

**PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP KINERJA USAHA DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada UMKM Sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo)**

**PROPOSAL SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyusun skripsi guna menyusun tugas akhir Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Pembangunan Jember

**Oleh:**

**Hendra Aris Setiawan
NPM 1458632111938**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Nungky Viana Feranita, ST. MM.
NIDN 0713048401**

**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI PEMBANGUNAN JEMBER
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
2018**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR ISI** i

**DAFTAR TABEL** iii

**DAFTAR GAMBAR** iv

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 8
3. Tujuan Penelitian 8
4. Manfaat Penelitian 9
5. Manfaat Teoritis 9
6. Manfaat Praktis 9

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. Penelitian Terdahulu10
	2. Landasan Teori 13
1. Manajeman Strategi 13
2. Lingkungan Internal 17
3. Lingkungan Eksternal 19
4. Keunggulan Bersaing 21
5. Kinerja Usaha 24
6. Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) 26
	1. Hubungan Antar Variabel Penelitian 28
7. Hubungan Lingkungan Internal dengan Keunggulan

Bersaing 28

1. Hubungan Lingkungan Eksternal dengan Keunggulan

Bersaing 28

1. Hubungan Lingkungan Internal dengan Kinerja Usaha 29
2. Hubungan Lingkungan Eksternal dengan Kinerja Usaha 30
3. Hubungan Lingkungan internal, Keunggulan Bersaing

dan Kinerja Usaha 30

1. Hubungan Lingkungan Eksternal, Keunggulan Bersaing

dan Kinerja Usaha 31

1. Hubungan Keunggulan Bersaing dengan Kinerja Usaha 31
	1. Kerangka Pemikiran 32
	2. Hipotesis Penelitian 34

**BAB III METODE PENELITIAN**

1. Jenis dan Tipe Penelitian 35
2. Tempat dan Waktu Penelitian 35
3. Penentuan Populasi dan Sampel 36
4. Populasi 36
5. Sampel 36
6. Variabel Yang Digunakan 37
7. Definisi Operasional Penelitian 38
8. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 38
9. Jenis Skala Data 41
10. Sumber Data 42
11. Metode Pengumpulan Data 42
12. Uji Instrumen Penelitian 44
13. Teknik Anlisis Data 45
14. Anilisis Deskriptif 45
15. Analisis Inferensial 45

**DAFTAR PUSTAKA**  51

**DAFTAR TABEL**

1. Data UMKM Kecamatan Tempurejo Tahun 2016 5
2. Penelitian Terdahulu 10
3. Populasi UMKM Sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo 36
4. Operasional Variabel Penelitian 40
5. Skala Likert 42

**DAFTAR GAMBAR**

1. Model Kerangka Pemikiran 33
2. Regresi Linier Berganda Model 1 47
3. Regresi Linier Berganda Model 2 48
4. Model Analisis Jalur 50

**BAB 1. PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Fenomena globalisasi masuk dan merambah ke dalam berbagai sektor, tak terkecuali dalam sektor usaha. Dewasa ini, persaingan dalam dunia usaha semakin kompetitif. Tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal, namun pelaku usaha juga dihadapkan dengan kompetitor asing yang sudah banyak masuk di industri dalam negeri. Perkembangan teknologi yang semakin canggih, perubahan lingkungan yang cepat, menuntut para pelaku usaha untuk lebih bergerak dinamis, inovatif, dan mampu memanfaatkan segala peluang yang ada. Hal ini berlaku untuk segala jenis usaha, mulai dari usaha yang berskala mikro sampai dengan usaha yang berskala besar.

Dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan juga AFTA (*ASEAN Free Tread Area*) pada akhir tahun 2015, menjadikan aliran barang, investasi, jasa dan tenaga kerja terampil secara bebas keluar masuk di negara-negara anggota ASEAN. Dalam kondisi demikian akan menciptakan peluang, bahkan ancaman bagi pelaku usaha di negara-negara ASEAN tak terkecuali di Indonesia. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus mampu berkompetisi untuk menjadi yang tercepat dan terbaik diantara para pesaing melalui strategi yang tepat.

Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi pelaku usaha dimulai dengan mengenali peluang dan ancaman yang terkandung dalam lingkungan eksternal, serta memahami kekuatan dan kelemahan pada lingkugan internal usaha. Dengan demikian, pelaku usaha mampu bersaing dan mencapai tujuan usaha secara efisien dan efektif.

Purwanto (2006) mengemukakan bahwa ada dua langkah yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha, agar berhasil dengan baik pada era globalisasi saat ini. Pertama, komitmen strategi para pengelola usaha dari pimpinan sampai karyawan untuk membangun kepuasan serta citra nilai yang baik terhadap konsumen. Kedua, usaha yang berhasil adalah usaha yang mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan yang terjadi secara terus menerus. Oleh karena itu, konsep strategi komprehensif sebaiknya memandang sasaran, kebijakan dan rencana tindakan sebagai suatu kesatuan yang tidak terpisahkan dan pelaksanaannya bersifat dinamis. Untuk itu manajemen memegang peranan penting dalam penentuan perencanaan dan tindakan yang harus diambil.

David (2013) mengemukakan bahwa ada enam langkah yang harus dilakukan oleh pimpinan atau manajer dalam menetapkan sebuah strategi. Pertama, menentukan dan menetapkan visi, misi, dan tujuan usaha. Kedua adalah analisis lingkungan internal dan eksternal. Ketiga, menetapkan sasaran jangka panjang. Keempat adalah menciptakan, menilai, dan memilih strategi. Kelima adalah implementasi strategi manajemen jangka panjang, langkah selanjutnya adalah implementasi strategi dalam kebijakan fungsional. Langkah yang terakhir adalah evaluasi dan penilaian kinerja.

Kinerja usaha dipengaruhi oleh penentuan strategi dalam menghadapi persaingan. Kemampuan pimpinan dalam menganalisis perubahan lingkungan, sangat mutlak di perlukan untuk menacapai tujuan usaha. Hasil penelitian Philips (2000) dan Stevanus *et al.* (2016), menunjukan adanya pengaruh strategi terhadap kinerja usaha.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha di Indonesia, yang juga merasakaan dampak dari persaingan yang terjadi saat ini. Dalam sejarahnya sektor UMKM telah terbukti tangguh dalam menghadapi persaing. Hal ini terbukti ketika krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, namun sektor UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Kristiyanti, 2012).

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. Disamping itu UMKM juga berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya (Ardiana *et al*., 2010).

Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan, yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan konstribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

 Berkaitan dengan pengembangan UMKM tersebut, Pemerintah Indonesia sebagai regulator telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai landasan hukum dalam dunia UMKM. Tujuan dari adanya regulasi tersebut adalah melindungi para pelaku usaha khususnya yang masih bergelut pada bagian UMKM, serta pemberian bantuan bagi pelaku usaha UMKM dari pemerintah di berbagai aspek, antara lain aspek pendanaan dan juga aspek sarana prasarana. Semua bentuk kebijakan yang berkaitan dengan UMKM baik melalui guliran modal maupun penerbitan hukum dan peraturan pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Berbagai faktor yang dapat memengaruhi kinerja UMKM secara umum terbagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal yang bersumber dari dalam unit usaha UMKM dan faktor eksternal yang bersumber dari luar unit UMKM yang memiliki banyak ragam. Beberapa bukti empiris menunjukkan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal (Wulandari, 2009; Munizu, 2010; Purwaningsih dan Kusuma, 2015; Sandra dan Purwanto, 2015; Setyowati, 2015). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwadianti dan Rahayu (2015), menunjukkan bahwa lingkungan internal dan eksternal tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Terdapat ketidak konsistenan dari hasil penelitian terdahulu, sehingga faktor lingkungan internal dan eksternal menarik untuk diteliti. Faktor lain yang berpengaruh terhadap kinerja usaha yaitu keunggulan bersaing (Stevanus *et al.*, 2016).

Pelaku UMKM menghadapi berbagai permasalahan, baik bersumber dari internal maupun eksternal, yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha yang dijalankannya. Bertambahnya jumlah pelaku UMKM dewasa ini, tentunya berdampak terhadap persaing pasar yang semakin ketat. Persaingan antara pengusaha yang satu dengan yang lainnya, saat ini sudah dalam kondisi yang kompleks, sehingga para pelaku usaha saat ini berlomba dalam menciptakan keunggulan bersaing untuk bertahan dan eksis dalam persaingan.

Menciptakan keunggulan bersaing dalam menjalankan usaha merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan (Setyowati,2015). Tanpa adanya keunggulan bersaing dalam sebuah usaha, tentunya akan berdampak terhadap kinerja usaha, dan lebih jauh lagi usaha yang dijalankan akan tenggelam dalam persaingan. Oleh karena itu, analisis terhadap lingkungan internal dan lingkungan eksternal sangat mutlak diperlukan oleh pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan untuk menciptakan keunggulan.

Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Beberapa faktor, baik lingkungan internal dan eksternal juga mempengaruhi keberhasilan usaha. Faktor lingkungan internal yang mempengaruhi kinerja UMKM terdiri dari aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, serta aspek produksi dan operasional (Purwanto,2006). Hasil dari penelitian Munizu (2010) juga menunjukkan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Selain dipengaruhi oleh lingkungan internal, kinerja UMKM juga dipengaruhi oleh lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal yang mempengaruhi kinerja terdiri dari lingkungan jauh, lingkungan industri, dan lingkungan operasional (Pearce dan Robinson, 2011). Faktor eksternal yang positif akan membantu UMKM dalam mencapai tujuan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sandra dan Purwanto (2015) menunjukkan adanya pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja usaha.

Selain dipengaruhi oleh lingkungan eksternal dan lingkungan internal, kinerja UMKM juga dipengaruhi oleh keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dipandang sebagai suatu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja usaha. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Stevanus *et al.*(2016) yang menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Kabupaten Jember adalah salah satu Kabupaten yang menempati posisi tertinggi dari 38 Kabupaten/Kota dengan jumlah UMKM terbanyak di Provinsi Jawa Timur . Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur tahun 2016 terdapat 424 ribu UMKM yang terdapat di Kabupaten Jember dengan 729.962 tenaga kerja. Sebagian besar UMKM di Jember bergerak dalam sektor pertanian, hal ini sangat wajar dikarenakan luasnya lahan pertanian dan mayoritas penduduk di Kabupaten Jember bekerja sebagai petani. Namun keadaan ini bisa menggangu keadaan perekonomian dikarenakan usaha di bidang pertanian sangatlah tergantung pada kondisi alam dan cuaca.

Banyaknya jumlah UMKM di Kabupaten Jember tidak serta merta membuat kesejahteraan masyarakat meningkat. Banyak UMKM yang mengalami kerugian sampai gulung tikar dan akhirnya menutup usahanya. Perubahan lingkungan bisnis dan juga keadaan lingkungan usaha yang dinamis dan kompetitif apabila tidak dianalisis dan dikelola dengan baik sangat berdampak terhadap usaha yang dijalankan.

Tempurejo merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Jember dengan jumlah UMKM sebanyak 72 unit usaha, yang terdiri dari berbagai sektor usaha. Berikut adalah tabel jumlah UMKM di kecamatan Tempurejo.

Tabel 1.1 Data UMKM Kecamatan Tempurejo Tahun 2016

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Sektor | Jumlah |
| 1 | Perdagangan | 24 |
| 2 | Makanan  | 17 |
| 3 | Meubel | 9 |
| 4 | Kerajinan | 4 |
| 5 | Konveksi  | 3 |
| 6 | Pertanian | 5 |
| 7 | Peternakan | 10 |
| Jumlah | 72 |

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, diolah

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat tujuh sektor UMKM yang ada di Kecamatan Tempurejo, sektor tersebut terdiri atas sektor perdagangan, makanan, muebel, kerajinan, konveksi, pertanian dan peternakan. Sektor perdagangan merupakan sektor usaha yang paling banyak diminati oleh para pelaku usaha di Kecamatan Tempurejo.

Dalam penelitian ini, fokus kajian dilakukan pada UMKM sektor makanan, muebel, kerajinan, dan konveksi. Sektor-sektor tersebut merupakan sektor manufaktur yang mengedepankan kreativitas dalam menghasilkan produk, yang akan menciptakan keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan. Sektor-sektor tersebut umumnya dalam memproduksi produk, bahan baku utamanya selalu menggunakan sumber daya lokal. Artinya bahan baku yang dipakai, berasal dari daerah atau wilayah dimana usaha tersebut melakukan kegiatan opersionalnya. Sehingga produk- produk yang dihasilkan bersifat asli dan memiliki keunikan tersendiri karena memakai bahan baku lokal.

Dalam perkembanganya para pelaku UMKM masih mengalami kendala untuk mencapai tujuan usaha yang telah ditetapkan. Tekanan persaingan yang semakin kompetitif dan ketat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kinerja UMKM di Kecamatan Tempurejo.

Perubahan yang begitu cepat dewasa ini, baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk semakin pendek menyebabkan permasalahan serius bagi dunia usaha tak terkecuali UMKM di Kecamatan Tempurejo. Banyak pelaku usaha yang tidak bisa beradaptasi dengan perubahan tersebut, yang kemudian berdampak terhadap perkembangan dan kinerja usaha yang dijalankannya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang saya lakukan dengan beberapa pelaku usaha UMKM, didapatkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, diantaranya kinerja usaha UMKM yang tidak mengalami peningkat, bahkan cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya keberadaan serta peran pemerintah dalam hal peningkatan kinerja UMKM di Kecamatan Tempurejo, masih belum sepenuhnya dirasakan oleh pelaku usaha. Misalkan dalam hal pemberian bantuan kredit yang dirasakan masih sulit diakses oleh pelaku UMKM. Kecenderungan pemberian kredit lebih pada usaha besar bukan pada usaha kecil hal ini dikarenakan alasan kelemahan manajerial.

Sebagaimana dalam menjalankan sebuah usaha, UMKM di Kecamatan Tempurejo juga mempunyai kelemahan yang bersifat internal maupun bersifat eksternal. Kelemahan yang bersifat internal dari UMKM yaitu kurangnya kemampuan manajerial, sumber daya manusia, keterampilan, kurangnya akses terhadap informasi teknologi, permodalan dan juga akses pasar.

Sedangkan kelemahan yang bersifat eksternal yaitu kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis. Selain itu pelaku usaha kurang cekatan dalam memanfaatkan peluang usaha, hal ini dikarenakan kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan sebagai akibat dari perubahan lingkungan yang dinamis dan kompetitif.

Dari berbagai kekurangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Kecamatan Tempurejo, diperlukan adanya perhatian khusus terhadap nasib keberadaan UMKM sebagai penunjang ekonomi rill masyarakat. Persaingan yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha memeiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka usaha tersebut tidak dapat bertahan lama. Keunggulan bersaing dalam sebuah usaha dapat di peroleh dengan memperhatikan nilai superior bagi konsumen, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikan pada efisiensi dan efektivitas usaha.

Berdasarkan uraian permasalahan dan juga hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Kinerja Usaha dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi (Studi pada UMKM Sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo)”.**

1. **Rumusan Masalah**

Menurut Sugiyono (2013), rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, selanjutnya rumusan masalah diwujudkan dalam pertanyaan penelitian berikut ini:

1. Apakah lingkungan internal dan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah lingkungan internal dan eksternal berpengaruh terhadap kinerja usaha?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha?
4. Apakah lingkungan internal dan eksternal berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing?
5. **Tujuan Penelitian**

Tujuan adalah segala sesuatu yang ingin dicapai, berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing.
2. Ingin mengetahui pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap kinerja usaha.
3. Ingin mengetahui pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.
4. Ingin mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha.
5. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, dapat dikeompokkan menjadi dua katagori yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini secara teoritis, diharapkan bisa memberikan manfaat dan sumbangan dalam ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen strategi.

1. **Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak diantaranya:

1. Bagi UMKM

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan, pengembangan, inovasi dan evaluasi dalam penilaian perkembangan usaha yang sedang dijalankan.

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan kepada dinas terkait dalam membuat kebijakan, dan untuk lebih memberikan perhatian lebih kepada pelaku UMKM, khususnya dalam hal kemudahan akses layanan keuanagan yang nantinya akan berdampak pada kinerja UMKM yang semakin optimal.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi, bahan rujukan, dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik bersifat lanjutan, melengkapi, ataupun menyempurnakan.

**BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu menjadi acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu menyangkut variabel kinerja usaha, keunggulan bersaing, lingkungan eksternal, dan lingkungan internal. Berikut disajikan tabel beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| **No** | **Judul dan Peneliti** | **Variabel** | **Metode Analisis** | **Hasil** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kinerja UKM di Sulawesi SelatanPeneliti:Munizu (2010) | DependenKinerja UKMIndependen1. Faktor Internal
2. Faktor Eksternal
 | *Stuctural Equation Modeling* (SEM) | Faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh terhadap kinerja UKM. |
| 2 | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan metode *Structural Equation Modeling.* (Studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang).Peneliti:purwaningsih dan Kusuma (2015) | DependenKinerja UsahaIndependen1. Faktor Internal.
2. Faktor Eksternal
 | *Structural Equation Modeling* (SEM) | Faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh terhadap kinerja usaha. |
| 3 | Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Usaha Industri Kecil dan Menengah di Purwokerto Utara.PenelitiPurwidianti dan Rahayu (2015) | DependenKinerja UKMIndependen1. Faktor Internal
2. Faktor Eksternal
 | Regresi Linier Berganda | 1. Faktor internal tidak berpengaruh terhadap kinerja UKM.
2. Faktor eksternal tidak berpengaruh terhadap kinerja UKM
 |
| 4 | Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan menengah di JakartaPeneliti:Sandra dan Purwanto (2015) | DependenKinerja UKMIndependen1. Faktor-Faktor Internal
2. Faktor-Faktor Eksternal.
 | *Stuctural Equation Modeling* (SEM) | Faktor-faktor internal dan eksternal berpengaruh terhadap kinerja UKM. |
| 5 | Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal terhadap Keunggulan Bersaing pada Industri Kecil dan Menengah di Bandung Jawa Barat.Peneliti:Setyowati (2015) | DependenKeunggulan BersaingIndependen1. Lingkungan Internal
2. Lingkungan Eksternal
 | *Partial Least Square* (PLS) | Lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap keunggulan bersaing. |
| 6 | Faktor Lingkungan Usaha dan Stratgi bersaing Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi pada UMKM di Kota Malang).Peneliti:Stevanus *et al.* (2016) | Dependen1. Keunggu-

Lan Bersaing1. Kinerja Usaha

Independen1. Lingkungan Usaha
2. Strategi Bersaing
 | 1. Analisis Deskriptif
2. Analisis Faktor
3. Analisis Jalur
 | Lingkungan usaha dan straategi bersaing berpengaruh terhadap kinerja UKM melalui keunggulan bersaing. |

Sumber : Jurnal Ilmiah

Penelitian yang dilakukan Munizu (2010) menggunakan variabel yang sama dengan peneliti, yaitu menggunakan lingkungan internal dan eksternal sebagai variabel independen dan kinerja UKM sebagai variabel dependen. Perbedaannya terletak objek penelitian, penambahan variabel mediasi yaitu keunggulan bersaing. Selain itu analisis data yang digunakan juga berbeda, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *Stuctural Equation Modeling* (SEM) dan analisis deskriptif, sedangkan disini peneliti menggunakan metode analisis jalur.

Jika dibandingkan dengan penelitian Purwaningsih dan Kusuma (2015), terdapat persamaan dan perbedaan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya terletak pada variabel dependen dan independen yang digunakan. Perbedaannya teletak pada penambahan variabel mediasi, teknik analisis data yang digunakan serta objek penelitian.

Purwidhianti dan Rahayu (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap kinerja UKM. Penelitian tersebut sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, penambahan variabel mediasi keunggulan bersaing dan metode analisis data yang digunakan.

Jika dibandingan dengan penelitian Sandra dan purwanto(2015), penelitian yang dilakukan oleh penulis ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan dari keduanya adalah sama-sama meneliti pengaruh faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal terhadap kinerja UKM. Perbedaanya terletak pada objek penelitian, metode analisis yang digunakan, penelitian terdahulumenggunakan metode analisis *Stuctural Equation Modeling* (SEM), sedangkan penulis menggunakan metode analsis Jalur, dan menambahkan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.

Setyowati (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap keunggulan bersaing. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen yang digunakan,perbedaanya terletak penggunaan variabel keunggulan bersaing, dalam penelitian terdahulu digunakan sebagai variabel dependen sedangkan dalam penelitian ini gunakan sebagai variabel mediasi. Perbedaaan yang lain terletak pada teknik analisis data yang digunakan serta objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan Stevanus *et al.* (2016) tentang pengaruh faktor lingkungan usaha dan strategi bersaing terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha pada UMKM di Kota Malang, memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Persamaan terletak pada variabel yang diteliti tentang pengaruh faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap kinerja dan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Perbedaanya terletak pada objek penelitian, pada penelitian terdahulu objek penelitian adalah UMKM di kota malang, sedangkan penelitian ini adalah UMKM sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember.

Secara umum persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, terletak pada penggunaan variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal (independen) dan kinerja usaha (dependen). Sedangkan perbedaannya terletak pada penambahan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi, metode analisis data yang digunakan, dan objek penelitian.

1. **Landasan Teori**

Penelitian ini terdiri atas variabel lingkungan eksternal, lingkungan internal, keunggulan bersaing, dan kinerja perusahaan. Keempat variabel tersebut merupakan bagian dari manajemen strategi.

1. **Manajemen Strategi**

Untuk masuk dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, setiap perusahaan membutuhkan suatu tipe perencanaan yang tidak hanya bisa memperkirakan dan merespon perubahan-perubahan yang dapat terjadi di masa yang akan datang, namun juga mampu menciptakan masa depan itu sendiri melalui langkah-langkah perubahan yang dilaksanakan mulai sekarang. Untuk itulah perusahaan memerlukan suatu konsep yang disebut manajemen strategi.

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah rencana main suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan apa (Pearce dan Robinson, 2011). Menurut David (2013) Strategi adalah sebuah arti dimana objektif jangka panjang akan dicapai.

Dari beberapa pengertian atau definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan potensi dari sebuah aksi yang memerlukan keputusan manajer puncak dan membutuhkan sumber daya yang besar, strategi juga mempengaruhi sebuah kesuksesan organisasi.

Menurut David (2013) manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.Tujuan Manajemen strategis adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang, perencanaan jangka panjang, sebaliknya, mencoba untuk mengoptimalkan tren sekarang untuk masa datang. Pearce dan Robinson (2011) mendefinisikan manajemen strategis sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan impelementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan atau organisasi.

Dari beberapa pengertian dan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai dengan penetapan dan tata cara pelaksanaannya, yang dibuat oleh pimpinan dan di implementasikan oleh seluruh jajran dan anggota didalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen strategis berkaitan dengan proses menghasilkan suatu rencana-rencana dan kebijakan strategik, sebagai perwujudan dari strategi terapan yang berfungsi untuk mencapai tujuan perusahaan, dalam jangka panjang maupun pendek. Sebagaimana proses perencanaan yang benar yaitu dengan tahap formulasi, implementasi dan evaluasi berkala dapat dijadikan alat improvisasi bagi kinerja, pencapaian dan keunggulan bersaing perusahaan. Sehingga manajemen strategis merupakan proses yang sangat penting bagi perusahaan, dalam menciptakan strategi yang tepat guna bagi pencapaian tujuan perusahaan secara maksimal.

Tahapan perencanaan strategis, sebagaimana yang dipaparkan David (2013), antara lain adalah:

1. Menetapkan Visi dan Misi

Merupakan penetapan sasaran dan objektif jangka panjang (visi) serta menentukan langkah-langkah apa saja yang harus diambil untuk mempertegas dan memperjelas prioritas fungsi-fungsi tiap manajemen perusahaan agar pekerja, saling bersinergi dan berkolaborasi untuk mencapai visi sebagai tujuan yang telah ditentukan.

1. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Analisa yang dilakukan oleh perusahaan terkait pemahaman mendalam tentang kondisi/keadaan internal dan eksternal perusahaan dengan cara mengenali secara jelas faktor-faktor berupa kekuatan dan kelemahan dari internal perusahaan serta peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal perusahaan.

1. Sasaran Jangka Panjang

Pada dasarnya implementasi strategi yang efektif selalu membutuhkan arahan, tidak hanya sebatas tulisan dan retorika. Pada sasaran jangka panjang yaitu pencapaian yang lebih dari 1 tahun.

1. Menciptakan, Menilai dan Memilih Strategi

Berbekal landasan visi dan misi, serta hasil analisa faktor-faktor lingkungan Internal dan Eksternal, Perusahaan merumuskan alternatif strategi-strategi yang sesuai dengan kapabilitas dan keadaan perusahaan diikuti dengan penilaian dan evaluasi kritis menggunakan penyesuaian objektif jangka panjang agar realisasi dari strategi tersebut dapat membawa hasil yang maksimal pada perusahaan dan selanjutnya strategi tersebutlah yang akan dipilih untuk direalisasikan.

1. Implementasi Strategi Manajemen Jangka Panjang

Sebagaimana yang dijabarkan pada penetapan sasaran jangka panjang, bahwa upaya pencapaian tujuan perusahaan merupakan suatu proses berkesinambungan yang memerlukan pentahapan spesifik. Disini perusahaan merealisasikan dengan bertahap sasaran jangka panjang tersebut dengan menetapkan standar pencapaian dan kebijakan strategi yang telah dipilih bagi setiap tingkat organisasi. Perusahaan menegaskan dan menentukan tujuan utamanya dalam nilai kuantitatif yang spesifik disertai pemaparan dan implementasi strategi yang digunakan oleh top manajemen, divisi dan fungsionalnya.

1. Implementasi Strategi dalam Kebijakan Fungsional

Adalah langkah dimana perwujudan dari implementasi strategi diuraikan dalam langkah-langkah kecil dengan jangka waktu yang lebih pendek untuk diterapkan kedalam fungsional perusahaan yang mana sifatnya lebih operasional dan mengarah berbagai bidang fungsional dalam perusahaan untuk memperjelas hubungan strategi utama dengan identifikasi rincian yang sifatnya spesifik.

1. Penilaian dan Evaluasi Kinerja

Ketika strategi yang akan atau telah diimplementasikan dinilai menunjukkan perubahan yang tidak sesuai dengan rencana yang ada, hasil yang dicapai, atau memang disebabkan asumsi yang salah dan oleh hal-hal lain yang sifatnya tidak dapat dikontrol, maka rencana perlu direvisi ulang dengan evaluasi kinerja.

Tiga aktivitas penilaian strategi yang paling mendasar menurut David (2013) adalah:

1. Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan strategi saat ini.
2. Pengukuran kinerja
3. Pengambilan langkah korektif.
4. **Lingkungan Internal**

Setiap usaha yang dilakukan perusahaan selalu dihadapkan pada situasi yang selalu berubah (Hunger dan Wheelen, 2003). Lingkungan internal merupakan cerminan kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi dan dapat mencerminkkan kemampuan menajemen untuk mengelola perusahaan.

Wispandono (2010) mendefinisikan lingkungan internalsebagai lingkungan organisasi yang ada didalam suatu organisasi. Analisis ini ditujukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi dibandingkan dengan pesaingnya. David (2013) mendefinisikan lingkungan internal sebagai upaya mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam area fungsional bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen. Lingkungan internal memuat berbagai kajian bidang manajemen diantaranya terdiri atas manjemen pemasaran, manajemn personalia, manajemen keuangan, dan manajemen operasi dan produksi (Purwanto,2006).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan internal merupakan lingkungan yang berada didalam suatu perusahaan yang elemen-elemen didalamnya berpengaruh terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut David (2013) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada bisnis yang sama kuatnya atau sama lemahnya di semua area. Kekuatan/kelemahan internal, ditambah dengan peluang/ancaman eksternal dan pernyataan misi yang jelas, memberi landasan untuk menetapkan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan untuk mendayagunakan kekuatan serta mengatasi kelemahan internal. Kekuatan sebuah perusahaan yang tidak dapat dengan mudah ditandingi atau ditiru oleh pesaing dinamakan kompetensi khusus. Membangun keunggulan bersaing melibatkan kemampuan untuk memanfaatkan kompetensi khusus.

Purwanto (2006), mengemukakan bahwa fokus aspek-aspek kajian lingkungan internal antara lain adalah:

1. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM).

Aspek sumber daya manusia terkait dengan pengelolaan sumber daya manusia sebagai asset usaha, yang harus dikelola sesuai dengan kebutuhan.

1. Aspek Keuangan.

Aspek keuangan terkait dengan peran dan tanggung jawab dari manajemen keuangan yang meliputi perolehan dana, pengumpulan dana, pembayaran utang usaha, pengendalian kas, serta perencanaan kebutuhan keuangan.

1. Aspek Produksi dan Operasi.

Aspek produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya manusia, alat, dana dan bahan produsi secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunan suatu produk.

1. Aspek Pemasaran.

Aspek pemasaran terkait dengan identifikasi perubahan lingkungan pemasaran yang terdiri dari lingkungan umum, perilaku konsumen dan perilaku pesaing.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Munizu (2010) dan Purwaningsih dan Kusuma (2015), dan berdasarkan teori Purwanto (2006) indikator yang digunakan dalam penelitian ini, untuk menganalisis lingkungan internal yaitu aspek SDM, aspek keuangan, aspek produksi dan operasi, dan aspek pemasaran. Hal ini dikarenakan yang menjadi masalah utama UMKM di Kecamatan Tempurejo adalah SDM yang kurang terampil, pengetahuan dan kemampuan yang terbatas, aspek kemampuan manajeman yang masih rendah dan belum terstruktur dengan baik, serta aspek pemasaran produk yang kurang berkembang.

1. **Lingkungan Eksternal**

Pearce dan Robinson (2011) mendefinisikan lingkungan eksternal sebagai faktor-faktor diluar kendali yang mempengaruhi pilihan perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya. Lingkungan eksternal sering disebut sebagai peluangdan ancaman*,* mencakup politik, sosial, teknologi, ekonomi, geografii ,pelanggan, pemasok, pesaing, kreditor dan tenaga kerja*.*

Glueck dan Jauch (2003) menyebutkan lingkungan eksternal sebagai faktor-faktor luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman. Sedangkan menurut Griffin dan Ebert (2008) lingkungan eksternal merupakan segala sesuatu diluar batas-batas organisasi yang mungkin mempengaruhi organisasi. Oleh sebab itu manajer/pemimpin harus memahami lingkungan secara lingkup dan akurat dan selanjutnya berusaha untuk beroperasi dan berdaya saing. David (2013) mendefinisikan lingkungan eksternal perusahaan merupakan berbagai faktor yang berada diluar organisasi yang harus diperhitungkan oleh organisasi perusahaan pada saat pengambilan keputusan.

Dari beberapa definisi dan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang berada diluar perusahaan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh terhadap kelangsungan kegiatan usaha dan dapat menciptakan peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Menurut David (2013), tujuan dilakukannya analisis eksternal adalah untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindarinya. Sebagaimana diisyaratkan dengan istilah terbatas, audit eksternal tidak bertujuan mengembangkan sebuah daftar lengkap dan menyeluruh dari setiap faktor yang dapat mempengaruhi bisnis, melainkan bertujuan mengidentifikasi variabel-variabel penting yang menawarkan respons berupa tindakan.

Perusahaan harus mampu merespon secara ofensif (menyerang) maupun defensif (bertahan) terhadap berbagai faktor tersebut dengan merumuskan strategi yang bisa mengambil keuntungan dari peluang eksternal atau meminimalkan dampak dari ancaman potensial. Strategi defensif merupakan strategi bertahan perusahaan yang bertujuan mengurangi kemungkinan untuk diserang pesaing, membelokkan serangan ke arah yang tidak membahayakan atau mengurangi intensitasnya. Sedangkan strategi ofensif lebih ditujukan untuk meraih dan memperoleh pelanggan baru, untuk meningkatkan pangsa pasar, penjualan, dan jumlah pelanggannya.

Menurut Pearce dan Robinson (2011) faktor eksternal mempengaruhi sebuah perusahaan dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan perusahaan. Faktor eksternal akan mempengaruhi struktur organisasi dan proses internal perusahaan. Faktor eksternal dibagi menjadi tiga sub katagori yang saling berkaitan yaitu:

1. Lingkungan Jauh *(remote evironment)*

Lingkungan jauh adalh lingkungan atas faktor-faktor yang berasal dari luar, biasanya tidak terkait dengan situasi operasi suatu usaha. Lingkungan jauh terdiri dari faktor ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan ekologi.

1. Lingkungan Industri (*industry environment)*

Lingkungan industri adalah kondisi umum persaingan yang mempengaruhi seluruh bisnis yang menyediakan produk atau jasa yang serupa. Lingkungan industri terdiri dari faktor hambatan masuk, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ketersediaan produk pengganti, dan persaingan kompetitif.

1. Lingkungan Operasinal *(operating environment)*

Lingkungan operasional adalah faktor-faktor dalam situasi kompetitif langsung yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh sumber daya yang di butuhkan. Lingkungan opersional terdiri dari pesaing, pemberi kredit, pelanggan, pasar, tenaga kerja, dan pemasok.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Munizu (2010) dan Purwaningsih dan Kusuma (2015). Dari tiga sub katagori lingkungan eksternal menurut pearce dan Robinson (2011), ada tiga faktor yang harus dipertimbangkan dalam menganalisis lingkungan eksternal, yaitu:

1. Aspek Kebijakan Pemerintah

Aspek kebijakan pemerintah merupakan bentuk perhatian pemerintah untuk pelaku usaha UMKM yang meliputi, kegiatan pembinaan melalui dinas terkait, peraturan dan regulasi yang mudah, penyiapan lokasi usaha dan informasi.

1. Aspek Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Keadaan sosial, budaya dan ekonomi merupakan kondisi yang cepat berubah. Kondisi seperti ini sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah usaha. Aspek sosial, budaya, dan ekonomi meliputi, pendapatan masyarakat, kebutuhan dan budaya masyarakat, serta karakteristik masyarakat.

1. Peran lembaga terkait

Lembaga yang memiliki peran penting dalam sebuah usaha yaitu lembaga keuangan. Peran lembaga keuangan meliputi, kemudahan dalam memberikan bantuan pinjaman modal usaha.

Aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial,budaya,dan ekonomi serta peran lembaga terkait, digunakan sebagai indikator lingkungan eksternal dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan yang menjadi masalah utama UMKM di Kecamatan Tempurejo adalah aspek kebijakan pemerintah, yang dinilai masih belum bisa mengatasi permasalah para pelaku usaha. Aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang berubah-ubah, serta kurangnya perhatian dan peran lembaga terkait dalam memberikan bantuan permodalan.

1. **Keunggulan Bersaing**

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri tertentu pada dasarnya memiliki keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuannya untuk memiliki dan mempertahankan satu atau beberapa keunggulan bersaing.

Untuk mencapai keunggulan tersebut, umumnya perusahaan menerapkan strategi-strategi mengenai kebijakan apa saja yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya tersebut. Keunggulan bersaing merupakan strategi-strategi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan atau memberi nilai lebih kepada konsumennya dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Menurut Kottler dan Amstrong (2008), keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal. Porter (2008) mendefinisikan keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing. Namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keungulan bersaing dalam upaya perjuangan lebih berkembang dalam mengejar diversivikasi.

Keunggulan bersaing dapat tercapai apabila perusahaan memiliki strategi bersaing. Strategi bersaing adalah kombinasi dari tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan dengan alat (kebijakan). Selanjutnya Porter (2008) mengklasifikasikan strategi keunggulan dalam tiga kategori, yaitu *cost leadership*, diferensiasi dan fokus. *Cost leadership* adalah bagaimana cara perusahaan memberikan harga paling rendah dibandingkan pesaingnya tanpa mengurangi kualitas produk/jasa yang ditawarkan. Diferensiasi adalah strategi perusahaan untuk menciptakan atau memberikan produk/jasa yang berbeda dengan pesaing. Sedangkan fokus adalah perusahaan hanya fokus pada segmen tertentu agar dapat mengenali lebih detail pasar yang ingin dituju.

Aktivitas dari performa perusahaan secara khusus akan menjadi dasar untuk membangun sumber-sumber yang memiliki keunggulan bersaing. Sumber-sumber perusahaan menurut Barney dan Tyler (2010) terdapat tiga sumber utama, yaitu:

1. Sumber modal fisik (teknologi, bangunan, perlengkapan, lokasi serta akses untuk mendapatkan material).
2. Sumber modal manusia (pelatihan, pengalaman, penilaian, kepandaian, hubungan, kerja individual).
3. Sumber modal organisasi (struktur, perencanaan formal dan informal, pengawasan, dan sistem koordinasi, antara lain hubungan kelompok dengan perusahaan serta hubungan antara perusahaan dengan lingkungan).

Porter (2008) menyebutkan ada empat kemampuan yang harus dimiliki perusahaan, dilihat dari sudut keunikan untuk mencapai kunggulan besaing yaitu:

1. Kemampuan Finansial dan Ekonomis.

Ciri keunikan ini ditunjukkan oleh adanya kemudahan perusahaan untuk emeper oleh sumber fianansial dengan relatif cepat dengan bunga yang relatif rendah dari bunga pasar. Selain itu dapat berupa kemampuan perusahaan menekan harga produk yang lebih murah ketimbang harga produk yang sama dari perusahaan yang lain.

1. Kemampuan Menciptakan Produk Strategik.

Bentuk keunikan ini berupa kelebihan ciri-ciri produk dibandingkan produk yang sama dengan perusahaan lain, antara lain dapat dilihat dari ukuran, penampilan, keamanan produk serta lingkungan bisnis.

1. Kemampuan Teknologi dan Proses.

Perusahaan harus memiliki ciri berbeda dalam membuat dan menyajikan produk ke para pelanggan dibandingkan perusahaan lain. Hal ini dicirikan oleh alat yang digunakan apakah alat modern dan sudah sangat dikenal kehandalannya.

1. Kemampuan Keorganisasian.

Keunikan disini dicirikan oleh kelebihan perusahaan dalam pengelolaan sisitem keoranisasian yang sepadan dengan kebutuhan pelanggan. Perusahaan termasuk karyawan perlu memiliki daya tanggap, sensitive dan adaptasi yang tinggi dalam mengikuti perubahan- perubahan karakter pelanggan, teknologi, keadaan pasokan, paraturan, dan kondisi ekonomi. Dengan demikian para pelanggan akan senang hati untuk selalu loyal kepada perusahaan.

Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktifitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Sumber dari keunggulan bersaing tersebut terletak pada kemampuan perusahaan untuk membedakan dirinya sendiri didepan konsumen dari pesaingnya (*value adventage)*. Kedua pada cara bekerja dengan biaya rendah, atau dengan kata lain memperoleh laba yang tinggi (*productivity* atau  *cost adventage).*

Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing dalam penelitian ini, berdasarkan teori Porter (2008) tentang kemampuan yang harus dimiliki perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing dari sudut keunikan. Kemapuan tersebut meliputi kemampuan finansial dan ekonomis, kemampuan menciptakan produk strategik, kemampuan teknologi dan proses, dan kemampuan organisasi.

1. **Kinerja Usaha**

Dimensi pertumbuhan dikenal sebagai ukuran kinerja yang paling penting, terutama pada perusahaan kecil dan merupakan uji kinerja yang baik ditengah kondisi resesi ekonomi dan persaingan yang ketat. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang sangat lazim dan telah menjadi konsensus sebagai ukuran pertumbuhan yang terbaik. Pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pangsa pasar merupakan ukuran pertumbuhan yang baik.

Pertumbuhan pangsa pasar dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pasar. Pertumbuhan laba juga merupakan indikator pertumbuhan yang penting dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Dimensi ini untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa jauh perusahaan dapat dikelola secara efektif.

Secara umum kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif merupakan tolok ukur keberhasilan dan perkembangan suatu usaha. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan umumnya dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan (Beaver dan Jennings, 2003).

Kinerja merupakan capaian yang diperoleh seseorang, ataupun perusahaan dalam mencapai suatu tujuan. Kinerja yang maksimal merupakan harapan utama sebuah unit bisnis dalam menjalankan usahanya. Mulyadi (2007) mendefinisikan Kinerja adalah keberhasilan personel, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan. Kinerja juga merupakan sebuah gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi (Bastian, 2006).

Armstrong (2004) dalam teorinya merumuskan bahwa kinerja merupakan sebuah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Banyak kreteria yang dipakai untuk menilai kinerja perusahaan diantaranya yaitu kinerja finansial dan kinerja nonfinansial.

Perbedaan dalam mengukur kinerja perusahaan sebenarnya tergantung pada pengukuran kinerja itu sendiri. Tolok ukur bersifat unik, karena adanya kekhususan pada setiap badan usaha, latar belakang, status hukum, tingkat permodalan, tingkat pertumbuhan dan teknologi. Perbedaan tersebut akan berpengaruh pada perilaku badan usaha dan dengan sendirinya berpengaruh terhadap kinerja dan tolok ukur yang digunakan (Handoko, 2003).

Indikator pengukuran kinerja usaha yang digunakan dalam penelitian ini menurut Zaenal (2012), yaitu:

1. Pertumbuhan keuntungan, meliputi pertumbuhan laba/keuntungan yang semakin membaik.
2. Pertumbuhan jumlah pelanggan, meliputi pertumbuhan pelanggan yang semakin meningkat.
3. Pertumbuhan jumlah penjualan, meliputi pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat.
4. Pertumbuhan jumlah aset, meliputi pertumbuhan aset usaha baik berupa aset tetap maupun tidak tetap.
5. **Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

UMKM memiliki banyak sekali versi pengertian,berbagai negara memiliki definisi yang berbeda-beda dalam menjelaskan tentang UMKM. Bahkan, antara lembaga satu dengan yang lainnya mendefinisikan berbeda mengenai UMKM sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masing-masing.

Di Negara Indonesia, beberapa lembaga atau instansi pemerintah bahkan dalam Undang-Undang (UU), telah memberikan penjelasan tentang UMKM. Berikut ini adalah kriteria UMKM menurut beberapa lembaga Nasional. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagai mana diatur dalam Undng-Undang.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan dan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan caban perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak lang sung dari usaha menegah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. 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 usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Masih menurut UU No. 20 Tahun 2008, kriteria UMKM menurut asetnya adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha yang mempunyai aset maksimal Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan mempunyai omzet tahunan maksimal Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil adalah usaha yang mempunyai aset minimal antara Rp.50.000.000,00 – Rp. 500.000.000,00 dan omset tahunan maksimal antara Rp. 300.000.000,00 –Rp. 2.500.000.000,00 (dua milliar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah adalah usaha yang mempunyai aset minimal antara Rp.500.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) – Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milliar rupiah) dan mempunyai omzet tahunan sebesar maksimal antara Rp. 2.500.000.000,00 (dua milliar lima ratus juta rupiah) – Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Berbeda dengan hal diatas, Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut BPS, untuk usaha mikro memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang termasuk tenaga keluarga yang tidak dibayar, untuk usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Sedangkan Bank Indonesia (BI) mendefinisikan UMKM adalah perusahan dengan karakteristik modal dan omset berupa:

1. Modalnya kurang dari Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah)
2. Untuk satu kali putaran dari usahannya hanya membutuhkan dana Rp.5.000.000,00 (lima juta rupiah).
3. Memiliki aset maksimum Rp. 600.000.000,00 ( enem ratus juta rupiah) diluar tanah dan bangunan, serta omset tahunan kurang dari Rp.1.000.000.000 (satu miliar rupiah)

Sebagai acuan utama definisi UMKM, kajian ini mengacu pada BPS dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yaitu:

1. Memiliki Jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang termasuk tenaga keluarga yang tidak dibayar, sampai dengan 99 orang.
2. Memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), dan
3. Memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupaih) sampai dengan Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
	1. **Hubungan Antar Variabel Penelitian**
4. **Hubungan Lingkungan Internal dengan Keunggulan Bersaing**

Lingkungan internal menjadi dasar guna membangun tujuan dan strategi dalam menciptakan kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi (David, 2013). Kekuatan- kekuatan yang tercipta dalam lingkungan internal tersebut di gunakan untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Kekuatan lingkungan internal yang meliputi SDM, keuangan, operasional, dan pemasaran sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Setyowati (2015) dan Stevanus *et al.* (2016), menunjukkan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Dari uraian diatas, jelas bahwa lingkungan internal mempengaruhi keunggulan bersaing. Oleh karena itu, jika UMKM memiliki pimpinan atau manajer yang mampu menganalisis lingkungan internal dengan baik, maka akan mudah dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

1. **Hubungan Lingkungan Eksternal dengan Keunggulan Bersaing**

Lingkungan eksternal merupakan salah satu lingkungan bisnis yang sangat penting untuk diperhatikan. Seperti di ketahui bahwa lingkungan ekstrnal akan mendatangkan peluang bagi usaha yang sangat menjanjikan. Namun disamping itu lingkungan eksternal juga akan membawa ancaman yang serius apabila pimpinan usaha tidak bisa menganalisis ,mengelola, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan ekternal yang dinamis dan kompetitif.

Lingkungan eksternal yang terdiri dari keadaan ekonomi, sosial budaya, kebijakan pemerintah, dan peran lembaga terkait, sangtalah berpengaruh terhadap keungulan bersaing. Hasil penelitian Setyowati (2015) dan Stevanus *et al.* (2016), menyimpulkan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing

Dari uraian diatas, jelas bahwa lingkungan eksternal mempengaruhi keunggulan bersaing. Oleh karena itu, jika UMKM memiliki pimpinan atau manajer yang memilik kemampuan menganalisis, mengelola dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal, maka akan mudah dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

1. **Hubungan Lingkungan Internal dengan Kinerja Usaha**

Penelitian Waiganjo *et al.* (2012) menunjukkan bahwa manajemen sumber daya manusia memiliki pengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Menurut Munizu (2010), faktor internal yang terdiri atas aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi/operasional, dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelititan terhadap UMKM rotan di Jepara yang dilakukan oleh Lofian *et at.* (2014) menunjukkan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dari Handriani (2011) yaitu terdapat pengaruh positif secara simultan lima faktor internal(pemasaran dan distribusi, penelitian dan pengembangan rekayasa, manajemen produksi dan operasi, sumber daya manusia perusahaan, serta faktor keuangan dan akuntansi) terhadap kinerja usaha kecil melalui penerapan strategis dan pada akhirnya meningkatkan daya saing usaha di suatu wilayah. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwidhianti dan Rahayu (2015) menemukan bahwa faktor internal tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan di Industri Kecil dan Menengah di Kecamatan Purwokerto Utara.

Berdasarkan dari beberapa uraian diatas, jelas bahwa faktor lingkungan internal mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, Jika perusahaan dalam hal ini pimpinan/pemilik usaha bisa menganalisis lingkungan internalnya dengan baik, maka dengan mudah akan dapat meningkatkan kinerja usaha.

1. **Hubungan Lingkungan Eksternal dengan Kinerja Usaha**

Dalam penelitian Wispandono (2010) disimpulkan bahwa faktor eksternal berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Munizu (2010) dalam penelitiannya berkesimpulan bahwa faktor lingkungan eksternal yang terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya, dan ekonomi, serta aspek peranan lembaga terkait mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan pada UKM di Kenya oleh Njanja *et* *al.*(2012) menunjukkan bahwa faktor lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan strategi manajemen perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwidianti dan Rahayu (2015) menemukan bahwa faktor eksternal tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Industri Kecil dan menengah di Kecamatan Purwokerto.

Berdasarkan dari beberapa uraian diatas, jelas bahwa faktor lingkungan eksternal mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, jika perusahaan ingin meningkatkan kinerja usaha, maka UMKM harus memiliki kemampuan menganalisis lingkungan eksternal dengan baik.

1. **Hubungan Lingkungan Internal, Keunggulan Bersaing dengan Kinerja Usaha**

Jika UMKM memiliki keterampilan dalam menganalisis dan mengelola kelemahan dan juga kekuatan dalam lingkungan internal usaha maka akan mudah meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan bersaing. Tanpa adanya analisis lingkungan internal yang baik, UMKM akan mengalami kendala dalam mengembangkan usaha, bahkan akan cenderung mengalami kerugian karena kinerja usaha yang semakin meurun.

Penelitian yang dilakukan Setyowati (2015), menyimpulkan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan hasil penelitian Stevanus *et al.* (2016) pada UMKM di Kota Malang, menunjukkan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha.

Dari uraian diatas jelas bahwa keunggulan bersaing memediasai pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja usaha. Oleh sebab itu, jika pimpinan UMKM memiliki kemampuan untuk menganalisis lingkungan internal dengan baik, maka UMKM akan mudah untuk meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

1. **Hubungan Lingkungan Eksternal, Keunggulam Bersaing dengan Kinerja Usaha**

Jika UMKM memiliki lingkungan eksternal yang baik maka akan mendukung keunggulan bersaing usaha yang akan berdampak terhadap meningkatnya kinerja usaha. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyowati (2015), menemukan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan penelitian yang dilakukan Stevanus *et al.*(2016), menemukan bahwa faktor eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan juga kinerja usaha. Artinya faktor eksternal berpengaruh terhadap kinerja dengan keunggulan bersaing sebagai mediasinya.

Dari uraian diatas jelas bahwa keunggulan bersaing akan memediasi pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja Usaha. Oleh karena itu, jika UMKM memliki pimpinan yang mampu menganalisis lingkungan eksternal dengan baik, maka UMKM akan mudah untuk meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

1. **Hubungan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha**

Menurut Philip Kottler dan Gary Amstrong (2008) keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal. Menurut Rivai (2008) pengertian kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil seperti yang diharapkan.

Selanjutnya penelitian dari Febriatmoko dan susilo (2015) menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara keunggulan bersaing dengan kinerja perusahaan. Hasil penelitian Li (2000) berhasil menemukan adanya pengaruh positif antara keunggulan bersaing dengan kinerja perusahaan yang diukur melalui volume penjualan, tingkat keuntungan, pangsa pasar, dan return on investment. Keunggulan bersaing dapat diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya dan modal yang dimilkinya. Penelitian yang dilakukan Stevanus *et al.* (2016) menyimpulkan bahwan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Dari uraian diatas, jelas bahwa keunggulan bersaing mempengaruhi kinerja usaha. Oleh karena itu, jika UMKM memiliki keunggulan bersaing yang baik, maka UMKM akan mudah meningkat kinerja usaha.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis, pimpinan atau pemilik usaha perlu melakukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Pentingnya menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing dan keberhasilan usaha dengan baik. Perencanaan strategik dalam sisitem manajemen strategik berada dalam tingkat utama dan pertama.

Perusahaan perlu menyusun perencanaan strategik yang dijabarkan melalui strategi pilihan untuk mencapai visi dan misi organisasi kedalam sasaran-sasaran strategik. Hal ini sangat perlu dilakukan untuk menghadapi kondisi lingkungan bisnis yang dinamis, kompleks, dan kompetitif. Dalam menjalankan kegiatan usaha/bisnis perusahaan tidaklah berdiri sendiri, melainkan perusahaan berada dalam lingkungan internal dan eksternal yang saling berpengaruh.

Kemampuan serta keahlian perusahaan dalam menempatkan posisinya dalam lingkungan untuk memprediksi, memperhitungkan, menganalisis, serta mengevaluasi kondisi perusahaan dari berbagai faktor-faktor yang saling berpengaruh sangatlah penting dalam menentukan strategi bersaing yang akan berpengaruh terhadap kinerja usaha dalam pencapaian tujuan usaha.

Hal tersebut diperkuat dengan adanya beberapa kajian teoritis dan kajian empiris mengenai lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Analisis lingkungan penting dan perlu dilakukan oleh perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan tidak berdiri sendiri, tetapi berinteraksi dengan bagian bagian dari lingkungannya dan lingkungan itu sendiri berubah setiap saat, yang dapat mempengaruhi kinerja dalam sebuah usaha.

Analisis lingkungan internal dilakukan agar dapat diketahui dan di identifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada diperusahaan, sedangkan anailisis lingkungan eksternal perusahaan dilakukan dengan menggali dan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang harus disikapi. Dari hasil temuan analisis dapat digunakan sebagai dasar membuat perencanaan dan menentukan strategi keunggulan besaing.

Berdasarkan uraian diatas, model kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar 2.2.

**H5**

**Lingkungan Internal
(X1)**

 H3

**Kinerja Usaha
(Y)**

**Keunggulan Bersaing
(Z)**

**H1**

**H6**

 **H7**

**H2**

**Lingkungan Eksternal
(X2)**

**H6**

H4

Keterangan:

 : Pengaruh langsung

 : Pengaruh tidak langsung

Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran

* 1. **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat peryataan (Sugiyono, 2013). Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran yang telah diungkap diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H2 : Lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H3 : Lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja usaha.

H4 : Lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja usaha.

H5 : Lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

H6 : Lingkungan ekternal berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

H7 : Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha.

**BAB 3. METODE PENELITIAN**

1. **Jenis dan Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitiatif. Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan *explanatory research*. Menurut sugiyono (2014), metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruhnya antara satu variabel dengan variabel yang lain. Pada akhirnya penelitian ini menjelaskan hubungan kausal variabel-variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis secara empiris. Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi yang dalam hal ini diwakili pemilik/pimpinan/manajer UMKM.

1. **Tempat dan Waktu Penelitian**

 Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih menjadi objek penelitian adalah UMKM di Kecamatan Tempurejo yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember. Pemilihan Kecamatan Tempurejo sebagai tempat penelitian, didasarkan pada kondisi UMKM di Tempurejo yang masih banyak mengalami kendala dalam mengembangkan usaha. Pemilihan UMKM sektor makanan, meubel, kerajinan, dan konveksi sebagai objek penelitian, dikarenakan sektor-sektor tersebut merupakan sektor manufaktur yang selalu mengedepankan kreativitas dalam menciptakan produk, dan selalu melakukan pembaharuan produk. Pembaharuan tersebut dilakukan untuk mempertahankan keunggulan yang sudah ada, serta menciptakan produk-produk baru yang unggul dan unik, sesuai dengan permintaan pasar. Jangka waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Maret 2018 sampai dengan bulan Mei 2018.

1. **Penentuan Populasi dan Sampel**
2. **Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM sektor makanan, muebel, kerajinan, dan konveksi di Kecamatan Tempurejo sebesar 33 unit usaha. sektor-sektor tersebut merupakan sektor manufaktur yang menghasilkan barang jadi dan mengedepakan keunggulan produk. Berikut tabel populasi UMKM sektor manufaktor yang ada di Kecamatan Tempurejo

Tabel 3.1 Populasi UMKM Sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Sektor | Jumlah |
|  | Makanan | 17 |
|  | Meubel | 9 |
|  | Kerajinan | 4 |
|  | Konveksi | 3 |
| Jumlah | 33 |

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, diolah

1. **Sampel**

Menurut Sugiyono (2014), sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representatif, artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Teknik penarikan sampel atau teknik sampling menurut Sugiyono (2014) adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis *non probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2014) *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling jenuh* (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi di jadikan sebagai sampel.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh UMKM sektor manufaktur, di Kecamatan Tempurejo sebanyak 33 unit usaha. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel.

1. **Variabel Yang Digunakan**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari:

1. Variabel Independen (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono,2014). Dalam penelitian ini digunakan dua variabel independen yaitu adalah lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

1. Variabel Intervening/Mediasi (Z)

 Menurut Sugiyono (2014), variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan di ukur. Variabel ini merupakan penyela/perantara yang terletak diatara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah keunggulan bersaing.

1. Variabel Dependen (Y)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah kinerja usaha.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2014), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran yang lebih baik. Definisi operasional ini juga menjelaskan indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen (X)
	1. Lingkungan Internal (X1)

Dalam penelitian ini indikator variabel lingkungan internal yang digunakan berdasarkan teori Purwanto (2006), yaitu:

1. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM), yang meliputi jiwa kepemimpinan, pengalaman usaha, keahlian dan pengetahuan karyawan, serta tingkat pendidikan formal karyawan.
2. Aspek Keuangan, yang meliputi modal sendiri, modal pinjaman, tingkat keuntungan, dan membedakan pengeluaran pribadi/golongan.
3. Aspek Produksi dan Operasi, yang meliputi tersedianya bahan baku, kapasitas produksi,dan ketersediaan peralatan produksi.
4. Aspek Pemasaran, yang meliputi permintaan pasar, penetapan harga bersaing, dan kegiatan promosi.
	1. Lingkungan Eksternal (X2)

Dalam penelitian ini indikator variabel lingkungan eksternal yang digunakan, berdasarkan teori Pearce dan Robinson (2011) tentang kekuatan lingkungan eksternal, antara lain:

1. Aspek Kebijakan Pemerintah, meliputi kegiatan pembinaan dan pendampingan melalui dinas terkait, penyediaan informasi, dan kemudahan memperoleh ijin usaha.
2. Aspek Sosial , Budaya, dan Ekonomi, yang meliputi tingkat pendapatan masyarakat, kebutuhan dan budaya masyarakat, serta karakteristik masyarakat.
3. Peranan Lembaga Terkait, meliputi kemudahan bantuan permodalan dari lembaga terkait.
4. Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing. Ada empat indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing (Porter, 2008) yaitu:

1. Kemampuan finansial dan ekonomis, meliputi penetapan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing.
2. Kemampuan menciptakan produk strategik, meliputi kemampuan dalam menciptakan produk unik dan berbeda dengan pesaing.
3. Kemampuan teknologi dan proses, meliputi kemampuan dalam penggunaan teknologi modern dana informasi dalam operasional usaha, meliputi proses produksi sampai pemasaran.
4. Kemampuan keorganisasian, meliputi kemampuan dalam menganalisis perubahan permintaan pelanggan, menawarkan produk yang lebih berkualitas dari pesaing, dan kemampuan melakukan inovasi produk.
5. Variabel Dependen (Y)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja UKM, yang mana menurut Zaenal (2012) ada empat indikator dalam mengukur kinerja UKM antara lain:

1. Pertumbuhan keuntungan, yang meliputi pertumbuhan laba/keuntungan yang semakin membaik.
2. Pertumbuhan jumlah pelanggan, yang meliputi pertumbuhan pelanggan yang semakin meningkat.
3. Pertumbuhan Jumlah Penjualan, yang meliputi pertumbuhan jumlah penjualan yang semakin meningkat.
4. Pertumbuhan jumlah aset, yang meliputi pertumbuhan aset usaha baik berupa aset tetap maupun tidak tetap.

Agar lebih jelas tentang operasional variabel penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 3.1, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

| Variabel | Indikator | Item |
| --- | --- | --- |
| Lingkungan Internal (X1)(Purwanto,2006) | Aspek Sumber daya Manusia | 1. Jiwa kepemimpinan
2. Pengalaman usaha
3. Keterampilan dan pengetahuan karyawan
4. Tingkat pendidikan formal karyawan
 |
| Aspek Keuangan | 1. Modal pribadi
2. Modal pinjaman
3. Tingkat Keuntungan
4. Membedakan pengeluaran pribadi/keluarga
 |
| Aspek Produksi dan Operasi | 1. Tersedianya bahan baku
2. Kapasitas produksi
3. Ketersediaan perlatan produksi
 |
| Aspek Pemasaran | 1. permintaan pasar
2. Harga yang besaing
3. Kegiatan promosi
 |
| Lingkungan Eksternal (X2)(Pearce dan Robinson, 2011) | Aspek Kebijakan Pemerintah | 1. Pembinaan dan pendampingan melalui dinas terkait
2. Penyediaan informasi
3. Kemudahan memperoleh ijin usaha
 |
| Aspek Sosial, Budaya dan Ekonomi | 1. Pendapatan masyarakat
2. Kebutuhan dan budaya masyarakat
3. Karakteristik masyarakat
 |
| Peranan Lembaga Terkait | Kemudahan mendapat bantuan kredit dari lembaga terkait |
| Keunggulan Bersaing (Z)(Porter, 2008) | Kemampuan Finansial dan Ekonomis | Harga yang lebih murah |
| Kemampuan Menciptakan Produk Strategik | Keunikan produk |
| Kemampuan Teknologi dan Proses | Penggunaan teknologi modern dan informasi |
| Kemampuan Organisasi | 1. Sensitivitas terhadap perubahan permintaan pelanggan
2. Menawarkan produk yang lebih berkualitas dari pada pesaing
3. Inovasi produk baru.
 |
| Kinerja (Y)(Zaenal, 2012) | Pertumbuhan Keuntungan | Peningkatan keuntungan setiap tahun |
| Pertumbuhan jumlah pelanggan | Peningkatan jumlah pelanggan setiap tahun |
| Pertumbuhan jumlah penjualan | Produk yang terjual selalu mengalami peningkatan |
| Pertumbuhan Jumlah Aset | Penambahan aset tetap maupun tidak setiap tahun |

Sumber: Klasifikasi variabel dalam model yang diolah, 2018

1. **Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**
2. **Jenis Skala Data**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh merupakan data dengan skala interval. Skala interval merupakan skala yang membedakan katagori dengan selang atau jarak tertentu, dengan jarak antar katagorinya sama (Siagian dan Sugiarto, 2006). Alternatif jawaban kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut sugiyono (2014), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang ditunjukkan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Skala Likert

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Keterangan**  | **Skor**  |
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2. |  Setuju (S) | 4 |
| 3. | Cukup Setuju (CS) | 3 |
| 4. | Kurang Setuju (KS) | 2 |
| 5 | Tidak Setuju (TS) | 1 |

Sumber:Sugiyono (2013)

1. **Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penjelasan sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Data primer dalam penelitian ini berasal dari kuisioner yang dibagikan dan isi oleh pemilik/pimpinan/manajer UMKM.

1. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013), Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember.

1. **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting,* berbagai sumber, dan berbagai cara. Jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) (Sugiyono, 2013).

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini antara lain :

1. Observasi

Observasi menurut Sukmadinata (2006) merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dalam penelitian ini dilakukan pada UMKM sektor manufaktur di Kecamatan Tempurejo.

1. Wawancara

Menurut Arikunto (2002) interview atau wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk mendapatkan informasi dari orang yang diwawancarai. Teknik semacam ini juga disebut sebagai kuisioner lisan. Tujuan dari wawancara adalah mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari observasi yang telah dilakukan.Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan dalam hal ini adalah pimpinan/ pemilik/ manajer UMKM, data yang dicari diantaranya data mengenai kondisi lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi, kegiatan operasional perusahaan dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan perusahaan.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui, Arikunto (2002). Dalam penelitian ini kuesioner (angket) yang digunakan sebagai metode utama untuk memperoleh data yang diberikan kepada responden. Metode angket digunakan karena lebih praktis dan dapat dibagikan secara serentak kepada responden. Selain itu instrumen atau angket dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan bagi semua responden diberi pertanyaan yang sama. Tujuannya agar responden dapat memberikan jawaban secara tertulis karena adanya keterbatasan waktu. Dalam penelitian ini kuisioner diajukan kepada pimpinan/ pemilik/manajer UMKM.

1. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang tertulis. Di dalam melaksanakan dokumentasi, peneliti meneliti benda – benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2002). Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati data – data penjualan UKM dan seluruh kegiatan yang ada kaitannya dengan tema penelitian ini.

1. **Uji Instrumen Penelitian**

Sebelum melakukan pengolahan data penelitian untuk pengujian hipotesis, instrumen penelitian harus di uji validitas dan reliabilitas.

1. **Uji Validitas**

Ghozali (2007) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)=n-2, dalam hal ini adalah jumlah sampel.

Kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

* Jika rhitung > rtabel maka butir pernyataan dinyatakan valid.
* Jika rhitung < rtabel maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.
1. **Uji Reliabilitas**

Ghozali (2007) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu kuisioner dikatakan riliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran realibilitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Dari hasil pengukuran tersebut, hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

* Jika α > 0.60 maka butir pernyataan dinyatakan reliabel.
* Jika α < 0.60 maka butir pernyataan dinyatakan tidak reliabel.
1. **Teknik Analisis Data**

 Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis deskriptif dan inferensial dengan alat bantu SPSS. Berikut ini merupakan metode yang digunakan dalam analisis hasil penelitian :

1. **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris data yang di kumpulkan dalam penelitian (Ferdinand,2006). Dalam penelitian ini analisis deskriptif menggunakan distribusi yang mencakup dua aspek, yaitu:

1. Deskripsi umum responden digunakan untuk menggambarkan jumlah dan persentase responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status perkawinan dan lama menjalankan usaha.
2. Deskripsi variabel penelitian digunakan untuk menggambarkan ukuran tendensi sentral dari masing-massing item dalam indikator.
3. **Analisis Inferensial**
	* + 1. **Uji Asumsi Klasik**
4. **Uji Normalitas**

 Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2007). Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, dengan uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.*

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

* Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov Z dan Asymp. Sig.*> 0,05 maka data berdistribusi normal.
* Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov Z dan Asymp. Sig*. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas untuk menguji pada model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka terjadi multikolinearitas.

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Menurut Yarnest (2004) apabila nilai Tolerance < 0,10 atau > 10 dan nilai *VIF* > 10, maka terjadi multikolinearitas dan sebaliknya. Tetapi apabila nilai 0,10 < Tolerance < 10 dan nilai *VIF* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

1. **Uji Heteroskedastisitas**

 Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2007). Dasar analisis uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai beriku:

* t hitung < t tabel dan nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas
* t hitung > t tabel dan nilai sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas
	+ - 1. **Regresi Linier Berganda**

 Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen , bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2014).

Model analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua model. Berikut adalah model regresi linier berganda dijelaskan pada gambar 3.1 dan gambar 3.2.

**Lingkungan Internal
(X1)**

**Lingkungan Eksternal
(X2)**

**Keunggulan Bersaing
(Z)**

b1

 b2

Gambar 3.1 Regresi Linier Berganda Model 1

Model anlisis regresi yang pertama, seperti dijelaskan gambar 3.1 yaitu analisis regresi antara lingkungan internal (X1), lingkungan eksternal (X2) dan keunggulan bersaing (Z), dengan rumus sebagai berikut:

**Z = a + b1 X1 + b2 X2**

Keterangan :

Z : Keunggulan Bersaing

X1 : Lingkungan Internal

X2 : Lingkungan Eksternal

 a : nilai konstanta

b1,b2 : nilai koefisien regresi

Kemudian model yang kedua, yaitu analisis regresi antara lingkungan internal (X1), lingkungan eksternal (X2), keungulan bersaing (Z) dan kinerja usaha (Y), dengan model sebagai berikut:

 b3

**Lingkungan Internal
(X1)**

**Lingkungan Eksternal
(X2)**

**Kinerja Usaha
(Y)**

**Keunggulan Bersaing
(Z)**

 b5

 b4

Gambar 3.2 Regresi linier berganda model 2

Dari gambar 3.2 untuk menghitung regresi linier berganda model 2 digunakan rumus sebagai berikut:

**Y = a + b3 X1 + b4 X2 +b5 Z**

Keterangan :

Y : Kinerja Usaha

Z : Keunggulan Bersaing

X1 : Lingkungan Internal

X2 : Lingkungan Eksternal

 a : nilai konstanta

b3,b4,b5 : nilai koefisien regresi

* + - 1. **Koefisien Determinasi R2**

Koefisien Determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghozali, 2007).

Penggunaan R square adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan variabel independen kedalam model, maka R square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R square, nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen kedalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai adjusted R square untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2007).

* + - 1. **Uji F (Uji Simultan)**

 Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2007). Pengujian secara simultan dilakukan menggunakan program SPSS *(Statistical Product and Service Solution) version 16.0 for windows*. Cara menguji hipotesis secara simultan dilakukan dengan menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% sehingga :

* Jika F hitung > F tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima.
* Jika F hitung < F tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak.
	+ - 1. **Uji t (Uji Parsial)**

Ghozali (2007) uji statisitik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

* Apabila t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima.
* Apabila t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak.
	+ - 1. **Analisis Jalur (*Path Analysis)***

Analisis jalur *(Path Analysis*) merupakan pengembangan statistik regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (Sugiyono,2014).

Dalam uji ini, peneliti akan menghitung pengaruh langsung antara variabel lingkungan internal (X1) terhadap kinerja usaha. (Y), dan pengaruh tidak langsung lingkungan internal (X1) terhadap Kinerja usaha (Y) dengan melalui variabel intervening keunggulan bersaing (Z). Kemudian pengaruh langsung lingkungan eksternal (X2) terhadap kinerja usaha, dan pengaruh tidak langsung lingkungan eksternal (X2) terhadap kinerja usaha melalui variabel intervening (Z) keunggulan bersaing.

Berikut model analisis jalur yang digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen:

 b3 X1Y

**Lingkungan Internal
(X1)**

**Lingkungan Eksternal
(X2)**

**Kinerja Usaha
(Y)**

**Keunggulan Bersaing
(Z)**

 b1

 b2 b5

b4 X2 Y

Gambar 3.2 Model Analisis Jalur

Dari gambar 3.2 diatas, untuk mencari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), digunakan rumus sebagai berikut:

Pengaruh variabel independen (Xi) terhadap variabel dependen (Y):

Pengaruh langsung (Xi) terhadap Y : bi Xi Y

Pengaruh tidak langsung terhadap Y : bi . b5

Total pengaruh (Xi) terhadap Y : bi Xi Y + (bi . b5)

**DAFTAR PUSTAKA**

Buku:

Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Armstrong, Michael. 2004. *Performance Management*. Jakarta : Tugu Publisher.

Barney, Jay B. & Willim S. Hesterly*.* 2010. *Strategic Management and Competitiv Advantage.* 3rd Edition. Person Printice Hall.

Bastian, Indra. 2006. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar.* Jakarta: Erlangga.

David, Fread R. 2013. *Manajemen Srtategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.

Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Glueck, William F. dan Jauch, Lawrence R. 2003. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Griffin,ricky W dan Ebert,Ronald J. 2008. *Bisnis*. Edisi 8 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen*. Edisi ke-18. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Hunger, J.David, dan Wheelen, Thomas, L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Mulyadi. 2007. *Sistem Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel Berbasis Balanced Scorecard*. Yogyakarta: STIM YKPN.

Pearce, John A, and Robinson, Richard. B. 2011. *Manajemen Strategis: formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Porter,Michael, E. 2008. *Strategi Bersaing (Competitive Strategi).* Tanggerang : Karisma Publishing Grup.

Purwanto,Iwan. 2006. *Manajemen Strategi.* Bandung: Yrama Widya.

Rivai, Veithzal. 2008. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.

Siagian, D dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistik.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

 . 2014. *Statistika untuk Penelitin*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Yarnest. 2004. *Panduan Aplikasi Statistik dengan Bantuan SPSS Versi 11.0.* Malang: Dioma.

Zaenal, Abdul. 2012. *UMKM Sebagai tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Bandung : Alfabeta.

Jurnal

Ardiana, I.D.K.R. Brahmayanti, I.A. dan Subaedi. 2010. Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan* *Kewirausahaan*. Vol.12 NO. 1 hal: 42-55.

Beaver, G. And Jennings, P. 2003. Editorial: Small Business Succes and fuilure. *Jurnal Strategic Change*. Vol. 12 No.3 hal: 115-120.

Handriani, Eka. 2011. Analisis Faktor Daya Saing di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 2 No. 1 hal: 17-25.

Kristiyanti,M. 2012. Peran Strategis Usaha Kesil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA.* Vol. 3 No. 1 hal:63-89

Li, Ling X.(2000).An Analysis of Sources of Competivieness and Performance of Cinese Manufactures. *Intenational Jurnal of Operation adn ProductionManagement.* Vol. 20. No.3

Lofian, Budi. Dan Sisno Riyoko. 2014. Identifikasi Faktor Eksternal dan Faktor Internal Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UKM Mabel Rotan di Jepara.  *Jurnal DISPROTEK.* Vol. 5. No. 2: 8-15.

Munizu, Musran. 2010. Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal* *Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol.12 No. 1 hal: 33-41.

Njanja, W L., Martin Ogutu, dan Rene’ Pellisier. 2012. The Effects of the External Environment on Internal Management Strategies within Micro, Small and Medium Enterprises; Kenyan Case. *International Jurrnal Of Business and Management*. Vol. 7. No. 3 hal: 194-205.

Phillips,P.A. 2000. The Strategic Planning/Finance Interface: Does Sophistication Really Matter?. *Management Decison*. Vol 38 No. 8 hal: 541-549

Purwaningsih, Ratna dan Kusuma, Pajar Damar. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kesil dan Menengah (UKM) dengan Metode *Structural Equation Modeling* (Studi Kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang). Prosding SNST ke-6 Tahun 2015. Fakultas Teknik Universitar Wahid Hasyim semarang hal: 7-12.

Purwidhianti, Wida dan Rahayu, Tri Septin Muji. 2015. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Industri Kecil dan Menengah di Purwokerto Utara. *Jurnal KINERJA*,.Vol. 19 No.1 hal:149-159.

Sandra, Alex dan Purwanto, Edi. 2015. Pengaruh Faktor- Faktor Eksternal dan Internal terhadapKinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta. *Business Management Jurnal.* Vol. 11 No. 1 hal:97-124.

Setyowati, Novita Wahyu. 2015. Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal terhadap Keunggulan Bersaing pada Industri Kecil dan Menengah di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 5. No. 1 hal : 9-26.

Stevanus, Novan Victor., Rofiyaty., dan Siti Aisjah.2016. Faktor Lingkungan Usaha dan Strategi Bersaing Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi Pada UMKM di Kota Malang). *Jurnal Media Mahardika.* Vol. 15. No. 1 hal: 30-37.

Waiganjo, Miss Esther Wangithi*et.,*Makulu, Elegwa, dan Kahiri, James*.* 2012. Relationship between Strategic Human Resource Management and Firm Performance of Kenya’s Corporate Organizations, *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 2 No.10*.*hal: 62-70

Wispandono, R. M. Moch. 2010. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja Industri Batik di Kabupaten Bangkalan, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1 No.2 hal: 152-162.

Wulandari, Anna. 2009. Pengaruh Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal terhadap Orientasi Wirausaha dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta.* Vol. 11. No. 2 hal: 142-162.