

**PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA, PERMODALAN DAN
PEMASARAN TERHADAP KINERJA USAHA KECIL DAN
MENENGAH JAMU GENDONG DI KELURAHAN WONOLOPO
KECAMATAN MIJEN, SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

Sarsa Rizky Prasetyo

NIM 1405026073

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

Rahman El Janusi, SE., MM.

Nusa Indah III/106 Ngalian Kota Semarang

Choirul Huda, M. Ag.

Ruko Villa Ngalian Permai No. A.10 Ngaliyan Kota Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdra. Sarsa Rizky Prasetyo

Kepada YTH.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Sarsa Rizky Prasetyo

Nim : 1405026073

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi :PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA, PERMODALAN DAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH JAMU GENDONG DI DESA WONOLOPO KECAMATAN MIJEN

Dengan ini saya mohon sekiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

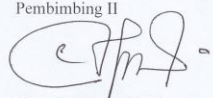
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Rahman El Janusi, SE., MM.
NIP. 19691118 200003 1 001

Semarang, 23 September 2019

Pembimbing II


Choirul Huda, M. Ag.
NIP. 19760709 200501 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, KodePos 50185

PENGESAHAN

Nama : Sarsa Rizky Prasetyo
NIM : 1405026073
Judul : Pengaruh Sumberdaya Manusia, Permodalan, dan Pemasaran terhadap
Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Jamu Gendong di Kelurahan Wonolopo
Kecamatan Mijen, Semarang

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 14 Oktober 2019 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam.

Semarang, 15 Oktober 2019

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 19751218 200501 1 002

Sekretaris Sidang

Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 19760109 200501 1 002

Penguji I

Dr. Muhlis, M.Si.
NIP. 19610117 188803 1 002



Penguji II

H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420 199602 1 002

Pembimbing I

Rahman El-Junusi, S.E., M.M.
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing II

Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 19760109 200501 1 002

ABSTRAK

UMKM memiliki peran yang sangat penting karena dapat mengurangi masalah kesenjangan antar sosial, mengentaskan kemiskinan, dan dapat menyerap tenaga kerja. Pemerintah daerah menerapkan program kampung tematik untuk mendukung pertumbuhan dan meningkatkan ekonomi. Hal ini sangat membantu perkembangan usaha mengingat di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang yang mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai penjual jamu keliling. Namun demikian, fakta dilapangan menunjukkan bahwa dari tahun ketahun jumlah penjual jamu mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena masyarakat berasumsi kinerja usaha jamu menurun karena kalah bersaing di era modern ini. Ada beberapa faktor dalam menunjang kinerja usaha yang baik yaitu dapat dilihat melalui sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran terhadap kinerja usaha jamu di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang baik secara parsial maupun simultan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha jamu yang berjumlah 33 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *total sampling*. Pengolahan data pada penelitian menggunakan *SPSS 23 for windows*.

Hasil penelitian didapat model analisis regresi linier berganda yakni $Y = 1,321 + 0,241 X_1 + 0,193 X_2 + 0,259 X_3$. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Dari uji F diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel ($20,528 > 2,92$) yang artinya sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha jamu. Berdasarkan pengaruh dari sumberdaya manusia, permodalan dan pemasaran terhadap kinerja usaha adalah sebesar 68% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang dijadikan sebagai bahan penelitian penulis.

Kata kunci : sumberdaya manusia, permodalan, pemasaran, dan kinerja usaha

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” (Q.S Ash-Sarh: 5-6)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbi alamin

Atas rahmat Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu memberi semangat dan motivasi kepada anaknya dan juga untuk tetap bersabar dan tidak putus asa.

Serta ke 4 adik-adikku Reza, Citra, Zaskia, dan Wisma yang selalu memberikan doa dan semangat.

Terimakasih kepada bapak-bapak pembimbing saya, pak Chirul Huda dan pak Rahman yang telah dengan sabar membimbing saya.

Dan tidak lupa teman-temanku yang aku cintai Tata, Yanuar, Zayyan, Bana, Teman-teman kelas EIC dan XII IPA 3 terimakasih yang telah membantu dan mendoakan aku.

Dan teman-temanku lainnya yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu.

Tak lupa kepada almamaterku tercinta UIN Walisongo Semarang.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 7 Agustus 2019

Deklarator,


SARSA RIZKY PRASETYO
1405026073

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Sang Pencipta alam semesta serta segala isinya yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik. Tak lupa shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. yang telah memberikan cahaya dan petunjuk bagi manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Sumberdaya Manusia, Permodalan, dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang” disusun guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (satu) pada UIN Walisongo Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran pembaca yang sifatnya membangun agar penulis dapat menentukan langkah-langkah yang lebih baik demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Dalam pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari segala pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Muhibbin, MA.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang Saya banggakan, Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (Ahmad Furqan, Lc., MA.), terima kasih atas saran, nasehat dan motivasinya.
4. Dr. Ali Murtdlo, M.Ag., selaku wali dosen penulis.
5. Bapak Rahman El-Junusi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H. Choirul Huda, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Setyo Pambudi dan Ibu Sri Nur Isnaini tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi dan doa kepada penulis.
7. Adik-adikku yang saya sayangi dan saya banggakan atas dukungan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teruntuk Tri Esti Kartika Indah Purnaning Ratri yang senantiasa memberi masukan dan selalu menemani setiap revisi-revisi skripsi sampai skripsi ini selesai.
9. Teruntuk An'im, Jeni, Ali, Assa, Enggar dan teman-teman kelas XII IPA 3
10. Seluruh teman-temanku Ekonomi Islam angkatan 2014.

Atas semua kebaikan semoga Allah SWT memberikan amal kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang budiman.

Semarang, 23 September 2019

Penulis

Sarsa Rizky Prasetyo

1405026073

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN DEKLARASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Usaha Kecil dan Menengah	13
2.1.2 Sumber Daya Manusia	16
2.1.3 Permodalan	27
2.1.4 Pemasaran	34

2.1.5 Kinerja	42
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Kerangka Pemikiran	49
2.4 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Jenis dan Sumber Data	51
3.2 Populasi dan Pengambilan Sampel	53
3.2.1 Populasi	53
3.2.2 Sampel	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4 Teknik Analisis Data	55
3.4.1 Uji Validitas.....	55
3.4.2 Uji Reliabilitas	56
3.4.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	57
3.4.4 Uji Analisis Regresi Berganda	80
3.4.5 Uji Hipotesis	61
3.4.4.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	61
3.4.4.2 Uji Parsial (Uji T)	62
3.4.4.3 Uji Koefisien Determinan	62
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Usaha	66
4.1.1 Sejarah Kampung Jamu	66

4.1.2 Struktur Organisasi	68
4.1.3 Jumlah Anggota Penjual Jamu	69
4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden	70
4.2.1 Deskripsi Data Penelitian	70
4.2.2 Karakteristik Responden	71
4.3 Analisis Data dan Pembahasan	75
4.3.1 Uji Validitas	75
4.3.2 Uji Reliabilitas	77
4.3.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	80
4.3.3.1 Uji Normalitas	80
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	81
4.3.3.3 Uji Autokorelasi	83
4.3.3.4 Uji Heterokedatisitas	85
4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda	86
4.3.5 Uji Hipotesis	88
4.3.5.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	88
4.3.5.2 Uji Parsial (Uji T)	89
4.3.5.3 Uji Koefisien Determinan	92
4.4 Pembahasan	93
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
5.3 Penutup	104

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jumlah Pengusaha Jamu Gendong kelurahan Wonolopo Mijen Periode 2012 sampai 2018	7
Tabel 1.2 : Pendapatan Per Hari Pengusaha Jamu Periode 2018-2019.....	8
Tabel 2.1 : Pendapatan Per Hari Pengusaha Jamu	44
Tabel 2.2 : Tabel Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1: Variabel, Devinisi, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian	63
Tabel 4.1: Penjual Jamu dan Tempat Penjualan.....	69
Tabel 4.2: Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 4.3: Usia Responden	72
Tabel 4.4: Pendidikan Terakhir	73
Tabel 4.5: Lama Bekerja	74
Tabel 4.6: Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.7: Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.8: Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.9: Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4.10: Hasil Uji Autokorelasi	84
Tabel 4.11: Hasil Uji Heterokedatisitas	85
Tabel 4.12: Hasil Uji Regresi Linier Berganda	86
Tabel 4.13: Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	88
Tabel 4.14: Hasil Uji Parsial (Uji T)	90
Tabel 4.15: Hasil Uji Koefisien Determinan	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia merupakan prioritas utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini sangat penting mengingat usaha kecil dan menengah berperan dalam mengurangi masalah kesenjangan sosial, kemiskinan dan pengangguran. Selain itu UKM merupakan usaha yang dapat bertahan dari krisis ekonomi global. Perkembangannya dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Di era perdagangan bebas yang berlangsung di kawasan ASEAN tidaklah mudah bagi UKM untuk memasuki pasar ekspor. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah yang memadai untuk dapat meningkatkan kinerja dan daya saing UKM. Beberapa faktor penyebab rendahnya kinerja UKM diantaranya sebagian besar UKM masih menggunakan teknologi tradisional pangsa pasar yang rendah, tidak dapat memenuhi persyaratan administrasi untuk memperoleh bantuan dari bank serta ketergantungan terhadap pemerintah cenderung besar.¹

¹ Imam Santoso Desty Yuwandini dan Siti Asmaul Mustaniroh, *Pengaruh Kredit dan Sumberdaya Manusia terhadap Kinerja UMKM Agroindustri dengan*

Pembangunan ekonomi nasional bukan hanya tanggung jawab pemerintah, namun merupakan tanggung jawab bersama. Masyarakat adalah pelaku utama dalam pembangunan dan pemerintah berperan dalam hal mengarahkan, membimbing, dan menciptakan fasilitas penunjang. Untuk itu, pemerintah perlu mengembangkan UKM yang disertai pengembangan Sumber daya manusia, karena SDM merupakan faktor terpenting suatu perusahaan selain faktor modal. Oleh karena itu SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektifitas dan efesiensi perusahaan tersebut.² Pengembangan SDM harus dilakukan tidak hanya kepada pemilik usaha UKM saja, tetapi juga kepada para pekerjanya. Semangat kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung juga dengan pengembangan teknologi menjadi penting dalam fokus penguatan SDM.

Selain sumberdaya manusia permasalahan lain yang dihadapi UKM saat ini adalah aspek modal. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan usahanya. Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal usaha dari lembaga-lembaga kredit. Besar kecilnya modal akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha dalam memperoleh pendapatan. Di sisi lain, terdapat kesulitan UKM

Pemasaran sebagai Variabel Antara, Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol. 12 No. 3, November 2015, hlm 174

² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CV. Alfabeta, 2014, hlm 121

dalam mengakses kredit. Hal ini disebabkan karena persyaratan pengajuan yang dinilai rumit dan penanganan yang lambat. Akibatnya banyak UKM yang menggunakan modal pribadi untuk memulai dan mengembangkan usahanya.

Pemasaran juga merupakan faktor penting lainnya dari suatu usaha kecil menengah dalam meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup. Strategi pemasaran meliputi strategi tentang unsur-unsur atau variabel-variabel dalam bauran pemasaran yang merupakan empat variabel utama dalam sistem pemasaran, yaitu produk/jasa, harga, distribusi dan promosi.³ Dengan manajemen strategi pemasaran yang tepat maka dapat menarik konsumen sehingga dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Selain itu, UKM juga mempunyai kesulitan dalam mengakses pasar secara luas, seperti menjalin kerja sama dengan mitra usaha atau memasuki pasar modern dan meningkatkan daya saing global.

Kinerja perusahaan secara umum merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan perusahaan kecil. Kinerja adalah suatu hasil atau tingkat keberhasilan individu secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibanding dengan beberapa kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target, sasaran,

³ Endang Purwanti, *Pengaruh karakteristik wirausaha, Modal, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*, Jurnal STIE AMA Salatiga, Vol. 5 No. 9 Juli 2012, hlm 23

dan kriteria yang ditentukan atas kesepakatan bersama.⁴ Kinerja bisa diartikan sebagai suatu pencapaian dari hasil kerja yang sesuai dengan standar yang berlaku pada masing-masing organisasi. Menurut Simora, kinerja adalah suatu pencapaian persyaratan-persyaratan pekerjaan tertentu yang akhirnya secara langsung dapat tercermin dari output yang dihasilkan baik jumlah maupun kualitasnya.⁵

Kualitas sumber daya manusia sangat berperan penting terhadap kinerja UMK, sebagian besar UKM tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha yang turun temurun. Keterbatasan sumberdaya manusia dari segi pendidikan, pengetahuan, dan keterampilannya sangat mempengaruhi manajemen pengelolaan usahanya. Pemasaran juga mempunyai peran penting terhadap kinerja, karena dapat meningkatkan penjualan dan menambah nilai jual suatu produk. Dimana persaingan di segala bidang semakin ketat terutama pada pelaku UKM yang memaksa harus segera membenahi diri untuk menyikapinya. Jika tidak, produk bagus sekalipun akan kalah saing dengan produk yang biasa saja. Sedangkan modal juga mempengaruhi kinerja, karena pengelolaan modal yang baik dapat meningkatkan efisiensi produksi suatu usaha.

⁴ Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, hlm 68

⁵ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE YKPN, 2001, hlm 56

Walikota Semarang, Hendrar Prihadi menerapkan model kampung tematik untuk mempercepat pemeratan pembangunan dan kesejahteraan. Tiap kampung di ajukan harus mengusung tema tertentu. Maka muncul aneka kampung di Semarang. Mulai dari Kampung Anggrek, yang mayoritas warganya bertani anggrek, Kampung Kuliner yang memproduksi aneka makanan khas Semarang, Kampung Ramah Anak yang memiliki fasilitas permainan anak lengkap. Ada juga Kampung Jowo dimana warganya dalam kehidupan sehari-hari mengenakan busana Jawa dan bertutur Jawa. Selain itu masih banyak kampung-kampung tematik lainnya.⁶

Salah satu kampung tematik adalah Kampoeng Jamu. Kampoeng Jamu yang berada di wilayah kelurahan Wonolopo dan kelurahan Ngadirgo, kecamatan Mijen, Kabupaten Semarang merupakan salah satu industri rumah tangga jamu yang sudah ada sejak tahun 1980 an. Di kampung ini setidaknya ada sebanyak 50 warga kelurahan Wonolopo dan 20 warga kelurahan Ngadirgo yang perprofesi sebagai penjual jamu gendong. UKM jamu gendong sangat penting untuk dikembangkan karena mampu mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat menengah ke bawah. UKM Jamu gendong merupakan potensi potensi sumber daya yang dapat dimanfaatkan secara baik

⁶<https://www.liputan6.com/regional/read/2896704/jamu-jamubegini-geliat-kampung-jamu-semarang>, diakses 18 Maret 2019

untuk meningkatkan nilai jual hasil perkebunan jamu sehingga masyarakat daerah tersebut sejahtera.⁷

Para penjual jamu rata-rata dalam pengolahan lebih memilih cara tradisional. Menurut mereka, pengolahan dengan cara tradisional sangat baik untuk mempertahankan kualitas rasa. Sebab resep meracik jamu sudah diajarkan sejak dulu.⁸ Namun industri rumah tangga ini masih mempunyai beberapa kendala, diantaranya teknologi dan inovasi pengolahan bahan baku masih tradisional, hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan Sumberdaya Manusia akan penguasaan teknologi terbaru terkait pengolahan jamu sehingga menyebabkan jumlah produksinya kurang maksimal. Kemudian jumlah produksi yang kurang maksimal ini mempengaruhi pendapatan yang kemudian akan mempengaruhi modal dari suatu usaha untuk melakukan ekspansi dan berkembang sesuai harapan dan tujuan, untuk itu perlunya pengelolaan modal yang baik sehingga UKM jamu gendong dapat bertahan di dunia ekonomi modern ini. Kurangnya modal membuat kurang maksimalnya pemasaran, akibatnya UKM jamu gendong menjadi kesulitan untuk memperoleh konsumen karena jaringan pemasaran yang terbatas. Dan terakhir minimnya pembinaan dari kendala

⁷ <http://asatu.id/2017/12/09/desa-wonolopo-kampoeng-jamu-tradisional/>, diakses 18 Maret 2019

⁸ <http://portalsemarang.com/kampung-sumbersari-kampung-penjual-jamu/>, diakses 18 Maret 2019

tersebut membuat kinerja menurun, sehingga ada beberapa pengusaha jamu gendong yang beralih dan berganti profesi.

Berdasarkan wawancara dengan Sekertaris Kelompok Jamu “Sumber Husodo” menyatakan bahwa terdapat penurunan jumlah pengusaha jamu dari tahun 2012-2019. Hal ini dapat terjadi mengingat ada banyak faktor yang menyebabkan berkurangnya jumlah pengusaha jamu. Berikut ini adalah data dari jumlah pengusaha Jamu Gendong di Wonolopo kecamatan Mijen :

Tabel 1.1

Jumlah Pengusaha Jamu Gendong

Kelurahan Wonolopo Mijen Periode 2012 sampai 2019

Tahun	Jumlah Pengusaha Awal Bulan	Keluar	Masuk	Jumlah Pengusaha Akhir Bulan
2012	39	-	-	39
2013	39	-	3	42
2014	42	1	-	41
2015	41	-	2	43
2016	43	3	-	40
2017	40	-	3	43
2018	43	11	0	32
2019	32	0	1	33

Sumber: Data Sekertaris Kelompok Jamu “Sumber Husodo”

Penghasilan rata-rata per-hari yang didapat dari pengusaha jamu dari tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena harga bahan baku dan uang transportasi yang mengalami kenaikan sehingga pendapatan bersih per hari menjadi berkurang. Penurunan pendapatan bersih tergantung dari lokasi dan segmentasi pasar. Tingkat kesejahteraan penjual jamu juga dapat dilihat dari keseimbangan antara pendapatan jumlah tanggungan dan kebutuhan keluarga. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Pendapatan per Hari Pengusaha Jamu
Periode 2018-2019

Tahun	2019	2018	Pengusaha yang mengalami penurunan
Penghasilan dibawah Rp. 200.000	21 pengusaha	15 pengusaha	6 pengusaha
Penghasilan sama dengan Rp. 200.000	5 pengusaha	8 pengusaha	3 pengusaha
Penghasilan diatas Rp.200.000	7 pengusaha	9 pengusaha	2 pengusaha
Total Pengusaha	33 pengusaha	32 pengusaha	11 pengusaha

Sumber: data primer⁹

⁹ Hasil Reset Selasa, 15 Oktober 2019

Berdasarkan kendala tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjelaskan apakah ada pengaruh yang signifikan antara sumber daya manusia, permodalan, dan pemasaran terhadap kinerja. Dengan adanya beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Imam Santoso, Desty Yuwandini dan Siti Asmaul Mustaniroh (2015), tentang pengaruh kredit dan sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM Agroindustri dengan pemasaran sebagai variabel antara. Menunjukkan bahwa variabel kredit dan SDM berpengaruh positif terhadap pemasaran dan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Endang Purwanti (2012), tentang pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan.

Cynthia Vanessa Djodjoho dan Hendra N. Tawas (2014), tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. Menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dan inovasi

produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis akan melakukan penelitian dengan tema **“Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Jamu Gendong di Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen, Semarang”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah masalah sebagai berikut:

1. Apakah sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja UKM Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang?
2. Apakah permodalan berpengaruh terhadap kinerja UKM Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang?
3. Apakah pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UKM Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh sumber daya manusia terhadap kinerja UKM Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang.

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh permodalan manusia terhadap kinerja UKM Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh pemasaran terhadap kinerja Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini menambah wawasan teori kinerja melalui pengujian empiris di bidang kewirausahaan mengenai pengaruh sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk riset-riset yang akan mendatang yang berhubungan dengan kinerja.

2. Manfaat Praktisi

Sebagai bahan pertimbangan pengusaha untuk mengambil keputusan terkait usahanya dengan melihat kinerja sehingga kedepannya dapat tercapai hasil yang memuaskan.

3. Manfaat Organisasi

Manfaat organisasi khususnya bagi paguyuban di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan evaluasi kinerja

UKM Jamu Gendong serta memberikan gambaran faktor-faktor mengenai kinerja pada UKM Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang.

1.4. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah sistematika penulisan agar dapat mempermudah penyusunan penelitian ini serta memberikan informasi pada tiap-tiap bab yang akan dibahas dalam penelitian. Oleh karena itu penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, merupakan Pendahuluan yang menjelaskan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
2. Bab II Tinjauan Pustaka, yang menjelaskan diskripsi teori tentang pengertian sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran
3. Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan sumber data, populasi dan sample, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.
4. Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, akan mengemukakan tentang pengolahan data yang diperoleh, deskripsi obyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.
5. Bab V Penutup, berisi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

Landasan teori ini menjabarkan teori-teori yang mendukung hipotesis seta agar sangat berguna bagi analisis penelitian. Landasan teori ini menjelaskan tentang pemaparan teori dan argumentasi yang disusun sebagai tuntunan dalam memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini teori-teori yang akan digunakan antara lain adalah teori sumberdaya manusia, permodalan, pemasaran, dan kinerja. Teori-teori tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.1.1 Usaha Kecil dan Menengah

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.¹⁰ Sedangkan, menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 BAB I (Ketentuan Umum) Pasal 1 tentang usaha mikro, kecil, dan menyatakan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang

¹⁰ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, Isu-Isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2012, hlm 11

bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tersebut. Sedangkan, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 seagai mana yang diatur dalam Undang-Undang tersebut.¹¹

Menurut Suhardjono, kriteria usaha kecil sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No 9 Tahun 1995 dan surat edaran dari Bank Indonesia No. 3/9/ Bkr Tahun 2001 adalah sebagai berikut:¹²

1. Mempunyai kekayaan bersih Rp. 2.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Mempunyai omset bersih tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.
3. Milik warga negara Indonesia
4. Milik sendiri atau berdiri sendiri

¹¹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro ...*, hlm 14-15

¹² Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, Jakarta: UPP AMP YKPN. 2003, hlm 91

5. Berbentuk usaha orang atau perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum termasuk koperasi.

Suryana, mengatakan bahwa usaha kecil mempunyai kekuatan dan kelemahan tersendiri. Berikut kekuatan usaha kecil antara lain:¹³

1. Aspek kelemahan struktural, maksudnya adalah kelemahan strukturalnya contohnya kelemahan dalam bidang manajemen dan organisasi, kelemahan pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan dalam mencari permodalan, tenaga kerja lokal dan akses pasar terbatas.
2. Kelemahan kultural, mengakibatkan kelemahan struktural, kurangnya akses informasi dan akses permodalan pemasaran, dan bahan baku.

Menurut Sunabar, usaha kecil memiliki keunggulan dan kelemahan, beberapa keunggulan adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Pemilik merangkap manajer perusahaan yang bekerja sendiri dan memiliki gaya manajemen sendiri.
2. Sebagian besar membuat lapangan pekerjaan baru, inovasi sumber daya baru serta barang dan jasa-jasa baru.
3. Resiko usaha menjadi beban pemilik.

¹³ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, hlm 12

¹⁴ Subanar R, *Manajemen Usaha Kecil, Edisi Pertama Cetaka Keempat*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2001, hlm 42

4. Prosedur hukumnya sederhana.
5. Merupakan jenis usaha baru yang paling cocok untuk mengelolah produk, jasa proyek perintisan yang sama sekali baru atau belum pernah ada yang mencobanya sehingga tidak banyak pesaing.

Sedangkan kelemahan dan hambatan bagi pengelolah suatu usaha kecil diantaranya faktor intern dan ekstern, yaitu:

1. Kekurangan informasi bisnis hanya mengacu pada intuisi dana, ambisi pengelolaan, dan lemah dalam promosi.
2. Pembagian kerja tidak efektif, sering terjadi pengelolah memiliki pekerjaan yang melimpah atau karyawan yang bekerja diluar jam kerja standar.
3. Resiko utang-utang pada pihak ketiga ditanggung oleh karyawan pribadi.
4. Sumber modal terbatas pada kemampuan pemilik.

2.1.2 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah orang -pegawai, karyawan, buruh- yang bekerja untuk suatu organisasi, perusahaan, lembaga pemerintah, lembaga pendidikan, tentara, polisi, dan sebagainya yang direkrut untuk melaksanakan aktivitas manajemen organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.¹⁵ Sumber daya manusia mempunyai posisi sentral dalam mewujudkan kinerja

¹⁵ Wirawan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, hlm 20

pembangunan.¹⁶ Kualitas dan pengelolaan sumber daya manusia sangat berperan penting terhadap kinerja, sebagian besar UKM tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha yang turun temurun.

Sumber daya manusia merupakan dasar dan kunci dari semua sumber daya organisasi. Sumber-sumber organisasi lainnya hanya dapat diperoleh dan berfungsi jika organisasi mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia yang berkualitas mempunyai pengetahuan, keterampilan, kompetensi, kewirausahaan, kesehatan fisik, jiwa yang prima, bertalenta, mempunyai etos kerja dan motivasi kerja yang tinggi yang dapat membuat organisasi berbeda antara sukses dan kegagalan.¹⁷ Efektifitas dan sumber-sumber organisasi lainnya hanya dapat dicapai kalau sumber daya manusianya berkualitas.

Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi, meliputi semua orang yang melakukan aktifitas. Secara umum, sumber daya yang terdapat dalam organisasi bisa dikelompokkan menjadi dua macam yakni, sumber daya manusia dan sumber daya non- manusia. Sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai individu yang

¹⁶ Nazar Almasri, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Implementasi dalam Pendidikan Islam*, Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, vol.19, no.2 Juli -Desember 2016: 134-151, hal 134

¹⁷ Wirawan, *Manajemen ...*, hlm 2

merancang dan memproduksi keluaran dalam rangka mencapai strategi dan tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Tanpa individu yang memperoleh keahlian maka mustahil bagi organisasi untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia inilah yang membuat sumber daya yang lain dapat berjalan.¹⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia merupakan individu yang melakukan produksi yang berfungsi sebagai aset perusahaan yang harus dilatih dan mendapatkan pelatihan agar bisa berkembang kemampuannya dalam bidang-bidang yang diminatinya.

Dalam suatu perusahaan sumber daya manusia sangat dibutuhkan, tanpa adanya sumber daya manusia perusahaan tidak akan berjalan. Namun untuk mengelola suatu usaha dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas dan kemampuan yang mumpuni. Semakin tinggi kualitas sumberdaya manusia maka akan semakin menjamin usaha yang dikelola akan berjalan dengan baik. Namun kenyataanya kebanyakan pelaku usaha mikro di Kampung Jamu di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang kurang memiliki kemampuan yang mumpuni, mereka menjalankan usaha secara tradisional tanpa tahu ilmu manajemen pengelolaan suatu usaha.¹⁹ Oleh karena itu sangat dibutuhkan sumber daya manusia dengan kualitas yang unggul.

¹⁸ Faustino Cordoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Andi, 2002, hal. 1

¹⁹ Farid, *Kewirausahaan Syariah*, Depok: Kencana, 2017, hal 15

Maka pengembangan, pemberdayaan, serta pelatihan sumber daya manusia dinilai sebagai kunci untuk meningkatkan kualitas mereka.

Untuk mewujudkan kualitas sumber daya manusia dalam suatu usaha mikro tentunya harus memiliki prinsip-prinsip wirausaha. Prinsip adalah suatu pernyataan, atau suatu kebenaran pokok yang memberikan suatu petunjuk kepada pemikiran atau tindakan. Prinsip wirausaha islam yang berlandaskan ketentuan Allah dalam Al-Qur'an dan petunjuk Rasulullah tentang perdagangan atau bisnis adalah suatu kebenaran yang mutlak dan tetap. Beberapa prinsip syariah dalam manajemen adalah sebagai berikut:²⁰

1. Prinsip Amanah

Amanah secara bahasa dari bahasa Arab dalam bentuk mashdar dari (*amina- amanatan*) yang berarti jujur atau dapat dipercaya. Sedangkan dalam KBBI amanah adalah sesuatu yang dipercayakan serta dapat dipercaya.²¹ Amanah adalah sesuatu yang dititipkan kepada orang lain, setia, dan

²⁰ Muhamad Mustaqim, *Prinsip Syariah Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (Studi atas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM di Kudus)*, Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 2, Agustus 2016: 399-421, hal 413

²¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, hal 53

dapat dipercaya, yang diberikan kepada seseorang untuk ditunaikan kepada yang berhak.²²

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا.....

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...”. QS. Annisa, ayat 58.

Islam menganggap berbagai jenis sumber daya yang ada merupakan pemberian atau titipan Tuhan kepada manusia. Manusia harus memanfaatkannya seefisien dan seoptimal mungkin dalam produksi guna memenuhi kesejahteraan secara bersama di dunia yaitu untuk diri sendiri dan untuk orang lain. Kegiatan tersebut kelak akan dipertanggung-jawabkannya di akhirat. Prinsip ini tidak diakui dalam sistem kapitalis. Tidak ada “Tuhan dan akherat” dalam urusan dunia. Mereka menganggap bahwa akherat itu tidak ada, dunia hanya akan berakhir ketika mereka mati. Sehingga kegiatan ekonomi bagi kapitalis tidak lain adalah pemenuan kebutuhan dunia.

2. Prinsip Kepemilikan Terbatas

Islam mengakui kepemilikan individu dalam batas-batas tertentu, termasuk kepemilikan alat produksi dan faktor

²² Ivan Muhammad Agung dan Desma Husni, *Pengukuran Konsep Amanah dalam Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, media neliti Vol 43, No 3, 2016:193-211, hal 195

produksi. Kepemilikan individu dalam hal ini dibatasi oleh kepentingan masyarakat. Selain itu, Islam menolak setiap pendapatan yang diperoleh secara tidak sah, apalagi usaha yang menghancurkan masyarakat seperti penimbunan barang. Rasulullah SAW bersabda “*Tidaklah seseorang melakukan penimbunan melainkan dia adalah pendosa.*” (HR Muslim).²³

Hal ini berbeda dengan prinsip kapitalis yang individualistik. Mereka menganggap bahwa apa yang dimiliki merupakan kepunyaan mutlak, yang didapatkannya dari hasil usaha. Sehingga, tidak ada tanggung jawab moral untuk mempertanggung jawabkannya. Kecenderungan ini mengarahkan manusia untuk menumpuk harta tanpa batas, tanpa memperhatikan orang lain.

3. Prinsip Kerjasama dalam Kebaikan

....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“ Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu

²³ Muhammad Zuhri, *Kelengkapan Hadist Qudsi*, Semarang: Toha Putra, 1982, hal 97

kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”
QS. Al Maidah, ayat 2.

Dari Ayat di atas umat muslim dalam melakukan kerjasama diajarkan dalam hal kebaikan bukan hal yang bertentangan dengan Islam. Kekuatan penggerak utama Ekonomi Islam adalah kerjasama. Seorang muslim, apakah ia sebagai pembeli, penjual, penerima upah, pembuat keuntungan dan sebagainya, harus berpegang pada tuntunan Allah SWT. Upaya pencapaian tujuan, harus selalu didasari dengan nilai-nilai Islam.

Sistem kapitalis menafikan prinsip ini. Meskipun mereka mengakui adanya prinsip kerjasama, namun kerjasama yang dimaksud adalah kerjasama yang berbasis kepentingan. Dasar keuntungan menjadi sandaran dalam setiap kerjasama. Sehingga yang terjadi adalah maciavellian, lakukan apa saja, yang penting anda untung. Meskipun itu dilakukan dengan menginjak orang lain, menipu, menindas dan memaksa.

4. Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Pemilikan kekayaan pribadi harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, Sistem Ekonomi Islam menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh beberapa orang saja. Hal ini diterangkan dalam Alquran:

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian” QS. Az-Zariyat, ayat 19

Konsep ini berlawanan dengan Sistem Ekonomi Kapitalis, di mana kepemilikan industri didominasi oleh monopoli dan oligopoli, tidak terkecuali industri yang merupakan kepentingan umum. Sehingga kepemilikan kekayaan hanya terfokus pada segelintir orang saja. Yang akan terjadi, yang kaya makin kaya, yang miskin makin miskin.

5. Prinsip Kepemilikan Bersama

اللَّهُ الَّذِي سَخَّرَ لَكُمُ الْبَحْرَ لِتَجْرِيَ الْفُلُكُ فِيهِ بِأَمْرِهِ وَلِتَبْتَغُوا
مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ (١٢)

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ إِنَّ
فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ (١٣)

“Allah-lah yang menundukkan lautan untukmu supaya kapal-kapal dapat berlayar padanya dengan seizin-Nya dan supaya kamu dapat mencari karunia -Nya dan Mudah-mudahan kamu bersyukur (12). dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya,

(sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir (13).” QS. Aj-Jatsiyah, ayat 12-13.

Sesuai ayat tersebut Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan orang banyak. Namun demikian, hal ini bukan berarti islam mendukung sosialis-komunis. Prinsip ini menekan Negara untuk pro-aktif terhadap kesejahteraan masyarakat. Berbeda dengan kapitalisme yang menggeser peran Negara, namun ekonomi Islam memberikan kewenangan Negara (*ulil amri*) untuk menyeimbangkan sirkulasi kekayaan. Privatisasi yang liberal hanya akan melahirkan ketimpangan sosial yang jauh dari tujuan ajaran Islam.

6. Prinsip Distribusi Ekonomi

Seorang muslim yang kekayaannya melebihi tingkat tertentu (*nisab*) diwajibkan membayar zakat. Zakat merupakan alat distribusi sebagian kekayaan orang kaya, yang ditujukan untuk orang miskin dan orang-orang yang membutuhkan. Sesuai dalam ayat Al-Qur`an:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
 إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” QS. At-Ataubah, ayat 103.

Lain halnya dengan kapitalisme yang menganjurkan kepemilikan individu semaksimal mungkin. Serta sistem ekonomi itu tidak perlu dibatasi, karena secara alamiah akan diseimbangkan oleh tangan-tangan gaib yang tak terlihat (*invisible hand*) yang bernama pasar.

7. Prinsip Keadilan

Islam melarang setiap pembayaran bunga atau riba atas berbagai bentuk pinjaman. Karena riba hanya akan menyakiti salah satu pihak, yang ini akan melahirkan ketidakadilan. Islam menganjurkan jual beli yang *fair*, dan melararang riba. Islam sangat mengutuk orang yang melakukan riba, karena riba hanya kan melahirkan ketidakadilan dalam ekonomi.²⁴ Dalam QS. Al-Hujarat diterangkan bahwa kita harus berbuat adil karena adil merupakan perbuatan yang dicintai Allah SWT.

فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

²⁴ Krishna Adityangga, *Membumikan Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pilar Media, 2006, hal 21

“dan hendaklah kamu berlaku adil, sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil.” QS. Al Hujarat, ayat 9

8. Prinsip Motivasi dalam Bekerja

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan sesuatu yang bersifat *“invisible”* yang memberikan kekuatan untuk mendorong individu bertingkah laku dalam mencapai tujuan. Selain itu motivasi dapat diartikan sebagai dorongan individu untuk melakukan tindakan karena mereka ingin melakukannya. Apabila individu termotivasi, mereka akan membuat pilihan yang positif untuk melakukan sesuatu, karena dapat memuaskan mereka. QS. Al Zalzalah, ayat 7-8.²⁵

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨)

“maka barangsiapa yang mengerjakan amal kebaikan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasan)Nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasan)Nya.” QS. Al Zalzalah, ayat 7-8.

²⁵ Veithzal Rivai, *Islamic Human Capital Ed 1*, Jakarta: Rajawali Press, 2009, hlm 861

Dari ayat diatas mengisyaratkan suatu tuntunan agar hamba-hamba Allah yang beriman senantiasa berlomba-lomba dalam kebaikan. Allah SWT hendak membentuk mentalitas dalam pribadi orang yang beriman untuk terus bersemangat dan termotivasi untuk melakukan berbagai kebaikan karena setiap amal kebaikan akan mendapat balasannya walaupun itu sekecil semut dan sebaliknya.

Dalam penelitian ini indikator sumber daya manusia masing-masing adalah amanah, kerjasama dalam kebaikan, tanggung jawab sosial, dan motivasi dalam berusaha.²⁶

2.1.3 Permodalan

Modal atau biaya merupakan faktor yang sangat penting untuk setiap usaha, baik secara kecil, menengah maupun besar.²⁷ Modal dapat diartikan secara fisik dan bukan fisik. Dalam artian fisik modal diartikan sebagai hal yang melekat pada faktor produksi yang dimaksud seperti mesin-mesin dan peralatan produksi, kendaraan serta bangunan. Modal juga dapat berupa dana untuk membeli segala input variabel untuk digunakan dalam proses produksi guna menghasilkan output industri.²⁸ Modal adalah sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi

²⁶ Ibid, hlm 210-215

²⁷ Tulus Tambunan, *Usaha ...*, hlm 121.

²⁸ Muhammad Teguh, *Ekonomi Industri*, Jakarta:Rajawali Pers, 2016, hlm

perusahaan mulai dari berdiri sampai beroperasi. Modal terdiri dari uang dan tenaga kerja.²⁹

Dalam menjalankan suatu usaha, salah satu faktor pendukung adalah modal. Jika di ibaratkan untuk memulai suatu usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian dari pondasi rumah tersebut. Untuk itu, semakin kuat pondasi yang di buat, maka semakin kokoh pula rumah yang akan dibangun. Begitupun juga dengan pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal untuk memulainya suatu bisnis usaha. Modal tidak selalu identik dengan uang, namun dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dipakai untuk menghasilkan barang atau jasa.³⁰

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (kahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sementara itu modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.³¹

²⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm 91

³⁰ Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Perusahaan*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit, 2001, hlm 27

³¹ Kasmir, *Kewirausahaan ...*, hlm 83

Besarnya modal yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Dalam kenyataan adanya usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Masing-masing memerlukan modal dalam batas tertentu. Jadi jenis usaha menentukan besarnya jumlah modal yang diperlukan. Hal lain yang mempengaruhi besarnya modal adalah jangka waktu usaha atau jangka waktu perusahaan menghasilkan produk yang diinginkan. Usaha yang memerlukan jangka waktu yang lebih panjang memerlukan modal yang relatif besar. Perhitungan terhadap besarnya modal yang dibutuhkan untuk usaha perlu dilakukan sebelum usaha tersebut dijalankan.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai pokok atau induk untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya. Harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang biasa digunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan.³² Jadi dapat disimpulkan modal usaha merupakan bagian penting dalam perusahaan yang biasanya berupa sejumlah uang atau barang yang digunakan dalam menjalankan usaha.

³² Listyawan Ardi Nugroho, *Pengaruh Modal Usaha*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011, hlm 54

Modal dapat digolongkan berdasarkan sumbernya, bentuknya, berdasarkan kepemilikan, serta berdasarkan sifatnya:³³

- a. Berdasarkan sumbernya, modal dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri misalnya setoran dari pemilik perusahaan. Sementara modal asing biasanya modal yang berupa pinjaman bank
- b. Berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi modal konkret dan modal abstrak. Modal konkret meliputi mesin, gedung, mobil, dan peralatan. Sedangkan modal abstrak meliputi nama baik dan hak merk.
- c. Berdasarkan kepemilikannya, modal dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Contoh dari modal individu adalah rumah pribadi yang disewakan. Sedangkan contoh modal masyarakat yaitu rumah sakit umum milik pemerintah, jalan, jembatan.
- d. Berdasarkan sifatnya modal tetap dan modal lancar. Modal tetap seperti mesin dan bangunan pabrik. Sedangkan modal lancar seperti bahan-bahan baku.

Sementara itu, terdapat beberapa jenis modal yang digunakan untuk kegiatan usaha. Pada dasarnya kebutuhan modal untuk melakukan usaha ^{sendiri} terdiri dari dua jenis yaitu: ³⁴

³³ Mustafa Edwin Nasution, Dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2007, hlm 71

³⁴ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal 85

a. Modal Investasi

Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Penggunaan utama modal investasi jangka panjang adalah untuk membeli aktiva tetap, seperti tanah, bangunan atau gedung, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya.

b. Modal Kerja

Modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.

Kebutuhan modal investasi dan modal kerja dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, yaitu modal sendiri atau modal pinjaman (modal asing). Modal sendiri adalah modal dari pemilik usaha sedang modal asing adalah dari luar perusahaan.

Dalam islam, modal usaha haruslah bebas dari riba. Dalam beberapa cara perolehan modal, Islam mengatur suatu sistem yang lebih baik, dengan cara kerja sama *mudharabah* atau *musharakah*. Hal ini untuk menjaga hak produsen dan juga hak pemilik modal, agar tercapai suatu kebaikan dalam suatu aktivitas produksi; yang akhirnya akan berimplikasi pada adanya suatu

Mashlahah dalam suatu kerjasama yang dilakukan oleh masing-masing pihak.³⁵ Dalam Surat Ali Imran, ayat 14:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ
 الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ
 وَالْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَاعُ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حَسَنُ الْمَآبِ
 (١٤)

“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).” QS. Ali Imran ayat 14.

Pada ayat ini dapat jelaskan bahwa dijadikan indah bagi manusia kecintaan kepada harta yang tidak terbilang lagi berlipat ganda. Yang mana bentuk harta ini berupa emas, perak, binatang ternak, sawah, ladang, dan lain-lain yang semua itu merupakan sesuatu yang diinginkan dan dicintai oleh manusia. Kecintaan kepada materi merupakan sifat dasar manusia karena berkaitan dengan kebutuhan, hanya saja tidak boleh terlalu menuruti hawa nafsu dalam memenuhi kebutuhan didunia sehingga melupakan kebutuhan diakhirat.

³⁵ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamenia Group, 2014, hlm 120

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan usahanya. Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal usaha dari lembaga-lembaga kredit. Besar kecilnya modal akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha dalam memperoleh pendapatan. Di sisi lain, terdapat kesulitan UKM dalam mengakses kredit. Hal ini disebabkan karena persyaratan pengajuan yang dinilai rumit dan penanganan yang lambat. Akibatnya banyak UKM yang menggunakan modal pribadi untuk memulai dan mengembangkan usahanya.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Endang Purwanti pada UMKM di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga menyatakan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun secara bersama berpengaruh terhadap perkembangan. Dalam penelitian ini indikator permodalan sesuai dengan jurnal yaitu masing-masing tentang modal syarat untuk usaha, besar modal, hambatan sumber modal, sumber modal dari luar mempengaruhi kinerja.³⁶

³⁶ Endang Purwanti, *Pengaruh karakteristik ...*, hlm 23

2.1.4 Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara produksi dan konsumsi.³⁷ Menurut Kotler, Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.³⁸

Dalam pandangan Islam, sektor pemasaran merupakan suatu sektor pemenuhan kebutuhan hidup yang dibolehkan, asalkan dilakukan dengan cara yang benar yang jauh dari unsur kebatilan. Dalam Surat An-Nisa, ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

³⁷ H. Nandan Limakrisna dan Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia)*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017, hlm 4

³⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, jilid 1, Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo, 2002, hlm 231

“wahai orang-orang yang beriman! Jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu denan jalan yang batil(tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu.” QS. An Nisa, ayat 29.

Dari terjemahan ayat diatas, menunjukkan bahwa segala aktifitas ekonomi, dapat ditempuh dengan upaya perdagangan atau pemasaran yang benar, yang jauh dari unsur kebatilan.³⁹

Dalam peran strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari memecahkan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti oleh pebisnis pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran).

Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok yang mengenai target pasar, penempatan produk dipasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran

³⁹ Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Prespektif Syariah*, Jurnal Khatulistiwa IAIN Pontianak, Vol. 4 Nomor 1 Maret 2014, hlm 77-78

yang diperlukan.⁴⁰ Sasaran pemasaran diartikan sebagai suatu pernyataan yang akan dicapai melalui kegiatan-kegiatan pemasaran. Sedangkan bauran pemasaran diartikan sebagai kombinasi dari distribusi produk, promosi dan strategi harga yang di rencanakan untuk menghasilkan keuntungan yang memuaskan.

Adapun variabel yang tercakup dalam bauran pemasaran adalah sebagai berikut:⁴¹

1. Produk

Produk sebagai sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan, diciptakan tentu dengan memiliki keunggulan-keunggulan tertentu yang dapat bersaing di pasar. Penjualan yang berhasil pada suatu pasar yang kompetitif didasarkan atas produk barang dan jasa yang dihasilkan, apakah sudah mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atau tidak.

Jika dilihat dalam prespektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah produk yang halal dan memiliki mutu atau kualitas yang terbaik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk laku menurunkan kualitas suatu produk. Dan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan itu juga harus mendapat persetujuan bersama antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli produk tersebut.

⁴⁰ Badri, Sutisno dkk, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Juli 2003, Program Pasca Sarjana Program Studi MM Universitas Sriwijaya, hlm 26

⁴¹ Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing ...*, hlm 79

Dalam suatu hadits disebutkan: *“Hakim bin Nazam berkata:Nabi bersabda, “Penjual dan pembeli memiliki hak pilih sama sebelum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah daam jual beli mereka. Dan jika mereka berbohong dan menutupi (cacat barang) akan dihapuslah keberkahan jual beli mereka.” (HR. Al-Bukhari).*

2. Harga

Harga suatu produk mempengaruhi jumlah produk yang akan dijual dan lebih lanjut akan menentukan penerimaan perusahaan pada penjualan tertentu. Sehingga harga harus ditentukan pada waktu yang tepat dan dalam jumlah yang tepat. Penentuan harga harus dipertimbangkan oleh beberapa faktor antara lain menempatkan harga dasar produk, menentukan potongan harga, pembiayaan ongkos kirim, dan lain-lain yang berhubungan dengan harga.

Dalam prespektif syariah, tidaklah terlalu rumit dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi. Berkenaan dengan hal tersebut Allah SWT berfirman, QS Ali Imran, ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٣٠)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” QS. Ali Imran, ayat 130.

Ayat diatas jelas menunjukkan bahwa didalam melakukan transaksi ekonomi tidak dibenarkan untuk mematok harga yang berlipat gandai sesuai wujud keuntungan pribadi atau perusahaan. Selain itu menurut hadits yang diriwayatkan oleh Ahmad bin Hambal, menyatakan: *“Diriwayatkan dari Ma’bil bin Yasar bahwa Rasulullah Saw, bersabda: “Barang siapa yang berbuat sesuatu dalam (menentukan) harga-harga orang Islam agar memahalkannya, maka Allah berhak menundukkannya dengan tulang dari api neraka pada hari Kiamat.”* Kemudian Ma’bal ditanya: *“Apakah kamu mendengarnya dari Rasulullah?”* Ma’bal menjawab: *“Ya, Bahkan tidak hanya satu atau dua kali.”* (HR. Ahmad bin Hanbal).

Pendapat diatas, menunjukkan bahwa konsep mengenai harga dalam prespektif syariah bukan berlandaskan pada faaktor keuntungan semata tetapi juga didasarkan pada aspek daya beli masyarakat dan kemaslahatan umat, sehingga

keuntungan yang berlipat-lipat dari penetapan harga yang mahal tidak dibenarkan.

3. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dapat didefinisikan sebagai tempat/lokasi perusahaan. Letak suatu perusahaan/usaha harus mudah dijangkau oleh masyarakat, seperti misalnya disekitar pusat-pusat perbelanjaan atau pasar dan lainnya. Seorang pebisnis harus mampu memilih lokasi yang representatif dan dapat dilihat oleh masyarakat.

Dalam prespektif syariah, saluran pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Namun tersirat, Islam lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. Hal itu untuk menghindari adanya aksi pencegahan barang sebelum sampai ke pasar. Dalam sebuah hadits disebutkan yang artinya: *“Ibnu Umar berkata, ”Sesungguhnya Rasulullah melarang seseorang mencegah barang dagangan sebelum tiba di pasar.”* (HR. Muslim). Dalam hadits menunjukkan bahwa semakin pendek saluran pemasaran ke pasar, akan semakin baik. Sehingga tidak ada aksi transaksi sepihak dari para spekulan.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai pasar sasaran produk

tersebut. Suatu produk betapapun bermanfaat tetapi tidak dikenalkan oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan tentu saja konsumen tidak berminat untuk membelinya. Untuk itu perusahaan harus melakukan promosi agar produknya dikenal masyarakat luas.

Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Berkaitan dengan hal itu maka ajaran islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelanggan.

Dalam sebuah hadits disebutkan: *“Ibnu Umar berkata: Seorang laki-laki mengadu pada Nabi, “aku telah tertipu dalam jual beli.” Maka beliau bersabda, “Katakanlah kepada orang yang kamu ajak berjual beku, “Tidak boleh menipu!” Sejak saat itu, jika ia bertransaksi jual beli, ia mengatakannya”*. (HR. Bukhari).

Hadits diatas dapat menjadi acuan bagi upaya promosi yang dilakukan oleh perusahaan baik dalam hal menjual produk atau jasa ke publik agar memberikan informasi yang benar dan akurat, sehingga tidak mengandung unsur penipuan yang dapat merugikan konsumen atau pelanggan.

Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian dalam bidang pemasaran. Dalam memulai menjalankan suatu usaha perlu adanya rencana strategi pemasaran terlebih dahulu untuk memperkenalkan produk baru ke pasar. Rencana tersebut terdiri dari tiga bagian yaitu pertama pemosisian produk, pangsa pasar. Bagian kedua tentang strategi distribusi dan anggaran. Bagian ketiga melakukan strategi bauran pemasaran yaitu strategi tentang harga, distribusi, produk, promosi yang akan dijalankan.

Dalam penelitian ini indikator pemasaran berdasarkan jurnal penelitian yang telah dilakukan oleh Endang Purwanti pada UMKM di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga menyatakan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun secara bersama berpengaruh terhadap perkembangan. Indikator tersebut meliputi tentang penentuan harga, penentuan pasar, promosi yang dijalankan, kualitas produk mempengaruhi kinerja.⁴²

⁴² Endang Purwanti, *Pengaruh karakteristik ...*, hlm 23

2.1.5 Kinerja

Istilah kinerja merupakan singkatan dari *kinetika energi kerja* yaitu energi manusia jika dikinetikkan atau dipekerjakan akan menghasilkan keluaran kerja. Istilah lain yang sering digunakan adalah *performa*, akan tetapi istilah ini banyak digunakan untuk kinerja mesin. Suatu pekerjaan terdiri dari sejumlah dimensi atau fungsi-fungsi pekerjaan. Misalnya, pekerjaan teller bank terdiri dari dimensi-dimensi melayani nasabah antara lain dalam: menandatangani tabungan, menarik tabungan, mentransfer uang, membayar rekening, menguangkan cek, mengurus giro. Kinerja adalah rekaman keluaran pelaksanaan dimensi-dimensi atau fungsi-fungsi pekerjaan dalam waktu tertentu. Misalnya, dalam melaksanakan pekerjaannya melayani nasabah bank, seorang teller bank satu hari dapat melayani 10 nasabah menandatangani tabungan; 23 nasabah menarik tabungan; 5 nasabah mentransfer uang; 16 nasabah membayar rekening; 3 orang menguangkan cek; dan 15 orang mengurus rekening giro. Keluaran teller bank tersebut disebut kinerja.⁴³

Kinerja (performance) dapat diartikan sebagai suatu pencapaian hasil kerja sesuai dengan aturan dan standar yang berlaku pada masing-masing organisasi kerja. Kinerja merupakan suatu pencapaian persyaratan-persyaratan pekerjaan tertentu yang

⁴³ Wirawan, *Manajemen...*, hlm 20

akhirnya secara langsung dapat tercermin dari out put yang dihasilkan baik jumlah maupun kualitasnya. Kinerja individu dipengaruhi oleh kepuasan kerja. Kepuasan kerja itu sendiri adalah perasaan individu terhadap pekerjaannya. Perasaan ini berupa suatu hasil penilaian mengenai seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan mampu memuaskan kebutuhannya.

Dalam agama islam, bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT, suci niatnya dan tidak melupakannya. Allah pasti akan membalas setiap amal perbuatan manusia berdasarkan apa yang telah dikerjakan. Artinya jika seseorang melaksanakan pekerjaan dengan baik dan menunjukkan kinerja yang baik pula dari kerjanya dan akan memberikan keuntungan bagi organisasinya. Seperti dalam Surat Al-Ahqaf ayat 19 :

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُؤْفِقَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ
(١٩)

“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka [balasan] pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan.” QS. Al-Ahqaf, ayat 19.

Dari ayat tersebut bawasanya setiap manusia yang bekerja akan mendapat balasan yang sesuai dengan apa yang dikerjakannya, seperti Allah SWT akan menaikkan derajat bagi mereka yang bekerja.

Berdasarkan cara pandang agama Islam tergambar bahwa orientasi kinerja tidak hanya untuk memaksimalkan laba semata seperti penggunaan pada penilaian kinerja konvensional, tetapi orientasi kinerja meliputi dimensi yang luas dan menyeluruh, yakni kesejahteraan para stakeholder meliputi investor, karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas, lingkungan/sosial, dan generasi yang akan datang.⁴⁴

Kinerja dapat dilihat dari hasil kerja berupa pendapatan. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan terdapat penurunan pendapatan rata-rata perhari pengusaha jamu. Berikut dapat dilihat dari tabel:

Tabel 2.1
Pendapatan Bersih Perhari
Periode 2018-2019

Tahun	2019	2018	Pengusaha yang mengalami penurunan
Penghasilan dibawah Rp. 200.000	21 pengusaha	15 pengusaha	6 pengusaha
Penghasilan sama dengan Rp. 200.000	5 pengusaha	8 pengusaha	3 pengusaha
Penghasilan diatas Rp.200.000	7 pengusaha	9 pengusaha	2 pengusaha
Total Pengusaha	33 pengusaha	32 pengusaha	11 pengusaha

Sumber: data primer⁴⁵

⁴⁴ Bagus Mohamad Ramadhan dan Muhamad Nafik Hadi Ryandono, *Etos Kerja Islami Pada Kinerja Bisnis Pedagang Muslim Pasar Besar Kota Madiun*, Jurnal JESTT Vol. 2 No. 4 April 2015, hlm 279

⁴⁵ Hasil Reset Selasa, 15 Oktober 2019

Penghasilan rata-rata perhari ini di buat berdasarkan jumlah maksimal rata-rata pendapatan perhari pengusaha jamu sebesar Rp. 400.000 dan minimal sebesar Rp. 100.000 maka didapat nilai tengah rata-rata pendapatan perhari pengusaha jamu sebesar Rp. 200.000. Dari tabel diatas dapat dilihat sebanyak 11 pengusaha jamu yang mengalami penurunan pendapatan rata-rata perhari, hal ini disebabkan oleh banyak faktor diantaranya faktor usia pengusaha, faktor cuaca, faktor lokasi pemasaran, dan faktor modal untuk membeli barang dasar produksi.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Imam Santosa pada UMKM argoindustri di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kredit dan sumberdaya manusia terhadap kinerja. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kredit dan sumberdaya manusia berpengaruh positif terhadap pemasaran dan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Dalam penelitian ini indikator kinerja meliputi tentang hasil penjualan, laba, dan pertumbuhan pasar.⁴⁶

2.2 Penelitian Terdahulu

Suatu penelitian tentunya perlu acuan dari penelitian-penelitian terdahulu yang akan banyak membantu penelitian yang akan peneliti lakukan. Masukan-masukan tersebut dapat berupa teori-teori, maupun pendapat-pendapat dari peneliti tersebut telah

⁴⁶ Imam Santoso, *Pengaruh Kredit ...* , hlm 174

diuji dalam penelitiannya untuk mendukung pendefinisian suatu istilah yang digunakan dalam suatu penelitian, dan juga dukungan atas perkuatan analisis-analisis yang digunakan oleh peneliti terdahulu.

Tri Utari dan Putu Martini Dewi (2014), tentang pengaruh modal, tingkat pendidikan, dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Menunjukkan bahwa variabel modal, tingkat pendidikan, dan teknologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Imam Santoso, Desty Yuwandini dan Siti Asmaul Mustaniroh (2015), tentang pengaruh kredit dan sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM Agroindustri dengan pemasaran sebagai variabel antara. Menunjukkan bahwa variabel kredit dan SDM berpengaruh positif terhadap pemasaran dan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Endang Purwanti (2012), tentang pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan.

Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014), tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. Menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Tabel 2.2
TABEL PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama Peneliti Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Alat Analisis yang digunakan	Hasil Penelitian
1	Tri Utari dan Putu Martini Dewi (2014), tentang “pengaruh modal, tingkat pendidikan, dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat”.	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan (Y) Variabel independen dalam penelitian ini adalah modal (X1), tingkat pendidikan (X2), dan teknologi (X3)	- Analisis regresi linier berganda	Menunjukkan bahwa variabel modal, tingkat pendidikan, dan teknologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.
2	Imam Santoso, Desty Yuwandini dan Siti Asmaul Mustaniroh (2015), “tentang pengaruh kredit dan sumber daya	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pemasaran (Y1), dan Kinerja (Y2) Variabel	- Analisis GSCA	Menunjukkan bahwa variabel kredit dan SDM berpengaruh positif terhadap pemasaran dan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

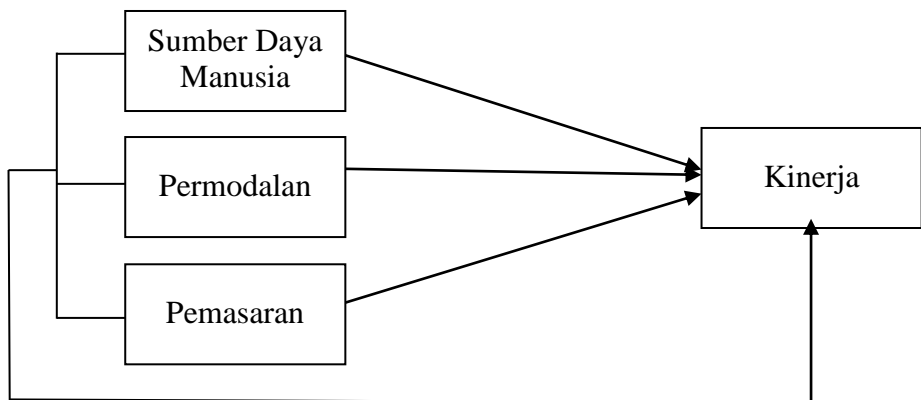
	manusia terhadap kinerja UMKM Agroindustri dengan pemasaran sebagai variabel antara”.	independen dalam penelitian ini adalah kredit (X1), dan SDM (X2)		
3	Endang Purwanti (2012), tentang “pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga”.	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja finansial (Y) Variabel independen dalam penelitian ini adalah karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), dan strategi pemasaran (X3)	- Analisis regresi linear berganda	Menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan.
4	Cynthia Vanessa Djodjono dan Hendra N. Tawas (2014), tentang “pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado”.	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja pemasaran (Y) Variabel independen dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan (X1), inovasi produk (X2), dan keunggulan bersaing (X3)	- Analisis jalur	Menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Sumber: dari berbagai jurnal dan tesis

2.3 Kerangka Pemikiran Teori

Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran teori penelitian dijelaskan pada gambar 2.1

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teori



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Sumberdaya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.
- H2 : Permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.
- H3 : Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

H4 : Sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran berpengaruh positif dan simultan terhadap kinerja usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang kita ketahui.⁴⁷

Penelitian ini merupakan penelitian survei yaitu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan lembaran yang berisi pertanyaan. Dalam penelitian survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti.⁴⁸

Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagian gambar atau tampilan lain.⁴⁹

⁴⁷ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013, hlm 37

⁴⁸ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hlm. 49

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006, hlm 12

3.1.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus.⁵⁰ Dalam penelitian ini menggunakan data primer atau data empiris yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang telah disediakan peneliti. Responden diminta untuk memilih salah satu dari lima alternatif jawaban pada lembar kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.⁵¹ Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini adalah data yang diperoleh penelitian melalui buku-buku

⁵⁰ Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm 32

⁵¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005, hlm 132

yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur, dan artikel yang didapat dari *website*.⁵²

3.2. Populasi dan Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁵³ Sedangkan menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁴ Jadi populasi dapat dijelaskan dengan umum berupa keseluruhan data yang menjadi sasaran penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha Jamu Gendhong yang terdapat di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang bisa diwakili populasi.⁵⁵ Sedangkan menurut

⁵² Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006, hlm 11-19

⁵³ Husein Umar, *Desain Penelitian ESDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positifisme dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, hlm 24

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2007, hlm 50

⁵⁵ Husein Umar, *Desain Penelitian ...*, hlm 51

Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁶ Data yang diambil oleh peneliti adalah seluruh jumlah populasi. Dalam penelitian ini berdasarkan informasi yang didapat peneliti dari ketua Paguyuban Jamu Gendhong tahun 2019, bahwa sekarang ini terdapat 33 pengusaha jamu. Maka peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 33 responden sesuai informasi yang didapat.

3.3. Teknik Penumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner, wawancara, dan observasi.

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membeli seperangkat pertanyaan tertulis kepada reponden. Untuk menjawabnya. Setiap pertanyaan atau pernyataan harus merupakan bagian dari hipotesis yang di uji.⁵⁷ Dalam memperoleh keterangan yang berkisar pada masalah yang ingin dipecahkan itu, maka secara umum isi dari kuisisioner dapat berupa pertanyaan tentang fakta, pertanyaan tentang pendapat, pertanyaan tentang persepsi diri.⁵⁸ Dalam penelitian ini, jumlah pertanyaan yang diajukan merupakan indikator dari masing-masing variabel dependen maupun independen. Instrumen yang digunakan untuk

⁵⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian ...*, hlm 59

⁵⁷ Ibid, hlm 51

⁵⁸ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005, hlm 23

mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert*.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Sedangkan dokumentasi adalah mencari data berupa dokumen mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.⁵⁹ Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data mengenai sejarah, jumlah pengusaha dan lain-lain di Kampung Jamu kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang.

3.4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis yang dipakai terhadap data antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji penyimpangan asumsi klasik, dan uji analisis regresi liner berganda, uji hipotesis.

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.⁶⁰ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, hlm 231

⁶⁰ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: Media Kom, 2008, hlm 16

mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁶¹ Suatu instrumen penelitian dikatakan valid bila:⁶²

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Soegiyono,1999)
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* > r tabel (α ; n-2), n = jumlah sampel, α = taraf signifikan
- c. Nilai signifikan $\leq \alpha$

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2][n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien Korelasi
 n = Jumlah responden
 X = Skor variabel X (jawaban responden)
 Y = Skor total variabel untuk responden n

3.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran

⁶¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit University Diponegoro, 2001, hlm 132

⁶² Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010, hlm 164

dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula.⁶³ Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,06 ($\alpha > 0,06$).⁶⁴

3.4.3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

3.4.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara multivariate maupun univariat.⁶⁵ Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat grafik normal probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.⁶⁶

- a. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikasi) $> 0,05$
- b. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikasi) $> 0,05$

⁶³ Ibid..., hlm. 173

⁶⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis ...*, hlm 129

⁶⁵ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015, hlm 322

⁶⁶ Hengky Latan, Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung:Alfabeta, 2013, hlm 56

3.4.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Dengan kata lain setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$).⁶⁷

Dimana jika nilai tolerance > 0.1 tidak terjadi multikolinieritas, lalu jika nilai tolerance < 0.1 terjadi multikolinieritas, dan berdasarkan nilai VIF apabila $VIF < 10$ artinya tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan apabila $VIF > 10$ artinya terjadi multikolonieritas.

3.4.3.3 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi.⁶⁸ Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode

⁶⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis ...*, hlm 91

⁶⁸ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm 188

pengujian yang sering digunakan adalah pengujian uji *Durbin-Watson* (uji DW). Nilai *Durbin Watson* (DW) hitung nantinya akan dibandingkan dengan *Durbin Watson* (DW) tabel, baik nilai *Durbin Upper* (DU) maupun *Durbin Lower* (DL). Nilai uji statistik *Durbin-Watson* berkisar antara 0 dan 4. Sebagai pedoman umum, bila nilai uji statistik *Durbin-Watson* < 1 atau > 3 , maka *residuals* atau *error* dari model regresi berganda terjadi autokorelasi.⁶⁹ Suatu penelitian dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi apabila mempunyai nilai $DL < DW > DU$ dan $DL < (4-DW) > DU$.

Cara menentukan atau kriteria pengujian autokorelasi berdasarkan nilai DW adalah sebagai berikut:⁷⁰

a. Deteksi Autokorelasi Positif

Jika $DW < DL$ maka terdapat autokorelasi positif

Jika $DW > DU$ maka tidak terdapat autokorelasi positif

Jika $DL < DW < DU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

b. Deteksi Autokorelasi Negatif

Jika $(4 - DW) < DL$ maka terdapat autokorelasi negatif

Jika $(4 - DW) > DU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif

⁶⁹ Stanislaus S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, hlm 248

⁷⁰ <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-autokorelasi-dengan-spss.html>, diakses 27 Maret 2019

Jika $DL < (4 - DW) < DU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

3.4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.⁷¹ Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas.⁷²

- a. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai T hitung lebih besar dari T tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.
- b. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai T hitung lebih besar dari T tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.4.4. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas/penjelas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen.

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu

⁷¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis ...* hlm 41-42

⁷² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis ...* hlm 105

persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus: pertama, meminimumkan penyimpangan antara nilai actual dan nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada.⁷³

Model estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

dimana :

Y	= Kinerja
a	= Konstanta
$b_1 - b_3$	= Koefisien Regresi
X_1	= Sumber Daya Manusia
X_2	= Permodalan
X_3	= Pemasaran
e	= Kesalahan Pengganggu

3.4.5. Uji Hipotesis

3.4.5.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2009).

⁷³ Imam Ghozali, *Aplikasi...*, hlm 97

3.4.5.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel independen (bebas) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat), menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.⁷⁴

3.4.5.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 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 dependen.⁷⁵

3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pada dasarnya penentuan variabel penelitian merupakan operasional konstrak supaya dapat diukur. Dalam penelitian ini

⁷⁴ Sonny Sumarsonono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004, hlm 226

⁷⁵ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi edisi 4*, Jakarta: Erlangga, 2013, hlm 246-247

operasional variabel penelitaian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1. Variabel, Devinisi, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Sumber Daya Manusia	- orang pegawai, karyawan, buruh- yang bekerja untuk suatu organisasi, perusahaan, lembaga pemerintah, lembaga pendidikan, tentara, polisi, dan sebagainya yang direkrut untuk melaksanakan aktivitas manajemen	- Amanah - Kerjasama dalam kebaikan - Tanggung jawab sosial - Motivasi dalam berusaha	Diukur melalui angket dengan skala likert

	organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.		
Permodalan	Uang yang digunakan sebagai pokok atau induk untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya	<ul style="list-style-type: none"> - Modal syarat untuk usaha - Besar modal - Hambatan sumber modal - Sumber modal dari luar 	Diukur melalui angket dengan skala likert
Pemasaran	Salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> - Penentuan harga - Penentuan pasar - Promosi yang dijalankan - Kualitas produk 	Diukur melalui angket dengan skala likert
Kinerja	Suatu pencapaian-persyaratan-persyaratan	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penjualan - Laba - Pertumbuhan pasar 	Diukur melalui angket dengan skala

	pekerjaan tertentu yang akhirnya secara langsung dapat tercermin dari out put yang dihasilkan baik jumlah maupun kualitasnya		likert
--	---	--	--------

Sumber data: dikembangkan untuk penelitian, 2019

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Usaha

4.1.1. Sejarah Kampoeng Jamu

Pada tahun 1985 ada seorang pendatang dari Solo yang berjualan jamu di wilayah kelurahan Wonolopo (dahulu kelurahan Mijen). Pendatang tersebut membawa pengaruh besar untuk masyarakat kelurahan Wonolopo yaitu dapat menjadikan masyarakat berwirausaha jamu gendong. Kemudian usaha penjualan jamu ini menjadi turun temurun ke anak-anak para penjual jamu dimana anak-anak mereka awalnya membantu berjualan jamu lalu mendirikan usahanya sendiri. Bahkan mereka berharap usaha penjualan jamu tersebut menurun ke cucu mereka supaya tradisi atau usaha ini tidak punah. Sehingga sebagian besar masyarakat berjualan jamu terutama di RT 03/RW 10 dan RT 02/RW 10 dusun Sumbersari kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen Kota Semarang. Banyak tanaman seperti kunyit, kencur, temulawak, temuireng dan lain sebagainya di wilayah wonolopo yang menjadi bahan jamu. Sekitar 90% warga menggantungkan hidup dari jamu, ada 48 orang penjual jamu di kelurahan Wonolopo. Mereka berharap dengan menjual jamu dapat

meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dapat menjadi wisata alternatif bagi keluarga dan masyarakat.⁷⁶

Usaha jamu gendong yang ada di Kampung Jamu kelurahan Wonolopo terdiri dari ibu-ibu penjual jamu gendong, jamu yang dijual di pasar dan jamu motor. Usaha ini tertata dengan manajemen yang cukup baik karena adanya pertemuan rutin setiap bulan pada tanggal 25 sebagai media komunikasi dan evaluasi warga penjual jamu gendong. Hal yang dibahas adalah musyawarah tentang bagaimana membawa jamu gendong kearah lebih baik, sistem produksi termasuk higienitas, kualitas, sistem pemasaran, dan keanggotaan.

Sebelum menjadi Kampung Jamu, para penjual jamu di kelurahan Wonolopo menjalankan usahanya hanya sebatas untuk keuntungan pribadi, tanpa adanya koordinasi antar penjual jamu sehingga muncul bermacam-macam kendala terutama pada pemasaran. Menurut salah satu penjual jamu, sebelum adanya koordinasi terjadi adanya penumpukan penjual jamu di satu wilayah sehingga terjadi persaingan antar pengusaha. Persaingan tersebut menimbulkan penurunan pendapatan yang menyebabkan beberapa pengusaha yang beralih profesi lain yang lebih menguntungkan. Dalam hal ini pemerintah daerah kurang dalam bercampur tangan dengan usaha jamu sehingga membuat kelurahan Wonolopo kurang dikenal oleh masyarakat umum.

⁷⁶ Dokumentasi KKN PPM 2A UNNES 2017, h. 1

Kampung tematik mulai dilaksanakan pada pertengahan tahun 2016, memiliki tujuan mengatasi kemiskinan terutama permasalahan pemenuhan kebutuhan dasar, mendorong perekonomian lokal dengan menggali potensi-potensi ekonomi kemasyarakatan sebagai stimulus pembangunan wilayah, serta peningkatan kualitas lingkungan rumah tinggal masyarakat.

Dengan adanya program kampung tematik dari pemerintah daerah, masyarakat menyambut dengan baik dan bertekad mengangkat Brand atau membangun identitas wilayah sebagai Kampung Jamu untuk mendukung berbagai potensi wisata di daerah tersebut. Kelurahan Wonolopo memiliki potensi itu karena sebagian besar penduduknya membuat jamu atau memproduksi jamu gendong tradisional.

4.1.2. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Kampung Jamu Gendong kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang sebagai berikut:

Ketua : Kholidi
Sekertaris : Supriyanto A
Bendahara : Siti Nuryati
Sie Dana Sosial : Tukiyem
Sie Koperasi : Puji Astuti
Anggota : Kamini, Watini, Tri Sutarni, Sukirah, Sinah, Rebi, Sinah, Rebi, Sepiyati, Sugiarti, Tri Sulastri, Sarminah, Umi, Kamisah, Siti Asmanah,

Romdonah, Siyam, Partini, Juwariyah, Sarini, Tentrem, Kasminah, Murwati, Partiyem, Supriyono B, Subakir, Sumeni, Supriyati, Sugito, Rahayu Ariyanti.

4.1.3. Jumlah Anggota Penjual Jamu

Data anggota dan persebaran tempat berjualan yang diperoleh dari peneliti tahun 2019 sebagai berikut:

Tabel 4.1

Penjual Jamu dan Tempat Penjualan

No	Nama	Tempat Penjualan	No	Nama	Tempat Penjualan
1.	Kholidi	Simongan	18.	Kasmisah	Ngaliyan
2.	Kasminah	Kedungpani	19.	Romdonah	Mijen Permai
3.	Siti Asmanah	Ngaliyan	20.	Siti Nuryati	Campurjo
4.	Sinah	Semanding	21.	Tukiyem	Kedungpani
5.	Sukirah	Semanding	22.	Murwati	Campurjo
6.	Tri Sutami	Pasar Mijen	23.	Sarini	Jatisari
7.	Watini	Tambangan	24.	Puji Astuti	Ngadirgo

8.	Partiyem	Ngaliyan	25.	Romdonah	Mijen Permai
9.	Kamini	Gonoharjo	26.	Siyam	Campurjo
10.	Juwariyah	Pasar Jerakah	27.	Tentrem	Silayur
11.	Supriyanto A	PP Ngaliyan	28.	Tri Sulastri	Ngaliyan
12.	Supriyanto B	Kedungpani	29.	Sarminah	Cangkiran
13.	Sepiyati	Ngaliyan	30.	Supriyati	Jerakah
14.	Rebi	Pasar Ngaliyan	31.	Umi	Bandungsari
15.	Sugiarti	Lemah Mendak	32.	Sugito	Ngadirgo
16.	Subakir	Jatisari	33.	Rahayu Ariyanti	Cangkiran
17.	Sumeni	Pasardena			

Sumber: Data Primer

4.2. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden

4.2.1. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang ada di

Kampung Jamu di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen kota Semarang. *Survey* dengan kuesioner dilakukan pada tanggal 24 April 2018 dengan mengambil 33 responden. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *total sampling*, sampel yang diambil merupakan seluruh populasi yang ada yaitu sebanyak 33 responden. Pengolahan data yang dipakai yakni dengan menggunakan *SPSS versi 23*.

4.2.2. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pengusaha jamu di Kampung Jamu kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	2	6,1	6,1	6,1
	Perempuan	31	93,9	93,9	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1, maka dapat diketahui tentang rentang jenis kelamin pengusaha jamu gendong yang diambil sebagai responden menunjukkan

bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 31 pengusaha dengan presentase 93,3% sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 2 pengusaha jamu gendong dengan presentase 6,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang yang diambil sebagai responden adalah perempuan.

2. Usia

Adapun data mengenai usia responden pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-39 tahun	4	12,1	12,1	12,1
	40-49 tahun	9	27,3	27,3	39,4
	50-59 tahun	9	27,3	27,3	66,7
	60-69 tahun	11	33,3	33,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.2, maka dapat diketahui tentang usia pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang yang diambil sebagai responden bahwa usia 30-39 tahun berjumlah 4 orang dengan

presentase 12,1%. Sedangkan responden dengan usia 40-49 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase 27,3%. Responden dengan usia 50-59 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase 27,3%, sementara responden dengan usia 60-69 tahun berjumlah 11 orang dengan presentase 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha jamu di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang yang diambil sebagai responden adalah berusia 60-69 tahun.

3. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	12	36,4	36,4	36,4
	SMP	10	30,3	30,3	66,7
	SMA/SMU	8	24,2	24,2	90,9
	D3	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Sember data :output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.3, maka dapat diketahui tentang pendidikan terakhir pengusaha jamu pada kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang yang diambil sebagai responden memberikan informasi bahwa di

tingkat pendidikan SD berjumlah 12 orang dengan presentase 36,4%, ditingkat pendidikan SMP berjumlah 10 orang dengan presentase 30,3%, ditingkat SMA/SMU berjumlah 8 orang dengan presentase 24,2%, selanjutnya ditingkat D3 berjumlah 3 orang dengan presentase 9,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha jamu dengan pendidikan terakhir SD paling mendominasi yakni sebesar 36,4%.

4. Lama Bekerja

Adapun data mengenai lama bekerja pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang sebagai berikut:

Tabel 4.5
Lama Bekerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-5 tahun	3	9,1	9,1	9,1
6-10 tahun	6	18,2	18,2	27,3
11-15 tahun	4	12,1	12,1	39,4
> 16 tahun	20	60,6	60,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.4, maka dapat diketahui tentang lama bekerja pengusaha jamu gendong pada kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang yang diambil sebagai responden bahwa pengusaha jamu dengan masa kerja 0-5 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase

9,1%, pengusaha dengan masa kerja 6-10 tahun berjumlah 6 orang dengan presentase 18,2%, pengusaha dengan masa kerja 11-15 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase 12,1%, sedangkan pengusaha dengan masa kerja > 16 tahun berjumlah 20 orang dengan presentase 60,6%. Dapat disimpulkan bahwa pengusaha dengan masa kerja >16 tahun adalah yang paling banyak.

4.3. Analisis Data dan Pembahasan

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu indikator yang berbentuk angket. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan analisis faktor yaitu dengan menguji apakah butir-butir indikator atau angket yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah faktor atau konstruk. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dalam kasus ini, besarnya df dapat dihitung $33-2$ atau $df=31$ dengan α 0.05 ($\alpha=5\%$), didapat r tabel 0,344. Apabila r hitung lebih besar (r hitung > r tabel) dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid, dan sebaliknya apabila (r hitung < r tabel) maka, pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Sumber Daya Manusia (X1)	Q1	0,663	0,344	Valid
	Q2	0,603	0,344	Valid
	Q3	0,631	0,344	Valid
	Q4	0,619	0,344	Valid
	Q5	0,502	0,344	Valid
	Q6	0,788	0,344	Valid
	Q7	0,489	0,344	Valid
	Q8	0,663	0,344	Valid
	Q9	0,585	0,344	Valid
Permodalan (X2)	Q10	0,791	0,344	Valid
	Q11	0,674	0,344	Valid
	Q12	0,650	0,344	Valid
	Q13	0,609	0,344	Valid
	Q14	0,696	0,344	Valid
	Q15	0,612	0,344	Valid
	Q16	0,684	0,344	Valid
	Q17	0,843	0,344	Valid
Pemasaran (X3)	Q18	0,674	0,344	Valid
	Q19	0,496	0,344	Valid
	Q20	0,600	0,344	Valid

	Q21	0,650	0,344	Valid
	Q22	0,566	0,344	Valid
	Q23	0,728	0,344	Valid
	Q24	0,653	0,344	Valid
	Q25	0,723	0,344	Valid
Kinerja (Y)	Q26	0,600	0,344	Valid
	Q27	0,595	0,344	Valid
	Q28	0,603	0,344	Valid
	Q29	0,561	0,344	Valid
	Q30	0,609	0,344	Valid
	Q31	0,663	0,344	Valid

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas diatas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibanding r tabel untuk $(df)=33-2 = 31$ dan α 0,05 dengan uji satu sisi didapat r tabel sebesar 0,344 maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan Y adalah valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur

reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,06 ($\alpha > 0,06$). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sumber Daya Manusia (X1)	Q1	0,788	Reliabel
	Q2	0,799	Reliabel
	Q3	0,807	Reliabel
	Q4	0,802	Reliabel
	Q5	0,804	Reliabel
	Q6	0,799	Reliabel
	Q7	0,797	Reliabel
	Q8	0,802	Reliabel
	Q9	0,812	Reliabel
Permodalan (X2)	Q10	0,803	Reliabel
	Q11	0,813	Reliabel
	Q12	0,808	Reliabel
	Q13	0,809	Reliabel
	Q14	0,806	Reliabel
	Q15	0,811	Reliabel
	Q16	0,798	Reliabel

	Q17	0,812	Reliabel
Pemasaran (X3)	Q18	0,802	Reliabel
	Q19	0,804	Reliabel
	Q20	0,804	Reliabel
	Q21	0,800	Reliabel
	Q22	0,800	Reliabel
	Q23	0,807	Reliabel
	Q24	0,797	Reliabel
	Q25	0,807	Reliabel
Kinerja (Y)	Q26	0,807	Reliabel
	Q27	0,805	Reliabel
	Q28	0,794	Reliabel
	Q29	0,800	Reliabel
	Q30	0,798	Reliabel
	Q31	0,804	Reliabel

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji reabilitas diatas terlihat bahwa butir-butir pertanyaan dari setiap variabel memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,06. Artinya item pertanyaan dapat dikatakan **reliabel**. Syarat dapat dikatakan reliabel adalah ketika nilai *cronbach alpha* $> 0,06$ dan hanya untuk pertanyaan yang valid saja. Sedangkan pertanyaan yang valid sudah diuji pada lembar sebelumnya. Ketika pertanyaan tersebut memiliki

cronbach alpha > 0,06 namun tidak valid, maka belum bisa dikatakan reliabel.

4.3.3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

4.3.3.1. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik normal probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Pada penelitian ini uji normalitas yang dipakai menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test yakni dengan melihat nilai signifikansi dengan syarat:

- a. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) > 0,05
- b. Data tidak berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) < 0,05

Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99506016
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,057
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test bahwa nilai 0,200 lebih besar dari 0,05 atau ($0,200 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan data penelitian ini berdistribusi normal.

4.3.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika didalam pengujian

ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa terjadi adanya multikolinieritas, maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya, karena disebabkan tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variabel tersebut dan juga nilai standart erornya menjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

Nilai tolerance < 0,1	Nilai VIF >10	Terjadi multikolinieritas
Nilai tolerance > 0,1	Nilai VIF <10	Tidak terjadi multikolinieritas

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
SDM	,585	1,710
Permodalan	,869	1,151
Pemasaran	,540	1,851

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa variabel-variabel independen yakni sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran memiliki nilai tolerance lebih

besar dari 0,1 dan memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi mulikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.3.3.3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Pada penelitian ini uji autokorelasi menggunakan pengujian nilai *Durbin Watson* (DW). Nilai *Durbin Watson* (DW) hitung nantinya akan dibandingkan dengan *Durbin Watson* (DW) tabel, baik nilai *Durbin Upper* (DU) maupun *Durbin Lower* (DL). Suatu penelitian dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi apabila mempunyai nilai $DL < DW > DU$ dan $DL < (4-DW) > DU$.

Cara menentukan atau kriteria pengujian berdasarkan nilai DW adalah sebagai berikut:

a. Deteksi Autokorelasi Positif:

Jika $DW < DL$ maka terdapat autokorelasi positif,

Jika $DW > DU$ maka tidak terdapat autokorelasi positif,

Jika $DL < DW < DU$ maka pengujin tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

b. Deteksi Autokorelasi Negatif:

Jika $(4 - DW) < DL$ maka terdapat autokorelasi negatif,

Jika $(4 - DW) > DU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif,

Jika $DL < (4 - DW) < DU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,647	1,04526	2,090

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Permodalan, SDM

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) hitung sebesar 2,090. Kemudian nilai DW hitung akan dibandingkan dengan DW tabel menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, jumlah sampel (n)=33, dan variabel independen sebanyak 3 (K=3). Dalam DW tabel didapat nilai $DL = 1,257$ dan $DU = 1,651$ dan $(4 - DW)$ yaitu $4 - 2,090 = 1,910$.

Dari hasil tersebut dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi apabila mempunyai nilai $DL < DW > DU$ dan $DL < (4 - DW) > DU$, maka didapat nilai yaitu: $1,257 < 2,090 > 1,651$ dan $1,257 < 1,910 > 1,651$. Jadi dapat kita simpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4.3.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas.

- Terjadi heteroskedastisitas, nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.
- Tidak terjadi heteroskedastisitas, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.11

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,025	1,903		,013	,989
	SDM	,024	,050	,116	,480	,635
	Permodalan	,009	,047	,039	,195	,846
	Pemasaran	-,014	,062	-,055	-,220	,827

a. Dependent Variable: RES2

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.15 terlihat bahwa dari masing-masing variabel independen (bebas) yang meliputi

variabel sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran memiliki nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk menentukan persamaan regresi yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Tabel Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,321	3,166		,417	,680
	SDM	,241	,082	,403	2,930	,007
	Permodalan	,193	,078	,280	2,483	,019
	Pemasaran	,259	,104	,357	2,494	,019

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber data :output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui persamaan regresi dari hasil perhitungan sebagai berikut:

$$Y = 1,321 + 0,241 X_1 + 0,193 X_2 + 0,259 X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan dan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1,321 menyatakan bahwa apabila variabel independen (bebas) yaitu sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran tidak dimasukkan kedalam penelitian, maka kinerja masih meningkat sebesar 1,321%. Hal ini dikarenakan ada pengaruh dari variabel lain selain sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran.
- b. Koefisien regresi variabel sumberdaya manusia sebesar 0,241 adalah positif. Artinya bahwa apabila terjadi peningkatan sumberdaya manusia maka tingkat kinerja akan bertambah sebesar 0,241%. Dengan kata lain semakin tinggi sumberdaya manusia semakin tinggi pula kinerja.
- c. Koefisien regresi variabel permodalan sebesar 0,193 adalah positif. Artinya bahwa apabila terjadi peningkatan permodalan maka tingkat kinerja akan bertambah sebesar 0,193%. Dengan kata lain semakin tinggi permodalan semakin tinggi pula kinerja.
- d. Koefisien regresi variabel pemasaran sebesar 0,259 adalah positif. Artinya bahwa apabila terjadi peningkatan pemasaran maka tingkat kinerja akan bertambah sebesar 0,259%. Dengan kata lain semakin tinggi pemasaran semakin tinggi pula kinerja.

4.3.5. Uji Hipotesis

4.3.5.1. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah sama semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simulatan terhadap variabel dependen.

Jika nilai F hitung > F tabel	Nilai Sig. < 0,05	Secara bersama-sama berpengaruh
Jika nilai F hitung < F tabel	Nilai Sig. > 0,05	Secara bersama-sama tidak berpengaruh

Rumus mencari F tabel adalah $(k ; n-k)$, dimana:

K = jumlah variabel independen (bebas)

N = jumlah sampel dalam penelitian

Tabel 4.13
Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,285	3	22,428	20,528	,000 ^b
	Residual	31,685	29	1,093		
	Total	98,970	32			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Permodalan, SDM

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat nilai F hitung sebesar 20,528. Kemudian nilai F hitung akan dibandingkan dengan F tabel dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, jumlah sampel (n) = 33 dan variabel independen sebanyak 3 ($K=3$). Diketahui bahwa rumus mencari F tabel adalah ($k ; n-k$), ($3; 33-3$) = ($3;30$) maka didapat nilai F tabel sebesar 2,92. Artinya nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel ($20,528 > 2,92$) dengan nilai Sig ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dari ketiga variabel independen yaitu sumberdaya manusia, permodalan dan pemasaran yang dimasukkan kedalam model regresi secara serempak (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja.

4.3.5.2. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel independen (bebas) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Dalam melakukan uji t, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H_0 = Variabel sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran secara individual tidak berpengaruh terhadap kinerja pengusaha jamu di Sumbersari kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang.

H1 = Variabel sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran secara individual berpengaruh terhadap kinerja pengusaha jamu di Sumpalsari kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang.

Hipotesis dapat diterima apabila nilai t hitung > t tabel dan nilai Sig.< 0,05 Hipotesis ditolak apabila nilai nilai t hitung < t tabel dan nilai Sig.> 0,05

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,321	3,166		,417	,680
SDM	,241	,082	,403	2,930	,007
Permodalan	,193	,078	,280	2,483	,019
Pemasaran	,259	,104	,357	2,494	,019

Sumber data : output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui t hitung dan nilai signifikansi (Sig.) dari masing-masing variabel independen. Kemudian nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, jumlah sampel (n) = 33 dan variabel independen sebanyak 3 (K=3). Diketahui bahwa t tabel

untuk $df = N-k$ yaitu $df = 33-3 = 30$ maka didapat nilai t tabel sebesar 2,042.

Hasil uji t dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel sumberdaya manusia

Dari tabel tersebut didapat nilai t hitung sebesar 2,930 sedangkan nilai t tabel adalah 2,042 dan nilai Sig. $0,007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel dan dinyatakan signifikan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel sumberdaya manusia (X_1) terhadap kinerja (Y).

b. Variabel permodalan

Dari tabel tersebut didapat nilai t hitung sebesar 2,483 sedangkan nilai t tabel adalah 2,042 dan nilai Sig. $0,019 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel dan dinyatakan signifikan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan

signifikan antara variabel permodalan (X_2) terhadap kinerja (Y).

c. Variabel pemasaran

Dari tabel tersebut didapat nilai t hitung sebesar 2,494 sedangkan nilai t tabel adalah 2,042 dan nilai Sig. $0,019 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel dan dinyatakan signifikan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pemasaran (X_3) terhadap kinerja (Y).

4.3.5.3. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (rekrutmen, budaya organisasi islam, kompensasi) dalam menerangkan variasi variabel dependen (loyalitas karyawan) dengan melihat nilai *R Square*. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,647	1,04526	2,090

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Permodalan, SDM

c. Dependent Variable: Kinerja

Sumber data: output SPSS yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui besarnya koefisien determinan *atau R Square* adalah 0,680. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran) hanya mampu berkontribusi sebesar 68% dalam menerangkan variabel dependen (kinerja), sedangkan sisanya (100%-68%) =32% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.4. Pembahasan

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan masing-masing nilai variabel independen yang berbeda-beda. Pengaruh besarnya variabel independen (sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran) terhadap variabel dependen (kinerja) akan dijelaskan sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh Sumberdaya Manusia Terhadap Kinerja

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji parsial (uji T) dapat diketahui nilai koefisien regresi pada variabel sumberdaya

manusia (X_1) sebesar 0,248. Artinya jika terjadi peningkatan pada sumberdaya manusia sebesar 1%, maka kinerja akan meningkat sebesar 0,248%. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung (2,930) > t tabel (2,042) dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel sumberdaya manusia (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja (Y). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik sumberdaya manusia maka semakin tinggi pula kinerja dan sebaliknya.

Sumberdaya manusia merupakan individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Nilai-nilai islami yang dijadikan prinsip dalam bekerja yang memiliki peranan penting untuk mewujudkan etos kerja islami. Sumberdaya manusia yang dikelola dengan baik sangat berpengaruh dalam menciptakan kinerja pengusaha.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Mustaqim (2016) konsep manajemen sumberdaya manusia yang berbasis syariah menekankan pada implementasi prinsip syariah dalam kegiatan manajemen. Prinsip-prinsip syariah ini terdiri dari: prinsip amanah, prinsip kepemilikan terbatas, prinsip kerjasama dalam kebaikan, prinsip tanggung jawab sosial, prinsip kepemilikan bersama, prinsip distribusi ekonomi dan prinsip keadilan. Dan juga pada penelitian

yang dilakukan oleh Dinar Wahyudiati (2017) menyatakan bahwa sumberdaya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Semakin baik sumberdaya manusia yang ditetapkan pada suatu pengelolaan usaha kecil maka semakin tinggi pula kinerja usaha UMKM tersebut.

Fakta tersebut diperkuat oleh sumberdaya insani yang diterapkan di kampung jamu kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen kota Semarang diadakannya pertemuan rutin tiap bulan pada tanggal 25 sebagai media komunikasi, bekerja sama dalam kebaikan dan juga adanya pengajian dan rutinitas keagamaan.

4.4.2 Pengaruh Permodalan Terhadap Kinerja

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji parsial (uji T) dapat diketahui nilai koefisien regresi pada variabel permodalan (X_2) sebesar 0,193. Artinya jika terjadi peningkatan pada permodalan sebesar 1%, maka kinerja akan meningkat sebesar 0,193%. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung (2,483) > t tabel (2,042) dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel permodalan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja (Y). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik permodalan maka semakin tinggi pula kinerja dan sebaliknya.

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya

investasi untuk pembelian aktiva tetap sampai dengan modal kerja. Sementara itu modal keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha. Jika modal usaha bertambah tentunya segala keperluan usaha dapat terpenuhi dan bisa mendapat keuntungan yang lebih banyak lagi, asalkan dengan perencanaan yang matang, hal ini juga meningkatkan kinerja usaha.

Modal yang digunakan UMKM digunakan untuk meningkatkan produktivitas usaha sehingga akan meningkatkan kapasitas produksi. Hal ini bisa dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vivi Dyah Kusumaningrum (2015) yang menyatakan ada pengaruh positif signifikan antara variabel modal usaha terhadap pengembangan usaha UMKM. Fakta tersebut diperkuat oleh jawaban responden yang menjawab setuju terhadap indikator permodalan yang dilakukan para pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang artinya semakin baik pengelolaan modal usaha yang dimiliki semakin baik pula kinerja usaha yang dilakukan.

4.4.3 Pengaruh Pemasaran Terhadap Kinerja

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji parsial (uji T) dapat diketahui nilai koefisien regresi pada variabel pemasaran (X_3) sebesar 0,259. Artinya jika terjadi peningkatan pada pemasaran sebesar 1%, maka kinerja akan meningkat sebesar 0,259%. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung (2,930) > t tabel

(2,042) dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel pemasaran (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja (Y). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik pemasaran maka semakin tinggi pula kinerja dan sebaliknya.

Pemasaran merupakan faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Dalam memulai menjalankan suatu usaha perlu adanya rencana strategi pemasaran pendahuluan untuk memperkenalkan produk baru itu ke pasar. Begitu pentingnya pemasaran maka menyusun strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk perkembangan usaha. Hal ini bisa dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan Endang Purwanti (2012), yang menyatakan ada pengaruh positif signifikan antara variabel pemasaran terhadap kinerja usaha UMKM. Artinya semakin baik pemasaran maka semakin tinggi pula kinerja usaha tersebut.

Fakta tersebut diperkuat oleh strategi pemasaran pengusaha jamu gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, kota Semarang yang menggunakan sistem pemasaran secara langsung. Hal ini dilakukan mengingat usia simpan produk jamu gendong yang dihasilkan tidak lebih dari satu hari, sehingga selesai diproduksi maka jamu harus segera dipasarkan. Mengingat waktu simpan yang tidak lama menyebabkan wilayah pemasaran yang tidak luas. Sehingga strategi pemasaran yang

dilakukan para anggota paguyuban atau pengusaha jamu gendong adalah dengan membagi wilayah penjualan.

4.4.4 Pengaruh Simultan Sumberdaya Manusia, Permodalan, dan Pemasaran Terhadap Kinerja

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji pengaruh simultan (uji F) didapat nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel ($20,528 > 2,92$) dengan nilai Sig ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dari ketiga variabel independen yaitu sumberdaya manusia (X_1), permodalan (X_2) dan pemasaran (X_3) yang dimasukkan kedalam model regresi secara serempak (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja.

Dalam tabel 4.19 hasil uji koefisien determinan didapatkan nilai R square sebesar 0,680, artinya dari ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh sebesar 68% terhadap kinerja, sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel lain tersebut antara lain: kepribadian, karakteristik kewirausahaan, budaya organisasi, lingkungan kerja dan lain-lain.

Dalam penelitian Ratno Purnomo dan Sri Lestari (2010) menyatakan bahwa kesuksesan UMKM ditentukan oleh kepribadian yang dimiliki oleh para pengusaha. Kepribadian yang menggambarkan bahwa individu memiliki sifat-sifat antara lain suka bekerja sama, dapat dipercaya, penuh perhatian dan baik pada orang lain, suka menolong, tidak mementingkan diri

sendiri, pemaaf dan tidak suka berselisih dengan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha yang mampu mencapai kesuksesan usahanya adalah individu yang terbuka, mudah bergaul, dan penuh toleransi dalam masyarakat. Hal ini tentu sangat wajar karena pengusaha yang menjadi responden berada di wilayah Banyumas dengan budaya yang penuh dengan toleransi, keterbukaan, dan saling menghormati satu sama lain.

Ni Made Wirastika Sari, Heny K. Suwarsinah, dan Lukman M. Baga (2016) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan UMKM gula aren di Kabupaten Lombok Barat dibedakan menjadi karakteristik individual dan karakteristik psikologis. Karakteristik kewirausahaan yang baik itu karakteristik individual maupun karakteristik psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk membangun karakteristik kewirausahaan menentukan keberhasilan usaha.

Fiko Aditya Delvi Adri (2016) menyatakan bahwa budaya organisasi dan lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengrajin Paguyuban Kampung Batik Semarang. Artinya, apabila budaya organisasi dan lingkungan ditingkatkan maka kinerja pengrajin akan mengalami peningkatan demikian juga sebaliknya. Budaya organisasi yang dimiliki dan diterapkan oleh masing-masing umkm akan menjadi panutan dan arahan para pengrajin dalam bekerja. Semakin baik budaya organisasi yang ada maka semakin baik pula kinerja

mereka dalam membatik. Membatik dengan baik diperlukan lingkungan kerja yang baik dan kondusif agar pengrajin dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai target. Hal ini sesuai dengan penelitian bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja, apabila pengrajin tidak merasa nyaman dengan lingkungan kerja maka akan berdampak pada kinerjanya yang dapat menurun.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data penelitian mengenai pengaruh sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran terhadap kinerja pada Kampung Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan sumberdaya manusia mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja di usaha kecil dan menengah Jamu Gendong kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang dapat diterima. Sumberdaya manusia yang didalamnya terdapat nilai-nilai islam akan mengubah pola pikir membentuk perilaku kerja yang islami pengusaha jamu dan akan berdampak pada kinerja usaha jamu. Dengan meningkatkan kualitas sumberdaya insani kepada pengusaha jamu dapat menjadikan para pengusaha jamu gendong lebih tekun dalam bekerja sehingga mampu bersaing dan menyelesaikan masalah yang dihadapi dan dapat meningkatkan pendapatan bagi pengusaha.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan permodalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja di usaha kecil dan menengah Jamu Gendong kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang dapat diterima. Modal merupakan salah satu

faktor penting dalam berwirausaha oleh karena itu perlunya kemampuan para pengusaha untuk mengelola modal dengan baik. Modal kerja yang dikelola dengan baik akan sangat berpengaruh terhadap efektivitas kinerja usaha.

3. Hipotesis ketiga yang menyatakan pemasaran mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja di usaha kecil dan menengah Jamu Gendong kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang dapat diterima. Berhasil tidaknya suatu usaha bergantung pada kemampuan dan keahlian dalam pemasaran. pemasaran secara langsung dilakukan oleh para pengusaha jamu cukup efektif. Hal ini dilakukan mengingat usia simpan produk jamu gendong yang dihasilkan tidak lebih dari satu hari, sehingga selesai diproduksi maka jamu harus segera dipasarkan. Mengingat waktu simpan yang tidak lama menyebabkan wilayah pemasaran yang tidak begitu luas.
4. Sumberdaya manusia, permodalan, dan pemasaran secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja di usaha kecil dan menengah Jamu Gendong kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang. Besarnya pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh sebesar 68% terhadap kinerja usaha jamu, sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian di Kampung Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang, maka penulis

memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun saran tersebut diantaranya adalah:

1. Kualitas sumberdaya manusia di Kampung Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang sudah cukup baik namun perlu ditingkatkan lagi karena menambah nilai-nilai islami yang dijadikan dasar dalam berwirausaha mewujudkan karakter pengusaha islam. Karakter ini mampu memberikan semangat dan motivasi agar pengusaha jamu dapat mencapai kesuksesan.
2. Pengelolaan modal di Kampung Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo, kecamatan Mijen, Semarang sebaiknya perlu di perhatikan terkait pembukuan pendapatan karena banyak dari pengusaha yang belum memahami pembukuan pendapatan yang dapat menyebabkan terjadinya kesulitan dalam mengelola modal usaha karena itu membuat pengusaha kurang teliti dalam membagi antara modal usaha dan pengambilan kebutuhan sendiri.
3. Mengingat variabel pemasaran merupakan variabel paling tinggi mempengaruhi kinerja usaha di Kampung Jamu Gendong di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen, Semarang, maka hendaknya para pengusaha jamu perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi cakupan wilayah (ekspansi) pasarnya sehingga lebih dikenal masyarakat luas, khususnya wilayah semarang dan sekitarnya. Dan juga memberikan pelabelan pada produk jamu sehingga jamu bisa

lebih mudah dikenal masyarakat. Dengan memberikan label pada produk jamu dapat menguatkan branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Melalui label produk, pengusaha jamu dapat menyampaikan informasi, kualitas, legalitas, dan petunjuk terkait produk.

5.3. Penutup

Dengan mengucapkan rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Menyadari keterbatasan-keterbatasan yang ada baik keterbatasan pengetahuan sarana maupun keterbatasan waktu yang penulis miliki pasti skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun, penulis terima dengan senang hati.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis mohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini telah melakukan kesalahan. Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan membantu hingga terselesainya skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas budi baik saudara sekalian dan semoga kita selalu dalam lindungan-Nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Adityangga, Krisha. *Membumikan Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pilar Media, 2006
- Agung, Ivan Muhammad dan Desma Husni, *Pengukuran Konsep Amanah dalam Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, media neliti Vol 43, No 3, 2016.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CV. Alfabeta, 2014.
- Almasri, Nazar, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Implementasi dalam Pendidikan Islam*, Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, vol.19, no.2 Juli -Desember 2016.
- Ardiana, "Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 1 Maret 2010.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Badri, Sutisno dkk, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Juli 2003.
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005.

- Chaudhry, Muhammad Sharif, *SISTEM EKONOMI ISLAM: Prinsip Dasar (Fundamental of Islamic Economic System)*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Farid, *Kewirausahaan Syariah*, Depok: Prenada Media, 2017.
- Fauzia, Ika Yunia. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Gomes, Faustino Cordoso, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-autokorelasi-dengan-spss.html>, diakses 27 Maret 2019
- Ige, Edhie Prayitno, “Jamu, Jamu... Begini Geliat Jamu Semarang”, <https://www.liputan6.com/regional/read/2896704/jamu-jamubegini-geliat-kampung-jamu-semarang>, diakses 18 Maret 2019
- Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, jilid 1, Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo, 2002.

- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi edisi 4*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Latan, Hengky, Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung:Alfabeta, 2013.
- Limakrisna, H. Nandan dan Togi Parulian Purba. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia)*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Mustaqim, Muhamad. "Prinsip Syariah Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (Studi atas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM di Kudus)", *Jurnal Penelitian* Vol. 10 No. 2, Agustus 2016, hlm 411
- Nasution, Mustafa Edwin Dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2007.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nugroho, Listyawan Ardi. *Pengaruh Modal Usaha*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Nurcholifah, Ita. "Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah", *Jurnal Khatulistiwa IAIN Pontianak*, Vol. 4 Nomor 1 Maret 2014.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Purwanti, Endang. "Pengaruh karakteristik wirausaha, Modal, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan

Dan Kalilondo Salatiga”, Jurnal STIE AMA Salatiga, Vol. 5
No. 9 Juli 2012.

Putri, Anindya, “Desa Wonolopo Kampoeng Jamu Tradisional”,
<http://asatu.id/2017/12/09/desa-wonolopo-kampoeng-jamu-tradisional/>, diakses 18 Maret 2019

R, Subanar. *Manajemen Usaha Kecil, Edisi Pertama Cetaka Keempat*,
Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001.

Ramadhan, Bagus Mohamad dan Muhamad Nafik Hadi Ryandono. “
*Etos Kerja Islami Pada Kinerja Bisnis Pedagang Muslim Pasar
Besar Kota Madiun*”, Jurnal JESTT Vol. 2 No. 4 April 2015.
Hlm. 279.

Rivai, Veithzal. *Islamic Human Capital Ed 1*, Jakarta: Rajawali Press,
2009

Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan
dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

Riyanto, Bambang. *Dasar-dasar Perusahaan*, Yogyakarta: Yayasan
Penerbit, 2001.

Santoso, Imam, Desty Yuwandini dan Siti Asmaul
Mustaniroh. “*Pengaruh Kredit dan Sumberdaya Manusia
terhadap Kinerja UMKM Agroindustri dengan Pemasaran
sebagai Variabel Antara*”, Jurnal Manajemen dan Agribisnis,
Vol. 12 No. 3 November 2015.

Sarwono, Jonathan, *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan
SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.

- Semarang, Portal, “Kampung Sumber Sari, Kampung Penjual Jamu”,
<http://portalsemarang.com/kampung-sumber-sari-kampung-penjual-jamu/> , diakses 18 Maret 2019
- Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE YKPN, 2001.
- Siregar, Syofian, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suhardjono. *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, Jakarta: UPP AMP YKPN. 2003.
- Suryana. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, Isu-Isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2012.
- Tawas, Hendra N. dan Cynthia Vanessa Djodjobo, *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 2 No.3 September 2014.
- Teguh, Muhammad, *Ekonomi Industri*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian ESDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positifisme dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Uyanto, Stanislaus S., *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Wirawan. *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia*, Jakarta: Raja
Grafindo Persada, 2015

Zuhri, Muhammad, *Kelengkapan Hadist Qudsi*, Semarang: Toha Putra,
1982.

LAMPIRAN

Uji Validitas

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sumber Daya Manusia	4,24	,663	33
Sumber Daya Manusia	4,36	,603	33
Sumber Daya Manusia	4,09	,631	33
Sumber Daya Manusia	4,15	,619	33
Sumber Daya Manusia	4,58	,502	33
Sumber Daya Manusia	4,06	,788	33
Sumber Daya Manusia	4,64	,489	33
Sumber Daya Manusia	4,24	,663	33
Sumber Daya Manusia	4,30	,585	33
Permodalan	4,00	,791	33
Permodalan	4,27	,674	33
Permodalan	4,12	,650	33
Permodalan	3,94	,609	33
Permodalan	4,21	,696	33
Permodalan	4,00	,612	33
Permodalan	4,03	,684	33
Permodalan	4,09	,843	33
Pemasaran	4,27	,674	33
Pemasaran	4,06	,496	33
Pemasaran	4,21	,600	33
Pemasaran	4,21	,650	33
Pemasaran	4,15	,566	33
Pemasaran	4,30	,728	33
Pemasaran	4,36	,653	33

Pemasaran	4,09	,723	33
Kinerja	4,12	,600	33
Kinerja	4,33	,595	33
Kinerja	4,36	,603	33
Kinerja	4,24	,561	33
Kinerja	4,39	,609	33
Kinerja	4,24	,663	33

Uji Reabilitas

Reliability Statistics

	N of
Cronbach's Alpha	Items
,808	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sumber Daya Manusia	126,45	52,131	,688	,788
Sumber Daya Manusia	126,33	54,979	,426	,799
Sumber Daya Manusia	126,61	56,684	,218	,807
Sumber Daya Manusia	126,55	55,693	,334	,802
Sumber Daya Manusia	126,12	56,547	,312	,804
Sumber Daya Manusia	126,64	53,926	,398	,799
Sumber Daya Manusia	126,06	54,996	,541	,797
Sumber Daya Manusia	126,45	55,381	,338	,802
Sumber Daya Manusia	126,39	58,309	,056	,812
Permodalan	126,70	54,718	,326	,803
Permodalan	126,42	57,939	,074	,813
Permodalan	126,58	56,752	,202	,808
Permodalan	126,76	57,314	,159	,809
Permodalan	126,48	56,133	,243	,806
Permodalan	126,70	57,843	,101	,811
Permodalan	126,67	54,229	,443	,798
Permodalan	126,61	56,621	,144	,812
Pemasaran	126,42	55,377	,331	,802
Pemasaran	126,64	56,676	,299	,804

Pemasaran	126,48	56,195	,289	,804
Pemasaran	126,48	54,945	,393	,800
Pemasaran	126,55	55,318	,418	,800
Pemasaran	126,39	56,059	,235	,807
Pemasaran	126,33	54,292	,461	,797
Pemasaran	126,61	56,246	,220	,807
Kinerja	126,58	56,877	,212	,807
Kinerja	126,36	56,364	,273	,805
Kinerja	126,33	53,729	,573	,794
Kinerja	126,45	55,506	,399	,800
Kinerja	126,30	54,780	,444	,798
Kinerja	126,45	55,818	,293	,804

Uji Normalitas

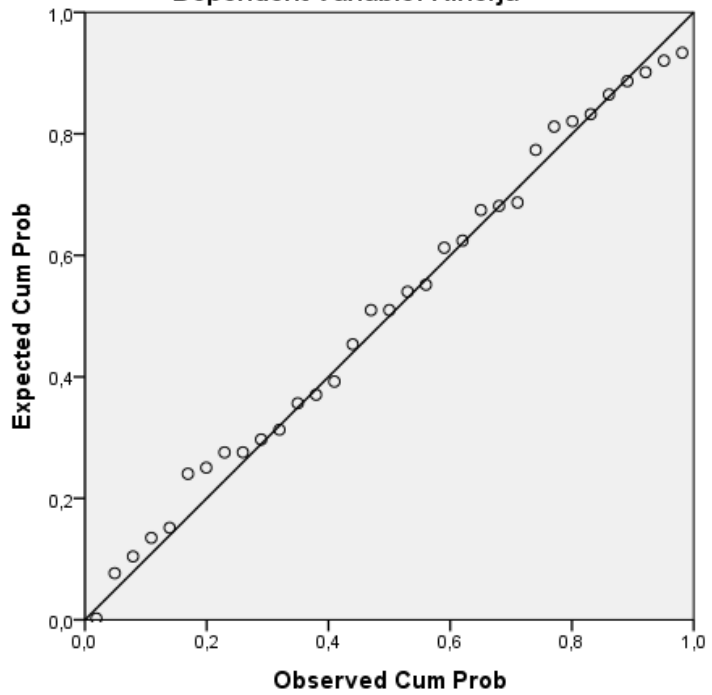
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

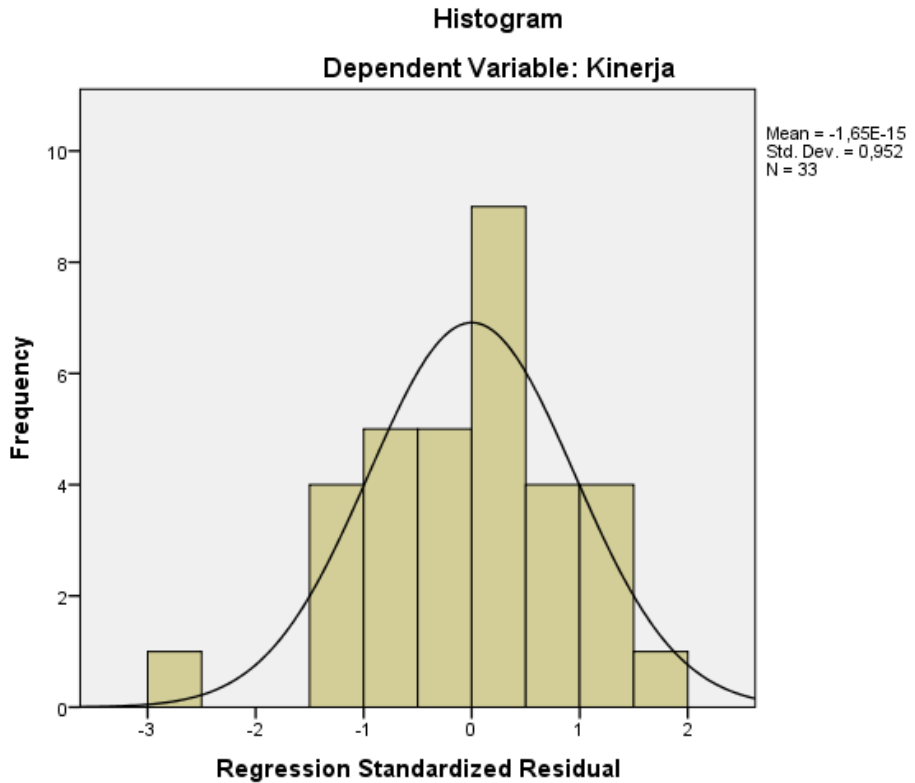
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99506016
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,057
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kinerja





Uji Autokorelasi dan Uji Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,647	1,04526	2,090

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Permodalan, SDM

b. Dependent Variable: Kinerja

Uji Multikolinieritas dan Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1,321	3,166		,417	,680		
SDM	,241	,082	,403	2,930	,007	,585	1,710
Permodalan	,193	,078	,280	2,483	,019	,869	1,151
Pemasaran	,259	,104	,357	2,494	,019	,540	1,851

a. Dependent Variable: Kinerja

Coefficient Correlations^a

Model			Pemasaran	Permodalan	SDM
1	Correlations	Pemasaran	1,000	-,276	-,615
		Permodalan	-,276	1,000	-,015
		SDM	-,615	-,015	1,000
Covariances	Pemasaran	,011	-,002	-,005	
	Permodalan	-,002	,006	-9,839E-5	
	SDM	-,005	-9,839E-5	,007	

a. Dependent Variable: Kinerja

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	SDM	Permodalan	Pemasaran
1	1	3,991	1,000	,00	,00	,00	,00

2	,005	29,222	,01	,21	,64	,06
3	,002	40,237	,99	,04	,29	,10
4	,002	47,237	,01	,74	,08	,84

a. Dependent Variable: Kinerja

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23,4913	27,8484	25,6970	1,45005	33
Residual	-2,95851	1,57118	,00000	,99506	33
Std. Predicted Value	-1,521	1,484	,000	1,000	33
Std. Residual	-2,830	1,503	,000	,952	33

a. Dependent Variable: Kinerja

Uji Heterokedatisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,025	1,903		,013	,989
	SDM	,024	,050	,116	,480	,635
	Permodalan	,009	,047	,039	,195	,846
	Pemasaran	-,014	,062	-,055	-,220	,827

a. Dependent Variable: RES2

Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,285	3	22,428	20,528	,000 ^b
	Residual	31,685	29	1,093		
	Total	98,970	32			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Permodalan, SDM

Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,321	3,166		,417	,680
	SDM	,241	,082	,403	2,930	,007
	Permodalan	,193	,078	,280	2,483	,019
	Pemasaran	,259	,104	,357	2,494	,019

QUESTIONER

PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA, PERMODALAN DAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH JAMU GENDONG DI KELURAHAN WONOLOPO KECAMATAN MIJEN, SEMARANG

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin :Laki-laki Perempuan
2. Usia :Pendidikan Terakhir
:SMU/SMA D3 S1
.....
3. Lama Bekerja :0-5 tahun 6-10 tahun
11-15 tahun >16 tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian terhadap hal-hal dibawah ini dengan tanda (\surd) yang paling tepat menurut saudara. Alternatif jawaban terdiri dari:

(SS) : Sangat Setuju (N) : Netral (STS) : Sangat Tidak Setuju

(S) : Setuju (TS) : Tidak Setuju

<i>Sumber Daya Manusia</i>		Jawaban				
Indikator Amanah		Jawaban				
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pengusaha bekerja dengan penuh tanggung jawab					
2.	Pengusaha mempunyai motivasi, disiplin dan komitmen bekerja yang tinggi					
<i>Sumber Daya Manusia</i>		Jawaban				
Indikator Kerjasama Dalam Kebaikan		Jawaban				
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
3.	Pengusaha saling membantu dan bekerja sama untuk mencapai tujuan dalam berwirausaha jamu					
4.	Menjaga hubungan baik antar sesama pengusaha jamu yang lainnya					
<i>Sumber Daya Manusia</i>		Jawaban				
Indikator Tanggung Jawab Sosial		Jawaban				
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
5.	Pengusaha menyisihkan sebagian harta (zakat, infak, sedekah, dan wakaf)					
6.	Pengusaha menjaga kebersihan lingkungan sekitar ketika bekerja					
<i>Sumber Daya Manusia</i>		Jawaban				
Indikator Motivasi Dalam Berusaha		Jawaban				
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS

7.	Pengusaha mempunyai niat baik dan benar mengharap ridha Allah dalam berusaha					
8.	Pengusaha melakukan pendalaman dan penerapan rukun islam dan iman					
9.	Memiliki semangat kerja keras karena usaha tidak hanya menyerah dalam nasib					

<i>Permodalan</i>		Jawaban				
Indikator Modal Syarat Untuk Berusaha						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
10.	Pengusaha menggunakan modal sendiri untuk modal tetap dan modal kerja					
11.	Pengusaha memerlukan tambahan modal dari luar untuk mendukung kelancaran usahanya					
<i>Permodalan</i>		Jawaban				
Indikator Besar Modal						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
12.	Besarnya modal mempengaruhi perkembangan usaha					
13.	Besarnya modal mempengaruhi pendapatan usaha					
<i>Permodalan</i>		Jawaban				
Indikator Hambatan Sumber Modal						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS

14.	Pengusaha kesulitan dalam memperoleh modal karena termasuk usaha menengah kebawah					
15.	Pengusaha mempunyai hambatan dalam memperoleh pinjaman modal usaha					
Permodalan		Jawaban				
Indikator Sumber Modal Dari Luar						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
16.	Adanya bantuan dari pemerintah membantu pemasaran usaha jamu					
17.	Adanya bantuan pemerintah melalui program pelatihan-pelatihan menambah pendapatan usaha					

Pemasaran		Jawaban				
Indikator Penentuan Harga						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
18.	Penentuan harga jual jamu sudah sesuai dan mengikuti harga pasaran					
19.	Penentuan harga mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap penjualan salah satu varian jamu					
Pemasaran		Jawaban				
Indikator Penentuan Pasar						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS

20.	Penentuan pasar sudah dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat					
21.	Lokasi penentuan pasar memiliki nilai strategis yang memperlancar dan mempermudah penyampaian produk dari produsen kepada konsumen melalui transaksi perdagangan					
Pemasaran		Jawaban				
Indikator Promosi Yang Dijalankan						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
22.	Promosi yang dilakukan secara jujur dan persuasif sehingga jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan jamu					
23.	Pengusaha jamu menjalin hubungan baik dengan konsumen					
Pemasaran		Jawaban				
Indikator Kualitas Produk						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
24.	Pengusaha menjaga mutu dan kualitas produk jamu gendong dari bahan dan pembuatan yang alami dan tradisional					
25.	Kualitas produk jamu gendong mampu bersaing di pasaran dan sudah mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen					

<i>Kinerja</i>		Jawaban				
Indikator Hasil Penjualan						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
26.	Usaha jamu mengalami peningkatan penjualan setiap bulannya					
27.	Adanya peningkatan jumlah barang yang diproduksi setiap tahunnya					
<i>Kinerja</i>		Jawaban				
Indikator Laba						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
28.	Pertumbuhan laba/keuntungan setiap bulan kadang meningkat kadang menurun					
29.	Pengusaha mulai jarang bahkan tidak pernah mengajukan kredit ke bank maupun lembaga keuangan lainnya					
<i>Kinerja</i>		Jawaban				
Indikator Pertumbuhan Pasar						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
30.	Adanya peningkatan jumlah konsumen setiap bulannya					
31.	Semakin dikenal dan memiliki pelanggan tetap yang terus bertambah					



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp. (024) 7608454 Semarang 50185
website : Febi.walisongo.ac.id - Email : febhwalisongo@gmail.com

Nomor : B-3145/Un.10.5/D1/TL.00/11/2018

07 Nopember 2018

Lampiran : --

Hal : Surat Pengantar Izin Pra Riset

Yth.

Ketua Kelompok Kampung Jamu Gendong Wonolopo
Jl. Ds. Wonolopo Kec. Mijen Semarang

Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

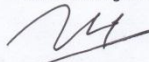
Dengan Hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin Pra Riset kepada :

Nama : Sarsa Rizky Prasetyo
NIM/Program/Smt : 1405026073 / S.1 / IX
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : Dsn. Kauman Rt.04 Rw.05 Boja Kab. Kendal
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi dalam Ilmu Ekonomi Islam Program S.1
Judul Skripsi : Pengaruh Sumber Daya Manusia Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Jamu Gendong di Desa Wonolopo Kecamatan Mijen
Waktu Research : 07 Nopember 2018 sampai selesai
Lokasi : Kampung Jamu Gendong Wonolopo Mijen Semarang

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



* ALI MURTADHO

Tembusan :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
(sebagai laporan)

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Sarsa Rizky Prasetyo
2. Tempat & Tgl. Lahir : Kendal, 18 Maret 1997
3. Alamat Rumah : Dusun Kauman Rt 04 RW 05
Kec. Boja, Kab. Kendal, Jawa
Tengah, 51381
4. Agama : Islam
5. No. Telepon : 083836481176 /
085802640346 (WA)
6. E-mail :
sarsarizkyprasetyo7@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 2 Boja, Kec. Boja, Kab. Kendal lulus tahun 2007
2. SMPN 1 Boja, Kec. Boja, Kab. Kendal lulus tahun 2010
3. SMAN 1 Boja, Kec. Boja, Kab. Kendal lulus tahun 2013
4. UIN Walisongo Semarang angkatan 2014

Semarang, 23 September 2019



Sarsa Rizky Prasetyo
NIM : 1405026073