

**PENGARUH *HUMAN CAPITAL* DAN *COSTUMER CAPITAL* TERHADAP KINERJA UMKM USAHA
NASI KUNING DI KABUPATEN
BOALEMO**

Oleh :

REFLI PAKAYA

E2117179

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO
2020**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *HUMAN CAPITAL* DAN *COSTUMER CAPITAL* TERHADAP KINERJA UMKM NASI KUNING DI KABUPATEN BOALEMO

Oleh :

REFLY PAKAYA
E.21.17.179

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana
dan telah di setujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal
Gorontalo, 28 Mei 2021

Pembimbing I


Dr. Ariawan, SE, S.Psi., MM
NIDN. 0922057502

Pembimbing II


Hasmirati, S.Kom., MM
NIDN. 0902039201

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *HUMAN CAPITAL* DAN *COSTUMER CAPITAL* TERHADAP KINERJA UMKM NASI KUNING DI KABUPATEN BOALEMO

Oleh :

REFLY PAKAYA
E.21.17.179

Diperiksa Oleh Dewan Penguji Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Nurhayati Oliy, SE.,MM
2. Alfin Akuba, SE.,MM
3. La Diu Samiu, SE.,MM
4. Dr. Ariawan, S.Psi., SE., MM
5. Hasmirati S.Kom.,MM


.....

.....

.....

.....

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ariawan, S.Psi., SE., MM
NIDN.709.220575 02

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Ariawan, S.Psi., SE., MM
NIDN.709.220185 01

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar Akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan Tinggi lainnya
2. skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa Tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah di publikasikan orang lain Kecuali secara tertulis di cantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan Nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari Terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya Bersedia menerima sanksi akademik berupa percabutan gelar yang telah di Peroleh karena skripsi ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang Berlaku dalam perguruan tinggi.

Gorontalo, 28 Mei 2021



nembuat pernyataan

REFLI PAKAYA
E.21.17.179

ABSTRACT

REFLY PAKAYA. E2117179. THE EFFECT OF HUMAN CAPITAL AND CUSTOMER CAPITAL ON THE PERFORMANCE OF MSMEs IN YELLOW RICE BUSINESS AT TILAMUTA DISTRICT, BOALEMO DISTRICT

This study aims to determine and analyze how big the influence of Human Capital and Customer Capital on the Performance of MSMEs in Nasi Kuning Business in Tilamuta District, Boalemo Regency. Using survey methods, data collection methods using questionnaires to respondents. Analysis using path analysis. The test results show that simultaneously Human Capital and Customer Capital have a significant effect on the performance of Nasi Kuning SMEs in Tilamuta District, Boalemo Regency. Partially, Human Capital has a significant effect on the performance of Nasi Kuning SMEs in Tilamuta District, Boalemo Regency. This is because the human capital of Nasi Kuning SMEs in the Tilamuta sub-district is in the good category so that it can be interpreted that MSME owners care about the management of human capital. While customer capital partially has a significant effect on the performance of Nasi Kuning SMEs in Tilamuta District. This can be interpreted based on the respondents' answers to the questionnaire that the customer capital variable is classified as good.

Keywords: Human capital, customer capital, MSME performance

ABSTRAK

REFLY PAKAYA. E2117179. PENGARUH HUMAN CAPITAL DAN COSTUMER CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM USAHA NASI KUNING DI KECAMATAN TILAMUTA KABUPATEN BOALEMO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar Pengaruh Human Capital dan Costumer Capital Terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Menggunakan metode survey, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada responden. Analisis menggunakan path analysis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan Human Capital, dan Customer Capital berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Secara parsial Human Capital berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Hal ini dikarenakan human capital UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta berada pada kategori baik sehingga dapat diartikan pemilik UMKM peduli terhadap pengelolaan human capital. Sedangkan customer capital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta. Hal ini dapat diartikan berdasarkan jawaban responden pada kuesioner bahwa variabel customer capital tergolong baik.

Kata kunci: Human capital, costumer capital, kinerja umkm

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Human Capital dan Costumer Capital* Terhadap Kinerja UMKM usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo”, sesuai dengan yang sudah direncanakan. skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian guna untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi. Penulis dapat menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, usulan penelitian ini tidak dapat di selesaikan oleh penulis. Oleh karenanya penulis menyampaikan terima kasih kepada:

Muhammad Ichsan Gaffar, SE, M.AK, selaku Ketua Yayasan pengembangan ilmu pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo. Dr. Abdul Gafar La Tjokke M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo. Dr Ariawan,SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Dr Ariawan.SE., MM selaku pembimbing 1, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan skripsi ini, Eka Zahra Solikahan, SE., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Hasmirati S.KOM., MM selaku Pembimbing II, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan usulan penelitian ini. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang sudah membantu/mendukung saya. Semua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Saran dan kritik, penulis harapkan dari para dewan penguji dan semua pihak untuk

penyempurnaan penulisan skripsi lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Gorontalo, Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9

2.1.1 Pengertian <i>Human Capital</i>	9
2.1.2 Pengukuran <i>Human Capital</i>	11
2.1.3 Pengertian <i>Costumer Capital</i>	12
2.1.4 Pengukuran <i>Costumer Capital</i>	13
2.1.5 Pengertian Kinerja UMKM.....	14
2.1.6 Ciri-Ciri UMKM.....	16
2.1.7 Peran UMKM.....	18
2.1.8 Pengukuran Kinerja UMKM.....	19
2.1.9 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis.....	24
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.2.1 Metode Yang Di Gunakan.....	26
3.2.2 Operasional Variabel.....	26
3.2.3 Populasi Dan Sampel.....	28
3.2.3.1 Populasi.....	28
3.2.3.2 Sampel.....	29
3.2.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.2.4 Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.2.4.1 Jenis Data.....	30
3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.2.4.3 Sumber Data.....	31
3.2.5 Metode Analisis Data.....	31
3.2.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.2.6 Analisis Jalur (Path Analysis).....	33
3.2.7 Rancangan Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37

4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Karakteristik Responden	38
4.2.2 Karakteristik Variabel Penelitian	40
4.2.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	43
4.3 Analisis Data Statistik	46
4.4 Pengujian Hipotesis.....	48
4.5 Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Struktur Analysis Path.....	33
Gambar 4.2 Hasil Estimasi Analisis Jalur.....	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Bobot Nilai Variabel	28
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	38
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4.4 Tabel Skala Penelitian Jawaban Responden	40
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Human Capital (X)	41
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Costumer Capital (X2)	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Kinerja UMKM (Y).....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas <i>Human Capital</i>	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas <i>Costumer Capital</i>	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kinerja UMKM.....	45
Tabel 4.11 Komposisi Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 intrumen Penelitian.....	59
Lampiran 2 Data Hasil Penelitian	62
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian Lemlit.....	81
Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Meneliti.....	82
Lampiran 5 Surat Rekomendasi Bebas Plagiasi	83
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	84
Lampiran 7 Terjemahan Abstrak	86
Lampiran 8 Biodata.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini peran UMKM begitu dibutuhkan dalam membangun perekonomian dan penyediaan tenaga kerja serta sumber daya penghasilan bagi para masyarakat yang punya penghasilan rendah. Meski dalam kondisi krisis ekonomi sekalipun, dan ternyata UMKM adalah sebuah usaha yang tahan akan goncangan krisis, karena pada kenyataannya UMKM tidak banyak memakai bahan baku yang impor dari luar negeri, di saat usaha-usaha yang berskala besar mengalami sebuah kehancuran yang diakibatkan oleh krisis perekonomian, akan tetapi UMKM muncul sebagai penyelamat dari dampak krisis ekonomi tersebut. Bahkan UMKM juga berperan sebagai salah satu bagian penting yang dapat memberi kontribusi ekspor non migas yang cukup besar.

UMKM sendiri adalah salah satu aktivitas yang menguasai lebih dari 95% struktur perekonomian yang ada di Indonesia. UMKM juga mempunyai peranan yang begitu strategis, baik dalam sosial ekonomi maupun sosial politis. Fungsi-fungsi divisi ini antara lain menyuplai barang dan jasa kepada pembeli yang punya daya beli sedang, UMKM sendiri juga turut ikut dalam perkembangan perekonomian serta kontributif dalam pendapatan devisa Negara secara sosial politis, peran sektor ini merupakan hal yang begitu penting utamanya dalam menyerap tenaga kerja serta upaya dalam memberantas kemiskinan. Lain dari pada itu usaha kecil adalah sebuah kebutuhan yang mendasar bagi Negara kita

yang meyakini sistem kerakyatan. Mengamati fungsi dan juga potensialnya yang begitu besar, sangat beralasan untuk bisa menumbuhkan Usaha Kecil dan Menengah ini semaksimal mungkin guna meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat sekaligus juga membantu perekonomian daerah.

Kinerja UMKM menjadi faktor yang di bicarakan saat ini karena berhubungan dengan kehadiran dan juga keberlangsungan usahanya di masa mendatang. Apabila tidak ada kinerja usaha maka UMKM yang selama ini telah di jalankan berarti di anggap belum bisa memberikan sebuah kontribusi yang bisa menguntungkan bagi para pengelola dan juga bagi orang lain yang berperan didalamnya.

Herlambang dan Mawadi (2017) Kinerja UMKM adalah tolak ukur kesuksesan suatu UMKM terhadap kehidupan bisnis yang sudah di lakukan oleh para pelaku UMKM. Kinerja juga bisa kita artikan sebagai tingkatan capaian yang di dapatkan dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan (Siregar & Lubis, 2017). Adapun statement yang di kemukakan oleh Syamsuri dan Siregar (2018) Kinerja sendiri mempunyai peran yang sangat besar untuk kelangsungan tujuan dar perusahaan.

Silviasih (2016) kinerja bisa di artikan sebagai suatu prestasi atau capaian sebuah perusahaan yang bisa mempengaruhi pendapatan, profitabilitas, pengembangan pasar, struktur organisasi serta juga sistem manajemen. Butler (2006) mendefinisikan untuk evaluasi kesuksesan usaha bisa di lihat dari berapa besar keuntungan yang di terima, capaian pangsa pasar,

pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal usaha serta juga adanya kenaikan pendapatan.

Lianto (2015) mengemukakan bahwa kinerja UMKM merupakan pengembangan kinerja suatu usaha serta di dorong dengan upaya inovasi yang bisa di lakukan oleh suatu usaha. Kinerja UMKM juga dapat merujuk pada tiga aspek yaitu produktivitas, profitabilitas dan juga pangsa pasar. Aspek profitabilitas dapat di lihat dari titik perolehan target keuangan sesuai yang telah di rencanakan oleh perusahaan. Tujuan dari keuangan pada umumnya di fokuskan untuk bisa mencapai pendapatan, tingkat pengembalian modal, arus kas, tingkat pengembalian investasi atau juga nilai tambah ekonomi. Produktivitas di dasarkan pada prestasi perusahaan dalam aktivitas usahanya dalam memenuhi kebutuhan dan juga keinginan dari para pelanggan serta produktivitas karyawan.

Terdapat hubungan antara *Human Capital* terhadap Kinerja UMKM. Pada penelitian yang telah di lakukan oleh Khalique dan Hasan (2014) hasilnya membuktikan bahwa *Human Capital* mampu meningkatkan kinerja UMKM Butik di Malaysia. Eliana Saragih (2017) *human capital* adalah keahlian, pengetahuan, kemampuan. *human capital* yaitu dimensi intelektual capital yang berkaitan dengan pengetahuan dan pengalaman manusia yang akan mempengaruhi nilai perusahaan dengan cara mempengaruhi elemen yang lain dalam perusahaan.

Menurut Khalique (2018) *human capital* berasal dari sumber daya manusia yaitu karyawan yang dimiliki organisasi didasarkan pada kompetensi yaitu pendidikan, keterampilan professional, pengetahuan eksperimental, sikap yaitu

motivasi, kepemimpinan, pola perilaku dan ketangkasan intelektual yaitu motivasi, kreativitas, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi.

Eliana Saragih (2017) pada penelitian tersebut hasilnya membuktikan bahwa *Costumer Capital* mempunyai pengaruh yang sangat positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan, dimana perusahaan dengan para mitranya, baik itu yang berasal dari pemasok yang bisa diandalkan dan berkualitas. *Costumer capital* sendiri hadir dari konsumen yang memiliki loyalitas yang tinggi serta merasa puas terhadap pelayanan yang sudah diberikan.

Eliana Saragih (2017) *Costumer Capital* di definisikan sebagai sumber daya yang berkaitan dengan para konsumen. *Costumer capital* sendiri adalah hubungan yang dibangun dengan para konsumen dan merupakan bagian lain yang signifikan dari struktural capital. Perusahaan yang berinvestasi besar untuk menjadi fokus terhadap para pelanggan dan menjadi penentu pasar secara mutlak akan dapat meningkatkan atau memperbaiki kinerja perusahaannya (Mardiana & Hariyanti, 2014).

Usaha nasi kuning merupakan salah satu sektor usaha yang paling dikenal di Provinsi Gorontalo khususnya di Kecamatan Tilamuta. Kebiasaan masyarakat yang sering mengonsumsi nasi kuning sebagai sarapan pagi mendorong sebagian warga yang ada di Kecamatan Tilamuta mulai berbondong-bondong memproduksi nasi kuning sejak puluhan tahun yang lalu dan mulai memasarkannya, cerah prospek bisnis usaha nasi kuning dimanfaatkan sebagian masyarakat yang ada di Kecamatan Tilamuta sebagai peluang usaha rumahan (*home industry*).

Namun dari hasil pengamatan selama tiga tahun terakhir yaitu dari data UMKM tahun 2017-2019 Kinerja Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta belum maksimal. Hal ini dikarenakan pendapatan rata-rata usaha nasi kuning yang ada di Kecamatan Tilamuta dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan, perolehan rata-rata laba usaha nasi kuning tahun 2017 sebesar Rp 19.071.000 sedangkan pada tahun 2018 perolehan rata-rata laba usaha nasi kuning sebesar Rp 18.058.000. penurunan perolehan laba usaha nasi kuning ini disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun sehingga penjualan nasi kuning berkurang selain itu banyaknya para pesaing baru yang menjual makanan melalui online turut memicu penjualan nasi kuning. Pada tahun 2019 perolehan rata-rata laba usaha nasi kuning sebesar Rp 9.240.000 lebih menurun lagi dari tahun-tahun sebelumnya. Penurunan tersebut di akibatkan oleh beberapa usaha nasi kuning yang tutup hal ini di karenakan oleh para pesaing baru yang berlomba lomba membuka usaha nasi kuning sehingga mengakibatkan beberapa usaha yang tidak mampu bersaing akhirnya gulung tikar, selain itu faktor pemicu lainnya adalah banyak penjual nasi kuning yang ada di Kecamatan Tilamuta tidak mempunyai pelanggan yang loyal.

Pendapatan tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kinerja para pelaku usaha nasi kuning di Kecamatan Tilamuta. Perolehan pendapatan yang tinggi akan menunjukkan bahwa para pelaku usaha nasi kuning di Kecamatan Tilamuta memiliki kinerja usaha yang bagus, begitupun sebaliknya apabila perolehan pendapatan rendah maka kinerja para pelaku usaha nasi kuning di Kecamatan Tilamuta bisa dikatakan buruk.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas tersebut, walaupun variabel *Human Capital*, *Costumer Capital* dan kinerja UMKM sudah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya akan tetapi hasil yang akan di dapatkan tidak akan sama. Dalam hal ini penulis mempunyai keyakinan bahwa UMKM di Kecamatan Tilamuta ini masih menjadi suatu hal yang sangat menarik untuk diteliti. Penulis ingin melihat dan juga memberikan gambaran mengenai variabel-variabel apa saja yang menjadikan UMKM di Kecamatan Tilamuta mencapai keberhasilan usahanya sehingga bisa di rumuskan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh *Human Capital* dan *Costumer Capital* Terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh *Human Capital* (X1) dan *Costumer Capital* (X2) secara simultan Terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.
2. Seberapa besar pengaruh *Human Capital* (X1) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.
3. Seberapa besar pengaruh *Costumer Capital* (X2) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengumpulkan data-data dan juga informasi yang terkait dengan *human capital*, *costumer capital* dan kinerja UMKM yang kemudian akan diolah dan juga di analisis sehingga dapat diketahui perkembangan kinerja pemasarannya UMKM Usaha nasi kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Human Capital* (X1) dan *Costumer Capital* (X2) secara simultan terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Human Capital* (X1) secara parsial terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Costumer Capital* secara parsial terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis

Bagi penulis penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan informasi, referensi dan juga wacana khususnya yang berkaitan dengan teori “resource based view” yang merupakan salah satu terapan pada manajemen stratejik dimana teori tersebut dapat dikembangkan model dan juga memprediksi *human capital*, *costumer capital* dan kinerja UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, bisa menambah pengetahuan dalam bidang usaha mikro kecil dan menengah serta juga bisa menambah wawasan buat penulis.
- b. Bagi pembaca, agar supaya bisa mengetahui informasi-informasi yang terkait dengan UMKM khususnya yang ada di Kecamatan Talamuta Kabupaten Boalemo.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian *Human Capital*

Memaksimalkan pengetahuan dan kemampuan seseorang agar menjadi lebih professional adalah salah satu definisi *human capital*. Pencerminkan kemampuan secara bersama-sama agar mempunyai peningkatan pengetahuan secara kolektif yang dimiliki orang-orang yang aktif di perusahaan. Pengembangan *human capital* dapat tercermin melalui internalisasi *corporate culture*, kepastian pelaksanaan *good corporate*, mengembangkan SDM profesional dengan hukum produktif, menciptakan pemimpin agar menjadi role dan people manager dan peningkatan kepatuhan hukum.

Mardiana dan Hariyati (2014) *human capital* memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya untuk yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan dan selanjutnya digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi. Selain itu, karyawan perusahaan yang memiliki keahlian dan kemampuan yang baik akan memberikan imbalan jangka panjang bagi organisasi dalam bentuk produktivitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan.

Menurut Khaliq (2018) *human capital* berasal dari sumber daya manusia yaitu karyawan yang dimiliki organisasi didasarkan pada kompetensi yaitu pendidikan, keterampilan profesional, pengetahuan eksperimental, sikap yaitu

motivasi, kepemimpinan, pola perilaku dan ketangkasan intelektual yaitu motivasi, kreativitas, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi.

Zuliyati dan Delima (2017) mendefinisikan bahwa *human capital* adalah sebagai pengetahuan, skill dan pengalaman yang pegawai bawa ketika mengelola perusahaan. Beberapa dari pengetahuan tersebut bersifat unik tiap-tiap individu dan beberapa lainnya bersifat umum, misalnya pendidikan, pengetahuan, motivasi, inovasi dan kreativitas.

Menurut Daneshi (2013) *human capital* merupakan keahlian pengetahuan dan kemampuan. Human capital yaitu sangat dekat mempengaruhi perusahaan melakukan inovasi. Karyawan dibutuhkan untuk menjalankan proses produksi perusahaan dengan menyediakan kualitas pelayanan yang memadai ketika mengimplementasikan proses produksi, kapabilitas karyawan akan mempengaruhi efisiensi dan kepuasan konsumen.

Sukoco (2017) *human capital* adalah nilai tambah pada perusahaan dalam perusahaan setiap hari, melalui motivasi, komitmen, kompetensi, serta efektivitas kerja tim, nilai tambah yang bisa dikontribusikan oleh pekerja berupa pengembangan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan, pemindahan pengetahuan dari pekerja ke perusahaan serta perubahan budaya manajemen.

Menurut Malhotra (2017 : 7) *human capital* merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi, dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya sehingga bisa menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Pembentukan nilai tambah dikontribusikan oleh human capital dalam

menejalankan tugasnya akan memberikan *sustainable revenue* dimasa yang akan datang bagi suatu perusahaan tersebut.

2.1.2 Pengukuran *Human Capital*

Adapun menurut Gaol (2014) yang menjadi pengukuran *human capital* ialah sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dan ini akan terjadi sesudah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia yaitu indera penglihatan, penciuman, pendengaran, rasa dan juga raba

2. Keahlian

Keahlian adalah sebuah kemampuan yang melakukan sesuatu pada sebuah peran. Hal itu ialah kemampuan yang bisa di pindahkan dari satu orang ke orang yang lainnya.

3. Keterampilan

Orang yang dikatakan terampil adalah orang yang mengerjakan atau menyelesaikan suatu pekerjaannya secara cepat dan juga benar.

4. Kemampuan

Kemampuan merupakan sifat yang dibawa sejak lahir atau dipelajari yang akan memungkinkan seseorang yang bisa menyelesaikan pekerjaannya, baik itu secara mental ataupun secara fisik.

2.1.3 Pengertian *Costumer Capital*

Costumer capital adalah asset yang tampak dari reputasi perusahaan dan loyalitas konsumen. *Costumer capital* didefinisikan sebagai sumber daya yang berkaitan dengan konsumen. *Costumer capital* adalah hubungan yang dibangun dengan konsumen dan bagian lain yang signifikan dari struktur capital. *Costumer capital* merupakan hubungan harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya baik yang berasal dari para pemasok yang bisa diandalkan dan berkualitas.

Menurut Khalique (2018) *costumer capital* adalah mengacu pada pengetahuan yang tertanam dalam hubungan dengan para pelanggan berdasarkan nilai merek, jaringan pelanggan yang kuat, loyalitas pelanggan dan kepuasan dari para pelanggan itu sendiri.

Menurut Elina Saragih (2017) *costumer capital* adalah hubungan yang begitu harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya baik yang berasal dari para pemasok yang bisa diandalkan serta berkualitas. *Costumer capital* sendiri dapat timbul dari konsumen yang loyalitas dan akan merasa puas terhadap suatu pelayanan yang telah diberikan.

Menurut Mardiana dan Hariyati (2014) kualitas pelayanan yang diterima oleh para pelanggan merupakan hal yang begitu penting dalam kepuasan pelanggan. Tugas utama perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima oleh para pelanggan.

Widiastuti dan Sulistyandari (2013) customer capital juga disebut sebagai modal relasional, ialah pengetahuan yang tertanam melalui kemampuan dan juga dimanfaatkan oleh reaksi individu atau pengetahuan yang sudah tertanam di dalam jaringan bisnis. Ihyaul Ulum (2017) customer capital merupakan pengetahuan yang telah melekat di dalam marketing *channels relationship* di mana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis

2.1.4 Pengukuran Customer Capital

Adapun pengukuran customer capital menurut Sari (2020) adalah sebagai berikut:

1. Nilai Merek

Nilai merek merupakan nilai dari sebuah produk yang didasarkan pada angka, kejelasan, konsistensi, diferensiasi, kinerja merek dan lainnya.

Nilai merek pula tidak hanya diukur berdasarkan puas atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk akan tetapi juga dilihat dari analisis keuangan dan juga pemasaran.

2. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan ialah kondisi dimana pelanggan/konsumen secara teratur atau tetap melakukan pembelian pada suatu bisnis

3. Jaringan Pelanggan

Jaringan pelanggan merupakan sistem kemitraan dan aliansi yang diciptakan oleh perusahaan untuk menyediakan, menambah dan menghantarkan penawarannya.

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran perusahaan yang muncul setelah seorang pelanggan menggunakan produk maupun layanan yang diberikan dan membandingkannya dengan ekspektasi yang diharapkan.

2.1.5 Pengertian Kinerja UMKM

Menurut Veithzal Rivai (2015) bahwa kinerja merupakan suatu kesuksesan pelaku usaha secara menyeluruh dalam waktu tertentu di dalam menjalankan tugas di bandingkan dengan berbagai kemungkinan contohnya seperti standar hasil kerja, tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya dan sudah disepakati bersama-sama. Kinerja usaha pada UMKM masih sangat dipengaruhi oleh keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif adalah keterampilan yang dimiliki melalui karakter dan juga sumber daya di suatu perusahaan untuk mempunyai kinerja yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya pada industri ataupun pada pasar yang sama.

Mutegi, dkk (2016) kinerja UMKM merupakan suatu hasil kerja yang telah dicapai oleh individu serta menyesuaikan dengan peranan atau tugas individu tersebut dalam sebuah perusahaan pada rentang waktu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau juga dengan standar tertentu dari perusahaan individu tersebut bekerja.

Dwitya (2016) mengemukakan bahwa Kinerja UMKM di analisis dengan menggunakan suatu pendekatan yang didasarkan pada tiga asumsi yaitu, 1). dalam mengukur kinerja UMKM sering sangat sulit jika dilakukan jika dilakukan secara kuantitatif, disebabkan karena keterbatasan sumber daya,

pemahaman keuangan serta tenaga kerja. 2). Pada umumnya pengukuran kinerja selalu melihat suatu indikator keuangan yang kompleks, sehingga hal ini tidak secara menyeluruh memperlihatkan kondisi actual yang telah terjadi di bisnis tersebut. 3). Pengukuran kinerja yang kerap di pakai secara *relative* hanya sesuai bila di gunakan untuk perusahaan-perusahaan besar yang terstruktur dalam manajemen perusahaannya.

Kinerja UMKM yang didefinisikan oleh Sinambela (2016) adalah sebagai hasil kerja yang telah dicapai oleh individual atau intuisi yang berarti merupakan hasil akhir yang diperoleh secara perorangan atau kelompok. Kinerja UMKM yaitu suatu hasil kerja dan juga karakter kerja yang sudah di capai dalam menyelesaikan tugas-tugas serta tanggung jawab yang telah di berikan dalam suatu periode tertentu. Kinerja pun bisa di bedakan menjadi dua jenis (berdsarkan praktiknya) yaitu kinerja yang di lakukan secara individu maupun kinerja dalam suatu organisasi. Kinerja individu yaitu kinerja yang telah di hasilkan oleh seseorang sedangkan kinerja organisasi yaitu kinerja perusahaan secara keseluruhan (Kasmir, 2016).

Hambali (2016) mendefinisikan bahwa kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan yang erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan serta memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja juga bisa di artikan sebagai output yang telah di hasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator dalam suatu pekerjaan dalam kurun waktu tertentu.

2.1.6 Ciri-Ciri UMKM

Secara spesifik UMKM atau usaha mikro, kecil dan menengah memiliki ciri masing-masing (Agustina, 2019 : 86-87).

1. Adapun ciri-ciri usaha mikro adalah:
 - a. Jenis barang atau komoditas usahanya tidak selalu tetap, sewaktu waktu dapat berganti.
 - b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu waktu bisa berpindah tempat.
 - c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usahanya.
 - d. Sumber daya manusianya belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
 - e. Tingkat pendidikannya rata-rata relative sangat rendah
 - f. Umumnya belum mempunyai akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank.
 - g. Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau persyaratan legalitas lainnnya termasuk NPWP.
2. Ciri-ciri usaha kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Jenis barang atau komoditas yang di usahakan umumnya sudah tetap dan tidak mudah berubah.
 - b. Lokasi atau tempat usaha umumnya sudah menetap dan sudah tidak berpindah pindah.

- c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walaupun masih sederhana. Keuangan usaha sudah mulai di pisahkan dengan keuangan keluarga dan telah membuat rencana usaha
 - d. Sudah mempunyai izin dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
 - e. Sumber daya manusia memiliki suatu pengalaman dalam berwirausaha.
 - f. Dan sebagian lainnya telah akses ke perbankan dalam hal ini yaitu keperluan modal
 - g. Sebagian besar belum bisa membuat manajemen usaha dengan baik seperti rencana bisnis.
3. Ciri-ciri usaha menengah adalah sebagai berikut:
- a. Pada umumnya telah mempunyai manajemen dari organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran serta bagian produksi
 - b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi yang teratur, sehingga memudahkan untuk *auditing* dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
 - c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, sudah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dan lain sebagainya.

- d. Telah mempunyai segala persyaratan legalitas antara lain izin dari para tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP serta upaya pengelolaan lingkungan.
- e. Pada umumnya sudah memiliki sumber daya manusia yang sudah terlatih dan juga terdidik
- f. Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.

2.1.7 Peran UMKM

Peran UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kota-kota besar akan tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi yang ada di pedesaan. Berikut adalah beberapa peran penting UMKM (Bank Indonesia, 2015 : 16-17):

1. UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi yang secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta mewujudkan stabilitas nasional.
2. UMKM juga begitu sangat membantu Negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja yang baru yang menggunakan tenaga baru yang bisa mendukung pendapatan setiap rumah tangga,
3. UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar, sehingga UMKM perlu perhatian khusus yang didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi *link* bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

4. UMKM di Indonesia, sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM di harapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dan signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut.
5. Secara geografis tersebar diseluruh tanah air, di semua sektor
6. Memberikan layanan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat
7. *Multiplier effect*-nya tinggi
8. Merupakan instrument pemerataan pendapatan dan mengurangi ketimpangan kesejahteraan masyarakat.
9. Wadah buat penciptaan wirausaha yang baru
10. Ketergantungan pada komponen impor yang minimal
11. Memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal yang mudah di dapatkan dan tersedia disekitar sehingga bisa menghemat devisa.

2.1.8 Pengukuran Kinerja UMKM

Indikator yang akan di gunakan untuk mengukur kinerja UMKM merujuk pada penelitian Munizu (2010) yang didukung oleh penelitian Amri dan Iramani (2018) dengan indikator sebagai berikut:

a. Pertumbuhan Penjualan

pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan dari waktu ke waktu yang mencerminkan kemampuan suatu unit usaha. Pertumbuhan penjualan menggambarkan penerimaan pasar terhadap Produk dan jasa yang ditawarkan serta mempengaruhi keterampilan mempertahankan usaha. Pertumbuhan Penjualan yang tinggi dapat meningkatkan perolehan hasil yang baik sehingga kinerja usaha meningkat.

b. Pertumbuhan Modal

pertumbuhan modal sangat berkaitan dengan perubahan modal yang digunakan bagi kegiatan usaha dengan periode sebelumnya, modal usaha terdiri dari modal internal dan juga modal eksternal. Modal mempunyai kontribusi dalam menciptakan laba sehingga modal yang pertumbuhan modal yang besar akan meningkatkan Kinerja Perusahaan.

c. Pertumbuhan Tenaga Kerja

tenaga kerja merupakan seseorang yang bekerja pada suatu usaha untuk melaksanakan setiap kegiatan yang ada dalam perusahaan. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi tenaga kerja yang dibutuhkan karena meningkatnya aktivitas yang dilakukan. Kinerja usaha yang baik mencerminkan pertumbuhan tenaga kerja yang tinggi.

d. Pertumbuhan Permintaan Pasar

Pertumbuhan pasar menunjukkan kualitas perubahan penerimaan pasar atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Potensi pasar yang tersedia bisa diperkirakan dengan membandingkan antara perkiraan kekuatan permintaan serta penawaran pada periode tertentu.

e. Pertumbuhan Laba

Laba adalah perbandingan antara penjualan dengan biaya yang dikeluarkan. Setiap usaha bisnis pasti orientasi pada laba. Laba sering digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan.

2.1.9 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan *Human Capital* Terhadap Kinerja UMKM

Zuliyati dan Delima (2017) berpendapat bahwa *human capital* adalah kontributor penting bagi keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM). Hasilnya menunjukkan bahwa *Human Capital* sangat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja organisasi UMKM. Mardiyana dan Hariyati (2017) melakukan penelitian tentang *human capital* terhadap kinerja UMKM dan hasilnya memperlihatkan adanya hubungan yang positif antara *human capital* dengan kinerja UMKM.

2. Hubungan *Costumer Capital* Terhadap Kinerja UMKM

Khalique dan Shaari (2013) berdasarkan hubungan sebab akibat antara perspektif keuangan dan pelanggan dalam balance scorecard maka *costumer capital* sangat memiliki hubungan yang positif terhadap kinerja bisnis UMKM. *Costumer Capital* apabila di terapkan maka akan bisa mempengaruhi kinerja Organisasi UMKM (Saddam & Mahfudz, 2017).

2.1.10 Penelitian Terdahulu

Zuliyati & Delima (2017) judul penelitian *Intellectual Capital* dan Kinerja UMKM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Zuriyati dan Delima adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian *human*

capital, *structural capital* dan *customer capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

Ina Syarifah, Dkk (2020) judul penelitian Pengaruh Modal Manusia Terhadap Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM. Alat analisis yang di gunakan dalam penelitian Syarifah dkk adalah *partial least square (pls)*. hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

Ida Subaida dan Rini Kartika Sari (2020) judul penelitian pengaruh *intelektual capital* terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah yang dimediasi oleh perilaku kerja inovatif. Metode analisis data dalam penelitian ini berupa statistik deskriptif dan pengujian outer serta inner model dengan menggunakan warp PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intelektual capital secara tidak langsung berpengaruh terhadap perilaku kerja yang inovatif.

Afni Eliana Saragih (2017) judul penelitian Pengaruh Intelektual capital (Human Capital, Struktural capital dan Costumer capital) Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan intelektual capital berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan.

Wirawan (2017) Pengaruh Human Capital, Structural Capital, Dan Customer Capital Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Di Kabupaten Tabalong. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas (*Human Capital*, *Structural*

Capital, dan *Customer Capital*) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Kinerja Perusahaan), baik secara parsial maupun secara simultan.

2.2 Kerangka Pemikiran

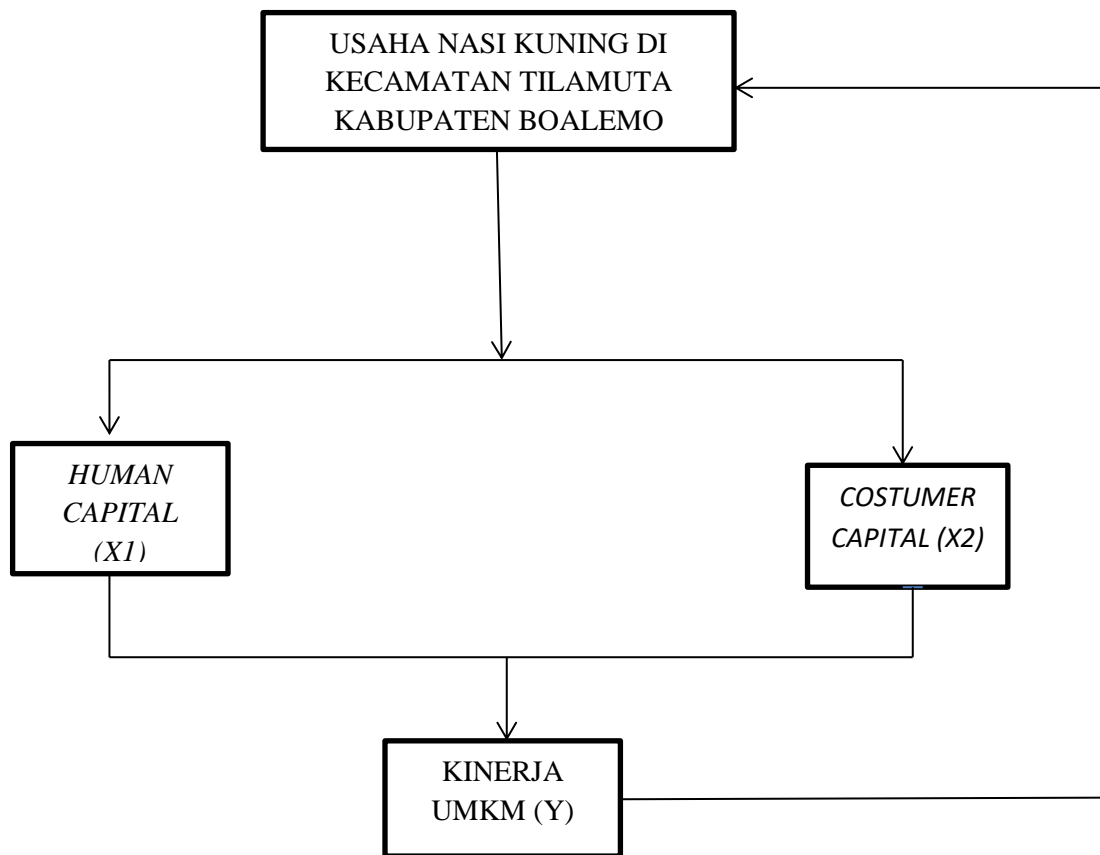
Salah satu tujuan dari UMKM adalah untuk memperoleh sebuah keuntungan. Dari tahun ke tahun pastinya para pelaku UMKM sangat mengharapkan keuntungan yang optimum, karena pada umumnya orang yang terlibat dalam suatu usaha atau bisnis tujuan utamanya ialah mampu menciptakan laba yang sangat besar sehingga para pelaku usaha atau pelaku bisnis dapat mengembangkan usahanya dan bisa menciptakan lapangan kerja baru. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel sebagai berikut:

Daneshi (2013) menyatakan bahwa *human capital* mempengaruhi kinerja perusahaan melalui proses produksi dan inovasi.

Bontis (2003) menyatakan bahwa *Customer capital* adalah pengetahuan yang melekat dalam marketing channels dan customer relationship dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis.

Arifah (2012) Kinerja UMKM merupakan hasil atau tingkat dari keberhasilan seseorang secara totalitas selama rentang waktu tertentu dalam melakukan berbagai kemungkinan seperti standar pekerjaan, target atau sasaran dan kriteria yang sudah di tentukan sebelumnya dan sudah di sepakati bersama.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis dapat menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan Hipotesis adalah dugaan sementara yang di ungkapkan oleh peneliti terhadap masalah-masalah yang di bahas, akan tetapi kenyataannya masi perlu di uji. Hipotesis sendiri yaitu sebuah ringkasan dari kesimpulan teori yang di peroleh dari penelaahan kepustakaan dengan mendasarkan pada identifikasi masalah serta kerangka pemikiran yang telah di uraikan terlebih dahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. *Human Capital* dan *Customer Capital* secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Talamuta Kabupaten Boalemo.

2. *Human Capital* secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja UMKM
Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.
3. *Costumer Capital* secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja UMKM
Usaha Nasi Kuning di Kecamtan Tilamuta Kabupaten Bolaemo.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini yaitu, Human Capital (X1) dan Costumer Capital (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode Yang Digunakan

Di dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang di gunakan untuk meneliti populasi tertentu adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang di tetapkan (Sugiyono, 2015 : 72).

3.2.2 Operasional Variabel

Sugiyono (2015 : 87) variabel dalam penelitian ini adalah suatu karakter atau nilai dari orang, objek dan aktivitas yang mempunyai variasi tertentu dan juga di tetapkan oleh peneliti buat di pelajari serta di tarik kesimpulannya. Operasional variabel yang ada dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis variabel, yang terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). yang

merupakan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Human Capital* (X1) dan *Costumer Capital* (X2) sedangkan untuk variabel terikat adalah Kinerja UMKM (Y) Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang penelitian ini, maka sebelumnya peneliti harus mengoperasikan variabel-variabel sesuai yang sudah disebutkan pada latar belakang masalah dan kerangka pemikiran dengan maksud untuk menentukan indikator dan variabel yang bersangkutan sekaligus menentukan pengukuran variabel. Adapun indikator dan variabel tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Operasioanal Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Human Capital</i> (X1)	1. Pengetahuan 2. Keahlian 3. Keterampilan 4. kemampuan	Ordinal
2	<i>Costumer Capital</i> (X2)	1. Nilai Merek 2. Loyalitas Pelanggan 3. Jaringan Pelanggan 4. Kepuasan Pelanggan	Ordinal
3	Kinerja UMKM	1. Pertumbuhan Penjualan 2. Pertumbuhan Modal 3. Pertumbuhan Tenaga Kerja 4. Pertumbuhan Permintaan Pasar 5. Pertumbuhan Laba	Ordinal

Sumber: Gaol (2014) ; Sari (2020) ; Amri & Iramani (2018)

Dalam melakukan test dari variabel yang akan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini memberikan nilai skor pada item jawaban, pemberian skor untuk item setiap jawaban dari pernyataan yang diajukan kepada responden. Penelitian ini akan mengacu kepada

pernyataan Sugiyono (2010:86), jawaban dari setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata. Kuesioner disusun dengan menyiapkan lima pilihan yakni sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Setiap pilihan akan diberikan bobot nilai yang berbeda setiap tampak dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Bobot Nilai Variabel

Pilihan	Bobot
Sangat setuju (sangat positif) Sangat	5
Setuju (Positif) Sering	4
Ragu-ragu (Netral) kadang-kadang	3
Tidak setuju (Negative) jarang	2
Sangat tidak setuju (sangat negative) Tidak pernah	1

3.2.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.2.3.1 Populasi

Populasi dapat di ukur dengan suatu objek serta benda-benda alam yang lain. Populasi juga meliputi semua karakteristik atau karakter yang di miliki oleh suatu subjek atau objek. Populasi yang ada dalam penelitian UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo yang berjumlah 103 Usaha.

3.2.3.2 Sampel

Sugiyono (2015 : 62) sampel merupakan bagian dari banyak karakter yang di miliki oleh populasi. Apabila populasi besar dan peneliti barangkali tidak mampu mempelajari segala sesuatu yang ada dalam populasi, seandainya di karenakan terbatasnya dana, tenaga kerja dan waktu, maka seorang peneliti bisa menggunakan sampel yang di ambil dari populasi. pengambilan sampel dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: (1) sampling random (probability sampling), pengambilan sampel secara acak yang di lakukan dengan cara undian atau tabel bilangan acak/random atau juga bisa menggunakan kalkulator/computer. (2) sampling nonrandom (nonprobability sampling), yaitu pengambilan sampel yang di lakukan secara tidak acak. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan metode random sederhana (simple random sampling). Dimana random sederhana merupakan metode pengambilan sampel dimana objek-objek yang akan dijadikan sampel diambil secara acak dan tidak memperhatikan strata yang ada pada populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 usaha dari 103 usaha nasi kuning yang ada di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

3.2.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang akan di gunakan yaitu Probability Sampling dengan metode random sederhana. Dengan kriteria yaitu yang memiliki data UMKM aktif dari periode 2015-2020, menyajikan laporan keuangan lengkap dan juga laporan Omset/Laba berapa pertahun.

3.2.4 Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Jenis data yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data kualitatif merupakan data yang didapat tidak dalam bentuk angka-angka akan tetapi berupa gambaran umum perusahaan, sejarah yang dimiliki oleh perusahaan serta informasi lain yang menyangkut dengan prosedur yang di keluarkan oleh pihak perusahaan.
- b. Data kuantitatif yaitu data yang bisa di hitung atau data yang semacam angka-angka, data tersebut bisa di dapatkan dari laporan keuangan seperti neraca, laporan Omset/Pendapatan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Kabupaten Boalemo.

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara yang di gunakan oleh penulis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Wawancara, merupakan suatu hal di lakukan oleh penulis untuk bisa memperoleh data berupa keterangan serta informasi di mana yang menjadi target interview adalah UMKM Usaha Nasi Kuning yang ada di Kabupaten Boalemo
2. Kuesioner, suatu cara yang dilakukan oleh penulis dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan kepada responden.
3. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah, buku guna untuk bisa mendapatkan

informasi yang ada hubungannya dengan teori serta konsep yang mempunyai kaitan dengan masalah penelitian.

3.2.4.3 Sumber Data

Sujarweni (2015) menurutnya cara memperoleh sumber data di bagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang di dapatkan melalui responden dan juga kuesioner, kelompok fokus dan panel atau juga data wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan seorang narasumber, setelah itu data yang di peroleh dari data primer wajib di olah (Sujarweni, 2015).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sekumpulan data yang diperoleh dari sebuah buku, catatan dan juga majalah yang berupa laporan pemerintah, laporan keuangan publikasi perusahaan, artikel, buku sebagai teori dan lain sebagainya (Sujarweni, 2015). Dalam penelitian ini data sekunder yang dipakai oleh peneliti bersumber dari buku, jurnal serta menggunakan internet agar bisa mendapatkan informasi dan juga data-data yang lain jika di perlukan.

3.2.5 Metode Analisis Data

3.2.5.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013 : 348) Uji Validitas adalah sebuah hasil dari penelitian bisa di katakana valid jika terdapat kesamaan antara data yang

terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang di teliti. Validitas juga bisa di artikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terikat dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang di inginkan oleh peneliti untuk diukur. Untuk menafsirkan hasil dari Uji Validitas, maka kriteria yang di gunakan yaitu:

1. Jika nilai R_{hitung} lebih besar ($>$) dari nilai R_{tabel} , maka item angket dinyatakan valid dan dapat di gunakan
2. Jika nilai R_{hitung} lebih kecil ($<$) dari nilai R_{tabel} , maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan

b.Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang membuktikan jika alat ukur yang di pakai dalam penelitian keprilaku memiliki keandalan sebagai alat ukur, di antaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu apabila fenomena yang di ukur tidak mempunyai perubahan (Sugiyono : 215)

Pengujian reliabilitas di lakukan dengan cara menggunakan *cronbach alpha* yang lebih dari 0,60 menunjukkan keandalan (reliable) instrument dan jika nilai alphanya $< 0,60$ dikatakan tidak reliabel.

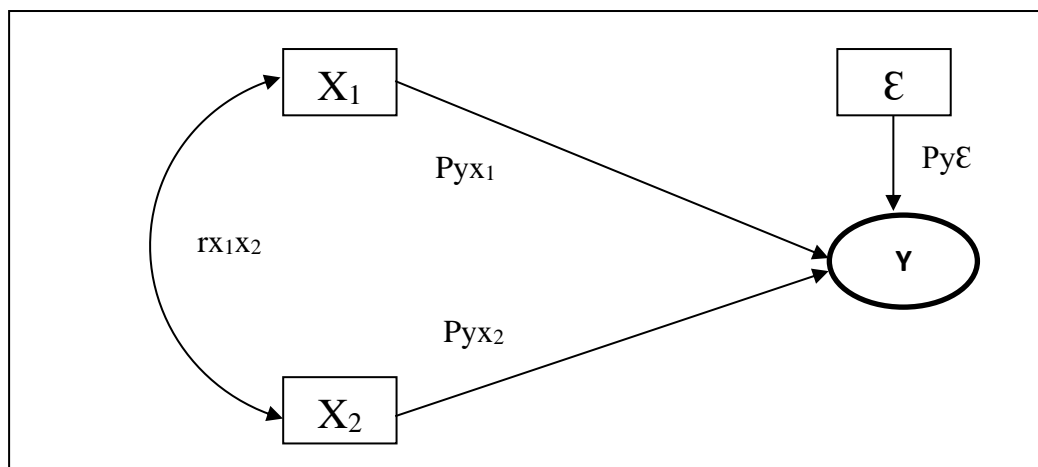
c.Konversi Data

Untuk bisa diolah analisis jalur yang merupakan suatu pengembangan dari analisis berganda, data ordinal yang biasanya di peroleh dengan menggunakan skala likert dan lain-lain (skor kuesioner) maka sebelumnya data ini harus ditransformasikan menjadi data interval, salah satu cara yang bisa di pakai ialah *Method Of Successive Interval* (MSI).

3.2.6 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk memastikan variabel apakah ada pengaruh terhadap kinerja, maka pengujian dapat dilakukan dengan uji analisis jalur (*path analysis*) dengan terlebih dahulu mengkonversi data skala ordinal ke skala interval melalui *Method Of Succesive* (MSI). Menggunakan analisis jalur dengan pertimbangan bahwa pola hubungan antar variabel dalam penelitian ialah bersifat korelatif dan kausalitas.

Hipotesis penelitian ini diperhatikan melalui struktur hubungan antara variabel Independen dengan variabel Dependen dengan diagram dapat dilihat pada struktur jalur sebagai berikut:



Gambar 3.1 Struktur Analisis Path

Dari gambar diatas dapat dilihat persamaan berikut:

$$Y : P_{YX_1} + P_{YX_2} + P_Y$$

Dimana:

X_1 : Orientasi Pasar

X_2 : Orientasi Kewirausahaan

Y : Kinerja UMKM

ε : Variabel lain yang mempengaruhi Y

r : Korelasi Antar Variabel

P_y : Koefisien Jalur untuk mendapatkan pengaruh langsung

Data yang terkumpul dianalisis hubungan kausalnya antara variabel yang dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (path analysis) yang memperlihatkan pengaruh. Gambar diatas juga memperlihatkan bahwa variabel epsilon yaitu variabel yang tidak diukur dan diteliti.

3.2.7 Rancangan Uji Hipotesis

Sesuai dengan Hipotesis dan juga desain penelitian yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka dalam pengujian hipotesis menggunakan Path Analysis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat persamaan struktural yaitu:

$$Y = P_{yx1} + P_{yx2} + P_y\varepsilon$$

2. Menghitung matrix korelasi antar X_1, X_2, Y
3. Menghitung matrix korelasi antar variabel *eksogenous*
4. Menghitung matrix invers R_1^{-1}
5. Menghitung koefisien jalur P_{yx1} ($i = 1$ dan 2)
6. Menghitung R^2 yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2 , Terhadap Y
7. Hitung pengaruh variabel lain
8. Pengujian koefisien jalur sekaligus merupakan pengujian hipotesis penelitian. Statistik uji yang digunakan adalah uji F dan uji T dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Uji statistik F

Untuk menguji pengaruh independen, secara bersama sama atau simultan terhadap variabel dependen. Kriteria Uji-F sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Uji-F dapat dilakukan hanya dengan melihat nilai signifikansi F yang terdapat pada output hasil analisis regresi. Jika angka signifikansi F lebih kecil α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

b. Uji statistik T

Uji-T untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria Uji-T sebagai berikut:

1. Jika $T_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat
2. Jika $T_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, berarti ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. uji T dapat dilakukan hanya dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil analisis regresi, jika angka signifikansi t lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan

bahwa ada pengaruh yang signifikansi antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara geografis Kabupaten Boalemo terletak diantara Kabupaten Gorontalo dan Kabupaten Pohuwato dengan luas wilayah Kabupaten Boalemo adalah 2.567,36 km² atau 21,02% dari luas Provinsi Gorontalo, dengan jumlah penduduk 129.177 jiwa, dan tingkat kepadatan penduduk 50,32 jiwa/km². Telah mengalami pertumbuhan yang pesat sebagai salah satu daerah transit yang strategis dan potensial bagi pengembangan sektor pertanian, jasa dan perdagangan. Dunia usaha di Kabupaten Boalemo juga terus mengalami perkembangan khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM sangat penting dalam perkembangan perekonomian masyarakat karena kontribusinya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto Regional (PDBR) dan banyaknya tenaga kerja yang diserap.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Boalemo tahun 2020, terdapat sebanyak 50 UMKM Usaha Nasi Kuning yang menjadi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Boalemo khususnya di Kecamatan Tilamuta. UMKM tersebut tersebar di sembilan Desa yang berada di Kecamatan Tilamuta yaitu Desa Lahumbo, Mohungo, Modelomo, Hungayonaa, Limbato, Piloliyanga, Ayuhulalo, Lamu, Pentadu Timur. UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo belum maksimal karena berkurangnya penjual nasi kuning setiap tahun dalam artian tidak beroperasi lagi usahanya oleh

karena itu sangat penting untuk mengetahui atau memahami hal-hal yang dapat meningkatkan kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Dari 50 responden pada penelitian ini dapat dikemukakan identitas responden UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo yang meliputi: Tingkat pendidikan, jenis kelamin dan umur.

1. Tingkat pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan yang telah diuraikan pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi (Σ)	Presentase (%)
SD	20	40
SMP	15	30
SMA	15	30
S1	-	-
Total	50	100

Sumber: Olahan Data, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden SD yaitu 20 orang atau sekitar 40%, jumlah responden SMP sebanyak 15 orang atau 30%. jumlah responden SMA sebanyak 15 orang atau 30%. Dan tidak ada responden yang berpendidikan S1. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berpendidikan SD, sedangkan responden yang paling sedikit ialah berpendidikan SMP dan SMA.

2. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Σ)	Prsentase (%)
Laki-laki	-	-
Perempuan	50	100
Total	50	100

Sumber: Olahan Data, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan yaitu 50 orang atau sekitar 100%, sedangkan jumlah responden laki-laki tidak terdapat responden. Hal ini menunjukkan bahwa antara responden laki-laki dengan perempuan tidak seimbang bahkan data ini menunjukkan bahwa rata-rata pemilik UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo adalah perempuan.

3. Umur

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh jumlah usia responden pada UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Distribusi responden berdasarkan umur

Umur	Frekuensi (Σ)	Prsentase (%)
< 20 Tahun	0	0
20-30 Tahun	21	42
>31 Tahun	29	58
Total	50	100

Sumber: Hasil olahan Data, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden umur < 20 Tahun yaitu tidak ada reponden atau 0%, sedangkan jumlah responden umur 20-30 Tahun sebanyak 21 orang atau 42%. Dan jumlah responden umur >31 Tahun

sebanyak 29 orang atau 58%. Hal ini menunjukkan bahwa antara responden memiliki umur yang berbeda-beda dan lebih banyak responden yang umur >31 tahun.

4.2.2 Karakteristik Variabel Penelitian

Seluruh variabel bebas dalam penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan variabel Kinerja UMKM Nasi Kuning. Bobot-Bobot butir instrument berdasarkan variabel terlebih dahulu dideskripsikan dengan melakukan perhitungan frekwensi dan skor berdasarkan bobot option (pilihan) jawaban. Perhitungan frekwensi dilakukan dengan cara menghitung jumlah bobot yang dipilih. Sedangkan perhitungan skor dilakukan melalui perkalian antara bobot option dengan frekwensi, berikut proses perhitungannya.

Bobot Tertinggi X Item X Jumlah Responden: $5 \times 1 \times 50 = 250$

Bobot Terendah X Item X Jumlah Responden: $1 \times 1 \times 50 = 50$

Hasil perhitungan tersebut diintervalkan dalam bentuk rentang skala penelitian sebagaimana pada tabel di bawah ini.

Rentang Skalanya yaitu: $\frac{250 - 50}{5} = 40$

Tabel 4.4 Tabel skala penelitian jawaban responden

Rentang	Kategori
210 – 250	Sangat Tinggi
170 – 209	Tinggi
130 – 169	Sedang
90 – 129	Rendah
50 – 89	Sangat Rendah

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

1. *Human Capital (X1)*

Hasil Tabulasi data variabel Human Capital (X1), yang dijawab oleh 50 responden (sampel) UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta dapat divisualisasikan melalui tabel berikut:

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Human Capital (X1)

SKOR	Item											
	X1.1			X1.2			X1.3			X1.4		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	13	65	26.0	11	55	22.0	13	65	26.0	10	50	20.0
4	16	64	32.0	13	52	26.0	11	44	22.0	12	48	24.0
3	14	42	28.0	14	42	28.0	16	48	32.0	21	63	42.0
2	7	14	14.0	10	20	20.0	9	18	18.0	6	12	12.0
1	0	0	0.0	2	2	4.0	1	1	2.0	1	1	2.0
Σ	50	185	100.0	50	171	100.0	50	176	100.0	50	174	100.0
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa Variabel Human Capital (X1) responden yang menjawab item pernyataan X1.1 memperoleh skor 185 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan X1.2 memperoleh skor 171 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan X1.3 memperoleh skor 176 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan X1.4 memperoleh skor 174 dengan kategori tinggi.

2. *Gambaran Umum Variabel Customer Capital (X2)*

Hasil tabulasi data variabel Customer Capital (X2) yang dijawab oleh 50 responden UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta dapat divisualisasikan melalui tabel berikut:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Customer Capital (X2)

SKOR	Item											
	X2.1			X2.2			X2.3			X2.4		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	31	155	62.0	17	85	34.0	23	115	46.0	3	15	6.0
4	16	64	32.0	22	88	44.0	15	60	30.0	29	116	58.0
3	3	9	6.0	9	27	18.0	11	33	22.0	15	45	30.0
2	0	0	0.0	2	4	4.0	1	2	2.0	3	6	6.0
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
Σ	50	228	100.0	50	204	100.0	50	210	100.0	50	182	100.0
Kategori	Sangat Tinggi			Tinggi			Sangat Tinggi			Tinggi		

Sumber: Olahan Data 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa Variabel Customer Capital (X2) responden yang menjawab item pernyataan X2.1 memperoleh skor 228 dengan kategori sangat tinggi, responden yang menjawab item pernyataan X2.2 memperoleh skor 204 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan X2.3 memperoleh skor 210 dengan kategori sangat tinggi, responden yang menjawab item pernyataan X2.4 memperoleh skor 182 dengan kategori tinggi.

3. Gambaran Umum Variabel Kinerja UMKM (Y)

Hasil tabulasi data variabel Kinerja UMKM (X2) yang dijawab oleh 50 responden UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta dapat divisualisasikan melalui tabel berikut:

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Kinerja UMKM (Y)

SKOR	Item								
	Y.1			Y.2			Y.3		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	3	15	6.0	16	80	32.0	20	100	40.0
4	29	116	58.0	22	88	44.0	16	64	32.0
3	15	45	30.0	7	21	14.0	11	33	22.0
2	3	6	6.0	4	8	8.0	3	6	6.0
1	0	0	0.0	1	1	2.0	0	0	0.0
Σ	50	182	100.0	50	198	100.0	50	203	100.0
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi		

SKOR	Item					
	Y.4			Y.5		
	F	Skor	%	F	Skor	%
5	7	35	14.0	7	35	14.0
4	32	128	64.0	33	132	66.0
3	8	24	16.0	8	24	16.0
2	2	4	4.0	2	4	4.0
1	1	1	2.0	0	0	0.0
Σ	50	192	100.0	50	195	100.0
Kategori	Tinggi			Tinggi		

Sumber: Olahan Data 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel Kinerja UMKM (Y) responden yang menjawab item pernyataan Y.1 memperoleh skor 182 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan Y.2 memperoleh skor 198 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan Y.3 memperoleh skor 203 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan Y.4 memperoleh skor 192 dengan kategori tinggi, responden yang menjawab item pernyataan Y.5 memperoleh skor 195 dengan kategori tinggi.

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam pengujian, validitas analisis dapat ditentukan dari data yang diproses. Alat penelitian diuji pada validitas dan reliabilitas 50 responden. Hal ini dinyatakan valid Jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, dan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Human Capital* (X1)

Berdasarkan hasil analisis data pada lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas diperoleh hasil penelitian sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Human Capital*

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket	Alpha	Ket
Human Capital (X1)	X1.1	0,846	0,278	Valid	0,834	> 0,60 = Reliabel
	X1.2	0,821	0,278	Valid		
	X1.3	0,858	0,278	Valid		
	X1.4	0,745	0,278	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2021

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Human Capital (X1) menunjukkan hasil yang valid, keputusan ini diambil karena nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,834 dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel *human capital* reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Costumer Capital* (X2)

Berdasarkan hasil analisis data pada lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas diperoleh hasil penelitian sebagaimana pada tabel berikut

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Costumer Capital* (X2)

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket	Alpha	Ket
Costumer Capital (X2)	X2.1	0,762	0,278	Valid	0,828	> 0,60 = Reliabel
	X2.2	0,811	0,278	Valid		
	X2.3	0,868	0,278	Valid		
	X2.4	0,816	0,278	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2021

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel *Costumer capital* (X2) menunjukkan hasil yang valid, keputusan ini diambil karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,828 dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel *Costumer capital* reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kinerja UMKM (Y)

Berdasarkan hasil analisis data pada lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas diperoleh hasil penelitian sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja UMKM (Y)

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket	Alpha	Ket
Kinerja UMKM (Y)	Y.1	0,700	0,278	Valid	0,812	> 0,60 = Reliabel
	Y.2	0,825	0,278	Valid		
	Y.3	0,816	0,278	Valid		
	Y.4	0,711	0,278	Valid		
	Y.5	0,733	0,278	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2021

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Kinerja Bisnis UMKM (Y) menunjukkan hasil yang valid, keputusan ini diambil karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,812 dengan

demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel Kinerja UMKM reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

4.3 Analisis Data Statistik

Hasil analisis statistik yang menggunakan analisis jalur tersebut akan diketahui apakah variabel-variabel bebas (Independen) baik secara *simultan* maupun secara *parsial* memberikan pengaruh yang nyata (signifikan) terhadap variabel terikat (dependen). Berdasarkan hasil pengolahan data atas 50 orang responden dengan menggunakan analisis jalur, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,327X_1 + 0,671X_2 + 0,208\epsilon$$

Dari persamaan di atas, menunjukkan bahwa koefisien variabel independen yakni Human Capital (X_1) yang diukur terhadap Kinerja UMKM (Y) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Besarnya pengaruh faktor Human Capital secara langsung terhadap Kinerja UMKM sebesar 0,327 atau 32,7%.

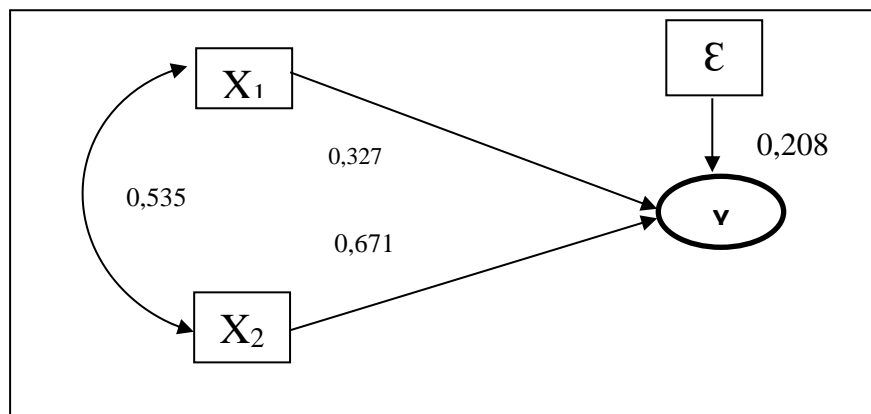
$X_2 = 0,671$ menandakan bahwa Customer Capital (X_2), yang diukur terhadap Kinerja UMKM (Y) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Besarnya pengaruh Customer Capital (X_2) yang secara langsung terhadap Kinerja UMKM sebesar 0,671 atau 67,1%.

Sedangkan $\epsilon = 0,208$ menunjukkan bahwa terdapat variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 20,8 %

Memperhatikan hasil perhitungan analisis jalur yang terdapat pada lampiran, maka hasil analisis tersebut dapat diinterpretasikan bahwa Nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,792 (terlampir), ini berarti sekitar 79,2%

pengaruh yang ada terhadap Kinerja UMKM oleh variabel Human Capital maupun Customer Capital. Serta masih ada sekitar 0,208 atau 20,8% ditentukan oleh variabel lain dan masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan hasil olahan data yang menggunakan analisis jalur hubungan antar variabel dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.2 Hasil estimasi analisis jalur

Sebagai hasil analisis dari variabel independen tersebut diperoleh informasi bahwa yang dominan berpengaruh adalah variabel Customer Capital (X2) dengan nilai sebesar 0,671 dan Human Capital (X1) dengan pengaruh sebesar 0,327 terhadap Kinerja UMKM (Y). Hasil penelitian di atas dapat diringkas seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Komposisi Pengaruh Variabel X Terhadap Y

Variabel	Pengaruh			Kontribusi Bersama (R ²)
	Langsung	Tidak Langsung	Total	
X1	0,327	-	37,5 %	-
X2	0,671	-	53,9 %	-
ε	0,208	-	32,6 %	-
X1,X2	-	-	-	79,2 %

Sumber: Hasil Olahan Data 2021

4.4 Pengujian Hipotesis

1. Pengaruh *Human Capital* (X1) dan *Customer Capital* (X2) Secara Simultan Terhadap Kinerja UMKM (Y)

Berdasarkan pengujian statistik diketahui bahwa uji simultan menghasilkan nilai signifikansi 0.000 dan nilainya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *Human Capital* dan *Customer Capital* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja UMKM. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa *Human Capital* dan *Customer Capital* secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. **Diterima**

2. Pengaruh *Human Capital* (X1) Secara Parsial Terhadap Kinerja UMKM (Y).

Uji statistik yang dilakukan pada tingkat kepercayaan sebesar 95% menunjukkan bahwa analisis diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *Human Capital* (X1) sebesar 0.000 lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai signifikansi α (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Human Capital* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa *Human Capital* secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. **Diterima**.

3. Pengaruh *Customer Capital* (X2) Secara Parsial Terhadap Kinerja UMKM (Y).

Uji t dapat dilihat pada tingkat kepercayaan sebesar 95% secara statistik menunjukkan variabel *Customer Capital* (X2) mempunyai pengaruh positif dan

signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dengan nilai *propability sig* $0,000 < \text{propability } \alpha = 0,05$. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa *Customer Capital* secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning Di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. **Diterima.**

4. Korelasi Antar Variabel X

1) Korelasi X1

Korelasi *Human Capital* (X1) dengan *Customer Capital* (X2) sebesar 0,535. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang tinggi kedua variabel tersebut.

2) Korelasi X2

Korelasi *Customer Capital* (X2) dengan *Human Capital* (X1) sebesar 0,535. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang tinggi kedua variabel tersebut.

4.5 Pembahasan

1. Pengaruh *Human Capital*, dan *Customer Capital* secara simultan terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan *Human Capital*, dan *Customer Capital* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Berdasarkan wawancara dan jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan kepada pemilik UMKM

nasi kuning bahwa para pemilik usaha memiliki pengetahuan yang banyak dalam mengelola usaha nasi kuning bahkan para pelaku usaha memiliki sikap yang inovatif dan kreatif dalam mengelola usaha. Bahkan setiap UMKM nasi kuning memiliki kemampuan yang unik dan beda dengan para pelaku usaha lainnya.

Menurut Solihin dalam Alfin (2021) *Intellectual capital (human capital, dan customer capital)* adalah kemampuan, keterampilan, keahlian, dan bentuk pengetahuan yang berguna dalam organisasi sebagai keunggulan kompetitif bagi UMKM sehingga dapat bersaing dan bertahan dipasar dan meningkatkan kekayaan UMKM. Jika UMKM bisa memanfaatkan intellectual capital yang dimilikinya maka UMKM itu akan lebih unggul dibanding UMKM yang lain. Oleh karenanya kinerja bisnis UMKM selain dipengaruhi aset fisik UMKM juga dipengaruhi aset tidak berwujud seperti kemampuan karyawan, infrastruktur yang memadai, teknologi yang canggih, hubungan dengan pemasok dan pelanggan yang baik, nama baik UMKM, dan kemampuan untuk melakukan inovasi-inovasi dalam produknya. Semua komponen-komponen yang mempengaruhi kinerja bisnis tersebut merupakan bagian dari intellectual capital.

Penelitian sebelumnya yang sejalan dengan hasil penelitian ini menurut Nurul Puspita Sari (2020) Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada UKM Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris pada UKM di Bidang Industri). Hasil penelitian menunjukkan bahwa intellectual capital yang terdiri dari (*human capital, structural capital, dan customer capital*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM di Kabupaten Sidoarjo.

2. Pengaruh Human Capital, secara parsial terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Human Capital berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Hal ini dikarenakan human capital UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta berada pada kategori baik sehingga dapat diartikan pemilik UMKM peduli terhadap pengelolaan human capital. Artinya pengetahuan dalam proses memperbaiki kinerja usaha sangat serius hal ini dapat dilihat dari pemilik usaha yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usaha dengan cara melakukan hal-hal yang baru untuk menarik minat konsumen.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa human capital dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM yang dikarenakan adanya faktor pengetahuan, sikap, dan ketangkasan intelektual yang dibawa oleh setiap manusia yang ada di organisasi tersebut untuk mengelola dan menyusun strategi dalam menjalankan bisnis (Khalique et al., 2018). Sesuai dengan teori *Resource Based Theory* dimana sumber daya dan kemampuan terdapat pada internal UMKM dijadikan sebagai pengembang strategi pada lingkungan antar UMKM. Jika sumber daya dapat mengembangkan strategi secara baik, maka UMKM dapat menghasilkan daya saing yang berkelanjutan (Puspitasari, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Wirawan (2017) Pengaruh Human Capital, Structural Capital, Dan Customer Capital Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Di Kabupaten

Tabalong. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas (*Human Capital*, *Structural Capital*, dan *Customer Capital*) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Kinerja Perusahaan), baik secara parsial maupun secara simultan.

3. Pengaruh Customer Capital secara parsial terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa customer capital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta. Hal ini dapat diartikan berdasarkan jawaban responden pada kuesioner bahwa variabel customer capital tergolong baik dapat diartikan bahwa pemilik UMKM peduli terhadap pengelolaan customer capital seperti kepuasan konsumen terhadap nasi kuning yang disediakan oleh pemilik usaha, mewujudkan keinginan konsumen, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, melakukan inovasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga loyalitas konsumen terhadap UMKM tersebut terjalin dengan baik.

Hasil tersebut menunjukkan kontribusi variabel ini dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis dikarenakan adanya loyalitas dan kepuasan pelanggan, serta network yang timbul dan membentuk nilai UMKM sehingga mendukung meningkatkan kinerja bisnis UMKM (Sirojudin & Nazaruddin, 2014).

Menurut Moeheriono (2014 : 306) *Costumer capital* merupakan hubungan yang harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang

loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan hasil penelitian ini menurut Widiastuti & Sulistyandari (2013) Peningkatan Daya Saing UKM Melalui Peran Modal Intelektual Dan Kinerja Keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas hubungan dan kemampuan untuk menciptakan pelanggan baru adalah faktor kunci untuk keberhasilan suatu UMKM.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Human Capital*, dan *Customer Capital* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.
2. *Human Capital* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.
3. *Customer Capital* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Usaha Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat di sarankan sebagai berikut:

1. *Human Capital* dan *Customer Capital* menjadi indikator yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sehingga dengan memiliki human capital dan customer capital yang baik mampu meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini harus dipertahankan oleh pelaku UMKM agar dapat meningkatkan kinerja bisnis kedepannya.

2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang berkaitan erat secara teori terhadap kinerja bisnis, serta ruang lingkup penelitian diperluas.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, T. S. (2019). *Kewirausahaan Di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Amri, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Surabaya. *Journal Of Business and Banking*, 59-70.
- Bontis, N. (2003). Intelektual Capital Disclosure in Canadian Corporations . *Journal Of Human Resources Costing & Accounting*, 9-20.
- Butler, D. (2006). *Enterprise Planning and Developement, small Business start-up Survival and Growth*.
- Daneshi, A. I. (2013). The Study Of The Relationship Between Intelektual Capital and Financial performance Of The Listed Companies In Tehran Stock Exchange Research. *Journal Of Applied Science Engineering And Technology*.
- Dwitya. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Eliana Saragih, A. (2017). Pengaruh Intelektual Capital (Human Capital, Structural Capital Dan Costumer Capital) Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 3-5.
- Gaol L, J. (2014). *Human Capital : Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT.Grasindo.
- Hambali, A. Y. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi Mengelola Karyawan*. Jakarta: CAPS (Center Of Academics Publishing Service).
- Hariyati, M. &. (2014). Pengaruh Modal Manusia, modal struktur dan modal pelanggan terhadap kinerja bisnis.
- Herlambang, G. &. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Sentra UMKM Meubel di Rw 01 dan Rw 02, Kelurahan Tanjung Sekar, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56-62.
- Ina Syarifah, M. K. (2020). Pengaruh Modal Manusia Terhadap Orientasi Pasar Dan Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Indonesia, B. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Khalique, M. &. (2013). Impact Of Intelektual Capital On The Organizational Performance Of Islamic Banking Sector In Malaysia . *Asian Journal Of Finance and Accounting*.
- Lianto, B. R. (2015). Studi Keterkaitan Kapabilitas Inovasi dan Kinerja Inovasi UKM alas kaki di Mojokerto. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 9-20.

- Malhtora. (2014). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Muammar Saddam F, M. (2017). Pengaruh Modal Manusia, Modal Structural, Modal Relasional Terhadap Kapabilitas Inovasi Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kuliner Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*.
- Munizu, D. (2010). Pengaruh Faktor-faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha mikro dan kecil di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 33-41.
- Mutegi, H. K. (2015). Financial Literacy and its impact on loan Repayment By Small and Medium Entrepreneurs . *International Journal of Economics Commerce and Management*, 1-28.
- S, W. (2017). Pengaruh Human Capital, Structural Capital dan Customer Capital Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Di Kabupaten Tabalong. *Jurnal PubBis*.
- Sari, I. S. (2020). Pengaruh Intelektual Capital Terhadap Kinerja Usaha Mikro Yang dimediasi Oleh Perilaku Kerja Inovatif. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*.
- Sari, N. P. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada UKM Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris Pada Bidang Industri). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 1-8.
- Silviasih, S. F. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Pemilik UKM Sektor Manufaktur Garmen di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 13-14.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kerja*. Jakarta: Pranada Media.
- Siregar, Z. M. (2017). Merit System in The Placement Of Civil Servants and Its Effect toward Performance of Sub-district in Labuhanbatu Region North Sumatera. *Conference series: Materials Science and Engineering* .
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukoco, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Makmur Tanjung Lestari.

- Syamsuri, A. R. (2018). Analisis Pelatihan, Disiplin Kerja, Remunerasi dan Motivasi Berprestasi dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Terhadap Kinerja Karyawan. *JSHP (Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan)*.
- Ulum, I. (2017). *Intelektual Capital : Model Pengukuran Framework Pengungkapan Dan Kinerja Organisasi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Widiastuti, E. &. (2013). Peningkatan Daya Saing UKM Melalui Peran Modal Intelektual dan Kinerja Keuangan. Pro Ceeding Seminar Nasional dan Call For Papers.
- Zuliyati, Z. &. (2017). Intelektual Capital Dan Kinerja UMKM. Seminar Nasional Dan Call For Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi. *Jurnal Ilmiah Dalam Menyikapi Permenristekdikti*, 280-290.

LAMPIRAN

Instrumen Penelitian

A.IDENTITAS

1. Nomor Urut Reponden :
2. jenis Kelamin :Pria/Wanita
3. Jenis/Bidang Usaha :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (✓) jawaban yang anda anggap paling benar dan dalam satu nomor tidak boleh ada jawaban lebih dari satu. Mohon kejujuran anda dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini, karena akan dipakai dalam pengolahan data dalam Skripsi.

1. *HUMAN CAPITAL (X1)*

1. Banyak Orang yang memiliki pengetahuan yang baik dalam usaha ini

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

2. banyak orang yang memiliki keahlian untuk mendukung usaha ini

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

3. memiliki sikap yang kreatif dan inovatif

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

4. memiliki kemampuan yang unik dan beda dengan para pelaku usaha lainnya

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

2. *COSTUMER CAPITAL* (X2)

1. Secara umum konsumen merasa puas terhadap produk usaha ini

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

2. mempunyai banyak pelanggan yang loyal

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

3. mempunyai jaringan pelanggan yang banyak

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

4. nilai merek merupakan hal yang begitu penting terhadap sebuah produk

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

3. KINERJA UMKM (Y)

1. usaha ini mengalami pertumbuhan penjualan setiap tahunnya

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

2. setiap tahunnya pertumbuhan tenaga kerja selalu meningkat

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

3. modal usaha ini selalu meningkat tiap tahunnya

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

4. keuntungan pada usaha ini selalu meningkat

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

5. permintaan produk usaha ini selalu meningkat tiap tahunnya

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Data Ordinal X1

No	Item			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	4	3	4	4
2	4	4	4	3
3	4	5	5	5
4	4	3	5	3
5	3	2	4	5
6	4	4	3	4
7	5	5	3	3
8	3	3	3	3

9	4	3	3	5
10	4	4	4	4
11	3	4	2	3
12	3	2	4	3
13	3	2	2	3
14	2	2	2	3
15	4	4	5	3
16	3	1	3	4
17	3	3	2	2
18	4	4	2	2
19	2	2	3	2
20	2	2	2	2
21	3	3	2	1
22	5	5	5	5
23	5	5	3	3
24	5	5	5	3
25	3	2	3	3
26	5	5	5	4
27	5	5	4	4
28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	4	5	5	4
31	2	3	3	3
32	3	3	3	3
33	5	4	5	5
34	3	3	2	2
35	4	4	3	3
36	4	4	3	3
37	2	2	2	2
38	3	4	4	5
39	2	3	3	3
40	3	2	3	4
41	2	2	3	3
42	5	5	5	5
43	5	1	1	4
44	5	4	5	4
45	4	4	5	4
46	4	3	4	5
47	3	3	3	3
48	4	3	4	3
49	5	4	4	4

50	4	3	4	3
----	---	---	---	---

Successive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	7.000	0.140	0.140	0.223	-1.080	1.000
	3.000	14.000	0.280	0.420	0.391	-0.202	1.989
	4.000	16.000	0.320	0.740	0.324	0.643	2.798
	5.000	13.000	0.260	1.000	0.000		3.837
2.000	1.000	2.000	0.040	0.040	0.086	-1.751	1.000
	2.000	10.000	0.200	0.240	0.311	-0.706	2.031
	3.000	14.000	0.280	0.520	0.398	0.050	2.842
	4.000	13.000	0.260	0.780	0.296	0.772	3.548
3.000	5.000	11.000	0.220	1.000	0.000		4.500
	1.000	1.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	2.000	9.000	0.180	0.200	0.280	-0.842	2.135
	3.000	16.000	0.320	0.520	0.398	0.050	3.051
4.000	4.000	11.000	0.220	0.740	0.324	0.643	3.758
	5.000	13.000	0.260	1.000	0.000		4.668
	1.000	1.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	2.000	6.000	0.120	0.140	0.223	-1.080	1.970
5.000	3.000	21.000	0.420	0.560	0.394	0.151	3.012
	4.000	12.000	0.240	0.800	0.280	0.842	3.898
	5.000	10.000	0.200	1.000	0.000		4.821
	8.000	2.000	0.400	0.400	0.386	-0.253	1.000
	9.000	3.000	0.600	1.000	0.000		2.610

Successive Interval

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1total
2.798	2.842	3.758	3.898	13.295
2.798	3.548	3.758	3.012	13.115
2.798	4.500	4.668	4.821	16.787
2.798	2.842	4.668	3.012	13.320
1.989	2.031	3.758	4.821	12.598
2.798	3.548	3.051	3.898	13.294
3.837	4.500	3.051	3.012	14.400
1.989	2.842	3.051	3.012	10.893
2.798	2.842	3.051	4.821	13.511
2.798	3.548	3.758	3.898	14.001
1.989	3.548	2.135	3.012	10.683
1.989	2.031	3.758	3.012	10.789
1.989	2.031	2.135	3.012	9.166
1.000	2.031	2.135	3.012	8.177
2.798	3.548	4.668	3.012	14.026
1.989	1.000	3.051	3.898	9.937
1.989	2.842	2.135	1.970	8.934
2.798	3.548	2.135	1.970	10.450

1.000	2.031	3.051	1.970	8.051
1.000	2.031	2.135	1.970	7.135
1.989	2.842	2.135	1.000	7.965
3.837	4.500	4.668	4.821	17.827
3.837	4.500	3.051	3.012	14.400
3.837	4.500	4.668	3.012	16.018
1.989	2.031	3.051	3.012	10.082
3.837	4.500	4.668	3.898	16.904
3.837	4.500	3.758	3.898	15.993
3.837	4.500	4.668	4.821	17.827
3.837	4.500	4.668	4.821	17.827
2.798	4.500	4.668	3.898	15.864
1.000	2.842	3.051	3.012	9.904
1.989	2.842	3.051	3.012	10.893
3.837	3.548	4.668	4.821	16.875
1.989	2.842	2.135	1.970	8.934
2.798	3.548	3.051	3.012	12.408
2.798	3.548	3.051	3.012	12.408
1.000	2.031	2.135	1.970	7.135
1.989	3.548	3.758	4.821	14.115
1.000	2.842	3.051	3.012	9.904
1.989	2.031	3.051	3.898	10.968
1.000	2.031	3.051	3.012	9.093
3.837	4.500	4.668	4.821	17.827
3.837	1.000	1.000	3.898	9.735
3.837	3.548	4.668	3.898	15.952
2.798	3.548	4.668	3.898	14.912
2.798	2.842	3.758	4.821	14.218
1.989	2.842	3.051	3.012	10.893
2.798	2.842	3.758	3.012	12.409
3.837	3.548	3.758	3.898	15.041
2.798	2.842	3.758	3.012	12.409

Data Ordinal X2

No	Item			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	3	5	5	4
2	4	5	5	5
3	4	3	5	5
4	3	4	4	4
5	3	4	4	4
6	4	4	4	4
7	3	4	5	4
8	3	4	3	4
9	3	5	5	3

10	4	4	4	4
11	4	4	4	4
12	3	4	4	4
13	4	4	4	4
14	2	2	2	1
15	4	5	3	3
16	4	5	4	4
17	4	3	3	4
18	2	3	4	4
19	3	4	3	4
20	3	4	4	4
21	3	3	3	3
22	4	5	5	4
23	4	4	5	4
24	4	4	5	5
25	4	5	5	4
26	4	4	5	4
27	4	5	5	4
28	4	5	4	4
29	4	5	5	5
30	4	5	5	4
31	3	3	3	3
32	3	4	5	4
33	4	4	5	4
34	4	3	5	5
35	3	5	5	4
36	4	5	5	4
37	2	2	3	2
38	4	5	5	4
39	4	4	4	4
40	4	5	5	5
41	4	4	4	4
42	4	5	5	3
43	3	3	3	3
44	3	3	3	3
45	4	3	3	4
46	4	5	5	5
47	3	4	3	3
48	4	4	4	4
49	4	4	4	4
50	4	4	5	4

Successive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	3.000	0.060	0.060	0.119	-1.555	1.000
	3.000	16.000	0.320	0.380	0.381	-0.305	2.168
	4.000	31.000	0.620	1.000	0.000		3.600
2.000	2.000	2.000	0.040	0.040	0.086	-1.751	1.000
	3.000	9.000	0.180	0.220	0.296	-0.772	1.988
	4.000	22.000	0.440	0.660	0.366	0.412	2.995
	5.000	17.000	0.340	1.000	0.000		4.232
3.000	2.000	1.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	3.000	11.000	0.220	0.240	0.311	-0.706	2.228
	4.000	15.000	0.300	0.540	0.397	0.100	3.134
	5.000	23.000	0.460	1.000	0.000		4.284
4.000	1.000	1.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	2.000	1.000	0.020	0.040	0.086	-1.751	1.533
	3.000	8.000	0.160	0.200	0.280	-0.842	2.210
	4.000	33.000	0.660	0.860	0.223	1.080	3.508
	5.000	7.000	0.140	1.000	0.000		5.011
5.000	7.000	1.000	0.500	0.500	0.399	0.000	1.000
	9.000	1.000	0.500	1.000	0.000		2.596

Successive Interval

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2Total
2.168	4.232	4.284	3.508	14.191
3.600	4.232	4.284	5.011	17.126
3.600	1.988	4.284	5.011	14.882
2.168	2.995	3.134	3.508	11.804
2.168	2.995	3.134	3.508	11.804
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
2.168	2.995	4.284	3.508	12.954
2.168	2.995	2.228	3.508	10.898
2.168	4.232	4.284	2.210	12.893
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
2.168	2.995	3.134	3.508	11.804
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
3.600	4.232	2.228	2.210	12.269
3.600	4.232	3.134	3.508	14.473
3.600	1.988	2.228	3.508	11.323
1.000	1.988	3.134	3.508	9.630
2.168	2.995	2.228	3.508	10.898
2.168	2.995	3.134	3.508	11.804
2.168	1.988	2.228	2.210	8.594
3.600	4.232	4.284	3.508	15.623
3.600	2.995	4.284	3.508	14.386
3.600	2.995	4.284	5.011	15.889

3.600	4.232	4.284	3.508	15.623
3.600	2.995	4.284	3.508	14.386
3.600	4.232	4.284	3.508	15.623
3.600	4.232	3.134	3.508	14.473
3.600	4.232	4.284	5.011	17.126
3.600	4.232	4.284	3.508	15.623
2.168	1.988	2.228	2.210	8.594
2.168	2.995	4.284	3.508	12.954
3.600	2.995	4.284	3.508	14.386
3.600	1.988	4.284	5.011	14.882
2.168	4.232	4.284	3.508	14.191
3.600	4.232	4.284	3.508	15.623
1.000	1.000	2.228	1.533	5.761
3.600	4.232	4.284	3.508	15.623
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
3.600	4.232	4.284	5.011	17.126
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
3.600	4.232	4.284	2.210	14.325
2.168	1.988	2.228	2.210	8.594
2.168	1.988	2.228	2.210	8.594
3.600	1.988	2.228	3.508	11.323
3.600	4.232	4.284	5.011	17.126
2.168	2.995	2.228	2.210	9.600
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
3.600	2.995	3.134	3.508	13.236
3.600	2.995	4.284	3.508	14.386

Data Ordinal Y

No	Item				Y.5
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	3	4	5	4	4
2	4	5	5	5	4
3	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
5	3	4	4	4	5
6	4	4	4	4	4
7	3	4	5	4	4
8	3	4	3	4	4
9	5	5	5	3	4
10	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4
12	3	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4
14	2	2	2	1	2
15	4	5	3	3	3
16	4	4	4	4	4

17	4	3	3	4	5
18	2	3	4	4	3
19	3	1	3	2	4
20	3	4	4	4	3
21	3	3	3	3	4
22	4	5	5	4	4
23	4	4	5	4	4
24	4	4	5	5	5
25	4	5	5	4	4
26	4	4	5	4	4
27	4	5	5	4	4
28	4	5	4	4	4
29	5	5	5	5	4
30	4	5	5	4	5
31	3	3	3	3	3
32	3	4	5	4	4
33	4	4	5	4	4
34	4	3	2	5	4
35	3	5	5	4	4
36	4	5	3	4	4
37	2	2	3	2	3
38	4	5	5	4	5
39	4	4	4	4	3
40	4	2	2	5	2
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	3	4
43	3	3	3	3	3
44	3	5	4	3	4
45	4	3	3	4	4
46	4	5	5	5	5
47	3	4	3	3	3
48	4	2	4	4	4
49	4	4	4	4	4
50	4	4	5	4	4

Successive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	3.000	0.060	0.060	0.119	-1.555	1.000
	3.000	15.000	0.300	0.360	0.374	-0.358	2.135
	4.000	29.000	0.580	0.940	0.119	1.555	3.425
	5.000	3.000	0.060	1.000	0.000		4.971
2.000	1.000	1.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	2.000	4.000	0.080	0.100	0.175	-1.282	1.832

	3.000	7.000	0.140	0.240	0.311	-0.706	2.454
	4.000	22.000	0.440	0.680	0.358	0.468	3.315
	5.000	16.000	0.320	1.000	0.000		4.538
3.000	2.000	3.000	0.060	0.060	0.119	-1.555	1.000
	3.000	11.000	0.220	0.280	0.337	-0.583	1.997
	4.000	16.000	0.320	0.600	0.386	0.253	2.830
	5.000	20.000	0.400	1.000	0.000		3.951
4.000	1.000	1.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	2.000	2.000	0.040	0.060	0.119	-1.555	1.653
	3.000	8.000	0.160	0.220	0.296	-0.772	2.315
	4.000	32.000	0.640	0.860	0.223	1.080	3.536
	5.000	7.000	0.140	1.000	0.000		5.011
5.000	2.000	2.000	0.040	0.040	0.086	-1.751	1.000
	3.000	8.000	0.160	0.200	0.280	-0.842	1.943
	4.000	33.000	0.660	0.860	0.223	1.080	3.241
	5.000	7.000	0.140	1.000	0.000		4.744

Successive Interval

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Ytotal
2.135	3.315	3.951	3.536	3.241	16.178
3.425	4.538	3.951	5.011	3.241	20.167
3.425	4.538	3.951	5.011	4.744	21.670
2.135	3.315	2.830	3.536	3.241	15.057
2.135	3.315	2.830	3.536	4.744	16.560
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
2.135	3.315	3.951	3.536	3.241	16.178
2.135	3.315	1.997	3.536	3.241	14.224
4.971	4.538	3.951	2.315	3.241	19.017
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
2.135	3.315	2.830	3.536	3.241	15.057
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
1.000	1.832	1.000	1.000	1.000	5.832
3.425	4.538	1.997	2.315	1.943	14.218
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
3.425	2.454	1.997	3.536	4.744	16.156
1.000	2.454	2.830	3.536	1.943	11.763
2.135	1.000	1.997	1.653	3.241	10.027
2.135	3.315	2.830	3.536	1.943	13.759
2.135	2.454	1.997	2.315	3.241	12.142
3.425	4.538	3.951	3.536	3.241	18.692
3.425	3.315	3.951	3.536	3.241	17.468
3.425	3.315	3.951	5.011	4.744	20.446
3.425	4.538	3.951	3.536	3.241	18.692
3.425	3.315	3.951	3.536	3.241	17.468
3.425	4.538	3.951	3.536	3.241	18.692
3.425	4.538	2.830	3.536	3.241	17.571
4.971	4.538	3.951	5.011	3.241	21.712
3.425	4.538	3.951	3.536	4.744	20.195
2.135	2.454	1.997	2.315	1.943	10.844

2.135	3.315	3.951	3.536	3.241	16.178
3.425	3.315	3.951	3.536	3.241	17.468
3.425	2.454	1.000	5.011	3.241	15.131
2.135	4.538	3.951	3.536	3.241	17.402
3.425	4.538	1.997	3.536	3.241	16.737
1.000	1.832	1.997	1.653	1.943	8.426
3.425	4.538	3.951	3.536	4.744	20.195
3.425	3.315	2.830	3.536	1.943	15.049
3.425	1.832	1.000	5.011	1.000	12.268
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
4.971	4.538	3.951	2.315	3.241	19.017
2.135	2.454	1.997	2.315	1.943	10.844
2.135	4.538	2.830	2.315	3.241	15.060
3.425	2.454	1.997	3.536	3.241	14.653
3.425	4.538	3.951	5.011	4.744	21.670
2.135	3.315	1.997	2.315	1.943	11.705
3.425	1.832	2.830	3.536	3.241	14.865
3.425	3.315	2.830	3.536	3.241	16.347
3.425	3.315	3.951	3.536	3.241	17.468

SKOR	Item											
	X1.1			X1.2			X1.3			X1.4		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	13	65	26.0	11	55	22.0	13	65	26.0	10	50	20.0
4	16	64	32.0	13	52	26.0	11	44	22.0	12	48	24.0
3	14	42	28.0	14	42	28.0	16	48	32.0	21	63	42.0
2	7	14	14.0	10	20	20.0	9	18	18.0	6	12	12.0
1	0	0	0.0	2	2	4.0	1	1	2.0	1	1	2.0
Σ	50	185	100.0	50	171	100.0	50	176	100.0	50	174	100.0
Kategori												

SKOR	Item											
	X2.1			X2.2			X2.3			X2.4		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	31	155	62.0	17	85	34.0	23	115	46.0	3	15	6.0
4	16	64	32.0	22	88	44.0	15	60	30.0	29	116	58.0
3	3	9	6.0	9	27	18.0	11	33	22.0	15	45	30.0
2	0	0	0.0	2	4	4.0	1	2	2.0	3	6	6.0
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
Σ	50	228	100.0	50	204	100.0	50	210	100.0	50	182	100.0
Kategori												

SKOR	Item								
	Y.1			Y.2			Y.3		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	3	15	6.0	16	80	32.0	20	100	40.0
4	29	116	58.0	22	88	44.0	16	64	32.0
3	15	45	30.0	7	21	14.0	11	33	22.0
2	3	6	6.0	4	8	8.0	3	6	6.0
1	0	0	0.0	1	1	2.0	0	0	0.0
Σ	50	182	100.0	50	198	100.0	50	203	100.0
Kategori									

SKOR	Item					
	Y.4			Y.5		
	F	Skor	%	F	Skor	%
5	7	35	14.0	7	35	14.0
4	32	128	64.0	33	132	66.0
3	8	24	16.0	8	24	16.0
2	2	4	4.0	2	4	4.0
1	1	1	2.0	0	0	0.0
Σ	50	192	100.0	50	195	100.0
Kategori						

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r _{hitung}	r _{tabel}	Ket	Alpha	Ket
Human Capital (X1)	X1.1	0,846	0,278	Valid	0,834	> 0,60 = Reliabel
	X1.2	0,821	0,278	Valid		
	X1.3	0,858	0,278	Valid		
	X1.4	0,745	0,278	Valid		

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r _{hitung}	r _{tabel}	Ket	Alpha	Ket
Costumer Capital (X2)	X2.1	0,762	0,278	Valid	0,828	> 0,60 = Reliabel
	X2.2	0,811	0,278	Valid		
	X2.3	0,868	0,278	Valid		
	X2.4	0,816	0,278	Valid		

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r _{hitung}	r _{tabel}	Ket	Alpha	Ket
Kinerja	Y.1	0,700	0,278	Valid	0,812	> 0,60 =

UMKM (Y)	Y.2	0,825	0,278	Valid		Reliabel
	Y.3	0,816	0,278	Valid		
	Y.4	0,711	0,278	Valid		
	Y.5	0,733	0,278	Valid		

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	14.0	14.0	14.0
	3	14	28.0	28.0	42.0
	4	16	32.0	32.0	74.0
	5	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4.0	4.0	4.0
	2	10	20.0	20.0	24.0
	3	14	28.0	28.0	52.0
	4	13	26.0	26.0	78.0
	5	11	22.0	22.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.0	2.0	2.0
	2	9	18.0	18.0	20.0
	3	16	32.0	32.0	52.0
	4	11	22.0	22.0	74.0
	5	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	1	1	2.0	2.0	2.0
	2	6	12.0	12.0	14.0
	3	21	42.0	42.0	56.0
	4	12	24.0	24.0	80.0
	5	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	6.0	6.0	6.0
	3	16	32.0	32.0	38.0
	4	31	62.0	62.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	4.0	4.0	4.0
	3	9	18.0	18.0	22.0
	4	22	44.0	44.0	66.0
	5	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.0	2.0	2.0
	3	11	22.0	22.0	24.0
	4	15	30.0	30.0	54.0
	5	23	46.0	46.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	1	1	2.0	2.0	2.0
	2	1	2.0	2.0	4.0
	3	8	16.0	16.0	20.0
	4	33	66.0	66.0	86.0
	5	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	6.0	6.0	6.0
	3	15	30.0	30.0	36.0
	4	29	58.0	58.0	94.0
	5	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.0	2.0	2.0
	2	4	8.0	8.0	10.0
	3	7	14.0	14.0	24.0
	4	22	44.0	44.0	68.0
	5	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	6.0	6.0	6.0
	3	11	22.0	22.0	28.0
	4	16	32.0	32.0	60.0
	5	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.0	2.0	2.0
	2	2	4.0	4.0	6.0
	3	8	16.0	16.0	22.0
	4	32	64.0	64.0	86.0
	5	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	4.0	4.0	4.0
	3	8	16.0	16.0	20.0
	4	33	66.0	66.0	86.0
	5	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.697**	.566**	.519**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.697**	1	.608**	.345*	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.014	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.566**	.608**	1	.615**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.519**	.345*	.615**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
X1Total	Pearson Correlation	.846**	.821**	.858**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.834	4

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.514**	.483**	.598**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.514**	1	.638**	.445**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.483**	.638**	1	.645**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.598**	.445**	.645**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
X2Total	Pearson Correlation	.762**	.811**	.868**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0

Excluded ^a	0	.0
Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.828	4

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	YTotal
Y.1	Pearson Correlation	1	.485**	.381**	.488**	.400**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.485**	1	.665**	.409**	.451**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.381**	.665**	1	.399**	.557**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.004	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.488**	.409**	.399**	1	.464**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.004		.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.400**	.451**	.557**	.464**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.001		.000
	N	50	50	50	50	50	50
YTotal	Pearson Correlation	.700**	.825**	.816**	.711**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Costumer Capital (X2), Human Capital (X1) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.890 ^a	.792	.783	1.570	2.219

a. Predictors: (Constant), Costumer Capital (X2), Human Capital (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441.724	2	220.862	89.582	.000 ^b
	Residual	115.877	47	2.465		
	Total	557.601	49			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

b. Predictors: (Constant), Costumer Capital (X2), Human Capital (X1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.152	1.133		1.017	.314
	Human Capital (X1)	.356	.086	.327	4.152	.000
	Costumer Capital (X2)	.796	.093	.671	8.528	.000

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Correlations

		Human Capital (X1)	Costumer Capital (X2)
Human Capital (X1)	Pearson Correlation	1	.535**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Costumer Capital (X2)	Pearson Correlation	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

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



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Wadon Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp. (0941) 8224466, 8296751, Fax. (0941) 829975
Email: lemlit@unichsngorontalo.ac.id

Nomor : 2965/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/XII/2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

UMKM Nasi Kuning Kabupaten Boalemo

di-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Refli Pakaya
NIM : E2117179
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Lokasi Penelitian : UMKM USAHA NASI KUNING KABUAPTEN BOALEMO
Judul Penelitian : PENGARUH HUMAN CAPITAL DAN COSTUMER CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM USAHA NASI KUNING DI KABUPATEN BOALEMO

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

16 Desember 2020

Ketua
Zulham, Ph.D
NIDN 0911108104



PEMERINTAH KABUPATEN BOALEMO
DINAS KOPERASI UKM
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jln. Balombo, Desa Piloliyangan, Kec. Tilamuta, Kab. Boalemo, Kode pos 96263

SURAT KETERANGAN

Nomor: 043/103 / KUMP / IV /2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Boalemo menerangkan bahwa :

Nama : Refli Pakaya
Tempat Tanggal Lahir : Wonggarasi Timur, 04 Juni 1999
NIM : E21.17.179
Jurusan : Manajemen

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian pada Dinas UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Boalemo, Terhitung Mulai Tanggal 14 Januari s/d 14 Maret 2021, guna penulisan skripsi dengan judul *"PENGARUH HUMAN CAPITAL DAN COSTUMER CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM USAHA NASI KUNING DI KECAMATAN TILAMUTA KABUPATEN BOALEMO"*.

Demikian surat pengantar ini dibuat untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Kepala Dinas



Drx. H. IRWAN DAL, M.Pd
Pembina Utama Muda, IV/c
Nip. 19651123 199303 1 006



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0649/UNISAN-G/S-BP/V/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : REFLI PAKAYA
NIM : E2117179
Program Studi : Manajemen (S1)
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Human Capital Dan Costumer Capital Terhadap Kinerja UMKM usaha nasi kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 28%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 27 Mei 2021

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



REFLY TURNITIN.docx
May 27, 2021
9201 words / 58698 characters

E.21.17.179

REFLI PAKAYA.docx

Sources Overview

28%

OVERALL SIMILARITY

1	repository.iainpurwokerto.ac.id	5%
2	www.scribd.com	2%
3	www.coursehero.com	2%
4	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-16	2%
5	jurnal.stiatabalong.ac.id	1%
6	media.neliti.com	1%
7	jurnal.unpand.ac.id	1%
8	www.neliti.com	1%
9	jurnal.unigo.ac.id	<1%
10	repository.widyatama.ac.id	<1%
11	download.garuda.ristekdikti.go.id	<1%
12	cjurnal.pps.ung.ac.id	<1%
13	id.123dok.com	<1%
14	stic-aka.ac.id	<1%
15	123dok.com	<1%
16	manajemen.fe.um.ac.id	<1%
		<1%

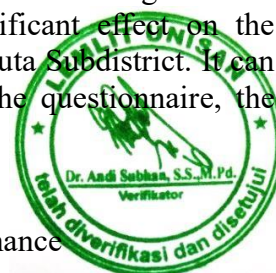
35	www.ejurnal.stiedharmasputra-mng.ac.id	INTERNET	<1%
36	core.ac.uk	INTERNET	<1%
37	jurnal.poltexba.ac.id	INTERNET	<1%
38	repository.unpas.ac.id	INTERNET	<1%
39	repository.unsu.ac.id	INTERNET	<1%
40	www.ejournal.warmadewa.ac.id	INTERNET	<1%
41	pitsi.co.id	INTERNET	<1%
42	jurnal.untagung.ac.id	INTERNET	<1%
43	journalfeb.unla.ac.id	INTERNET	<1%
44	konsultasikripsi.com	INTERNET	<1%
45	ejournal.ukrida.ac.id	INTERNET	<1%
46	id.scribd.com	INTERNET	<1%
47	e-jurnal.stimobal-indonesia.ac.id	INTERNET	<1%
48	repository.radenintan.ac.id	INTERNET	<1%
49	repository.upategal.ac.id	INTERNET	<1%
50	docobook.com	INTERNET	<1%
51	id.wikipedia.org	INTERNET	<1%
52	journal.wingkt.ac.id	INTERNET	<1%
53	docsid.us	INTERNET	<1%
54	ngaiyelt.blogspot.com	INTERNET	<1%
55	a-research.upi.edu	INTERNET	<1%
56	jurnal.unigal.ac.id	INTERNET	<1%
57	www.emerald.com	INTERNET	<1%
			<1%
			<1%

ABSTRACT

REFLY PAKAYA. E2117179. THE EFFECT OF HUMAN CAPITAL AND CUSTOMER CAPITAL ON THE PERFORMANCE OF MSMEs IN YELLOW RICE BUSINESS AT TILAMUTA DISTRICT, BOALEMO DISTRICT

This study aims to find out and analyze to what extent the effect of the human capital and customer capital have on the performance of MSMEs in the yellow rice business at Tilamuta Subdistrict, Boalemo District. This study implements a quantitative approach with a survey method. The data collection technique employs questionnaires addressed to respondents. The analysis used is path analysis. The findings indicate that human capital and customer capital simultaneously have a significant effect on the performance of MSMEs in the yellow rice business at Tilamuta Subdistrict, Boalemo District. Partially, human capital has a significant effect on the performance of MSMEs in the yellow rice business at Tilamuta Subdistrict, Boalemo District. The human capital of MSMEs in the yellow rice business at Tilamuta Subdistrict is in a good category so that it can be interpreted that the MSMEs of yellow rice business owners care about the management of human capital. The customer capital partially has a significant effect on the performance of MSMEs in the yellow rice business at Tilamuta Subdistrict. It can be interpreted that based on the respondents' answers to the questionnaire, the customer capital variable is classified as good.

Keywords: human capital, customer capital, MSMEs performance



ABSTRAK

REFLY PAKAYA. E2117179. PENGARUH HUMAN CAPITAL DAN COSTUMER CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM USAHA NASI KUNING DI KECAMATAN TILAMUTA KABUPATEN BOALEMO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh *human capital* dan *costumer capital* terhadap kinerja UMKM usaha nasi kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah *path analysis*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan *human capital*, dan *customer capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM nasi kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Secara parsial *human capital* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Nasi Kuning di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Hal ini dikarenakan *human capital* UMKM nasi kuning di Kecamatan Tilamuta berada pada kategori baik sehingga dapat diartikan pemilik UMKM peduli terhadap pengelolaan *human capital*. *Customer capital* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM nasi kuning di Kecamatan Tilamuta. Hal ini dapat diartikan bahwa berdasarkan jawaban responden pada kuesioner, variabel *customer capital* tergolong baik.



Kata kunci: *human capital*, *costumer capital*, kinerja UMKM

CURICULUM VITAE

A. BIODATA PRIBADI

1. Nama : Refli pakaya
2. Nim : E2117179
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Tempat Tanggal Lahir : Wonggarasi Timur, 4 Juni 1999
5. Agama : Islam
6. Alamat : Desa Pentadu Barat, Kecamatan Tilamuta,
Kabupaten Boalemo, Provinsi Gorontalo
7. No Hp : 082259406884
8. Email : reflipakaya99@gmail.com



B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 04 Lemito Pada Tahun 2011
2. SMP : SMP Negeri 04 Tilamuta pada tahun 2014
3. SMK : SMK Negeri 1 Boalemo Pada Tahun 2017
4. Perguruan Tinggi : Universitas Ichsan Gorontalo Fakultas
Ekonomi Program Studi S1 Manajemen
2017-2021