
	45	3	7.5	7.5	77.5
	46	1	2.5	2.5	80.0
	47	1	2.5	2.5	82.5
	48	2	5.0	5.0	87.5
	49	1	2.5	2.5	90.0
	51	1	2.5	2.5	92.5
	53	1	2.5	2.5	95.0
54	1	2.5	2.5	97.5	
58	1	2.5	2.5	100.0	
Total		40	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Memulai Usaha Minuman Jus

Kapan_Memulai_Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2006	1	2.5	2.5	2.5
	2009	1	2.5	2.5	5.0
	2010	2	5.0	5.0	10.0
	2012	1	2.5	2.5	12.5
	2014	2	5.0	5.0	17.5
	2015	5	12.5	12.5	30.0
	2016	7	17.5	17.5	47.5
	2017	5	12.5	12.5	60.0
	2018	7	17.5	17.5	77.5
	2019	7	17.5	17.5	95.0
	2020	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Karakteristik Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah_Karyawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	18	45.0	45.0	45.0
	1	9	22.5	22.5	67.5
	2	8	20.0	20.0	87.5
	3	4	10.0	10.0	97.5
	4	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0		

Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Tempat Usaha

Luas_Tempat_Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 x 1 meter s/d 3 x 4 meter	33	82.5	82.5	82.5
	4 x 4 meter s/d 6 x 6 meter	4	10.0	10.0	92.5
	> 6 x 6 meter	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Mengikuti Pelatihan Usaha

Berapa_Kali_Mengikuti_Pelatihan_Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	9	22.5	22.5	22.5
	1	9	22.5	22.5	45.0
	2	16	40.0	40.0	85.0
	3	3	7.5	7.5	92.5
	4	2	5.0	5.0	97.5
	5	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Karakteristik Berdasarkan Fasilitas Di Tempat Usaha

Fasilitas_Tempat_Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kursi	17	42.5	42.5	42.5
	Meja dan Kursi	22	55.0	55.0	97.5
	Lain-Lain	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Pertahun

Pendapatan_Pertahun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 300.000.000	33	82.5	82.5	82.5
	< Rp. 2.500.000.000	5	12.5	12.5	95.0
	< Rp. 50.000.000.000	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Pelatihan Usaha

Pelatihan_Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	32	80.0	80.0	80.0
	Tidak	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Proactiveness (X1)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
N	Valid	40	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.03	2.93	3.85	3.18	4.15	3.38	20.50
Std. Deviation		1.165	.859	.736	.903	.483	.774	3.121

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2.5	2.5	2.5
	TS	18	45.0	45.0	47.5
	N	5	12.5	12.5	60.0
	S	11	27.5	27.5	87.5
	SS	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2.5	2.5	2.5
	TS	11	27.5	27.5	30.0
	N	20	50.0	50.0	80.0
	S	6	15.0	15.0	95.0
	SS	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	5.0	5.0	5.0
	N	8	20.0	20.0	25.0
	S	24	60.0	60.0	85.0
	SS	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	25.0	25.0	25.0
	N	16	40.0	40.0	65.0
	S	11	27.5	27.5	92.5
	SS	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	5.0	5.0	5.0
	S	30	75.0	75.0	80.0
	SS	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	12.5	12.5	12.5
	N	17	42.5	42.5	55.0
	S	16	40.0	40.0	95.0
	SS	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif Calculated Risk-Taking (X2)

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.78	2.68	4.13	10.58
Std. Deviation		.660	.859	.648	1.279

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	5.0	5.0	5.0
	N	8	20.0	20.0	25.0
	S	27	67.5	67.5	92.5
	SS	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	23	57.5	57.5	57.5
	N	7	17.5	17.5	75.0
	S	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	15.0	15.0	15.0
	S	23	57.5	57.5	72.5
	SS	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif *Innovativeness* (X3)

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_X3
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.15	3.85	3.78	11.78
Std. Deviation		.580	.975	.832	1.790

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	10.0	10.0	10.0
	S	26	65.0	65.0	75.0
	SS	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	10.0	10.0	10.0
	S	26	65.0	65.0	75.0
	SS	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.5	2.5	2.5
	N	16	40.0	40.0	42.5
	S	14	35.0	35.0	77.5
	SS	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif *Opportunity Focus* (X4)

Statistics

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL_X4
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.93	4.18	4.23	12.33
Std. Deviation		.474	.636	.698	1.095

X4.1

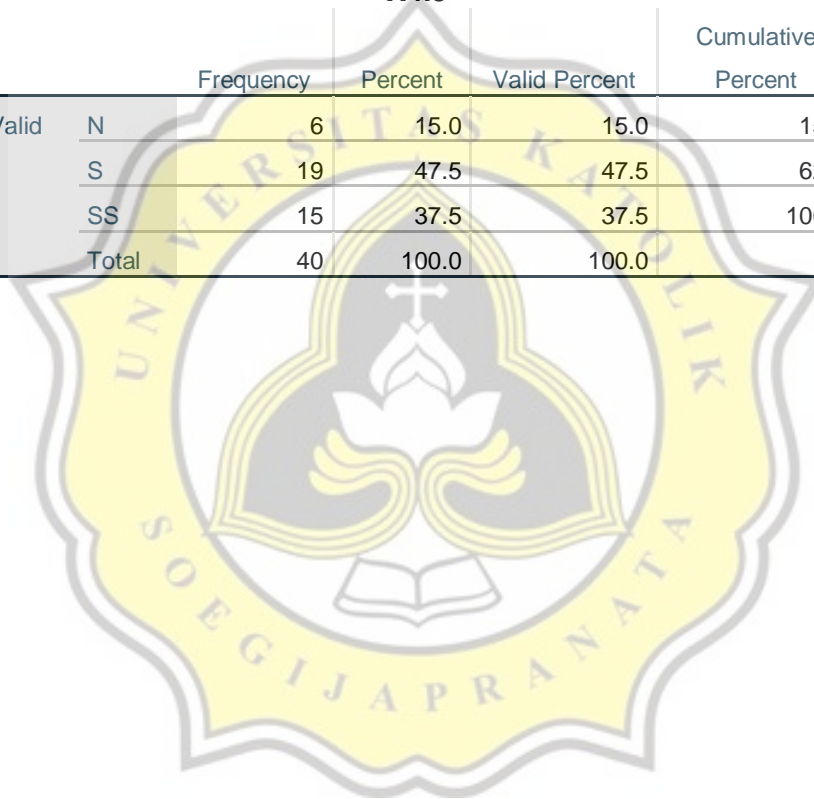
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	15.0	15.0	15.0
	S	31	77.5	77.5	92.5
	SS	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	12.5	12.5	12.5
	S	23	57.5	57.5	70.0
	SS	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	15.0	15.0	15.0
	S	19	47.5	47.5	62.5
	SS	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	



Analisis Deskriptif *Resource leveraging* (X5)

Statistics

		X5.1	X5.2	X5.3	TOTAL_X5
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.63	3.00	2.43	9.05
Std. Deviation		.705	1.062	1.059	2.417

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	5.0	5.0	5.0
	N	14	35.0	35.0	40.0
	S	21	52.5	52.5	92.5
	SS	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2.5	2.5	2.5
	TS	15	37.5	37.5	40.0
	N	11	27.5	27.5	67.5
	S	9	22.5	22.5	90.0
	SS	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	17.5	17.5	17.5
	TS	17	42.5	42.5	60.0
	N	10	25.0	25.0	85.0
	S	4	10.0	10.0	95.0
	SS	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif *Customer intensity* (X6)

Statistics

		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5	TOTAL_X6
N	Valid	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.53	4.73	4.23	4.55	3.70	21.73
Std. Deviation		.554	.506	.698	.552	.883	1.853

X6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	2.5	2.5	2.5
	S	17	42.5	42.5	45.0
	SS	22	55.0	55.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	2.5	2.5	2.5
	S	9	22.5	22.5	25.0
	SS	30	75.0	75.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X6.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	15.0	15.0	15.0
	S	19	47.5	47.5	62.5
	SS	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X6.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	2.5	2.5	2.5
	S	16	40.0	40.0	42.5
	SS	23	57.5	57.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X6.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	5.0	5.0	5.0
	N	17	42.5	42.5	47.5
	S	12	30.0	30.0	77.5
	SS	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif *Value creation* (X7)

Statistics

		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	TOTAL_X7
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		2.90	2.58	3.35	3.80	12.63
Std. Deviation		.871	1.010	.700	.758	2.733

X7.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	37.5	37.5	37.5
	N	16	40.0	40.0	77.5
	S	7	17.5	17.5	95.0
	SS	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X7.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	15.0	15.0	15.0
	TS	14	35.0	35.0	50.0
	N	11	27.5	27.5	77.5
	S	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X7.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	7.5	7.5	7.5
	N	22	55.0	55.0	62.5
	S	13	32.5	32.5	95.0
	SS	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X7.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	5.0	5.0	5.0
	N	10	25.0	25.0	30.0
	S	22	55.0	55.0	85.0
	SS	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif Kinerja (Y)

Statistics

		Y1	Y2	Y3	TOTAL_Y
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.90	3.85	4.00	11.75
Std. Deviation		.672	.893	.641	1.481

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	27.5	27.5	27.5
	S	22	55.0	55.0	82.5
	SS	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.5	2.5	2.5
	N	16	40.0	40.0	42.5
	S	11	27.5	27.5	70.0
	SS	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.5	2.5	2.5
	N	5	12.5	12.5	15.0
	S	27	67.5	67.5	82.5
	SS	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 6 Hasil Data

Analisis Uji Validitas *Proactiveness*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	Skor _tota l
item_1	Pearson Correlation	1	.309	.064	.434**	.266	.387*	.737*
	Sig. (2-tailed)		.052	.693	.005	.097	.014	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	.309	1	-.059	.348*	.275	.352*	.607*
	Sig. (2-tailed)	.052		.718	.028	.086	.026	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.064	-.059	1	.272	.354*	.101	.402*
	Sig. (2-tailed)	.693	.718		.089	.025	.534	.010
	N	40	40	40	40	40	40	40
item_4	Pearson Correlation	.434**	.348*	.272	1	.350*	.307	.742*
	Sig. (2-tailed)	.005	.028	.089		.027	.054	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item_5	Pearson Correlation	.266	.275	.354*	.350*	1	.257	.578*
	Sig. (2-tailed)	.097	.086	.025	.027		.109	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item_6	Pearson Correlation	.387*	.352*	.101	.307	.257	1	.642*
	Sig. (2-tailed)	.014	.026	.534	.054	.109		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Skor_tot al	Pearson Correlation	.737**	.607**	.402*	.742**	.578**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

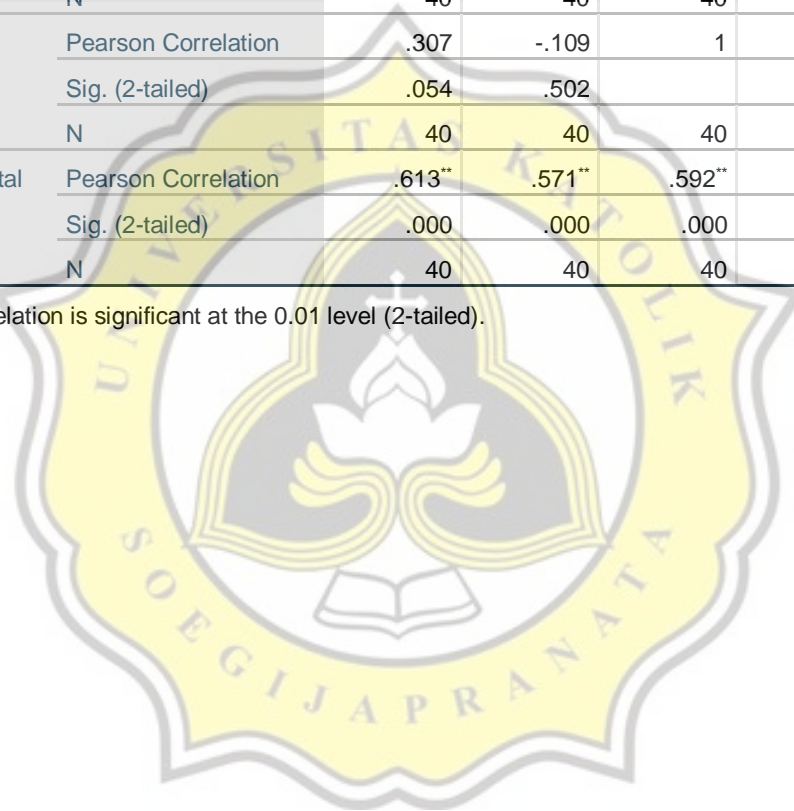
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Analisis Uji Validitas *Calculated Risk-Taking*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	-.087	.307	.613**
	Sig. (2-tailed)		.593	.054	.000
	N	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	-.087	1	-.109	.571**
	Sig. (2-tailed)	.593		.502	.000
	N	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.307	-.109	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.054	.502		.000
	N	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.613**	.571**	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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



Analisis Uji Validitas *Innovativeness*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.222	.551**	.701**
	Sig. (2-tailed)		.168	.000	.000
	N	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	.222	1	.273	.744**
	Sig. (2-tailed)	.168		.088	.000
	N	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.551**	.273	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.088		.000
	N	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.701**	.744**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Analisis Uji Validitas *Opportunity Focus*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	-.125	.130	.443**
	Sig. (2-tailed)		.441	.425	.004
	N	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	-.125	1	.082	.579**
	Sig. (2-tailed)	.441		.613	.000
	N	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.130	.082	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.425	.613		.000
	N	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.443**	.579**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	
	N	40	40	40	40

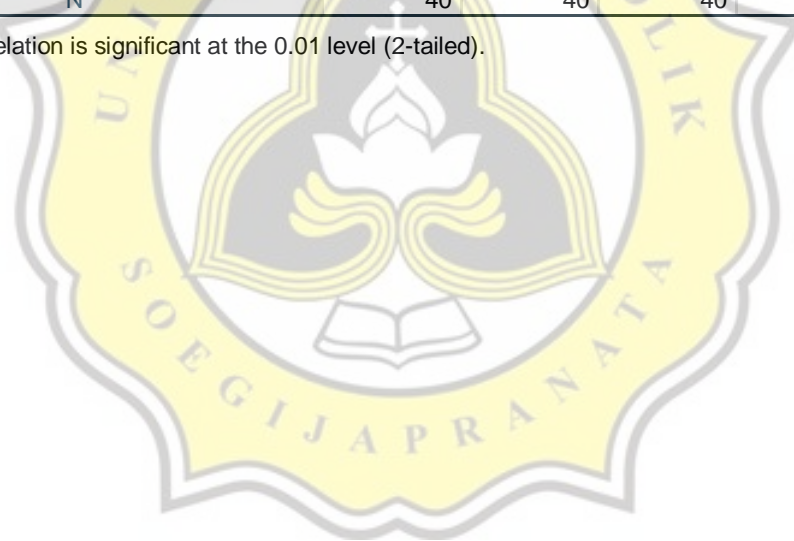
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analisis Uji Validitas *Resource leveraging*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.514**	.528**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	.514**	1	.684**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.528**	.684**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.749**	.889**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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



Analisis Uji Validitas *Customer intensity*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.254	.350*	.540**	-.089	.619**
	Sig. (2-tailed)		.114	.027	.000	.585	.000
	N	40	40	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	.254	1	.107	.464**	-.075	.492**
	Sig. (2-tailed)	.114		.510	.003	.647	.001
	N	40	40	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.350*	.107	1	.136	.321*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.027	.510		.401	.044	.000
	N	40	40	40	40	40	40
item_4	Pearson Correlation	.540**	.464**	.136	1	-.126	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.401		.438	.000
	N	40	40	40	40	40	40
item_5	Pearson Correlation	-.089	-.075	.321*	-.126	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.585	.647	.044	.438		.001
	N	40	40	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.619**	.492**	.704**	.577**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.001	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

Analisis Uji Validitas *Value creation*

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.533**	.395*	.551**	.770**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	.533**	1	.724**	.556**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.395*	.724**	1	.570**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
item_4	Pearson Correlation	.551**	.556**	.570**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.770**	.879**	.808**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

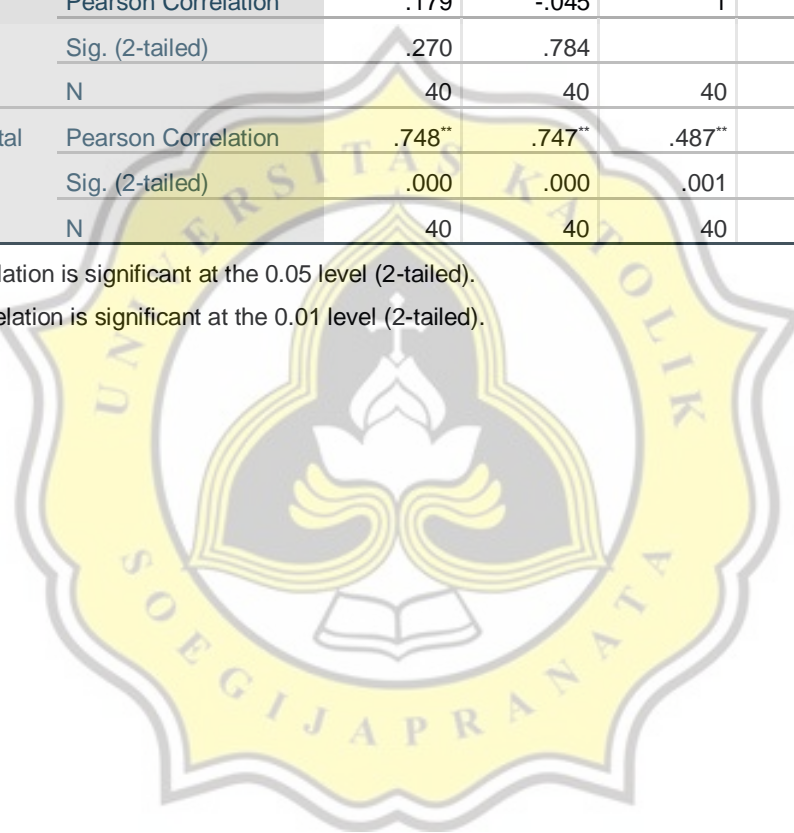
Analisis Uji Validitas Kinerja

Correlations

		item_1	item_2	item_3	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.359*	.179	.748**
	Sig. (2-tailed)		.023	.270	.000
	N	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	.359*	1	-.045	.747**
	Sig. (2-tailed)	.023		.784	.000
	N	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	.179	-.045	1	.487**
	Sig. (2-tailed)	.270	.784		.001
	N	40	40	40	40
Skor_total	Pearson Correlation	.748**	.747**	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	
	N	40	40	40	40

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

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



Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.456	3.203		.142	.888
	Proactiveness (X1)	.135	.096	.284	1.400	.171
	Calculate Risk Taking (X2)	.061	.162	.053	.377	.709
	Innovativeness (X3)	.277	.103	.335	2.698	.011
	Opportunity Focus (X4)	.532	.160	.394	3.335	.002
	Resource Leveraging (X5)	.173	.098	.283	1.772	.086
	Customer Intensity (X6)	-.115	.107	-.144	-1.074	.291
	Value Creation (X7)	-.079	.094	-.146	-.840	.407

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Hasil Analisis Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.367	7	7.338	6.879	.000 ^b
	Residual	34.133	32	1.067		
	Total	85.500	39			

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

b. Predictors: (Constant), Value Creation (X7), Customer Intensity (X6), Opportunity Focus (X4), Innovativeness (X3), Calculate Risk Taking (X2), Resource Leveraging (X5), Proactiveness (X1)

Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.513	1.033

a. Predictors: (Constant), Value Creation (X7), Customer Intensity (X6), Opportunity Focus (X4), Innovativeness (X3), Calculate Risk Taking (X2), Resource Leveraging (X5), Proactiveness (X1)



9.58% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #13581201

BABI PENDAHULUAN Latar Belakang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting dalam pembangunan nasional, apalagi di era new-normal pada saat ini. UMKM di Indonesia dipercaya sebagai pencipta lapangan pekerjaan baru yang mana diharapkan berdampak pada menurunnya angka pengangguran. Pada era new-normal, UMKM telah terbukti mampu bertahan dimasa resesi. Disaat bisnis besar atau usaha besar mengalami kebangkrutan dan PHK, sedangkan UMKM semakin berkembang dengan segala inovasi yang telah dilakukan. UMKM di Indonesia sendiri adalah usaha yang paling banyak di Indonesia yaitu sekitar kurang lebih 90% dilakukan oleh pelaku usaha di Indonesia, dan sisanya 10% adalah Usaha Besar. Dengan jumlah unit usaha yang cukup besar ini dan kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja maka memperlihatkan peran UMKM dalam memberantas pengangguran dan kemiskinan serta mendorong kesejahteraan masyarakat. Perlu digaris bawahi bahwa UMKM adalah usaha yang lahir dari industri atau usaha