

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LOKASI USAHA  
TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH  
(STUDI KASUS USAHA KULINER DI SEKITAR KAMPUS UIN WALISONGO)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

**NUR'AINI INTAN PRATIWI**

**NIM: 1605026142**

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

**SEMARANG**

**2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Nur'aini Intan Pratiwi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Nur'aini Intan Pratiwi  
NIM : 1605026142  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : **PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN  
LOKASI USAHA TERHADAP DAYA SAING USAHA  
MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Usaha Mikro  
Kecil Menengah di Sekitar Kampus UIN Walisongo)**

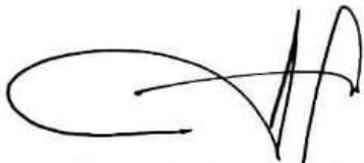
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Semarang, 12 Juni

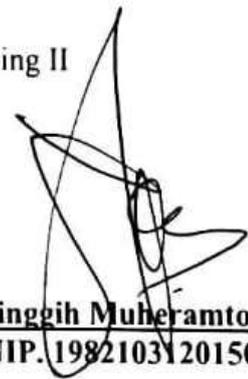
2023

Pembimbing I



**Heny Yuningrum, S.E., M.Si**  
**NIP. 198106092007102005**

Pembimbing II



**Singgih Muheramtohad, M.E.I**  
**NIP. 198210312015031003**



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185  
Website : febi.Walisongo.ac.id - Email febi@walisongo.ac.id

### PENGESAHAN

Nama : Nur'aini Intan Pratiwi  
NIM : 1605026142  
Jurusan : SI Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Usaha Kuliner di Sekitar Kampus UIN Walisongo)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup pada tanggal 21 Juni 2023 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 21 Juli 2023  
Sekertaris Sidang

Ketua Sidang

Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si.  
NIP. 198607312019031008  
Penguji I

Heny Yuningrum, SE, M.Si.  
NIP. 198106092007102005  
Penguji II

Farah Amalla, M.M.  
NIP. 199401182019032026  
Pembimbing I



Rahman El Junusi, SE, MM.  
NIP. 196911182000031001  
Pembimbing II

Heny Yuningrum, SE, M.Si.  
NIP. 198106092007102005

Siagih Muheramtohad, M.E.I.  
NIP. 198210312015031003

## **MOTTO**

“Hiduplah seolah engkau mati besok. Belajarlah seolah engkau hidup selamanya.”

## **Mahatma Gandhi**

“Tuhanmu lebih mengetahui apa yang ada dalam hatimu.”

## **Qs. Al-Isra: 25**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.

## **Qs. Al Baqarah: 256**

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan petunjuk serta rahmat-Nya untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi saya dengan semestinya. Sholawat serta salam dilimpahkan oleh-Nya kepada junjungan nabi besar kita Rasulullah SAW.

Saya akan mempersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada:

- 1) Pertama teruntuk orang tua Ayah Edy Santoso dan Mama Sri Sujatmi, terimakasih atas kerja keras Ayah dan Mama selama ini untuk membesarkan dan memberikan pendidikan yang sebaik-baiknya kepada anak-anak hingga dewasa ini dan juga selalu mendukung saya dalam hal apapun. Semoga kebaikan, hidayah, ampunan, dan surga telah disiapkan Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.
- 2) Kedua teruntuk adik saya Annisa Berliana Pramesti yang terus memberikan motivasi, hiburan dan semangat selama saya mengerjakan tugas akhir ini.
- 3) Ketiga teruntuk semua sahabat saya Alin, Riri, Ginda untuk pasangan saya Bagas Aji Syahputra dan keluarga terimakasih sudah memotivasi saya untuk menyelesaikan dan mendoakan saya agar diberi kemudahan.
- 4) Keempat untuk pelaku usaha umkm kuliner disekitar kampus UIN Walisongo Semarang yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner saya.

## DEKRALASI

Nama : Nur'aini Intan Pratiwi  
NIM : 1605026142  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Semarang, 12 Juni 2023

Deklarator



Nur'aini Intan Pratiwi  
1605026142

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin di dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

### 1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

### 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab sama seperti vocal dalam Bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal atau diftong.

#### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat. Transliterasinya sebagai berikut:

Arab	Nama	Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dhammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya gabungan huruf yaitu :

Arab	Nama	Latin
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Kasrah dan wawu</i>	Au

c. Bacaan Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Arab	Nama	Latin
أُ	<i>Fathah dan Alif atau ya</i>	Au
أِي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ai
أِيْ	<i>Dhammah dan wawu</i>	Iy

d. Ta Marbutah

Transliterasinya ta marbutah ada dua, yaitu :

- 1) Ta marbutah ( ة ) hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah t.

- 2) Ta marbutah ( ة ) mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap daya saing usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar kampus UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM sekitar kampus UIN Walisongo Semarang.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu sebanyak 154 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner. Model analisis data menggunakan model analisis regresi linier berganda. Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji statistik F, uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dan uji statistik t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo, variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo, kedua variable tersebut sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo. Keterbatasan penulis hanya menggunakan dua variable bebas dan juga waktu yang singkat menghasilkan penelitian ini sesuai dengan kemampuan penulis.

**Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Lokasi Usaha, dan Daya Saing Usaha**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of entrepreneurial knowledge and business location on the competitiveness of micro, small and medium enterprises (UMKM) around the UIN Walisongo Semarang campus. This study used a quantitative research method with the data population used in this study were SMEs around the UIN Walisongo Semarang campus.*

*The sampling technique used purposive sampling, namely as many as 154 people. The data used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires. The data analysis model uses a multiple linear regression analysis model. While the data analysis technique uses the F statistic test, the Coefficient of Determination test ( $R^2$ ), and the t statistical test.*

*The results of this study indicate that entrepreneurial knowledge has a positive and significant effect on the competitiveness of MSMEs around the UIN Walisongo campus, the business location variable has a positive and significant effect on the competitiveness of UMKM around the UIN Walisongo campus, these two variables have a very positive and significant impact on the competitiveness of UMKM around UIN Walisongo campus. The writer's limitations are only using two independent variables and also a short time resulting in this research according to the author's abilities.*

***Keywords: Entrepreneurship Knowledge, Business Location, and Business Competitiveness***

## KATA PENGANTAR

*Allhamdulillah rabil 'alamin*, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul **Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lokasi Usaha Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Usaha Kuliner Di Sekitar Kampus UIN Walisongo)**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Walisongo. Sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad *Shallallahu'Alaihi Wa sallam* suri tauladan umat muslim. Penulis skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, doa, motivasi, dan dukungan dari pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag, selaku Ketua Prodi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Heny Yuningrum, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Singgih Muheramtohad, M.E.I selaku dosen pembimbing II dalam penulisan ini.
5. Prof. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dosen wali yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dari awal masuk perkuliahan sampai pada titik ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tudy di kampus tercinta ini.

6. Seluruh dosen, tenaga kependidikan dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan yang bermanfaat.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta doa bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, penulis berhadap semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 12 Juni 2023  
Penulis

Nur'aini Intan Pratiwi

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	I
MOTTO .....	II
DEKRALASI.....	V
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	V
ABSTRAK.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR .....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
KATA PENGANTAR .....	X
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	4
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
1.5.1 Bagian Awal.....	10
1.5.2 Bagian Utama.....	11
1.5.3 Bagian Akhir .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pengetahuan Kewirausahaan.....	13
2.1.1 Pengertian Pengetahuan .....	13
2.1.2 Pengertian Kewirausahaan .....	17
2.1.3 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan.....	18
2.2 Lokasi Usaha .....	20
2.2.1 Pengertian Lokasi Usaha.....	21
2.2.2 Indikator Lokasi Usaha .....	23
2.3 Daya Saing .....	24
2.3.1 Pengertian Daya Saing .....	24
2.3.2 Faktor-faktor Daya Saing.....	26

2.3.3 Indikator Daya Saing.....	27
2.3.4 Tahap proses keputusan pembelian.....	28
2.4 Usaha Kuliner di Sekitar Kampus.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.5 Tinjauan Pustaka.....	32
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
2.7 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.1 Lokasi Penelitian.....	40
3.3 Populasi dan Sampel .....	41
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.5 Sumber dan Jenis Data .....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.8 Analisis Data .....	46
3.8.1 Uji Validitas .....	46
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.3.1 Uji Normalitas .....	47
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	47
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.8.4 Regresi Linear Berganda.....	48
3.8.5 Uji Hipotesis .....	49
3.8.5.1 Uji F Serentak.....	49
3.8.5.2 Uji t Parsial .....	49
3.8.5.3 Koefisien Determinasi.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	
4.2 Deskripsi Penelitian .....	
4.2.1 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian .....	
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	

4.3 Analisis Lanjutan .....	
4.3.1 Regresi Linear Berganda.....	
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi .....	
4.3.3 Uji Hipotesis .....	
4.4 Pembahasan.....	
BAB V PENUTUP.....	
5.1 Kesimpulan .....	
5.2 Saran.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden .....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1) .....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Lokasi Usaha (X2) .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Daya Saing (Y).....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas One Sample K-S .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas (Glejser).....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial) .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji f (Simultan) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penerimaan Pendapatan dan Pajak Nasional tahun 2018–2022 (Miliar Rupiah) .....	1
Gambar 1.2. Jumlah Usaha Mikro Olahan Pangan di Kecamatan Ngaliyan tahun 2022 .....	4
Gambar 2.1 Tahap proses keputusan pembelian .....	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.1 P-Plot Uji Normalitas .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	68
Lampiran 2. Daftar identitas responden .....	72
Lampiran 3. Uji Kelayakan Data.....	79
Lampiran.4 Uji Asumsi Klasik.....	86
Lampiran.5 Agresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.....	87
Lampiran 6 . Tabel r, Tabel t, Tabel f .....	89

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara majemuk dengan jumlah penduduk mencapai 237.641.326 juta jiwa. Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim dengan jumlah mencapai 209.12 juta jiwa. Hal krusial bagi setiap negara agar tetap dapat *exist* dalam globalisasi adalah pertumbuhan ekonomi negaranya. Para pemimpin negara berlomba menemukan strategi bagi tumbuh kembang perekonomian negaranya agar tidak jatuh dalam kurva resesi. Tingkat perekonomian negara dapat diamati melalui nilai Produk Domestik Bruto (PDB), salah satu faktor pembentuknya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan penting dalam tumbuh kembang perekonomian Indonesia.<sup>1</sup>

**Gambar 1.**

Penerimaan Pendapatan dan Pajak Nasional tahun 2018–2022 (Miliar Rupiah)



Sumber: kemekeu.co.id

Pada gambar grafik di atas menjelaskan bahwa Penerimaan Pendapatan Nasional selama lima tahun belakangan mencapai 1.845.556,80 miliar rupiah pada tahun 2022, nilai ini meningkat sebesar 6.49% dari angka pendapatan tahun sebelumnya 2021. Dapat diamati pula bahwa sektor penerimaan pajak nasional pada angka 1.510.001,20 miliar rupiah di tahun 2022 mengalami peningkatan 9.75% dari tahun 2021 dengan angka pendapatan pajak 1.375.832,70 miliar rupiah (BPS Data diolah, 2022). Penerimaan pendapatan nasional sempat mengalami penurunan pada tahun resesi selama masa pandemi Covid-19. Total PDB nasional sebagian besar disumbang oleh

<sup>1</sup> Dedy Sasongko, “UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit,” *Djkn.Kemenkeu.Go.Id* (Jakarta, 2020), <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.

UMKM mencapai 60,34.<sup>2</sup> Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2022) total UMKM lebih dari 64,2 juta dengan kontribusi ke PDB mencapai 61,07% dengan nominal nilai mata uang sebesar 8.573,89 triliun rupiah.<sup>3</sup>

Mengamati dari sudut pandang pelaku, UMKM menjadi jembatan distribusi pendapatan masyarakat. UMKM mampu mempertahankan dan mengembangkan unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat dengan menciptakan kreatifitas sehingga menimbulkan kebutuhan akan tenaga kerja yang pada akhirnya akan mampu mengurangi masalah pengangguran di Indonesia. Ilustrasi sederhana tersebut merupakan siklus sederhana pergerakan perekonomian nasional yang dipengaruhi oleh program pengembangan UMKM. Pengembangan *multilevel* UMKM di Indonesia perlahan akan menjadi katup pengaman dari krisis moneter dan masalah pengangguran. Dilihat dari manfaat dan peran keberadaan UMKM pemerintah perlu memberikan perhatian khusus dalam *developing concept* UMKM secara Nasional sehingga produk dan atau jasa yang dihasilkan *powerfull* dan mampu bersaing dengan produk lokal mancanegara pada pasar *global*.

Pada era Abad ke-21 bisnis telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang pada skala UMKM seperti warung-warung dan kafe tenda serta bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe. *Food and Beverages* memiliki market target yang tidak dapat digantikan oleh jenis bisnis lainnya. Prospek usaha jenis ini menjanjikan untuk dijalankan dengan perputaran cepat (*fast moving*) dan akan terus cemerlang dengan strategi dan *canvassing* yang tepat. Para pelaku bisnis ini juga harus senantiasa peka dan berkembang dengan strategi dan menentukan target pasar agar dapat terus bertahan dan mengembangkan bisnisnya.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Dimas Waraditya Nugraha, "Pendapatan Negara Dari Pemanfaatan Aset Merosot Karena Pandemi Covid-19," *Kompas.Id* (Jakarta, 2022), <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/03/18/pendapatan-negara-dari-pemanfaatan-aset-merosot-karena-pandemi-covid-19>.

<sup>3</sup> Haryo Limanseto, "UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia," *Kemenkopukm.Go.Id* (Jakarta, 2021), <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>.

<sup>4</sup> Lucano Giovanni Lokman, Devi Kristianto, and Monika Kristanti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Imperial Lamian Tunjungan Plaza Surabaya," *Hospitality dan Manajemen Jasa* 2, no. 1 (2014): 1–15,

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis memiliki arti usaha dagang komersial di dunia perdagangan dan bisang usaha. Pendapat beberapa ahli mengenai bisnis diantaranya adalah Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukarang barang, jasa atau yang saling menguntungkan dan atau saling memberi manfaat. Sementara Anorga dan Soegiastuti mendefinisikan makna dasar bisnis sebagai “*the buying of goods and services*”. Sehingga dengan sederhana bisnis merupakan bentuk usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bisang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun efisiensi. Adapun keuntungan dalam berbisnis merupakan tujuan utama yang kompleks dimiliki bisnis.<sup>5</sup>

Kewirausahaan merupakan suatu sikap, perilaku dan kemampuan seorang wirausaha ketika menjalankan usaha atau kegiatan yang dilakukan dalam mencari, dan menerapkan sistem kerja yang lebih baik, dengan mereka berani mengambil resiko, berkreaitivitas, memiliki inovasi serta meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan yang baik kepada konsumen agar memperoleh hasil yang besar dalam berbisnis. Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu dari sekian banyak yang mendorong keberhasilan usaha. Kemampuan para pemilik usaha dalam mengenali dan menciptakan peluang serta mengambil tindakan untuk sesuatu yang perlu mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari sumber-sumber informasi. Pemilik usaha perlu memiliki pengetahuan dengan kemampuan untuk memperoleh, mengelola mengembangkannya.<sup>6</sup>

Persaingan usaha yang terjadi di beberapa wilayah di Indonesia saat ini, menuntut upaya strategi bisnis dalam kemampuan mendistribusikan barang di berbagai sektor usaha. Persaingan bisnis ritel dan distribusi barang dan atau jasa sangat runcing diberbagai wilayah pasar domestik. Dalam rangka mencapai kesetaraan persaingan *interpreneur* dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada *customer*. Misalnya, dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harga lebih murah, ataupun penyediaan produk yang lebih lengkap dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Bisnis merupakan kata serapan “*business*” dari Bahasa Inggris yang memiliki arti “kesibukan”.

---

<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1466/1323>.

<sup>5</sup> J Anoraga, P., & Soegiastuti, *Pengantar Bisnis Modern* (PT. Dunia Pustaka Jaya, 1996).

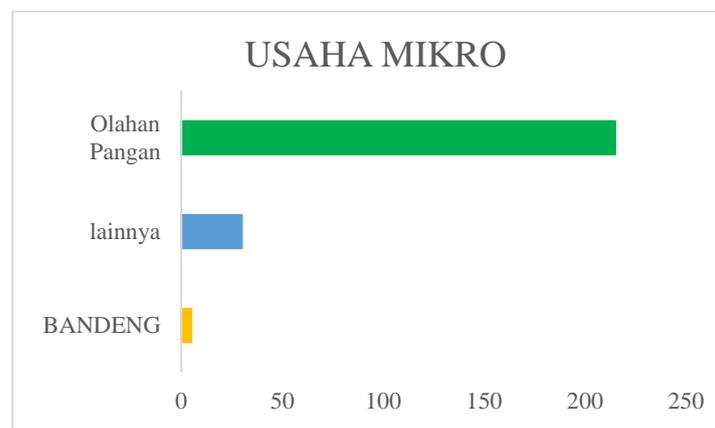
<sup>6</sup> Rintan Saragih, “Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial,” *Jurnal Kewirausahaan* 3, no. 2 (2017): 50–58, <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jk/article/view/21>.

Namun, persaingan dalam sektor usaha juga terjadi di UMKM sekitar kampus UIN Walisongo Semarang. Letaknya yang strategis dengan kampus menjadikan peluang usaha yang sangat menjanjikan. Kampus selain menjadi pusat Pendidikan atas juga sebagai berkembangnya pusat perekonomian di dalamnya. Mengapa demikian, hal tersebut dikarenakan mahasiswa yang merantau dan tinggal disekitar kampus lebih memilih untuk mencukupi kebutuhan hidupnya dengan berbelanja. Keuntungan ini lah yang menjadikan tempat sekitar UIN Walisongo sangat strategis digunakan sebagai peluang usaha.

Krisdayanto (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa pemilihan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kebutuhan pokok pangan individu dan kelompok yang tinggal dan atau tidak tinggal di sekitar lokasi kuliner kampus UIN Walisongo melengkapi *demand* terhadap siklus bisnis usaha mikro olahan pangan tradisional dan kekinian di sepanjang jalan Ngaliyan. Para pedagang permanen seperti warung makan, pedagang waktu tertentu dipinggiran jalan baik yang berbentuk ruko-ruko maupun bangunan yang menarik bertebaran disepanjang Jl. Ngaliyan merupakan objek UMKM yang potensial untuk diteliti.

### Gambar 2.

Jumlah Usaha Mikro Olahan Pangan di Kecamatan Ngaliyan tahun 2022



Sumber : Data olahan BPS (2022)

Grafik di atas menjelaskan tentang jumlah usaha mikro yang bergerak pada bidang makanan serta minuman olahan di Kecamatan Ngaliyan berdasarkan data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022. Usaha mikro olahan pangan memiliki jumlah terbanyak yaitu 215 penjual. Sementara penjual Bandeng atau Olahan Bandeng sebanyak 5 penjual dan penjual pangan lainnya sejumlah 30 penjual. Para

penjual olahan pangan ini menawarkan beragam menu, keterjangkauan harga, hingga nuansa tradisional sampai kenyamanan yang akan menjadi daya tarik tersendiri khususnya bagi penikmat kuliner di sekitar kampus UIN Walisongo Ngaliyan.

Usaha kuliner sekitar kampus yang baru berdiri biasanya akan mempromosikan dengan menonjolkan ketersediaan menu yang leboh variatif. Pelanggan yang merasa kepuasannya terpenuhi secara tidak langsung akan melakukan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Promosi jenis ini juga sangat efektif karena pelanggan tersebut telah memiliki unsur *trust* (percaya) dan cenderung melakukan pembelian secara *continue* (berkelanjutan).<sup>7</sup>

Meskipun bukan rahasia bahwa bisnis kuliner di sekotar kampus begitu menjamur dan padat, namun faktanya setiap jenis produk makanan dan minuman yang ditawarkan tidak pernah sepi. Dari beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor pengetahuan kewirausahaan dan pemilihan lokasi yang tepat signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Pada konteks pengusaha mikro dari kalangan berpengetahuan dengan mempertimbangkan lokasi usaha makanan/minuman dekat kampus yang potensial mampu memberikan solusi dalam eksistensi usaha bisnisnya.

Tapi tidak jarang juga ditemui pengusaha mikro warung makan atau olahan pangan lainnya yang tidak memiliki pengetahuan kewirausahaan namun mereka melakukan *learning proses* selama menjalankan usahanya. Sehingga mereka memiliki *feedback* kemampuan dalam mengelola usahanya berdasarkan pengalaman. Kedua kaus tersebut memberikan gambaran bahwa terdapat hal yg perlu diperjelas apakah pengetahuan kewirausahaan mampu memberikan *value* dalam daya saing usaha mikro. Penting melakukan *research* mengenai pengetahuan kewirausahaan ini berpengaruh nyata atau tidak terhadap daya saing para pelaku usaha mikro olahan pangan di sekitar kampus UIN Walisongo Semarang.

Hasil pada penelitian sebelumnya akan menjadi parameter bagi peneliti untuk membangun *scientific research* tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha terhadap daya saing UMKM yang ada di sekitaran Kampus UIN Walisongo. Penelitian ini akan dibuat spesifik pada sektor usaha mikro pengolahan pangan di

---

<sup>7</sup> Renan Tan and Word-of-mouth Marketing In, "Marketing Management in Turkey," *Marketing Management in Turkey* 25, no. 3 (2018): 179–182, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-78714-557-320181022/full/html>.

sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan. Sehingga judul dari penelitian ini adalah **“PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (STUDI KASUS USAHA KULINER SEKITAR KAMPUS UIN WALISONGO)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap daya saing UMKM Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan
2. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap daya saing UMKM Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap daya saing UMKM Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap daya saing UMKM Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan?
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap daya saing UMKM Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan?
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap daya saing UMKM Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan penulis terutama pengetahuan terkait dengan kewirausahaan dan UMKM. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan penulis mengenai pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha, dan daya saing.

b. Bagi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang

Penelitian ini bisa menjadi kontribusi ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang serta bahan bacaan di perpustakaan dan memberikan referensi bagi para mahasiswa yang ada di kampus tersebut.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian tema yang sama terutama penelitian yang melibatkan variabel pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha, dan daya saing.

2. Manfaat Praktis.

1. Bagi Pemilik Usaha Kuliner sekitar Kampus UIN Walisongo Ngaliyan

Penelitian ini berguna sebagai informasi dan tolok ukur bagi pengusaha-pengusaha makanan dan minuman sekitar Kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan tentang seberapa jauh usaha mereka telah berkembang. Selain itu, para pengusaha UMKM ini juga diharapkan akan menerapkan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha mereka agar dapat berkembang setelah mengetahui informasi hasil penelitian ini.

2. Bagi masyarakat

Wawasan yang didapatkan oleh masyarakat terkait dengan kewirausahaan dan bisnis dalam laporan ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat yang ingin membuka usaha baru. Informasi yang didapat dari laporan ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam membuat strategi membuka usaha, contohnya penentuan lokasi usaha.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab mulai dari pendahuluan hingga penutup. Sebelum pendahuluan juga ada halaman lain seperti halaman judul, halaman pengesahan dan lain-lain. Setelah penutup juga ada halaman lain seperti daftar pustaka dan lampiran. Sistematika penulisan laporan ini jika dijabarkan secara rinci terdiri atas:

### 1.5.1 Bagian Awal

Bagian ini berisi halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi,

pedoman transliterasi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

### **1.5.2 Bagian Utama**

Bagian utama merupakan bagian inti laporan skripsi. Bagian ini berisi uraian penjelasan terkait judul yang diangkat dalam penelitian. Bagian utama terdiri atas:

#### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini merupakan bab pembuka, di mana di dalamnya berisi hal-hal mendasar yang menjadi alasan dan tujuan penulis melakukan penelitian. Bab pendahuluan meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **Bab II Landasan Teori**

Landasan teori membahas teori-teori terkait dengan penelitian. Dilanjutkan dengan pembahasan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis. Pada akhir bab juga ada hipotesis yang berisi dugaan hasil penelitian.

#### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini memaparkan metode atau teknik yang penulis gunakan dalam penelitian. Di sini, penulis membahas jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

#### **Bab IV Analisis Data dan Pembahasan**

Hasil penelitian penulis uraikan di bab 4. Penulis menganalisis tiap hasil yang diperoleh dari olah data menggunakan SPSS. Analisis tersebut berupa interpretasi hasil olah data lalu dilanjutkan dengan pembahasan dengan menyinggung teori-teori yang ada di bab 2.

#### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Pada bagian ini merupakan bagian terakhir dari penyusunan skripsi. Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran untuk lokasi penelitian dan peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan tema yang sama dengan penulis

### **1.5.3 Bagian Akhir**

Pada bagian ini merupakan bagian akhir yang berisi lampiran dan kebutuhan data lain sebagai penunjang penelitian

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengetahuan Kewirausahaan

##### 2.1.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan didefinisikan sebagai suatu hasil keingin tahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek (informasi) tertentu. Pengetahuan merupakan domain paling penting dalam terbentuknya perilaku. Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya tingkat pendidikan, pekerjaan, umur, factor lingkungan dan faktor sosial budaya. Pengetahuan juga didefinisikan sebagai pengetahuan seseorang setelah melakukan serangkaian pengindraan terhadap suatu obyek (informasi) tertentu melalui panca indra (penglihatan, pendengaran, penciuman rasa dan raba). Sebagian besar pengetahuan manusia didapat dari mata dan telinga.<sup>8</sup>

Pengetahuan kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk aksi seseorang. Ilmu pengetahuan ialah seluruh usaha sadar untuk mengetahui, menemukan, dan meningkatkan pemahaman manusia dari beberapa segi realita dalam alam manusia, segi-segi ini susaha dihasilkan rumusan-rumusan yang pasti. Ilmu memberikan kepastian dengan membatasi linkup pandangannya, dan kepastian ilmu-ilmu. Seseorang bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai suatu sektor tertentu dengan lancar, baik secara tertera maupun secara lisan maka dapat dikatakan mengetahui sektor tersebut. Sekumpulan jawaban verbal yang dibagikan orang tersebut dinamakan pengetahuan.<sup>9</sup>

Pengetahuan mempunyai enam tingkatan yang tercangkup dalam domain kognitif antara lain:<sup>10</sup>

- a. Tahu (*Know*) diartikan pemahaman mengenai suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik dan seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima

---

<sup>8</sup> Ikaa Purnamasari and Anisa Ell Raharyani, "Tingkat Pengetahuan Dan Perilaku Masyarakat Kabupaten Wonosobo Tentang Covid-19," *Jurnal Ilmiah Kesehatan* 10, no. 1 (2020): 33–42.

<sup>9</sup> Muhammad Nur and Hamid Mukhlis, "Kualitas Hidup Ditinjau Dari Pengetahuan Keluarga Tentang Perawatan Lansia," *Indonesia Berdaya* 1, no. 1 (2020): 15–22.

<sup>10</sup> S. Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

merupakan penjelasan spesifik mengenai pengetahuan pada tingkat ini. Oleh sebab itu, konteks “tahu” pada bagian ini merupakan taraf yang dipelajari antara lain dapat menyebutkan, menfuraikan, mendefinisikan, menyatakan, dan sebagainya.

- b. Memahami (*Comprehension*) diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.
- c. Aplikasi (*Application*) diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya aplikasi di sini dapat diartikan sebagai aplikasi atau pengetahuan hukum–hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.
- d. Analisis (*Analysis*) adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen – komponen, tetapi masih di dalam satu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain. Kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan (membuat bagan), membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan melakukan evaluasi serta menemukan informasi hasil evaluasi.
- e. Sintesis (*Synthesis*) Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian – bagian informasi menjadi suatu bentuk keseluruhan yang baru. Secara sederhana sintesis merupakan suatu kemampuan untuk menyusun informasi baru dari sekumpulan bagian-bagian informasi lainnya yang sudah ada.
- f. Evaluasi (*Evaluation*) berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu objek (materi informasi). Penilaian harus didasarkan pada suatu kriteria (parameter) yang ditentukan atau dapat diterapkan dengan mengacu pada pedoman (paten) yang telah ada sebelumnya.

Tingkat pengetahuan merupakan pemahaman seseorang mengenai sesuatu yang dapat diterima baik secara formal dan non formal. Pengetahuan ialah hal yang sangat penting dalam terjadinya sebuah proses perubahan perbuatan seseorang, tapi hal ini tidak menjamin bahwa perubahan perbuatan terhadap seseorang tersebut bisa terjadi. Pengetahuan hasil pengindraan manusia merupakan informasi dari hasil evaluasi terhadap obyek melalui pengindraan sehingga informasi tersebut sangat sensitif terhadap intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Sebagian besar pengetahuan seseorang didapat melalui indera pendengaran, dan indera penglihatan.<sup>11</sup>

Pengetahuan ialah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap suatu obyek melalui indra yang dimilikinya sehingga menghasilkan pengetahuan. Penginderaan berlangsung melalui pancaindera manusia yakni, indera pendengaran, penglihatan, penciuman, perasaan dan perabaan. Sebagian pengetahuan manusia diraih melalui mata dan telinga. Setiap orang mempunyai pengetahuan, dan setiap orang mempunyai tingkat pengetahuan yang berbeda-beda. Secara umum tingkat pengetahuan seseorang diantaranya, yakni: tahu, memahami, aplikasi, analisis, sintesis, dan evaluasi. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan antara lain:<sup>12</sup>

- a. Faktor pendidikan Tinggi tingkat pengetahuan seseorang, maka akan semakin mudah untuk menerima informasi tentang obyek atau yang berkaitan dengan pengetahuan. Pengetahuan umumnya dapat diperoleh dari informasi yang disampaikan oleh orang tua, guru, dan media masa. Pendidikan sangat erat kaitannya dengan pengetahuan, pendidikan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang sangat diperlukan untuk pengembangan diri. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka akan semakin mudah untuk menerima, serta mengembangkan pengetahuan dan teknologi.
- b. Faktor pekerjaan Pekerjaan seseorang sangat berpengaruh terhadap proses mengakses informasi yang dibutuhkan terhadap suatu obyek.

---

<sup>11</sup> Nur and Mukhlis, "Kualitas Hidup Ditinjau Dari Pengetahuan Keluarga Tentang Perawatan Lansia."

<sup>12</sup> Usman Sukesih, Setia Budi, and Dian Nur Adkhana Sari, "Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Kesehatan Tentang Pencegahan Covid-19 Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Keperawatan dan Kebidanan* 11, no. 2 (2020): 258–264.

- c. Faktor pengalaman Pengalaman seseorang sangat mempengaruhi pengetahuan, semakin banyak pengalaman seseorang tentang suatu hal, maka akan semakin bertambah pula pengetahuan seseorang akan hal tersebut. Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menyatakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden.
- d. Keyakinan Keyakinan yang diperoleh oleh seseorang biasanya bisa didapat secara turun-temurun dan tidak dapat dibuktikan terlebih dahulu, keyakinan positif dan keyakinan negatif dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang.
- e. Hubungan sosial budaya dan kebiasaan dalam keluarga terhadap pengetahuan, persepsi dan sikap seseorang. Penelitiannya menemukan hasil sosial budaya (kebudayaan) mempengaruhi tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap seseorang terhadap sesuatu.<sup>13</sup>
- f. Pengetahuan dapat diperoleh dengan berbagai metode, salah satunya melalui kegiatan belajar. Belajar merupakan suatu kegiatan yang mencerdaskan. Melalui proses belajar seseorang akan memperoleh *manfaat berupa* pengetahuan baru dan membuka wawasan.<sup>14</sup>

Berdasarkan pemaparan pada bagian sebelumnya benang merah pengetahuan merupakan suatu hasil akumulasi wawasan yang diterima oleh seseorang melalui indra yang dimilikinya baik itu diperoleh melalui pendidikan baik secara formal maupun nonformal. Seperti yang kita ketahui, manusia lahir ke dunia ini dalam keadaan tidak berilmu.

Maka dalam pandangan Islam, umat Islam diwajibkan belajar dan menuntut ilmu pengetahuan. Hal tersebut berdasarkan pada sabda Rasulullah Saw yang berbunyi “Belajarlah, karena seseorang tidak dilahirkan dalam keadaan pandai dan pemilik ilmu itu tidak sama dengan orang yang tidak memiliki ilmu”. Ilmu pengetahuan itu bagaikan pelita atau cahaya di malam yang gelap. Ilmu menjadi penuntun manusia untuk menjalani kehidupannya di

---

<sup>13</sup> Fattah Setiawan Santoso, “Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam,” *Nuansa Akademik Jurnal Pembangunan Masyarakat* 5, no. 1 (2020): 13–22.

<sup>14</sup> Sukesih, Budi, and Sari, “Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Kesehatan Tentang Pencegahan Covid-19 Di Indonesia.”

dunia ini. Dengan ilmu, manusia dapat mengetahui mana yang benar dan mana yang salah,” lanjutnya menguraikan. Ustadz Hasyim menyampaikan dalam S.Q. Al-Alaq ayat 1-5 sebagai dasar perintah untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan.

Menurut Surah Al-‘Alaq ayat 1-5 ini merupakan perintah tersirat kepada manusia untuk belajar. “Mengapa wahyu pertama ini, kita diperintahkan untuk “membaca”, bukan perintah shalat, puasa, zakat atau perintah haji? Ini menunjukkan bahwa sebelum kita beramal atau beribadah, kita wajib berilmu,” jelasnya. Oleh karena itu, lanjutnya, menuntut ilmu pengetahuan hukumnya wajib bagi muslim laki-laki mau pun perempuan.

Keutamaan menuntut ilmu pengetahuan dengan membacakan beberapa dalil dalam al- Quran dan Hadis. Salah satunya Q.S. al- Mujadalah ayat 11:

دَرَجَاتِ الْعِلْمِ أَوْ تَوَاتُوا وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ اللَّهُ يَرْفَعُ

Artinya: ... niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

Sabda Rasulullah Saw :

بِالْعِلْمِ فَعَلَيْهِ أَرَادَهُمَا وَمَنْ بِالْعِلْمِ فَعَلَيْهِ الْأَخْرَةَ أَرَادَ وَمَنْ بِالْعِلْمِ فَعَلَيْهِ الدُّنْيَا أَرَادَ مَنْ

“Barang siapa menginginkan kebahagiaan dunia, maka tuntutlah ilmu dan barang siapa yang ingin kebahagiaan akhirat, tuntutlah ilmu dan barangsiapa yang menginginkan keduanya, tuntutlah ilmu pengetahuan”.

### 2.1.2 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan ialah penerapan dari kreatifitas dan inovatif yang menjadi dasar untuk peluang dalam sebuah bisnis dan dalam kewirausahaan terdapat berbagai ciri-ciri yang mengikuti seperti kemandirian, tanggung jawab, percaya diri, motif berprestasi, berorientasi pada masa depan, berwawasan luas, serta mempunyai semangat dan gairah untuk bekerja keras dalam menjalankan sebuah kegiatan bisnis.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Santoso, “Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam.”

Kewirausahaan ialah hasil dari sebuah disiplin, proses sistematis implementasi kreatifitas dan pengembangan dalam memenuhi keperluan dan peluang di pasar. pada dasarnya kewirausahaan tidak cuma talenta bawaan semenjak lahir atau urusan pengalaman lapangan tapi kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang dapat diajarkan dan dipelajari. Kewirausahaan ialah kemampuan kreatif dan inovatif yang dibuat dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti kewirausahaan adalah kemampuan membuat sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan bertindak inovatif untuk membuat peluang.<sup>16</sup>

Seseorang yang berwirausaha seharusnya memiliki minat berwirausaha. Minat berwirausaha bisa dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mendapat perkembangan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam risiko yang berhubungan dengan aksi berjuang yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru untuk mendapat apa yang di inginkan. Minat wirausaha ialah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha tersebut dengan perasaan bahagia karena memberikan manfaat bagi dirinya. Intinya dari opini tersebut ialah pemusatan perhatian yang disertai rasa senang.<sup>17</sup>

Berdasarkan pemaparan pada paragraf sebelumnya dapat ditarik benang merah bahwa kewirausahaan merupakan suatu bentuk kreativitas seseorang berupa kemampuan dalam mendirikan, mengelola, dan mengembangkan suatu usaha.

### **2.1.3 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan**

Pengetahuan kewirausahaan ialah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sebuah hal yang baru melalui berpikir kreatif dan berkelakuan inovatif, sehingga dapat membuat ide- ide atau peluang dan bisa dimanfaatkan dengan baik. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan adalah segala sesuatu yang diketahui mengenai bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan penalaran tentang cara berjuang sehingga

---

<sup>16</sup> Imam Lubis, "Pelatihan Organisasi, Kepemimpinan, Dan Kewirausahaan Karang Taruna Kecamatan Pondok Cabe Udik," *Indonesian Journal of Society Engagement* 1, no. 1 (2020): 39–58.

<sup>17</sup> Santoso, "Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam."

menimbulkan keberanian mengambil risiko secara rasional dan logis dalam menangani sebuah usaha.<sup>18</sup>

Pengetahuan kewirausahaan adalah semua informasi yang didapat dalam proses pelatihan dan pengalaman, yang digunakan sebagai pelatihan dan pemahaman, sehingga dapat mengarah pada kemampuan melihat resiko dan keberanian dalam menangani risiko. Pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan yang didapatkan dari pengalaman dan pembelajaran. Terdapat 3 aspek yang mempengaruhi pengetahuan kewirausahaan, yaitu pengetahuan risiko usaha, analisis peluang usaha dan perumusan penyelesaian (solusi) masalah.<sup>19</sup> Pengetahuan kewirausahaan ialah ilmu seni atau perilaku, sifat, ciri dan sifat seseorang yang mewujudkan gagasan pengembangan ke dalam dunia nyata secara kreatif. Dari wirausaha di bangun berkelanjutan, di kembangkan usaha kelak berjalan dengan efisien di tangan orang lain.<sup>20</sup>

Pengetahuan kewirausahaan juga didefinisikan suatu kemampuan dalam pengelolaan elemen sistem berupa dokumen, basis data, peraturan dan prosedur lengkap, beserta informasi tentang pengalaman, keahlian dan kecakapan sumber daya manusia secara individu maupun kolektif. Pada akhir bagian ini pengetahuan kewirausahaan secara sederhana dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan hal baru secara kreatif dan inovatif dengan cara melihat berbagai peluang yang ada.<sup>21</sup>

Pengetahuan kewirausahaan adalah salah satu faktor pemicu minat berwirausaha. Indikator pengetahuan kewirausahaan meliputi 3 aspek yaitu :

a. Pengetahuan dasar kewirausahaan

Dalam berwirausaha tentunya dibutuhkan pengetahuan dasar kewirausahaan seperti pengetahuan tentang penjualan dan pembelian.

---

<sup>18</sup> Satya Artha Pratama, Abdul Wahid Mahsuni, and Siti Aminah Anwar, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Peluang Kerja Dibidang Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha," *e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 9, no. 8 (2020): 43–53, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8476/7039>.

<sup>19</sup> Qurratul Aini and Farah Oktafani, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 2 (2020): 151–159.

<sup>20</sup> Panji Wijaya, "Implementasi Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta" (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020).

<sup>21</sup> E. Prasetyo, "Peran Strategis Kewirausahaan Dalam Mendukung Kebijakan Four Track Strategy Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Optimum* 10 (2020): 1–15.

b. Pengetahuan gagasan dan peluang usaha

Pengetahuan untuk menciptakan gagasan baru dan melihat peluang yang ada sangat penting agar seorang pengusaha dapat mengembangkan usahanya

c. Pengetahuan mengenai aspek-aspek usaha

Pengetahuan aspek usaha secara luas maupun usaha yang digeluti oleh pengusaha juga penting karena sama seperti peluang usaha, pengetahuan ini dapat menjadi bekal bagi pengusaha untuk memajukan usahanya.

## 2.2 Lokasi Usaha

Lokasi usaha ialah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mementingkan segi ekonomi. Lokasi usaha hal utama yang harus dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menentukan keberhasilan suatu perusahaan.<sup>22</sup> Pada penelitian yang dilakukan Rahmah menjelaskan bahwa lokasi usaha yang akurat dan tepat akan memiliki *direct impact* dalam proses hingga pengembangan usaha. Lokasi usaha akan memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri bagi seorang pelanggan yang nantinya akan memiliki pengaruh terhadap pendapatan yang akan diterima.<sup>23</sup>

Kegiatan usaha tidak akan lepas dari pembelian dan penyediaan tenaga kerja. Bagi usaha produksi yang menjadi fokus pembelian ialah bahan baku dan bahan penolong lainnya, dan untuk usaha dagang yang menjadi fokus pembeliannya merupakan barang dagangan. Dalam melakukan pembelian itu tentu membutuhkan biaya-biaya untuk memperolehnya, biaya itu besarnya tergantung alamat sumber bahan/barang sehingga lokasi usaha mempengaruhi biaya secara signifikan. Bagi perusahaan produksi, pemilihan tempat dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah serta harganya yang relatif murah menjadi prioritas, mengingat bahan baku

---

<sup>22</sup> Santoso, "Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam."

<sup>23</sup> Itsnaini Rahmah, M. Elfan Kaukab, and Wiji Yuwono, "Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM," *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 2 (2020): 30–50.

tersebut merupakan biaya tetap yang terus ada dan berputar dalam waktu perusahaan tersebut beroperasi.<sup>24</sup>

Lokasi masing-masing industri juga tergantung pada total biaya transportasi dan biaya tenaga kerja, dimana penjumlahan keduanya harus minimum. Tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum ialah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Pemilihan alamat merupakan faktor penting yang memiliki pengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Lazimnya pihak manajemen akan menentukan lokasi usaha dengan mempertimbangkan penekanan pada biaya operasional serta kemudsh an akses terhadap sumber daya. Pemilihan alamat yang salah, akan berdampak biaya operasi perusahaan menjadi tinggi. Lebih lanjut, perusahaan tidak akan bisa bersaing, yang telah barang tentu menyebabkan kerugian.<sup>25</sup>

Berdasarkan ulasan pada bagian di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha merupakan tempat perusahaan menghasilkan barang atau jasa untuk diperjualbelikan. Strategi (ketepatan) dalam pemilihan lokasi usaha akan memberikan direct impact kepada *return* bisnis yang sedang dijalankan.

### **2.2.1 Pengertian Lokasi Usaha**

Lokasi usaha ialah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mementingkan segi ekonomi. Lokasi usaha hal utama yang harus dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menentukan keberhasilan suatu perusahaan.<sup>26</sup> Lokasi usaha yang akurat dan tepat sangat penting dalam jalannya usaha dan mengembangkan usaha. lokasi usaha akan memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri bagi seorang pelanggan yang nantinya akan memiliki pengaruh terhadap pendapatan yang akan diterima.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Dima Rianda, Kuncorisidi Kuncorisidi, and Mutqi Sopiawadi, "Descriptive Analysis Of Factors That Influence Location Determination Of Pt Yakult Factory Seremban Malaysia," *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)* 17 (2020): 1–13.

<sup>25</sup> *Ibid.*

<sup>26</sup> F F. Reza, Budi Santoso, and Eka Dewi, "Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Mini Market Di Mutiara Mart Rowotengah Jember," *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 2 (2020): 301–307.

<sup>27</sup> Rahmah, Kaukab, and Yuwono, "Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM."

Kegiatan usaha tidak akan lepas dari pembelian dan penyediaan tenaga kerja. Bagi usaha produksi yang menjadi fokus pembelian ialah bahan baku dan bahan penolong lainnya, dan untuk usaha dagang yang menjadi fokus pembeliannya merupakan barang dagangan. Dalam melakukan pembelian itu tentu membutuhkan biaya-biaya untuk memperolehnya, biaya itu besarnya tergantung alamat sumber bahan/barang sehingga lokasi usaha mempengaruhi biaya secara signifikan. Bagi perusahaan produksi, pemilihan tempat dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah serta harganya yang relatif murah menjadi prioritas, mengingat bahan baku tersebut merupakan biaya tetap yang terus ada dan berputar dalam waktu perusahaan tersebut beroperasi.<sup>28</sup>

Lokasi masing-masing industri juga tergantung pada total biaya transportasi dan biaya tenaga kerja, dimana penjumlahan keduanya harus minimum. Tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum ialah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Pemilihan alamat merupakan faktor penting yang memiliki pengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang.

Pihak manajemen dalam menentukan lokasi usaha akan mencari alamat dengan biaya operasional yang rendah serta akses terhadap sumber daya yang mudah. Pemilihan alamat yang salah, akan berdampak biaya operasi perusahaan menjadi tinggi. Lebih lanjut, perusahaan tidak akan bisa bersaing, yang telah barang tentu menyebabkan kerugian. Dari berbagai ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha adalah tempat perusahaan menghasilkan barang atau jasa untuk diperjualbelikan. Pemilihan lokasi usaha yang strategis akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.<sup>29</sup>

Mengingat pentingnya lokasi usaha bagi kegiatan usaha apapun, sehingga dalam memilih lokasi usaha wajib dengan penuh pertimbangan. Dalam mendapatkan lokasi sebuah perusahaan/pabrik yang tepat, perlu untuk

---

<sup>28</sup> Yogi Sugiarto Maulana, "PEMILIHAN LOKASI PABRIK PT SUNG CHANG INDONESIA Yogi Sugiarto Maulana Sung Chang Indonesia Memilih Kota Diantaranya Menurut Richard L Daft," *Jurnal ADBIS* 2, no. 2 (2018): 211–222.

<sup>29</sup> Rianda, Kuncorisidi, and Sopiawadi, "Descriptive Analysis Of Factors That Influence Location Determination Of Pt Yakult Factory Seremban Malaysia."

memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan kegiatan usaha perusahaan. beberapa faktor itu antara lain sebagai berikut:

- a. Letak pasar
- b. Letak sumber bahan baku
- c. Ketersediaan tenaga kerja
- d. Ketersediaan tenaga listrik
- e. Ketersediaan air
- f. Fasilitas pengangkutan
- g. Fasilitas perumahan, pendidikan, perbelanjaan dan telekomunikasi
- h. Pelayanan kesehatan, keamanan, dan pencegahan kebakaran
- i. Peraturan pemerintah setempat
- j. Sikap masyarakat
- k. Biaya dari tanah dan bangunan
- l. Luas tempat parkir
- m. Saluran pembuangan
- n. Kemungkinan perluasan
- o. Lebar jalan

### **2.2.2 Indikator Lokasi Usaha**

Lokasi ialah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk membentuk barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Adapun indikator lokasi usaha yang meliputi 4 indikator yakni:<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Siti Turyani Marfuah and Sri Hartiyah, "Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Wonosobo)," *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 1, no. 1 (2019): 183–195.

1. Akses

Akses yaitu kemudahan bagi pembeli untuk masuk maupun keluar perusahaan

2. Lalu lintas

Lalu lintas yaitu kelancaran transportasi untuk datang ke atau pergi dari lokasi perusahaan

3. Tempat parkir

Tempat parkir yaitu ada tidaknya tempat parkir dan jika ada bagaimana kondisi tempat parkir tersebut.

4. Lingkungan

Lingkungan yaitu kondisi daerah sekitar lokasi usaha. Apakah lingkungan tersebut aman, jarang becek, berlahan datar, dan sebagainya.

## 2.3 Daya Saing

### 2.3.1 Pengertian Daya Saing

Daya saing ialah konsep perbandingan kemampuan dan hasil kerja perusahaan, dan subsektor lainnya. Daya saing sangat penting bagi sebuah komoditas usaha bisa bertahan di zaman pasar bebas. Komoditas mempunyai peran strategis bagi sebuah bangsa. Apabila suatu negara tidak mempunyai daya saing yang baik, maka pemenuhannya akan bergantung pada impor dari negara lainnya yang mempunyai daya saing lebih baik. Walaupun saat ini merupakan era pasar bebas dunia, tidak sedikit pemerintahan sebuah negara melaksanakan intervensi dalam mewujudkan daya saing sebuah komoditas strategis.<sup>31</sup>

Daya saing juga memiliki arti produktivitas output yang dihasilkan. Artinya daya saing mengacu pada kemampuan sebuah organisasi atau perusahaan dalam bersaing melalui penciptaan nilai dibanding pesaingnya. Daya saing tersebut bisa ditingkatkan, bahkan diciptakan masing-masing

---

<sup>31</sup> Yenny Sugiarti, Yenny Sari, and Mochammad Arbi Hadiyat, "PERANAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SAMBAL DI," *Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2020): 298–310.

perusahaan, melalui strategi bersaing yang diimplementasikan melalui pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya yang dipunyai secara efektif maupun efektif.

Daya saing adalah kemampuan perusahaan atau industri memproduksi suatu komoditas yang bagus, biaya produksi lebih rendah, mempunyai produk yang unggul dari pesaing, mempunyai laba maksimal dan keberlanjutan usahanya terjamin. Artinya perusahaan yang mempunyai daya saing mempunyai strategi yang akurat dan sesuai dengan kemampuan saat ini sehingga pengembangan usahanya lebih efisien dan efisien. Daya saing menunjukkan kemajuan dari nilai yang bisa diciptakan perusahaan. Keunggulan bersaing ialah sesuatu yang memberikan kemungkinan sebuah perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri lain.<sup>32</sup>

Dalam islam mengajarkan pemilik usaha untuk memastikan kualitas dan keberadaan dari barang tersebut, islam melarang pembelian produk yang belum jelas untuk konsumennya. Sebab dapat mengakibatkan terjadinya penipuan dan ketidakadilan pada salah satu pihak, tentang kualitas dan keberadaan Produk Allah SWT Berfirman dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bersedekahlah dari sebaik-baik hasil usahamu dan dari apa yang kami tumbuhkan untukmu dari bumi. Dan jangan sengaja memilih yang busuk untuk kamu sedekahkan, padahal kamu sendiri tidak mau menerimanya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

---

<sup>32</sup> Gema Setya Anggara Putra and Noveri Maulana, “Strategi Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Indonesia: Studi Kasus Pengembangan Klaster Industri Alas Kaki Kecamatan Tamansari, Bogor,” *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 2 (2018): 97–109.

Dalam surat Ali- Imran ayat 92:

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya: ,Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menginfakkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa pun yang kamu infakkan. Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya'.

Ayat di atas dapat disimpulkan bahwa islam mengajarkan pemilik usaha untuk mengelola usahanya dengan baik dan jujur atas barang yang ia jual, benar atas keberadaan barang tersebut,memberikan pelayanan jasa yang maksimal dan berkualitas jangan memberikan pelayanan yang buruk atau berbohong kepada pembeli atau konsumen.

Berhubungan dengan daya saing islam juga mengajarkan utnuk bersaing dengan sehat dan jujur, islam juga mengajarkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan termasuk dalam kegiatan berekonomi (muamalat) pada surat al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: ,Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Berdasarkan penjelasan pada bagian sebelumnya dapat ditarik bennag merah bahwa daya saing adalah produktivitas keluaran barang atau jasa perusahaan atau bisa juga dikatakan sebagai kemajuan nilai.

### 2.3.2 Faktor-faktor Daya Saing

Daya saing berdasarkan pendapat Michael Porter ialah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Secara

umum maka definisi daya saing adalah kemampuan perusahaan, daerah, negara, atau antar wilayah untuk meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan tenaga kerja dan sumber daya lain yang produktif dan berkesinambungan untuk menghadapi kompetisi dengan memaksimalkan potensi produk unggulannya. Pada dasarnya ada 4 (empat) faktor yang memiliki pengaruh terhadap daya saing sebuah perusahaan, yaitu:<sup>33</sup>

1. Strategi, Struktur, dan Tingkat kompetisi Perusahaan: Bagaimana unit-unit usaha di dalam sebuah perusahaan terbentuk, diorganisasikan, dan dikelola, serta bagaimana tingkat persaingan dalam perusahaannya.

2. Faktor Kondisi

Bagaimana ketersediaan sumber daya di sebuah perusahaan, yaitu sumber daya manusia, bahan baku, pengetahuan, modal, dan infrastruktur. Ketersediaan tersebut menjadi penentu kemajuan perusahaan.

3. Permintaan

Bagaimana permintaan di daerah terhadap produk atau layanan di perusahaan tersebut.

4. Keberadaan yang berhubungan dan mendukung.

Faktor ini menggambarkan hubungan dan dukungan antar perusahaan, dimana saat sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif, maka perusahaan yang menjadi pemasok bahan baku juga ikut memiliki daya saing, begitu juga sebaliknya.

### **2.3.3 Indikator Daya Saing**

Dimensi daya saing bisa dikelompokkan ke dalam empat dimensi utama atau dimensi prioritas dalam kompetisi operasi yaitu; biaya, kualitas, fleksibilitas, dan pengembangan. Ke empat dimensi daya saing itu membentuk

---

<sup>33</sup> Nova Astylia Br Tarigan and Rahmaddiansyah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Kedelai Indonesia," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 5, no. 2 (2020): 130–142.

daya saing perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Pengukuran daya saing ialah sebagai berikut:<sup>34</sup>

1. Efektivitas biaya

Tanggapan perusahaan terhadap pekerjaan untuk meningkatkan produktivitas dilanjutkan dengan dengan usaha untuk mendapat hasil dengan cacat seminimal mungkin.

2. Kualitas

Tanggapan perusahaan terhadap mutu produk perusahaan dibandingkan dengan mutu pesaing lainnya.

3. Tingkat fleksibilitas

Tanggapan perusahaan terhadap sikap antisipatif terhadap perubahan lingkungan yang diselaraskan dengan teknologi proses yang dapat dimodifikasi sehingga sesuai dengan tuntutan pasar.

4. Pengembangan produk

Tanggapan perusahaan terhadap produk perusahaan yang lebih inovatif jika dibandingkan dengan pesaing lainnya.

### 2.3.4 Tahap proses keputusan pembelian

Gambar 2.1



1. Pengenalan masalah Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui maka konsumen akan serta memahami kebutuhan yang belum pernah segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Jadi tahap inilah proses situ mulai dilakukan.
2. Pencarian informasi Seorang konsumen yang telah mengetahui kebutuhannya dapat atau tidak dapat mencari informasi lebih lanjut apabila dorongan keinginan kuat,

---

<sup>34</sup> Edy Jumady and Yana Fajriah, "Green Supply Chain Management: Mediasi Daya Saing Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur," *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 8, no. 1 (2020).

jika tidak kuat maka kebutuhan konsumen itu hanya akan menjadi ingatan belaka. Konsumen mungkin melakukan pencarian lebih banyak atau segera aktif mencari informasi yang mendasari kebutuhan.

3. Evaluasi alternatif Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin,, konsumen menggunakan informasi untuk menilai beberapa merek alternatif dalam satu susunan pilihan. Pengenalan Masalah Pencarian Informasi Evaluasi Alternatif Keputusan Membeli Perilaku Pasca Pembelian
4. Keputusan pembelian Jika keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian. Pada tahap ini konsumen secara aktual membeli suatu produk.
5. Perilaku setelah pembelian Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Jika produk sesuai harapan maka konsumen puas. Jika melebihi harapan maka konsumen sangat puas. Jika kurang memenuhi harapan maka konsumen tidak puas. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dengan suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya.

Bila konsumen puas, dia akan menunjukkan probabilitas yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Dari tahap-tahap proses pembelian tersebut, maka dapat diketahui bahwa dalam mengambil suatu keputusan pembelian, pembeli melalui beberapa proses. Awalnya dilakukan pengenalan masalah yaitu kebutuhan atau keinginan, dimana pembeli sendirilah yang dapat mengenali masalah mereka.

Tahap berikutnya mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan masalah atau kebutuhan tersebut, seperti mencari alternatif-alternatif pilihan untuk pemecahan masalah atau pemenuhan kebutuhan. Setelah mendapatkan alternatif pilihan yang cukup, pembeli akan menilai alternatif mana yang paling baik dan tepat. Tahap berikutnya, pembeli melakukan keputusan pembelian dan menunjukkan reaksi berupa perilaku setelah pembelian. Perilaku setelah pembelian dapat bermacam- macam, dipengaruhi oleh kepuasan konsumen setelah membeli suatu produk atau jasa.

## 2.4 Bisnis Kuliner dalam Islam

Bisnis kuliner adalah salah satu dari 15 subsektor ekonomi kreatif. Bisnis kuliner merupakan bagian dari industri penyedia makanan yang kegiatannya meliputi semua hal yang terkait dengan aktivitas memasak yang mana estetika dan kreativitas merupakan elemen yang sangat penting. Segmen industri ini meliputi restoran lokal, restoran full-service, toko makanan, dan jasa boga. Kementerian Perindustrian memprediksi industri makanan pada tahun 2021 dapat bertumbuh hingga 4,49 persen. Hal ini menunjukkan optimis dari pemerintah karena program vaksinasi sudah berjalan dan masyarakat dan para pelaku bisnis kuliner sudah mulai sadar akan protokol kesehatan.<sup>35</sup>

Dalam mengkonsumsi makanan, sebagai muslim jelas harus mengikuti aturan yang telah di tentukan oleh syariat. Diantara aturan ini adalah sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah swt surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya, setan itu musuh yang nyata bagimu”.

Dalam Islam disyariatkan untuk bisa mengikuti gaya hidup halal, harus sesuai antara niat, proses, dan sarana yang digunakan. Dalam arti, sekalipun didahului dengan niat (motif) yang baik, akan tetapi jika proses dan sarananya yang dipakai tidak dibenarkan oleh agama Islam, maka niscaya harta yang dihasilkan tidak akan berkah dan haram hukumnya. Dari sini kita memahami bahwa halal-haram bukan saja mengenai makanan dan minuman, akan tetapi menyeluruh ke segala aspek kehidupan. Pengaruh kehalalan sangat besar terhadap kualitas hubungan dan kedekatan muslim dengan Allah SWT. Kedekatan itu selanjutnya akan berpengaruh terhadap terkabul atau tidaknya doa-doa yang dipanjatkan sebagai hajat hidup kita di dunia. Selain itu pula, Allah SWT akan memelihara jiwa muslim yang melaksanakan gaya hidup halal baik di dunia (dengan kesehatan), maupun di akhirat (dengan terhindarnya tubuh kita dari api neraka).

---

<sup>35</sup> Regina T. Saerang, “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM (Food & Beverage) Di Kota Manado,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020).

Gaya hidup halal senantiasa akan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Domain usaha yang sangat potensial di Indonesia adalah bisnis kuliner berbentuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kuliner masih cukup mampu bertahan di masa pandemi ini. Tak dipungkiri banyak UMKM Kuliner yang mengalami penurunan omzet. Namun pada saat yang bersamaan, banyak pula pelaku UMKM kuliner baru yang bermunculan.<sup>36</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner masih merupakan bisnis yang berpotensi menguntungkan dan makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer manusia. Faktor yang penting bagi bisnis kuliner, khususnya dimasa pandemi ini adalah inovasi dan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan sehingga produk kuliner yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan cita rasa pasar sasaran yang dituju,

Para pelaku bisnis kuliner harus menciptakan inovasi baru dan menciptakan strategi pemasaran yang dapat membuat usaha kuliner yang dibangun memiliki ciri khas yang menjadi keunggulan dalam bersaing dengan para kompetitor. Selain itu, usaha bisnis harus memiliki dasar model bisnis yang baik dan kuat sebagai wujud pemikiran dari pengusaha tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.<sup>37</sup>

Sebuah model bisnis memiliki sembilan elemen yang menjadi cetak biru bagi organisasi untuk menjalankan usaha bisnisnya dengan efektif. Melalui sembilan kunci utama ini perusahaan dapat melihat kelebihan dan kelemahan dari model bisnis yang dimiliki. Oleh karena itu, pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemilihan lokasi usaha akan memudahkan bisnis Kuliner dalam bertahan menghadapi daya saing usaha.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Ginanjar D, "Optimis Bisnis Kuliner Bertahan Saat Pandemi Covid-19," *JawaPos.com*, 2020, <https://www.jawapos.com/surabaya/21/11/2020/optimistis-bisnis-kuliner-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>.

<sup>37</sup> Tim Clark, Alexander Osterwalder, and Yves Pigneur, *Business Model You: A One-Page Method For Reinventing Your Career* (Wiley, 2012).

<sup>38</sup> Andy Jackson et al., "EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KAISAR ORGANIZER DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS," *AGORA* 3, no. 2 (2015): 302–305, <https://media.neliti.com/media/publications/36423-ID-evaluasi-dan-perancangan-model-bisnis-pada-kaisar-organizer-dengan-business-mode.pdf>.

## 2.5 Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
1	Erik Rifad Hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid (2018)	Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT. Panin Dubai Syariah Bank	1. Keputusan menabung (Y) 2. Lokasi (X1) 3. Bagi hasil (X2) 4. Promosi (X3)	1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung 2. Bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung 3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung
2	Arfan Ependi, Beni Suhendra Winarso (2019)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap	1. Keberhasilan UMKM (Y) 2. Pengetahuan kewirausahaan (X1) 3. Karakteristik kewirausahaan	1. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM

		Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman	(X2)	<p>2. Karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM</p> <p>3. Pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM</p>
3	Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, Edward Gagah (2018)	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan	<p>1. Kepuasan konsumen (Y)</p> <p>2. Harga (X1)</p> <p>3. Pelayanan fasilitas (X2)</p> <p>4. Lokasi (X3)</p>	<p>1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen</p>
		Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung		<p>2. Pelayanan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap</p>

				<p>kepuasan konsumen</p> <p>3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen</p> <p>4. Harga, pelayanan fasilitas, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen</p>
4	Ika Indriyani, Subowo (2017)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga	<p>1. Minat berwirausaha (Y)</p> <p>2. Self Efficacy (Z)</p>	<p>1. Ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha</p>
		Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy	<p>3. Pengetahuan kewirausahaan (X1)</p> <p>4. Lingkungan Keluarga (X3)</p>	<p>2. Tidak ada pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha</p> <p>3. Ada pengaruh positif dan signifikan self-efficacy terhadap minat berwirausaha</p> <p>4. Ada pengaruh</p>

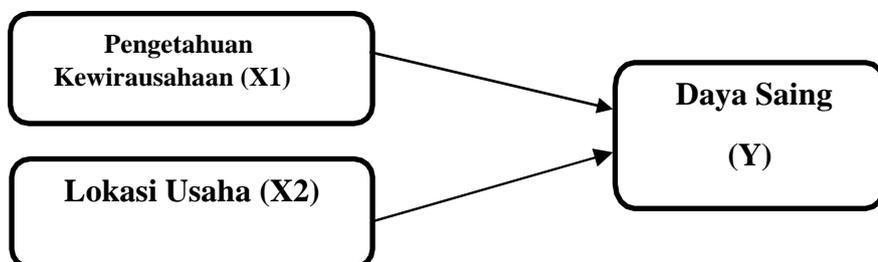
				<p>positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap self-efficacy</p> <p>5. Ada pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap self-efficacy</p>
				<p>6. Ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui self-efficacy</p> <p>7. Ada pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha melalui self-efficacy</p>

5	Josia Sanchaya Hendrawan, Hani Sirine (2017)	Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Feb UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)	1. Minat berwirausaha (Y) 2. Sikap mandiri (X1) 3. Motivasi (X2) 4. Pengetahuan kewirausahaan (X3)	1. Sikap mandiri tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha 2. Motivasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha 3. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha
---	----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan judul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah”, kerangka pemikian dalam mengolah dan menganalisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan skema diatas, penelitian dilakukan untuk melihat adanya pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap daya saing (H1), pengaruh lokasi usaha terhadap daya saing (H2), serta pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap

daya saing (H3). Untuk memulai bisnisnya seorang pengusaha harus memiliki bekal ilmu tentang pengetahuan kewirausahaan agar bisnisnya dapat berjalan sesuai dengan harapannya. Setelah memiliki pengetahuan kewirausahaan pengusaha berhak menentukan lokasi bisnisnya yang mampu menarik minat masyarakat. Dengan kedua hal tersebut, pengusaha bisa meningkatkan daya saing usahanya.

## 2.7 Hipotesis

### 1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Daya Saing

Pengetahuan kewirausahaan ialah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sebuah hal yang baru melalui berpikir kreatif dan berkelakuan inovatif, sehingga dapat membuat ide-ide atau peluang dan bisa dimanfaatkan dengan baik. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan adalah segala sesuatu yang diketahui mengenai bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan penalaran tentang cara berjuang sehingga menimbulkan keberanian mengambil risiko secara rasional dan logis dalam menangani sebuah usaha.<sup>39</sup>

Pada penelitian Ependi (2019) yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman" menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM.<sup>40</sup> Pada penelitian Indriyani (2017) yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy" menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.<sup>41</sup> Hal yang sama juga terjadi di hasil penelitian Hendrawan (2017) yang berjudul "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha" yaitu pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> Pratama, Mahsuni, and Anwar, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Peluang Kerja Dibidang Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha."

<sup>40</sup> Arfan Ependi and Beni Suhendra Winarso, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan" (Universitas Ahmad Dahlan, 2019).

<sup>41</sup> Ika Indriyani and Subowo, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficac," *Economic Education Analysis Journal* 8, no. 2 (2019): 470–484.

<sup>42</sup> Josia Sanchaya Hendrawan and Hani Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi

Daya saing ialah konsep perbandingan kemampuan dan hasil kerja perusahaan. Keberhasilan usaha termasuk hasil kerja perusahaan.<sup>43</sup> Oleh karena itu hipotesis pertama penelitian ini yaitu:

**H<sub>1</sub>: Pengetahuan kewirusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing**

## **2. Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Daya Saing**

Lokasi usaha ialah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mementingkan segi ekonomi. Lokasi usaha hal utama yang harus dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menentukan keberhasilan suatu perusahaan.<sup>44</sup> Pada penelitian Haryono (2018) yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan" menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen.<sup>45</sup> Adapun pada penelitian Putra (2018) yang berjudul "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT. Panin Dubai Syariah Bank" diperoleh hasil bahwa lokasi mempengaruhi keputusan nasabah menabung.<sup>46</sup> Hal ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap daya saing. Oleh karena itu hipotesis kedua penelitian ini adalah

**H<sub>2</sub> : Lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap daya saing.**

## **3. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Daya Saing**

Daya saing ialah konsep perbandingan kemampuan dan hasil kerja perusahaan, dan subsektor lainnya.<sup>47</sup> Daya saing sangat penting bagi sebuah komoditas usaha bisa bertahan di zaman pasar bebas. Komoditas mempunyai peran

---

Kewirausahaan)," *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 2, no. 3 (2017): 291–314.

<sup>43</sup> Mega Sandy Delia, Reva Dwina Sefira, and Andre Yulianto, "Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing:(Studi Kasus Pada Toserba Borma Majalaya)," *E-Jurnal Equilibrium Manajemen* 6, no. 2 (2020): 28–38.

<sup>44</sup> F. Reza, Budi Santoso, and Eka Dewi, "Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Mini Market Di Mutiara Mart Rowotengah Jember," *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 2 (2020): 301–307.

<sup>45</sup> Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, and Edward Gagah, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan," *Journal of Management* 4 (2018).

<sup>46</sup> Erik Rif'ad Hendra Putra and Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung Di PT Panin Dubai Syariah Bank," *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2018): 1–17.

<sup>47</sup> Delia, Sefira, and Yulianto, "Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing:(Studi Kasus Pada Toserba Borma Majalaya)."

strategis bagi sebuah bangsa. Apabila suatu negara tidak mempunyai daya saing yang baik, maka pemenuhannya akan bergantung pada impor dari negara lainnya yang mempunyai daya saing lebih baik. Walaupun saat ini merupakan era pasar bebas dunia, tidak sedikit pemerintahan sebuah negara melaksanakan intervensi dalam mewujudkan daya saing sebuah komoditas strategis.<sup>48</sup>

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya mengisyaratkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian bisa diprediksi bahwa kedua variabel tersebut secara bersamaan mempengaruhi daya saing secara positif dan signifikan. Oleh sebab itu hipotesis ketiga penelitian ini yaitu:

**H<sub>3</sub>: Pengetahuan kewirausahaan dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing**

---

<sup>48</sup> Tarigan and Rahmaddiansyah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Kedelai Indonesia."

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mencari pengaruh antara variable independent (variable bebas) dengan variable dependen (variable terikat). Melalui metode ini diharapkan dapat menjelaskan fenomena yang berdasarkan data dan informasi yang diperoleh.

Pendekatan pada penelitian ini ialah menggunakan model *explanatory research*. *Explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel X dan Y. Penelitian *explanatory* berusaha untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dari hasil pengujian tersebut maka akan diketahui kebenaran hipotesis. Penelitian ini menguji hipotesis yang menggambarkan hubungan antara variabel pengetahuan kewirausahaan (PK), lokasi usaha (LU) terhadap daya saing (DS).

Sedangkan waktu penelitian ini akan dimulai pada bulan Juni sampai Juli 2023. Sumber data pada penelitian ini adalah data sekunder dan data primer, data sekunder didapatkan melalui data-data literatur yang terkait dengan penelitian yang sedang diteliti. Sedangkan data primer didapatkan melalui wawancara dan survey kuesioner yang akan dibagikan kepada para pedagang.

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini mengambil lokasi kuliner di sekitar kampus UIN Walisongo di sepanjang jalan Ngaliyan. Para pedagang permanen seperti warung makan, atau pedagang pada waktu tertentu yang berada dipinggiran jalan baik yang berbentuk ruko-ruko maupun bangunan yang menarik bertebaran disepanjang Jl. Ngaliyan. Penelitian ini akan dibuat spesifik pada sektor usaha mikro pengolahan pangan di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan setelah itu disimpulkannya. Populasi dalam penelitian ini yakni seluruh pemilik (pelaku usaha mikro) makan dan minum sekitar kampus UIN Walisongo Semarang. Adapun sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri- ciri yang dipunyai oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus memakai cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* atau suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>49</sup>

#### 3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah para pemilik usaha kuliner kampus seperti warung makan dan minum, angkringan, kedai minuman, tempat jajanan dan beberapa lainnya yang melakuka kegiatan usaha di Kecamatan Ngaliyan selama lebih dari 1 tahun. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi atau kelonggaran ketidaktelitian sebesar 0,05%. Data penelitian didapatkan dengan cara mendatangi lokasi dan memberikan lembar kuisisioner kepada tiap pemilik usaha makan dan minum di sekitar kampus UIN Walisongo Semarang. Alasan pemilihan UMKM Kecamatan Ngaliyan sebagai objek penelitian adalah karena faktor berikut:

1. Kuliner kampus UIN Walisongo Semarang terhitung berhasil ditandai dengan bertambahnya jenis kuliner seiring dengan pergantian dan atau penambahan mahasiswa yang secara otomatis menjadi konsumen, sehingga sangat menarik untuk diteliti faktor daya saing UMKM Kuliner di wilayah ini.
2. Aspek strategis dan kebutuhan pokok akan pangan di mana lokasi usaha makan dan minum ini berada disekitar kampus dengan tempat peneliti berdomisili, sehingga akan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data secara maksimal.

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009).

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *Teknik Purposive Sampling* yaitu penentuan sampel melalui pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini disesuaikan dengan ciri-ciri tertentu dalam pemilihan responden. Pada penelitian ini responden yang dipilih adalah UMKM yang telah mendirikan usahanya lebih dari 1 tahun.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dimana pada rumus ini menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti. Melalui besaran sampel yang ditentukan melalui nilai tingkat kesalahan. Dimana semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka akan semakin kecil jumlah sampel yang akan diambil. Berikut merupakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

E : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel yang masih dapat di tolerir atau diinginkan

Berdasarkan berdasarkan data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 mengenai jumlah UMKM yang ada di Kecamatan Ngaliyan terdapat 250 orang. Dimana seluruh populasi tersebut adalah keterwakilan yang dianggap peneliti mewakili kriteria yang sesuai dengan standart penetapan responden oleh peneliti. Seperti pada penelitian ini UMKM yang telah ditetapkan sebagai responden adalah yang telah melakukan usaha lebih dari 1 tahun dan yang berada pada sekitar Kampus UIN Walisongo Semarang di sepanjang Jalan Ngaliyan. Maka dengan penetapan tingkan kesalahan 5% perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{250}{1 + (250 - 5\%)^2} \\ &= \frac{250}{1 + 250 \times 0,0025^2} \\ &= \frac{250}{1 + 0,0625^2} \end{aligned}$$

$$= \frac{250}{1+0,0625^2} = 153,846$$

Maka berdasarkan perhitungan jumlah populasi penelitian di atas adalah  $n = 153,846$  atau dibuatkan menjadi 154 UMKM. 154 UMKM adalah Jumlah responden yang dianggap representative untuk memperoleh data penulian dan mencerminkan keadaan populasi.

Selain itu juga penelitian ini memakai metode pengumpulan data dengan metode kuisisioner yaitu metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara memberi seperangkat soal atau pernyataan tertera kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner ini pemilik (pelaku usaha mikro) makan dan minum sekitar kampus UIN WS Kecamatan Ngaliyan dengan teknik *purposive sampling* atau suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>50</sup> Adapun yang menjadi pertimbangan dalam menentukan sampel ialah responden merupakan pemilik (pelaku usaha mikro) makan dan minum sekitar kampus UIN WS Kecamatan Ngaliyan yang telah menjalankan usahanya lebih dari 1 tahun di tempat tersebut.

Sedangkan untuk penilaian jawaban kuisisioner yaitu dengan skala *likert*. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat dan sikap terhadap fenomena social yang terjadi dan menjabarkan variabel menjadi indicator pengukuran sehingga dapat dijadikan instrument berupa pertanyaan atau pernyataan. Perhitungan skala likert akan menghasilkan jawaban positif (setuju) atau negatif (tidak setuju) sehingga akan diperoleh perhitungan berupa skor. Skala likert ini nantinya akan menghasilkan kategori dengan bobot jawaban atau skor sebagai berikut:

**Tabel 3.1.**  
**Skala Likert**

<b>Analisis Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2009: 93)

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009).

### **3.5 Sumber dan Jenis Data**

Data adalah kumpulan informasi, fakta-fakta, atau symbol-simbol yang menerangkan tentang keadaan objek penelitian. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti menggunakan Data primer dan data sekunder.

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer ialah data yang didapat secara langsung (dari tangan pertama). Data dalam penelitian ini didapat dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada pemilik (pelaku usaha mikro) makan dan minum sekitar kampus UIN Walisongo Semarang Kecamatan Ngaliyan. Kuesioner terdiri dari 30 pertanyaan di mana tiap 10 pertanyaan secara berturut-turut mewakili pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha, dan daya saing Coffe Shop Kecamatan Ngaliyan.

#### **3.5.2 Data Sekunder**

Sedangkan Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui tidak langsung. Peneliti menggunakan media perantara atau literasi yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder ini diperoleh melalui online maupun offline.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan peneliti ini adalah:

#### **3.6.1 Kuesioner**

Kuesioner adalah Teknik untuk memperoleh data yang terdiri dari pertanyaan terstruktur. Pertanyaan in biasanya tertulis atau verbal yang harus dijawab oleh reponden. Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden mengenai tingkat pengetahuan tentang kewirausahawan, lokasi penjualan dan tingkat daya saing antar UMKM.

#### **3.6.2 Dokumentasi**

Dokumentasi adalah data yang digunakan untuk melengkapi data penelitian. Dokumentasi ini berupa catatan, transkrip, buku-buku cetak, surat kabar dan sebagainya. Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan melihat jurnal, majalah, internet, buku dan skripsi-skripsi terdahulu.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Variabel dan Indikator**

No	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
	Daya saing (Y)	<p>Daya saing adalah kemampuan perusahaan atau industri memproduksi suatu komoditas yang bagus, biaya produksi lebih rendah, mempunyai produk yang unggul dari pesaing, mempunyai laba maksimal dan keberlanjutan usahanya terjamin.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efektivitas biaya</li> <li>2. Kualitas</li> <li>3. Tingkat Fleksibilitas</li> <li>4. Pengembangan produk</li> </ol>	<p>Yenni Sugiarti (2020: 45)</p>
2	Pengetahuan kewirausahaan (X1)	<p>Pengetahuan kewirausahaan ialah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sebuah hal yang baru melalui berpikir kreatif dan berkelakuan inovatif, sehingga dapat membuat ide-ide atau peluang dan bisa dimanfaatkan dengan baik</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan dasar Kewirausahaan</li> <li>2. Pengetahuan gagasan dan peluang usaha</li> <li>3. Pengetahuan mengenai aspek-aspek usaha</li> </ol>	<p>Andi (2018:4)</p>
3	Lokasi usaha (X2)	<p>Lokasi usaha ialah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Akses</li> <li>3.2. Lalu lintas</li> <li>3.3. Tempat parkir</li> </ol>	<p>Marfuah (2019: 188)</p>

		kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mementingkan segi ekonomi.	3.4. Lingkungan	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------	-----------------	--

Sumber: Data Olahan 2023

### 3.8 Analisis Data

Metode analisis dilakukan untuk mengukur variable-variable dalam penelitian ini yang akan dilakukan menggunakan SPSS dengan cara memasukkan hasil dari operasional variable yang akan di uji. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrumen pengukuran yang digunakan, artinya mampu mengungkapkan apa yang akan diukur. Suatu instrumen berupa kuesioner yang diberikan kepada responden. Data tersebut dapat dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur.

Sehingga pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *uji correlate*. Melalui *uji correlate* ini peneliti menggunakan program *SPSS 25 for windows* untuk mengolah data. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara menilai korelasi antara butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, dan dikatakan valid jika terdapat korelasi positif, diharapkan nilai korelasi  $r$  lebih besar dari 0.30 atau nilai Corrected Indicator-Total Correlation pada output SPSS lebih besar dari 0.

#### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data cenderung tidak berbeda (sama). Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dengan *Caraone Shot* atau pengukuran sekali yaitu pengukurannya hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0.60$ .

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pada analisis regresi terdapat pengujian asumsi yang dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi memiliki ketepatan dalam penduga tak bias dan konsisten. Uji asumsi ini merupakan jenis uji yang diterapkan terhadap residualnya. Model regresi yang dibentuk didasarkan untuk meminimumkan jumlah kuadrat *error*, sehingga residual (sisaan) harus memenuhi asumsi sebagai berikut:

- Identik : memiliki varian yang konstan
- Independen (saling bebas) : tidak ada autokorelasi antar residual
- Berdistribusi Normal : dilihat dari plot kenormalan dan histogram data.

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yakni dengan membandingkan nilai Jarque Bera dengan  $X^2$  tabel. Kalau nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka data disebutkan berdistribusi normal. Adapun kalau nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka data disebutkan tidak berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov.

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Korelasi yang besar antar *variable predictor* sehingga menyebabkan adanya predictor yang saling mempengaruhi predictor lainnya dinamakan multi-kolinieritas. Jika kasus ini terjadi dalam regresi linier, maka akan terjadi *overweight*. Untuk melihat adanya multi-kolinieritas tersebut dapat digunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan rumus sebagai berikut:

$$VIF_i = \frac{1}{1 - R^2_i}$$

Dimana,

- $VIF = 1$  mengindikasikan tidak ada korelasi yang signifikan antar *variable* peredektor.
- $VIF > 1$  mengidikasikan bahwa ada korelasi antar *variable* prediktor
- $VIF > 5 - 10$  mengindikasikan bahwa ada salah satu variabel *predictor* merupakan fungsi dari *variable* prediktor yang lain.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Menurut Ghazali (2013) “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain”. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

### 3.8.4 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis regresi dengan banyak peubah prediktor. Analisis regresi berganda memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memasukan lebih dari satu *variable* prediktor hingga  $p$  variabel predictor dimana banyak-nya  $p$  kurang dari jumlah observasi ( $n$ ). Regresi linier berganda dipakai untuk mengukur dua variabel independen ( $X$ ) atau lebih terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Persamaan dalam analisis regresi moderasi adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Regresi linier berganda dipakai dalam penelitian ini karena penelitian ini memakai 2 variabel independen yaitu pengetahuan kewirausahaan (PK) dan lokasi usaha (LU). Persamaan regresi dalam penelitian ini bisa dirumuskan pada bawah ini :

$$DS = a + \beta_1 PK + \beta_2 LU + e$$

Keterangan:

DS : daya saing

PK : pengetahuan kewirausahaan

LU : lokasi usaha

a : konstanta

b1, b2 : koefisien regresi variabel independen

e : koefisien *error*

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Pengujian model MRA pada penelitian ini dilakukan dimultan dengan melakukan uji signifikansi Uji F dan Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t). Pengujian hipotesis spesifik dilakukan dengan mengevaluasi pengaruh variabel independen secara individu melalui Uji t. Keputusan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

#### 3.8.5.1 Uji F

Uji f merupakan uji terhadap nilai-nilai koefisien regresi (b) secara bersama-sama atau keseluruhan dengan hipotesa:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0$$

$$H_1: \text{Minimal ada 1 } \beta \neq 0$$

Statistik uji yang dipakai untuk melakukan uji serentak ini adalah statistik uji Statistik Uji F untuk mencari F hitung:

$$F_{hitung} = \left( \frac{JKR}{k} \right) \times \left( \frac{JKG}{(n - k - 1)} \right)$$

Dimana:

JKR : Jumlah Kuadrat Regresi

JKG : Jumlah Kuadrat Galat

k : Banyaknya peubah penjelas

n : Banyaknya data

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} (k; n-k-1; \alpha)$  atau  $p\text{-value} < \alpha$ , maka **tolak  $H_0$** . Interpretasinya adalah bahwa minimal ada satu dari peubah penjelas yang berpengaruh nyata terhadap peubah respon. Kesimpulan tersebut mengindikasikan bahwa peubah penjelas berpengaruh secara brsamaan terhadap respon.

#### 3.8.5.2 Uji t Parsial

Jika hasil pada uji serentak (uji t) menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak, maka perlu dilakukan uji individu atau uji satu-satu prediktor mana yang

benar-benar berpengaruh nyata. Hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_1: \beta_i \neq 0$$

Untuk pengujian ini digunakan statistik uji t. Rumusan untuk mencari nilai t hitung:

$$t_{hitung} = \left( \frac{b_i - \beta_i}{Sb_i} \right)$$

Dimana:

$b_i$  : Dugaan koefisien regresi ke - i

$\beta_i$  : Parameter regresi ke -i yang di hipotesiskan

$Sb_i$  : Simpangan baku dari  $b_i$

Jika (nilai mutlak)  $|t_{hitung}| > t_{tabel} (\alpha/2; n-k-1)$  atau nilai *p-value* < *alpha*, maka tolak  $H_0$ . Interpretasi hasil memaknai kesimpulan bahwa peubah penjelas ke-*i* berpengaruh nyata terhadap peubah respon.

### 3.8.5.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipakai untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi mempunyai interval antara 0 sampai dengan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati angka 1 merupakan model regresi yang bagus karena hampir seluruh variabel yang digunakan bisa menjelaskan variasi variabel terikat yang dipakai.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sebuah istilah yang mengacu pada usaha berskala kecil yang memiliki kekayaan bersih maksimal sekitar Rp200.000.000, belum termasuk tanah dan bangunan. UMKM merupakan salah satu contoh dari badan usaha perseorangan dimana didirikan dan dimiliki oleh satu orang saja.

Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998, UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dimana tipe bidang usahanya bersifat heterogen serta perlu dilindungi oleh pemerintah untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM makanan dan minuman di sekitar UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan Semarang yang beralamatkan di Jalan Prof. Hamka, Ngaliyan, Kota Semarang 50185, Jawa Tengah, Indonesia.

#### 4.2 Deskripsi Penelitian

Pada analisis pendahuluan ini akan dideskripsikan indikator empirik dari konsep-konsep penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah disebar kepada responden. Dalam analisis pendahuluan ini peneliti menyampaikan karakteristik responden berupa umur dan jenis kelamin, selain itu dalam penelitian ini menggunakan teknik uji validitas dan uji reliabilitas dengan tujuan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid dan reliabel, sehingga kuesioner layak atau tidak untuk digunakan dalam analisis lanjutan. Selanjutnya deskripsi karakteristik responden dijabarkan sebagai berikut:

##### 4.2.1 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

###### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1** Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	71	46,4
Perempuan	82	53,6
Jumlah	153	100

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, diketahui terdapat 82 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 53,6% dan 71 responden berjenis kelamin laki-

laki dengan persentase 46,4% dari total jumlah responden. Dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha mikro makanan dan minuman di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan berjenis kelamin perempuan.

#### b. Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2** Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
20-35 Tahun	140	91,5
36-50 Tahun	11	7,2
>50 Tahun	2	1.3
Jumlah	153	100

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, rentang usia responden pemilik UMKM didominasi oleh rentang usia 20-35 tahun yaitu sebanyak 140 responden (91,5%), selanjutnya responden berusia 36-50 tahun sebanyak 11 responden (7,2%) dan hanya 2 responden (1,3%) berusia > 50 tahun.

### 4.3 Uji Instrumen Penelitian

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner. Pada penghitungan uji validitas data dilakukan dengan cara mengkorelasikan hasil pernyataan dengan jumlah skor total pada setiap variabel penelitian. Penghitungan validitas dengan uji *Correlate* menggunakan bantuan program *SPSS 25 for windows*. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dinyatakan valid. sebaliknya, apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dinyatakan tidak valid.

Adapun nilai r tabel sebesar 0,312 yang diperoleh dari rumus  $Df = n - 2 = 153 - 2 = 151$  dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan terhadap item kuisioner Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Lokasi Usaha (X2), dan Daya Saing (Y) yang total berjumlah 30 butir item pernyataan. Adapun hasil uji validitas diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

**Tabel 4.3** Hasil Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.P1	0,657	0,1587	Valid
X1.P2	0,506	0,1587	Valid
X1.P3	0,377	0,1587	Valid
X1.P4	0,449	0,1587	Valid
X1.P5	0,635	0,1587	Valid
X1.P6	0,543	0,1587	Valid
X1.P7	0,575	0,1587	Valid
X1.P8	0,603	0,1587	Valid
X1.P9	0,625	0,1587	Valid
X1.P10	0,587	0,1587	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Kesimpulan ini dihasilkan dari perbandingan nilai  $r_{hitung}$  masing-masing item pernyataan variabel Pengetahuan kewirausahaan (X1) dengan nilai  $r_{tabel}$  tidak ditemukan nilai  $r_{hitung}$  yang lebih rendah dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,1587. Hal ini berarti  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  sehingga dapat dianggap semua item pernyataan pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) adalah valid.

b. Variabel Lokasi Usaha (X2)

**Tabel 4.4** Hasil Uji Validitas Lokasi Usaha (X2)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.P1	0,474	0,1587	Valid
X2.P2	0,450	0,1587	Valid
X2.P3	0,545	0,1587	Valid
X2.P4	0,470	0,1587	Valid
X2.P5	0,431	0,1587	Valid
X2.P6	0,568	0,1587	Valid
X2.P7	0,597	0,1587	Valid
X2.P8	0,491	0,1587	Valid
X2.P9	0,448	0,1587	Valid
X2.P10	0,467	0,1587	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Kesimpulan ini dihasilkan dari perbandingan nilai  $r_{hitung}$  masing-masing item pernyataan variabel Lokasi Usaha (X2) dengan nilai  $r_{tabel}$  tidak ditemukan nilai  $r_{hitung}$  yang lebih rendah dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,1587. Hal ini berarti  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  sehingga dapat dianggap semua item pernyataan pada variabel Lokasi Usaha (X2) adalah valid.

c. Variabel Kemampuan Daya Saing (Y)

**Tabel 4.5** Hasil Uji Validitas Daya Saing (Y)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.P1	0,527	0,1587	Valid
Y.P2	0,407	0,1587	Valid
Y.P3	0,508	0,1587	Valid
Y.P4	0,457	0,1587	Valid
Y.P5	0,413	0,1587	Valid
Y.P6	0,386	0,1587	Valid
Y.P7	0,516	0,1587	Valid
Y.P8	0,499	0,1587	Valid
Y.P9	0,558	0,1587	Valid
Y.P10	0,561	0,1587	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Kesimpulan ini dihasilkan dari perbandingan nilai  $r_{hitung}$  masing-masing item pernyataan variabel Daya Saing (Y) dengan nilai  $r_{tabel}$  tidak ditemukan nilai  $r_{hitung}$  yang lebih rendah dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 1,587. Hal ini berarti  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  sehingga dapat dianggap semua item pernyataan pada variabel Daya Saing (Y) adalah valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Penghitungan uji reliabilitas data dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran yang dilakukan tetap konsisten apabila digunakan beberapa kali untuk

mengukur gejala yang sama dan juga pengukuran yang serupa. Uji reliabilitas dilakukan dengan menguji konsisten dari item pernyataan pada kuisioner variabel citra merek (X1), produk (X2), harga (X3) dan keputusan pembelian (Y). Item pertanyaan pada variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60. Hasil uji reliabilitas dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6** Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alfa	Batas Kritis	Keterangan
1.	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0,755	0,60	Reliabel
2.	Lokasi Usaha (X2)	0,621	0,60	Reliabel
3.	Daya Saing (Y)	0,609	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa pernyataan dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) mendapat nilai cronbach alfa sebesar 0,755, Lokasi Penelitian (X2) mendapat nilai cronbach alfa sebesar 0,621, dan Daya Saing (Y) mendapat nilai cronbach alfa sebesar 0,609. Kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila nilai koefisien cronbach alfa > 0,60 maka dinyatakan reliabel. Dari hasil uraian di atas tidak ditemukan nilai cronbach alfa lebih kecil dari 0,60, sehingga disimpulkan item kuisioner dalam penelitian ini adalah handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diteliti memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pengukurannya yang dipakai ialah melakukan perbandingan dari nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* bernilai *alpha* yang ditetapkan sekitar 5%. Data bisa dinyatakan terdistribusi normal apabila angka *Asymp. Sig (2- Tailed)* diatas dari pada 0,05. Berikut pengukuran dari uji normalitasnya memakai *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* (K-S) dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.7** Hasil Uji Normalitas One Sample K-S

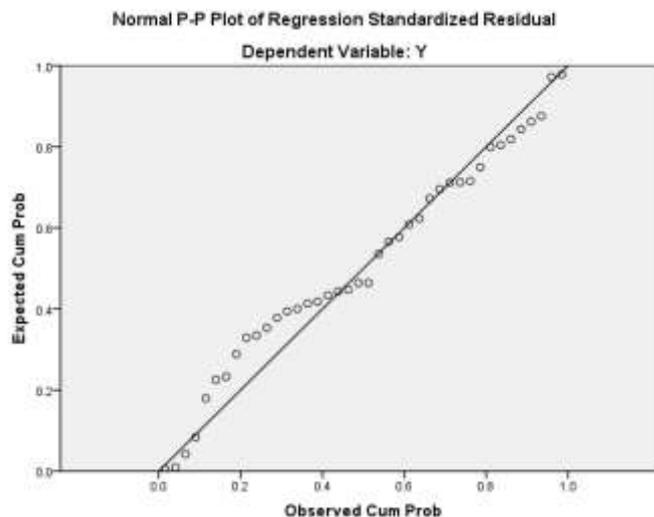
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	153

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15945080
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.032
Test Statistic		.948
Asymp. Sig. (2-tailed)		.330
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa pada kolom *kolmogorov-smirnov* dapat diketahui nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,330. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Selain itu, data dapat dinyatakan berdistribusi normal jika data *ploting* (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Berikut ini grafik hasil uji normalitas pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4.1** P-Plot Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik *ploting* yang terdapat pada gambar mengikuti atau mendekati garis diagonalnya. Oleh karena itu, uji normalitas menggunakan teknik *probability plot* dapat disimpulkan berdistribusi normal.

#### 4.3.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat pengujian kolerasi antar variabel bebas (*independent*) dalam dalam model regresi yang hubungan linearnya sempurna atau mendekati sempurna. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas

sehingga model regresi tidak dapat digunakan. Cara menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Dengan kriteria nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.8** Hasil Uji Multikolinearitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.678	1.475
	X2	.678	1.475
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) sebesar 0,678, Lokasi Usaha (X2) sebesar 0,678 > 0,10. Selanjutnya, nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) sebesar 1,475, Lokasi Usaha (X2) sebesar 1,475 < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar semua variabel bebas dalam model regresi yang dibentuk.

#### 4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan *variance* dari suatu residual ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik, maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Adapun dasar-dasar untuk menguji heteroskedastisitas dengan uji Glejser apabila nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 dapat dinyatakan tidak terjadi gejala

heterokedastisitas dan apabila nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan terjadi gejala heterokedastisitas.

**Tabel 4.9** Hasil Uji Heterokedastisitas (Glejser)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	5.575	1.461	3.15	.000
	X1	-.124	.038	-.243	.051
	X2	.037	.035	1.058	.292

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,051 lebih besar dari 0.05 ( $0,051 > 0.05$ ), variabel Lokasi Usaha (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,292 > 0.05$ . Dengan demikian dapat dianggap tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

#### **4.4 Analisis Lanjutan**

Dalam penelitian ini, tahap analisis lanjutan yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan tujuan menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

##### **4.4.1 Regresi Linear Berganda**

Model regresi berganda yaitu metode statistik yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti melakukan analisis dengan regresi linear berganda

menggunakan SPSS for Windows Version 25. Setelah melakukan analisis regresi linier berganda, maka diperoleh output di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 4.10** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.097	2.362		5.121	.000
	X1	.470	.062	.523	7.620	.000
	X2	.233	.057	.283	4.118	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat disusun model regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 12.097 + 0,470PK + 0,233LU + e$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksikan (Daya Saing)

a = konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Pengetahuan Kewirausahaan

X<sub>1</sub> = Nilai variabel Pengetahuan Kewirausahaan

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Lokasi Usaha

X<sub>2</sub> = Nilai variabel Lokasi Usaha

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 12,097 diartikan bahwa apabila variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X<sub>1</sub>), Lokasi Usaha (X<sub>2</sub>) tidak dimasukkan pada Efektivitas SIA memiliki nilai sebesar 12,097.
2. Koefisien regresi variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,470. Hal ini menandakan positif, artinya jika variabel Pengetahuan Kewirausahaan dikaitkan dalam hal ini maka Daya Saing UMKM juga akan mengalami peningkatan dalam skala likest dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap atau konstan.

- Koefisien regresi variabel Lokasi Usaha (X2) sebesar 0,233. Hal ini menandakan positif, artinya jika variabel Lokasi Usaha ditingkatkan dalam hal ini indikator Daya Saing UMKM juga akan mengalami peningkatan sebesar 23,3% dalam skala liket dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap atau konstan.

#### 4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependen*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji koefisien determinasi adalah jika nilai R<sup>2</sup> semakin mendekati angka 1 maka pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap *dependen* semakin kuat, dan begitupun sebaliknya. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.11** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 <sup>a</sup>	.521	.515	2.174
a. Predictors: (Constant), X1, X2				

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, diketahui nilai Adjust R Square sebesar 0,521 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat sebanyak 52,1% besar persentase variabel *dependen* Daya Saing (Y) UMKM dipengaruhi oleh variabel *independent* Pengetahuan Kewirausahaan (X1), dan Lokasi Usaha (X2). Sedangkan sisanya sebesar 48,5% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

## 4.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel *independen* secara individual dalam menjelaskan variabel *dependen*. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) 95% atau taraf signifikansi 0,05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi dan perbandingan nilai antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima. Dan apabila nilai probabilitas signifikansi

$> 0,05$  atau nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka hipotesis ditolak. Hasil uji  $t$  dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.12** Hasil Uji  $t$  (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.097	2.362		5.121	.000
	X1	.470	.062	.523	7.620	.000
	X2	.233	.057	.283	4.118	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah 2023

Untuk menentukan nilai  $t$  tabel yaitu pertama menentukan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) yang dibagi dua karena pada uji  $t$  melakukan pengujian dua arah ( $\alpha$ ) =  $(0.05/2) = (0.025)$ . Kedua yaitu menentukan derajat bebas ( $df$ ) dengan cara jumlah responden ( $n$ ) dikurangi dengan jumlah variabel bebas,  $df = n-k-1 = 153-2-1 = 150$ . Hal ini berarti jika dilihat pada distribusi  $t$  tabel dapat dilihat pada kolom signifikansi  $0,025$  dan  $df$  pada kolom  $36$  dengan nilai  $t$  tabel sebesar  $1,9759$ . Adapun penjelasan hasil dari uji  $t$  diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel yaitu  $7,620 > 1,9759$  dan memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya Pengetahuan Keirausahaan berpengaruh terhadap daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan. Dengan demikian dapat disimpulkan  $H_{a1}$  diterima.
2. Variabel Lokasi Usaha ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel yaitu  $4,118 > 1,9759$  dan memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya Lokasi Usaha berpengaruh terhadap daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan. Dengan demikian dapat disimpulkan  $H_{a2}$  diterima.

#### 4.5.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (Pengetahuan kewirausahaan dan Lokasi Usaha) memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Daya Saing). Adapun dasar pengambilan keputusan uji  $f$  yaitu

apabila nilai signifikansi  $F < 0,05$  atau jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka memiliki pengaruh secara simultan. Dan sebaliknya apabila nilai signifikansi  $F > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak memiliki pengaruh secara simultan.

**Tabel 4.13** Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.307	2	385.654	81.613	.000 <sup>b</sup>
	Residual	708.811	150	4.725		
	Total	1480.118	152			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X1, X2						

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, didapatkan nilai f hitung sebesar 81,613. Sedangkan untuk dapat mengetahui nilai f tabel maka digunakan rumus sebagai berikut: **df1 = k-1 atau 2-1 = 1, dan df2 = n-k atau 153 -2= 151**. Hal ini berarti nilai f tabel dapat dilihat pada distribusi probabilitas 5% (0,05), df pembilang kolom 1 dan df penyebut pada kolom 151 dengan hasil nilai f tabel sebesar 3,90.

Selanjutnya, dilakukan perbandingan antara nilai f hitung dengan nilai f tabel (81,613 > 3,90) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, Pengetahuan Kewirausahaan (X1) dan Lokasi usaha (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing UMKM (Y) di di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Daya Saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai t tabel yaitu  $7,620 > 1,9759$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing UMKM di di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing (Suryana, 2014). UMKM perlu memiliki pengetahuan dalam menjalankan usahanya untuk menambah kualitas dan mencapai keberhasilan usaha. Dengan pengetahuan yang

baik seorang pelaku UMKM akan mampu berinovasi dan memiliki kreativitas untuk meningkatkan kualitas produknya. Hal ini memiliki pengaruh yang cukup besar pada inovasi yang dilakukan para pemilik usaha untuk kemajuan usahanya. Semakin tinggi tingkat kreativitas para pemilik usaha, maka semakin tinggi pula tingkat daya saing yang dimiliki pelaku usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Salah satu indikator keberhasilan usaha adalah daya saing.

Seorang pelaku UMKM yang memiliki ilmu pengetahuan yang baik tentang kewirausahaan akan terus meningkatkan kualitas produk dan usahanya. Dengan adanya peningkatan ini tentunya akan meningkatkan daya saing yang dimiliki oleh UMKM tersebut. Sebab pelaku UMKM akan terus berinovasi dan berusaha menggali informasi untuk mengikuti pasar sehingga akan mampu terus bersaing dengan UMKM lainnya.

#### **4.6.2 Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Daya Saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan**

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai t tabel yaitu  $4,118 > 1,9759$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap signifikansi terhadap Daya Saing UMKM di di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.

Pemilihan lokasi usaha secara efektif berarti menghindari risiko negatif seminimal mungkin atau dengan kata lain mendapatkan lokasi yang memiliki risiko positif paling maksimal. Pemilihan lokasi juga akan berdampak pada biaya-biaya yang muncul dikemudian hari akibat telah dipilihnya suatu daerah/ lokasi sebagai tempat usaha (Fu'ad, 2015).

Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiana, 2020 yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha ini salah satunya adalah daya saing yang baik dari usaha tersebut.

Lokasi usaha di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan adalah lokasi yang strategis sebab banyak konsumen mahasiswa dari UIN yang menjadi target pasar UMKM makanan dan minuman. Lokasi usaha yang strategis ini dapat meningkatkan

daya saing UMKM hal ini karena pelanggan lebih mudah menjangkau dan mengetahui lokasi usaha sehingga dari waktu ke waktu daya saing usaha yang strategis lebih baik.

#### **4.6.3 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Daya Saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.**

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $f$  hitung dengan nilai  $f$  tabel ( $1,613 > 3,90$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_1$ ), Lokasi Usaha ( $X_2$ ), secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing UMKM ( $Y$ ) di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan.

Pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu. Dengan pengetahuan, akan memungkinkan terbentuknya suatu barang dan cara yang baru atau mungkin juga barang yang berbeda. Sumber pengetahuan atau informasi pelajaran bersumber dari: buku sumber, guru, masyarakat, dan media pelajaran (Hisrich, 2013).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2019) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan tentang kewirausahaan, lokasi usaha dan kreatifitas pengusaha berpengaruh secara bersama-sama terhadap kemampuan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM). Pengetahuan kewirausahaan yang didukung oleh lokasi usaha yang strategis dapat meningkatkan daya saing usaha. Sebab kedua variabel tersebut adalah dasar yang penting dalam sebuah usaha. Dengan pengetahuan yang baik tentang usaha pelaku usaha akan terus berusaha berkembang mengikuti keinginan dan permintaan pasar, menjadi fleksibel sehingga dapat bersaing meskipun jaman terus berkembang. Ditambah dengan lokasi yang strategis seperti mudah dijangkau dan berada dilokasi yang ramai akan mendukung inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pengusaha. Oleh karena itu pengetahuan dan lokasi usaha secara bersama-sama dapat meningkatkan daya saing UMKM.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan dengan nilai t hitung sebesar  $7,620 > 1,9759$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$
2. Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan dengan nilai t hitung sebesar  $4,118 > 1,9759$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$
3. Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing UMKM di sekitar kampus UIN Walisongo Kecamatan Ngaliyan dengan nilai f hitung sebesar  $81,613 > 3,90$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$

#### **5.2 Saran**

Didasarkan pada uraian kesimpulan sebelumnya, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi pelaku UMKM diharapkan senantiasa meningkatkan tentang pengetahuannya tentang kewirausahaan, mengupdate ilmunya terkait usaha dan meningkatkan modifikasi produk agar dapat bersaing dengan UMKM lain di era globalisasi ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah atau memperluas Usaha dan variabel yang diteliti sehingga dapat membandingkan bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi Daya saing pada jenis usaha yang satu dengan yang lainnya.
3. Bagi masyarakat diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan pengetahuan tentang kewirausahaan terutama UMKM Makanan dan minuman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Qurratul, and Farah Oktafani. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 2 (2020): 151–159.
- Anoraga, P., & Soegiastuti, J. *Pengantar Bisnis Modern*. PT. Dunia Pustaka Jaya, 1996.
- Badan Pusat Statistik. "Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah)." *Bps.Go.Id*. <https://www.bps.go.id/indicator/13/1070/1/realisasi-pendapatan-negara.html>.
- Clark, Tim, Alexander Osterwalder, and Yves Pigneur. *Business Model You: A One-Page Method For Reinventing Your Career*. Wiley, 2012.
- D, Ginanjar. "Optimis Bisnis Kuliner Bertahan Saat Pandemi Covid-19." *JawaPos.com*, 2020. <https://www.jawapos.com/surabaya/21/11/2020/optimistis-bisnis-kuliner-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>.
- Delia, Mega Sandy, Reva Dwina Sefira, and Andre Yulianto. "Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing:(Studi Kasus Pada Toserba Borma Majalaya)." *E-Jurnal Equilibrium Manajemen* 6, no. 2 (2020): 28–38.
- Ependi, Arfan, and Beni Suhendra Winarso. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan." Universitas Ahmad Dahlan, 2019.
- F. Reza, F, Budi Santoso, and Eka Dewi. "Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Mini Market Di Mutiara Mart Rowotengah Jember." *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 2 (2020): 301–307.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hendrawan, Josia Sanchaya, and Hani Sirine. "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)." *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 2, no. 3 (2017): 291–314.
- Indriyani, Ika, and Subowo. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficac." *Economic Education Analysis Journal* 8, no. 2 (2019): 470–484.
- Jackson, Andy, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. "EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KAISAR ORGANIZER DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS." *AGORA* 3, no. 2 (2015): 302–305. <https://media.neliti.com/media/publications/36423-ID-evaluasi-dan-perancangan-model-bisnis-pada-kaisar-organizer-dengan-business-mode.pdf>.
- Jumady, Edy, and Yana Fajriah. "Green Supply Chain Management: Mediasi Daya Saing Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur." *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 8, no. 1 (2020).
- Krisdayanto, Iqbal, Andi Tri Haryono, and Edward Gagah. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan." *Journal of Management* 4 (2018).
- Limanseto, Haryo. "UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia." *Kemenkopukm.Go.Id*. Jakarta, 2021. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>.

- Lokman, Lucano Giovanni, Devi Kristianto, and Monika Kristanti. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Imperial Lamian Tunjungan Plaza Surabaya." *Hospitality dan Manajemen Jasa* 2, no. 1 (2014): 1–15. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1466/1323>.
- Lubis, Imam. "Pelatihan Organisasi, Kepemimpinan, Dan Kewirausahaan Karang Taruna Kecamatan Pondok Cabe Udik." *Indonesian Journal of Society Engagement* 1, no. 1 (2020): 39–58.
- Marfuah, Siti Turyani, and Sri Hartiyah. "Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Wonosobo)." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 1, no. 1 (2019): 183–195.
- Maulana, Yogi Sugiarto. "PEMILIHAN LOKASI PABRIK PT SUNG CHANG INDONESIA Yogi Sugiarto Maulana Sung Chang Indonesia Memilih Kota Diantaranya Menurut Richard L Daft." *Jurnal ADBIS* 2, no. 2 (2018): 211–222.
- Notoatmodjo, S. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Nugraha, Dimas Waraditya. "Pendapatan Negara Dari Pemanfaatan Aset Merosot Karena Pandemi Covid-19." *Kompas.Id*. Jakarta, 2022. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/03/18/pendapatan-negara-dari-pemanfaatan-aset-merosot-karena-pandemi-covid-19>.
- Nur, Muhammad, and Hamid Mukhlis. "Kualitas Hidup Ditinjau Dari Pengetahuan Keluarga Tentang Perawatan Lansia." *Indonesia Berdaya* 1, no. 1 (2020): 15–22.
- Prasetyo, E. "Peran Strategis Kewirausahaan Dalam Mendukung Kebijakan Four Track Strategy Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Optimum* 10 (2020): 1–15.
- Pratama, Satya Artha, Abdul Wahid Mahsuni, and Siti Aminah Anwar. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Peluang Kerja Dibidang Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha." *e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 9, no. 8 (2020): 43–53. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8476/7039>.
- Purnamasari, Ikaa, and Anisa Ell Raharyani. "Tingkat Pengetahuan Dan Perilaku Masyarakat Kabupaten Wonosobo Tentang Covid-19." *Jurnal Ilmiah Kesehatan* 10, no. 1 (2020): 33–42.
- Putra, Erik Rif'ad Hendra, and Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung Di PT Panin Dubai Syariah Bank." *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2018): 1–17.
- Putra, Gema Setya Anggara, and Noveri Maulana. "Strategi Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Indonesia: Studi Kasus Pengembangan Klaster Industri Alas Kaki Kecamatan Tamansari, Bogor." *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 2 (2018): 97–109.
- Rahmah, Itsnaini, M. Elfan Kaukab, and Wiji Yuwono. "Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM." *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 2 (2020): 30–50.
- Reza, F., Budi Santoso, and Eka Dewi. "Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Mini Market Di Mutiara Mart Rowotengah Jember." *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 2 (2020): 301–307.

- Rianda, Dima, Kuncorisidi Kuncorisidi, and Mutqi Sopiawadi. "Descriptive Analysis Of Factors That Influence Location Determination Of Pt Yakult Factory Seremban Malaysia." *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)* 17 (2020): 1–13.
- Saerang, Regina T. "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM (Food & Beverage) Di Kota Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020).
- Santoso, Fattah Setiawan. "Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam." *Nuansa Akademik Jurnal Pembangunan Masyarakat* 5, no. 1 (2020): 13–22.
- Saragih, Rintan. "Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial." *Jurnal Kewirausahaan* 3, no. 2 (2017): 50–58. <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jk/article/view/21>.
- Sasongko, Dedy. "UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit." *Djkn.Kemenkeu.Go.Id*. Jakarta, 2020. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.
- Sugiarti, Yenny, Yenny Sari, and Mochammad Arbi Hadiyat. "PERANAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ( UMKM ) SAMBAL DI." *Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2020): 298–310.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukesih, Usman, Setia Budi, and Dian Nur Adkhana Sari. "Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Kesehatan Tentang Pencegahan Covid-19 Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Keperawatan dan Kebidanan* 11, no. 2 (2020): 258–264.
- Tan, Renan, and Word-of-mouth Marketing In. "Marketing Management in Turkey." *Marketing Management in Turkey* 25, no. 3 (2018): 179–182. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-78714-557-320181022/full/html>.
- Tarigan, Nova Astylia Br, and Rahmaddiansyah. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Kedelai Indonesia." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 5, no. 2 (2020): 130–142.
- Wijaya, Panji. "Implementasi Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.

## Lampiran 1. Kuisisioner

### KUISISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr.wb

Saya Nur'ain Intan Pratiwi (1605026142 mahasiswi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Usaha Kuliner di Sekitar Kampus UIN Walisongo) oleh karena itu di mohon kesediaan bapak/ibu untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini secara lengkap dan benar agar saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Atas ketersediaan dan waktunya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

#### Bagian 1

##### Identitas Responden

Isi pada bagian ini merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan identitas responden. Mohon di isi dengan lengkap dan benar pernyataan di bawah ini.

Nama Lengkap :  
Nomor Telepon :  
Jenis Kelamin :  
Umur :  
Nama UMKM :  
Lama Usaha Berdiri :  
Omset/bulan :

#### Bagian 2

Pilihlah jawaban yang anda anggap paling mewakili diri anda pada pilihan yang sudah di sediakan. Anda di perintahkan untuk memberikan opini atas pernyataan – pernyataan di bawah ini.

**SS : Sangat Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**S : Setuju**

**STS : Sangat Tidak Setuju**

**R : Ragu – Ragu**

## A. DAYA SAING

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya melakukan promosi besar-besaran untuk menarik minat pelanggan.					
2.	Saya meminimalisir pengeluaran guna mendapat keuntungan maximal.					
3.	Saya mempunyai produk yang unggul dengan harga lebih terjangkau dari pesaing.					
4.	Saya selalu melakukan inovasi produk untuk keberlangsungan usaha.					
5.	Saya selalu melakukan manipulatif terhadap produk pesaing agar menarik konsumen					
6.	Saya selalu memberikan pelayanan yang baik					
	Saya selalu melakukan pengembangan atau pembaharuan produk					
	Saya memiliki produk yang selalu diterima oleh konsumen					
	Saya dapat menjual produk melalui online (Grab food) maupun offline (secara langsung)					
	Saya dapat memenuhi permintaan konsumen jika menginginkan produk sekala besar/ banyak.					

## B. PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya memiliki pengetahuan manajemen yang akan memudahkan saya dalam menjalankan usaha.					
12.	Saya mengetahui jenis produk yang akan saya jual.					
13.	Saya selalu menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen.					
14.	Saya memiliki promosi dan strategi yang dapat meningkatkan penjualan produk					
15.	Saya mengetahui kebutuhan atau peluang usaha yang dibutuhkan konsumen					
16.	Saya selalu memiliki target dalam penjualan tiap bulan					
17.	Saya dapat menerima kritik dan saran orang lain agar dapat meningkatkan kualitas usaha.					
18	Saya memiliki kemampuan yang luas untuk memperkenalkan produk.					
19	Saya yakin uusaha saya dapat bersaing dengan competitor karena produk saya lebih unggul daripada yang lain.					
20.	Usaha saya terus mengalami peningkatan jumlah produk disetiap bulannya.					

## C. LOKASI USAHA

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
----	------------	----	---	---	----	-----

21.	Lokasi usaha saya sangat strategis dan dapat diakses oleh konsumen dengan mudah.					
22.	Lokasi Usaha saya sangat bersih sehingga menjamin kehiogienisan produk.					
23.	Lokasi usaha saya memiliki lahan parkir yang luas untuk memberikan kenyamanan konsumen..					
24.	Lokasi usaha saya berada pada lingkungan yang aman untuk kenyamanan konsumen.					
25.	Lokasi usaha saya berada ditengah keramaian.					
26.	Produk yang saya jual hanya satu satunya yang ada di lokasi usaha saya..					
27.	Produk yang saya jual sudah memiliki izin dan sertifikat halal					
28.	Lokasi usaha yang saya pilih sudah tepat untuk menjual produk usaha saya.					
29.	Lokasi usaha saya sangat nyaman dan terhindar dari tindakan kriminal					
30.	Lokai usaha saya tidak mendukung produk yang saya jual.					

## Lampiran 2. Daftar identitas responden

No	Nama Responden	Nama Usaha	Lama Usaha	Jenis Kelamin	Umur
1	Ahmad afifudin	Angkringan	3 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
2	Niken Ayu	MakNyak	5 Tahun	Perempuan	25 Tahun
3	Ardo	Bakso Malang Molagi	5 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
4	Nismut	Tahu Bakso Mantaap	2 Tahun	Perempuan	22 Tahun
5	Agung	Agung Barokah	5 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
6	Putri	Keropang	3 Tahun	Perempuan	24 Tahun
7	Edy Santoso	Pondok Accer	15 tahun	Laki-laki	50 Tahun
8	Lintang Salsabilla	Geprek Mbak Minul	7 Tahun	Perempuan	25 Tahun
9	Febry	Roti bakar	2 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
10	Rifka	kfood chingu	2 Tahun	Perempuan	23 Tahun
11	Muwafaqul	Angkringan Gerobak	2 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
12	Anto	Warung Kopipasti	3 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
13	Najib	415 Jaya	2 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
14	Kristina	Bakso Raksasa	2 Tahun	Perempuan	27 Tahun
15	Riza	Suarahatismg	2 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
16	Rani	Kripca Kripik Kaca	2 Tahun	Perempuan	23 Tahun
17	Ari	Keris (Kerang Krispi)	2 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
18	Ayu	Basreng Setan	2 Tahun	Perempuan	26 Tahun
19	Gia	Kentang Store	2 Tahun	Perempuan	28 Tahun
20	Fania	Bamboo	3 Tahun	Perempuan	26 Tahun
21	Putro	Wareg'e Pol	3 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
22	Junianatha	Geprek Remux	5 Tahun	Perempuan	28 Tahun

23	Fitria Rizky	Mochimoy	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
24	Aurelie	Los Granos de cafe	7 Tahun	Perempuan	24 Tahun
25	Shandy	Angkringan	3 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
26	Fara Fahira	Seblak Uhui	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
27	Abdan	Mr. O	2 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
28	Edy	Mas Edy	2 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
29	Putri A	Tela-tela dua putri	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
30	Henny	Dimsum	2 Tahun	Perempuan	44 Tahun
31	Farokhi	Angkringan	5 Tahun	Laki-laki	30 Tahun
32	Firda Savira	Dapur Sumeh	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
33	Mia Wati	Salad Buah	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
34	Mahfuri	Kebab	3 Tahun	Laki-laki	23 Tahun
35	Eva	Warung Ibuk	5 Tahun	Perempuan	24 Tahun
36	Warjiman	Angkringan Arto Moro	3 Tahun	Laki-laki	60 Tahun
37	Puji	Roemah Korket 16	10 Tahun	Perempuan	52 Tahun
38	Reny Rachma	Sipsiphore.eat	2 Tahun	Perempuan	26 Tahun
39	Muhammad Idris	Dorokdok.id	5 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
40	Riri	Angkringan Yu Benguk	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
41	Wiwit Cahyatil	Nabeell Hijab	3 Tahun	Perempuan	24 Tahun
42	Sri Ratnasari	Warung Bu Sri	3 Tahun	Perempuan	30 Tahun
43	Muhamad Mahpudi	Telur Asin 99	3 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
44	Laksamana Bayu Ramadhan	Minuman Pop Ice	2 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
45	Doni	Berkah Deeprock	3 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
46	Resa Nurfalalah	Ayam Penyet	5 Tahun	Perempuan	25 Tahun
47	Tika Krisniani	Jajan dan	10 Tahun	Perempuan	31

		Minuman			Tahun
48	Marlina Anggraeni	Spesial Kepala Manyung	3 Tahun	Perempuan	23 Tahun
49	Adi Wijaya	Wr. Penyet Berkah	4 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
50	Irgi Pebriana	Madu Murni	2 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
51	Diana Rosalina	Aneka Gorengan	3 Tahun	Perempuan	25 Tahun
52	Tika Marliana	Nasi Kuning dan Nasi Rames	7 Tahun	Perempuan	34 Tahun
53	Siti Hamidah	Cathering	20 Tahun	Perempuan	45 Tahun
54	Irma Yuliana	UD. Witigna Pangan Sejahtera	6 Tahun	Perempuan	37 Tahun
55	Devi Sukmawati	Angkringan 929	3 Tahun	Perempuan	26 Tahun
56	Ida Rosida	Njenjemculinary	4 Tahun	Perempuan	36 Tahun
57	Johan	Warung Makan	2 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
58	Thia Sulistiani	Juas Buah dan Sosis Bakar	2 Tahun	Perempuan	28 Tahun
59	Tasya Febriyana Sari	Naya Snack	4 Tahun	Perempuan	29 Tahun
60	Rohimat Wijaya	Nasi pecel dan Rames	6 Tahun	Laki-laki	32 Tahun
61	Nawal Agustin	Bubur Kacang Ijo	5 Tahun	Perempuan	27 Tahun
62	Ziyan Pahrijal	Food And Drink EL AL	3 Tahun	Laki-laki	23 Tahun
63	Ali Ramadan	Soto Ayam	2 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
64	Fauzi Hidayat	Aneka Es Dan Aneka Jus	4 tahun	Laki-laki	24 Tahun
65	Akhmad Jumali	Ar Snack & Kriuk	5 Tahun	Laki-laki	35 Tahun
66	Ina Listiani	Bakso Kebok	3 Tahun	Perempuan	26 Tahun
67	Kiki Budu Harsono	Nasi Rames dan Gorengan	3 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
68	Dian Heryani	Teco Corner	2 Tahun	Perempuan	26 Tahun
69	Mustain	Izza Berkah Jaya	7 Tahun	Laki-laki	37 Tahun
70	Dzikri Sulaeman	Aneka Sate & Tahu Bacem	4 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
71	Diki Sutrisno	Ayam Geprek &	4 Tahun	Laki-laki	28

		Nasi Bungkus, Gorengan Dll			Tahun
72	Dede Siti Nurhasanah	Aneka Roti Bakar	2 Tahun	Laki-laki	34 Tahun
73	Akbar Adibrata	Aneka Ikan Bakar	2 Tahun	Laki-laki	22 Tahun
74	Muhamad Syahid	Warung Makan Sederhana	3 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
75	Kurniawan	Warung Makan	7 Tahun	Laki-laki	34 Tahun
76	Ebih Muhammad	Es Kuwud 11	3 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
77	Hayati	Warung Makan	9 Tahun	Perempuan	36 Tahun
78	Saepul Fahri	Jus Buah Dan Makanan Ringan	5 Tahun	Laki-laki	32 Tahun
79	Kusrianto	Aneka Kue Berkah	7 Tahun	Laki-laki	38 Tahun
80	Reza Alif Permana	Lotus Food And Beverages	2 tahun	Laki-laki	27 Tahun
81	Laeli Uti Sangadah	Sosis, Roti, Bakso Bakar	3 Tahun	Perempuan	27 Tahun
82	Erika Yuni Bastian	Jus Buah	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
83	Anissa Solihah	Nasi Goreng Bakmi	2 Tahun	Perempuan	23 Tahun
84	Neni Nuraeni	Angkringan Citra	2 Tahun	Perempuan	22 Tahun
85	Riska Amelia	Salad Buah, Susu Jelly	2 Tahun	Perempuan	23 Tahun
86	Asep Pariz Supriatna	Warung Makan	2 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
87	Peliah Wardani	Warung Makan ""Bahagia""	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
88	Lisa Julia	Onde Onde Basah	6 Tahun	Perempuan	32 Tahun
89	Saepul Fazri	Angkringan Bro	2 Tahun	Laki-laki	25 Tahun
90	Muhammad Fitran Ramadhan	Papeda Telur	4 Tahun	Laki-laki	30 Tahun
91	Riska Amelia	Ayam Goreng Kremes	2 Tahun	Perempuan	22 Tahun
92	Ani Rohayani	Kucingan ""Laris""	6 Tahun	Perempuan	35 Tahun
93	Bagas Budi Darmawan	Warung Jajan	4 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
94	Rizki Maulana Iskandar	Martabak	3 Tahun	Laki-laki	27 Tahun

95	Ihsan	Makaran	3 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
96	Ifan Fathurohman	Raja Pisang Anjasmoro	4 Tahun	Laki-laki	30 Tahun
97	Ferdiansyah	Bakery & Snack	2 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
98	Yuni Cristiany	Sambal Bandeng Goreng	8 Tahun	Perempuan	34 Tahun
99	Suci Fitriani	Wedangan Kopas	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
100	Ica Ainunisa	Aneka Jajan Pasar	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
101	Tiara Nazilah	Warung Makan	3 Tahun	Perempuan	26 Tahun
102	Siska Sisriyanti	Makanan Ringan Dan Minuman	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
103	Ayu Azhari	Nasi Kucing	3 Tahun	Perempuan	26 Tahun
104	Ernawati	Kuliner Masakan	4 Tahun	Perempuan	30 Tahun
105	Vera Monika	Warung Geprek	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
106	Fahrezi Sebriyan Syach Ramdhana	Tape Ketan Ijo	2 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
107	Yeyen Yulianti	Rumah Makan (Rames, Jus, Sempolan, Dll)	3 Tahun	Perempuan	23 Tahun
108	Dini Yulianti	Ice Cream B & D	2 Tahun	Perempuan	23 Tahun
109	Rahma Nur Sipa	Warung Makan	3 Tahun	Perempuan	27 Tahun
110	Fadli Muhamad Akbar	Siomay Shanghai	2 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
111	Doni Pratama	Ikan Asin Enak	2 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
112	Didim Setiawan	Penyetan Ayam Kremes	3 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
113	Deden Romansyah	Jus Buah	3 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
114	Catur Wahyu Wardani	Olahan Pangan	6 Tahun	Laki-laki	30 Tahun
115	Isnaeni Yulianti	Ayam Goreng Tepung	2 Tahun	Perempuan	29 Tahun
116	Alli Mutaqien	Nasi Goreng	7 Tahun	Laki-laki	34 Tahun
117	Dian Puspitasari	Aneka Mie	3 Tahun	Perempuan	30 Tahun

118	Ratna Setyawati	Mie Ayam Dan Minuman	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
119	Aldira Putra Pratama	Nasi Goreng	4 Tahun	Laki-laki	27 Tahun
120	Agis Permana	Lotus Chiken	2 Tahun	Laki-laki	23 Tahun
121	Siti Nuraeni	Warung Sayur Dan Jajanan	4 Tahun	Perempuan	31 Tahun
122	Carwina	Ayam Bakar & Penyetan	5 Tahun	Perempuan	36 Tahun
123	Titi Nurjanah	Es Boba	2 Tahun	Perempuan	28 Tahun
124	Zaki Mubarak	Nasi Rames	2 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
125	Yusup supiana	Cafe Ki Demang	4 Tahun	Laki-laki	36 Tahun
126	Lucy Parwati	Jajanan Korea	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
127	Nurwakiah	Banana Cheese Crhispy & Ayam Geprek	3 Tahun	Perempuan	32 Tahun
128	Kiki Rizki Yunisari	Angkringan	2 Tahun	Perempuan	26 Tahun
129	Yoga Baskara	Bakso Cilok Mas Gondrong	3 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
130	Yasin Sumarlin	Sate Ayam	5 Tahun	Laki-laki	32 Tahun
131	Winda Ruswinda	Pecel Dan Penyet	2 Tahun	Perempuan	25 Tahun
132	Komariah Siti Salamah	Seblak Setan	2 Tahun	Perempuan	26 Tahun
133	Wardi	Aneka Snack	3 Tahun	Laki-laki	31 Tahun
134	Shafiya	Snack Laris	2 Tahun	Perempuan	22 Tahun
135	Wahyu Hidayat	Makanan Basah	4 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
136	Diyah Septia Ningsih	Spengo Corner	4 Tahun	Perempuan	28 Tahun
137	Wahidatul Iqrom	Wolunem Kopi	2 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
138	Fikri Dwi Kahfi	Nasi Goreng	2 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
139	Dhea Sariningsih	Mie Ayam Dan Bakso	5 Tahun	Perempuan	32 Tahun
140	Uus Sopian	Sate Ayam	7 Tahun	Laki-laki	30 Tahun
141	Adrian Febrian	Ikan Bakar	2 Tahun	Laki-laki	26 Tahun

142	Miranda Ayu D	Soto surabaya	2 Tahun	Perempuan	26 Tahun
143	Amirah Lathifah	Rumah makan ami	3 Tahun	Perempuan	26 Tahun
144	Arif	Doglong Store	2 Tahun	Laki-laki	26 Tahun
145	Hikmah E. A.	Seblak Hot	2 Tahun	Perempuan	23 Tahun
146	Muhammad Zulfan mauliddini	Sembako	5 Tahun	Laki-laki	24 Tahun
147	Chusna	Sanjaya	2 Tahun	Perempuan	24 Tahun
148	Oktavia winarti	Warung sultan	6 tahun	Perempuan	42 Tahun
149	Ivan rakhmanov magomed	Tahu gejrot dan susu sapi	3 Tahun	Laki-laki	23 Tahun
150	Nadia	Bakso Malang Molagi	3 Tahun	Perempuan	25 Tahun
151	Luthfi Anjaya	Teco Corner	4 Tahun	Laki-laki	28 Tahun
152	Lena Mariana	Dapur Uni Ona	5 Tahun	Perempuan	34 Tahun

### Lampiran 3. Uji Kelayakan Data

#### 1) Uji Validitas

##### a. Validitas X1. Pengetahuan Kewirausahaan

UJI VALIDITAS X1												
Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.175*	.189*	.136	.350*	.227*	.305*	.305*	.381*	.453**	.657**
	Sig. (2-tailed)		.030	.019	.093	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.2	Pearson Correlation	.175*	1	.252*	.238*	.254*	.363*	.232*	.321*	.131	.034	.506**
	Sig. (2-tailed)	.030		.002	.003	.002	.000	.004	.000	.105	.674	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.3	Pearson Correlation	.189*	.252*	1	.153	.036	.134	.254*	.160*	.137	-.005	.377**
	Sig. (2-tailed)	.019	.002		.059	.661	.099	.002	.048	.091	.954	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.4	Pearson Correlation	.136	.238*	.153	1	.192*	.231*	.140	.230*	.166*	.149	.449**
	Sig. (2-tailed)	.093	.003	.059		.017	.004	.084	.004	.040	.066	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.5	Pearson Correlation	.350*	.254*	.036	.192*	1	.319*	.285*	.327*	.406*	.285**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.661	.017		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

X1.6	Pearson Correlation	.227*	.363*	.134	.231*	.319*	1	.222*	.141	.135	.200*	.543*
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.099	.004	.000		.006	.082	.097	.013	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.7	Pearson Correlation	.305*	.232*	.254*	.140	.285*	.222*	1	.331*	.221*	.286*	.575*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.084	.000	.006		.000	.006	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.8	Pearson Correlation	.305*	.321*	.160*	.230*	.327*	.141	.331*	1	.396*	.224*	.603*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.048	.004	.000	.082	.000		.000	.005	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.9	Pearson Correlation	.381*	.131	.137	.166*	.406*	.135	.221*	.396*	1	.416*	.625*
	Sig. (2-tailed)	.000	.105	.091	.040	.000	.097	.006	.000		.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X1.10	Pearson Correlation	.453*	.034	-.005	.149	.285*	.200*	.286*	.224*	.416*	1	.587*
	Sig. (2-tailed)	.000	.674	.954	.066	.000	.013	.000	.005	.000		.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
TOTAL X1	Pearson Correlation	.657*	.506*	.377*	.449*	.635*	.543*	.575*	.603*	.625*	.587*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

**b. Validitas X2. Lokasi Usaha**

UJI VALIDITAS X2												
Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.079	.199*	.282*	.290*	.196	.188*	.252*	.300*	-.152	.474**
	Sig. (2-tailed)		.329	.014	.000	.000	.015	.020	.002	.000	.060	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.2	Pearson Correlation	.079	1	.160*	.200*	.137	.089	.209*	.309*	.188*	.192*	.450**
	Sig. (2-tailed)	.329		.048	.013	.090	.271	.010	.000	.020	.017	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.3	Pearson Correlation	.199*	.160*	1	.239*	.163*	.141	.419*	.291*	.240*	.076	.545**
	Sig. (2-tailed)	.014	.048		.003	.044	.082	.000	.000	.003	.351	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.4	Pearson Correlation	.282*	.200	.239*	1	.380*	.112	.146	.196*	.272*	-.011	.470**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.003		.000	.170	.073	.015	.001	.890	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.5	Pearson Correlation	.290*	.137	.163*	.380*	1	.138	.181*	.183*	.145	-.068	.431**
	Sig. (2-tailed)	.000	.090	.044	.000		.089	.026	.023	.074	.402	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

X2.6	Pearson Correlation	.196*	.089	.141	.112	.138	1	.177*	.011	.059	.255*	.568*
	Sig. (2-tailed)	.015	.271	.082	.170	.089		.028	.894	.466	.001	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.7	Pearson Correlation	.188*	.209*	.419*	.146	.181*	.177*	1	.337*	.229*	.177*	.597*
	Sig. (2-tailed)	.020	.010	.000	.073	.026	.028		.000	.004	.029	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.8	Pearson Correlation	.252*	.309*	.291*	.196*	.183*	.011	.337*	1	.060	.177*	.491*
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.015	.023	.894	.000		.458	.029	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.9	Pearson Correlation	.300*	.188*	.240*	.272*	.145	.059	.229*	.060	1	.005	.448*
	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.003	.001	.074	.466	.004	.458		.955	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
X2.10	Pearson Correlation	-.152	.192*	.076	-.011	-.068	.255*	.177*	.177*	.005	1	.467*
	Sig. (2-tailed)	.060	.017	.351	.890	.402	.001	.029	.029	.955		.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.474*	.450*	.545*	.470*	.431*	.568*	.597*	.491*	.448*	.467*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

c. Validitas Y. Daya Saing

UJI VALIDITAS Y												
Correlations												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.183*	.245**	.176*	.022	.062	.357**	.234**	.156	.224**	.527**
	Sig. (2-tailed)		.023	.002	.030	.785	.449	.000	.004	.054	.005	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.2	Pearson Correlation	.183*	1	.090	.068	.060	-	.074	.096	.215**	.090	.407**
	Sig. (2-tailed)	.023		.269	.401	.458	.665	.361	.236	.008	.270	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.3	Pearson Correlation	.245**	.090	1	.188*	-	.168*	.290**	.247**	.267**	.260**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.002	.269		.020	.658	.038	.000	.002	.001	.001	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.4	Pearson Correlation	.176*	.068	.188*	1	-	.130	.263**	.145	.190*	.238**	.457**
	Sig. (2-tailed)	.030	.401	.020		.972	.110	.001	.074	.019	.003	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.5	Pearson Correlation	.022	.060	-.036	-	1	.200*	-.044	.086	.104	.082	.413**
	Sig. (2-tailed)	.785	.458	.658	.972		.013	.593	.288	.199	.315	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.6	Pearson Correlation	.062	-	.168*	.130	.200*	1	.194*	.039	.114	.153	.386**
	Sig. (2-tailed)	.449	.665	.038	.110	.013		.016	.633	.160	.059	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

Y.7	Pearson Correlation	.357*	.074	.290*	.263*	-.044	.194*	1	.180*	.158	.230*	.516*
	Sig. (2-tailed)	.000	.361	.000	.001	.593	.016		.026	.051	.004	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.8	Pearson Correlation	.234*	.096	.247*	.145	.086	.039	.180*	1	.205*	.193*	.499*
	Sig. (2-tailed)	.004	.236	.002	.074	.288	.633	.026		.011	.017	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.9	Pearson Correlation	.156	.215*	.267*	.190*	.104	.114	.158	.205*	1	.326*	.558*
	Sig. (2-tailed)	.054	.008	.001	.019	.199	.160	.051	.011		.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Y.10	Pearson Correlation	.224*	.090	.260*	.238*	.082	.153	.230*	.193*	.326*	1	.561*
	Sig. (2-tailed)	.005	.270	.001	.003	.315	.059	.004	.017	.000		.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.527*	.407*	.508*	.457*	.413*	.386*	.516*	.499*	.558*	.561*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

## 2) Uji Realibitas

### a. Uji Reliabilitas X1 Pengetahuan Kewirausahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	10

### b. Uji Reliabilitas X2 Lokasi Usaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.621	10

### c. Uji Reliabilitas Y Daya Saing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.609	10

## Lampiran.4 Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		153
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15945080
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.032
Kolmogorov-Smirnov Z		.948
Asymp. Sig. (2-tailed)		.330
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

### b. Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.097	2.362		5.121	.000		
	X1	.470	.062	.523	7.620	.000	.678	1.475
	X2	.233	.057	.283	4.118	.000	.678	1.475
a. Dependent Variable: Y								

### c. Uji Heterokedastisitas (Glejser)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.575	1.461		3.815	.000
	X1	-.124	.038	-.310	-.243	.051
	X2	.037	.035	.101	1.058	.292
a. Dependent Variable: ABS_RES						

## Lampiran.5 Agresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

### 1) Uji Agresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.097	2.362		5.121	.000
	X1	.470	.062	.523	7.620	.000
	X2	.233	.057	.283	4.118	.000

a. Dependent Variable: Y

### 2) Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.097	2.362		5.121	.000
	X1	.470	.062	.523	7.620	.000
	X2	.233	.057	.283	4.118	.000

a. Dependent Variable: Y

### 3) Uji f

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.307	2	385.654	81.613	.000 <sup>a</sup>
	Residual	708.811	150	4.725		
	Total	1480.118	152			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

#### 4) Uji R

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 <sup>a</sup>	.521	.515	2.174
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Lampiran 6 . Tabel r, Tabel t, Tabel f

**Tabel r untuk df = 1 - 50**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

**Tabel r untuk df = 51 - 100**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.61650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21483
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17310
5		0.72669	1.47586	2.01505	2.57056	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94316	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89456	2.36462	2.99795	3.49946	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29661
10		0.69961	1.37216	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69740	1.36343	1.79586	2.20099	2.71606	3.10561	4.02470
12		0.69546	1.35622	1.78229	2.17881	2.66100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.61031	3.01226	3.85196
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.56449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.52248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.48349	2.92076	3.68615
17		0.68920	1.33336	1.73961	2.10982	2.44693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.41236	2.87844	3.61046
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.37946	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.34796	2.84534	3.55161
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.31765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.28832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.46967	2.80734	3.48490
24		0.68485	1.31784	1.71086	2.06390	2.48216	2.79694	3.46676
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47663	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77066	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38516
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44866	2.73846	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73326	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34006
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71946	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02438	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68486	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02106	2.42326	2.70446	3.30686

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68002	1.30254	1.65206	2.01954	2.42000	2.70110	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.65185	2.01800	2.41847	2.69807	3.29895
43	0.68074	1.30155	1.65167	2.01689	2.41625	2.69510	3.29689
44	0.68111	1.30109	1.65153	2.01537	2.41413	2.69226	3.29507
45	0.67996	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67956	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67915	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67874	1.29944	1.67722	2.01053	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67833	1.29907	1.67655	2.00936	2.40489	2.67995	3.26506
50	0.67793	1.29871	1.67591	2.00826	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67753	1.29837	1.67528	2.00720	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67714	1.29805	1.67468	2.00618	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67675	1.29773	1.67412	2.00520	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67636	1.29743	1.67358	2.00426	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67598	1.29713	1.67303	2.00334	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67560	1.29685	1.67252	2.00244	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67522	1.29658	1.67203	2.00157	2.39357	2.66487	3.23946
58	0.67484	1.29632	1.67155	2.00072	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67447	1.29607	1.67109	2.00000	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67410	1.29582	1.67065	1.99930	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67373	1.29558	1.67022	1.99862	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67337	1.29535	1.66980	1.99797	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67300	1.29513	1.66940	1.99734	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67264	1.29492	1.66901	1.99673	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67228	1.29471	1.66864	1.99614	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67192	1.29451	1.66827	1.99556	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67157	1.29432	1.66792	1.99501	2.38330	2.65122	3.21638
68	0.67121	1.29413	1.66757	1.99447	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67086	1.29394	1.66724	1.99395	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67051	1.29376	1.66691	1.99344	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67016	1.29359	1.66660	1.99294	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.66981	1.29342	1.66629	1.99246	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.66946	1.29326	1.66600	1.99200	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.66911	1.29310	1.66571	1.99154	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.66876	1.29294	1.66543	1.99110	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.66841	1.29279	1.66515	1.99067	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.66806	1.29264	1.66488	1.99025	2.37576	2.64120	3.19946
78	0.66771	1.29250	1.66462	1.98985	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.66736	1.29236	1.66437	1.98945	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.66701	1.29222	1.66412	1.98906	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66366	1.96969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.96932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.96896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.96861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66296	1.96827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.96793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.96761	2.36996	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.96729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.96696	2.36896	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.96667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.96636	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.96609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.96580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.96552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.96525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66086	1.96496	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.96472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.96447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.96422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.96397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66006	1.96373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.96350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65976	1.96326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.96304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.96282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.96260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.96238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65908	1.96217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.96197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.96177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.96157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.96137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.96116	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.96099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.96081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.96063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.96045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.96027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.96010	2.35809	2.61776	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.95993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 121 – 160)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.26659	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15095
122	0.67651	1.26653	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15036
123	0.67649	1.26647	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15011
124	0.67647	1.26642	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15026
125	0.67646	1.26636	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15071
126	0.67644	1.26631	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15017
127	0.67643	1.26625	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15066
128	0.67641	1.26620	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15012
129	0.67640	1.26615	1.65675	1.97852	2.35560	2.61446	3.15061
130	0.67638	1.26610	1.65666	1.97838	2.35537	2.61416	3.15011
131	0.67637	1.26605	1.65657	1.97824	2.35515	2.61386	3.15061
132	0.67635	1.26600	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15012
133	0.67634	1.26595	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15064
134	0.67633	1.26590	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15017
135	0.67631	1.26585	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15070
136	0.67630	1.26581	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15024
137	0.67628	1.26576	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.26572	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.26567	1.65589	1.97716	2.35347	2.61166	3.14989
140	0.67625	1.26563	1.65581	1.97703	2.35326	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.26558	1.65573	1.97689	2.35306	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.26554	1.65566	1.97676	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.26550	1.65558	1.97663	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.26546	1.65550	1.97650	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.26542	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.26538	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.26534	1.65529	1.97623	2.35198	2.60968	3.14660
148	0.67615	1.26530	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.26526	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.26522	1.65506	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.26518	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14506
152	0.67611	1.26515	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.26511	1.65487	1.97558	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.26507	1.65481	1.97548	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.26504	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.26500	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.26497	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.26493	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.26490	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14226
160	0.67603	1.26487	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67002	1.26603	1.65437	1.97481	2.34973	2.60071	3.14162
162	0.67001	1.26600	1.65431	1.97472	2.34959	2.60052	3.14130
163	0.67000	1.26677	1.65426	1.97402	2.34944	2.60033	3.14096
164	0.67599	1.26673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60014	3.14067
165	0.67596	1.26670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60095	3.14036
166	0.67597	1.26667	1.65406	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.26664	1.65403	1.97427	2.34886	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.26661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.26658	1.65382	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.26655	1.65367	1.97402	2.34846	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.26652	1.65361	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.26649	1.65370	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.26646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.26644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.26641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.26638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13716
177	0.67588	1.26635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13681
178	0.67587	1.26633	1.65346	1.97338	2.34746	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.26630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13636
180	0.67586	1.26627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.26625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.26622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.26619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.26617	1.65316	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.26614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.26612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.26610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.26607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.26605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.26602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13366
191	0.67578	1.26600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.26598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60166	3.13322
193	0.67576	1.26596	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.26593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.26591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.26589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.26586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.26584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.26582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.26580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.26	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.46	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.45	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.26	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.26	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.26	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.26	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.26	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.26	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.26	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.09	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.09	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.09	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.09	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.09	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.09	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.08	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.08	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.08	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.08	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.08	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.08	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.08	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.08	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.08	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.08	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### I. Identitas

Nama : Nur'aini Intan Pratiwi  
Tempat/tanggal lahir : Semarang, 11 Oktober 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Perum. Bukit Manyaran Permai Blok A/7.  
No. Telp : 085 878 287 492  
E-mail : nurainiintanpratiwi@gmail.com

### II. Riwayat Pendidikan

1. SD N Widosari 01/02 tahun 2004 - 2010
2. SMP Nasima Semarang tahun 2010 - 2013
3. SMA Nasima Semarang tahun 2013 - 2016

### III. Pengalaman Organisasi

1. PMII Rayon Ekonomi
2. UKM Musik UIN Walisongo
3. ORDA IKANMAS UIN Walisongo

Semarang, 14 Juni 2023

(Nur'aini Intan Pratiwi)