

# **ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA DENGAN KREDIT KUR SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Moh. Khanif Muzaki<sup>1</sup>**

[khanifmuzaki@gmail.com](mailto:khanifmuzaki@gmail.com)

081233900102, Universitas Gajayana Malang

**Rizkyna Sevianita<sup>2</sup>**

[riskyna1002@gmail.com](mailto:riskyna1002@gmail.com)

083114426292, Universitas Gajayana Malang

**Sri Hastuti<sup>3</sup>**

[srihastuti@unigamalang.ac.id](mailto:srihastuti@unigamalang.ac.id)

082119423186, Universitas Gajayana Malang

## ***Abstract***

*This research is about business success and Kredit Usaha Rakyat (KUR) loans conducted at the Dinoyo ceramics industry center in Malang. The research was conducted because there was a decline in sales and not a few business actors deactivated their businesses during the Covid-19 pandemic. This study aims to analyze the factors that influence business success consisting of capital, sales volume and length of business which are moderated by business credit loans on Dinoyo ceramics. The grand theory used in this study is the Resource Based View (RBV) Theory and Agency Theory. The analysis technique in this study used descriptive statistical analysis with a quantitative approach. The data used in this study is using primary data with a total population of 40 members. The sampling technique used was the saturation or census technique, which obtained a sample of 35 UMKM as research respondents. Collecting data using a questionnaire with a Likert scale as a measuring tool. Data testing was carried out by instrument testing, descriptive statistical analysis testing, classical assumption testing, and hypothesis testing using SPSS 25 software. The results of hypothesis testing concluded that capital, sales volume, and length of business partially had a positive effect on business success. The results of the moderation test can be concluded that business credit loans can strengthen sales volume on business success. Meanwhile, business credit loans cannot strengthen capital and length of business on business success.*

**Keywords:** *Capital, Sales Volume, Length of Business, Business Credit*

## 1. Pendahuluan (*Introduction*)

Perusahaan dalam menjalankan usahanya memikirkan keberlanjutan dan keberhasilan usaha. Ukuran keberhasilan usaha jika diukur dari sudut ekonomi dapat dilihat dari keadaan financial usaha yang dijalankan, jika usaha yang dijalankan dapat memberikan pemasukan yang lebih daripada pengeluaran maka usaha tersebut dapat dikatakan layak untuk dilanjutkan. Sebaliknya, jika suatu usaha menghasilkan pemasukan yang diperoleh lebih sedikit daripada pengeluaran maka usaha tersebut dapat dikatakan tidak layak untuk dilanjutkan atau dapat dikatakan mengalami kegagalan usaha. Suatu usaha disebut berhasil apabila dalam jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik permodalan, ukuran usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan (Mashuri, et al, 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu bentuk usaha yang mempunyai peran penting dalam pembangunan perekonomian nasional, hal ini disebabkan karena UMKM memiliki sifat fleksibel atau mampu menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah ubah dibanding dengan perusahaan berskala besar. Saat mengalami krisis moneter yang disebabkan dengan adanya Pandemi Covid—19, tidak sedikit perusahaan besar yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dimana angka pengangguran di Indonesia mengalami peningkatan secara signifikan. Selain itu, juga berdampak langsung pada UMKM.

Pelaku usaha keramik Dinoyo selama masa pandemi tidak sedikit yang *me-non* aktifkan usahanya dikarenakan terjadi penurunan. Tercatat penurunan penjualan mencapai 80% yang menyebabkan banyak pelaku usaha keramik memberhentikan produksi sementara. UNDP dan LPEM UI dalam hasil surveinya mengungkapkan bahwa lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% penurunan pendapatan, 88% mengalami penurunan permintaan produk, dan 97% mengalami penurunan nilai aset (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022). Usaha mikro Industri Keramik Dinoyo Kota Malang juga mengalami hal tersebut namun, ini tidak membuat pengusaha keramik terus mengalami keterpurukan. Selama pasca pandemi permintaan pasar mengalami peningkatan mencapai 70% hingga 80%, hal ini membuat pelaku usaha keramik mempunyai semangat kembali untuk memulai usahanya.

UMKM mengalami peningkatan secara signifikan disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan dan berkembangnya kondisi perekonomian di Indonesia. Kota Malang sebagai salah satu penyumbang jumlah UMKM terbanyak di Jawa Timur dengan memiliki kurang lebih 8.000 pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Jumlah tersebut tidak terlepas dari keberpihakan Pemerintah Kota Malang terhadap UMKM lokal, diantaranya dalam penerbitan Surat Edaran Wali Kota Malang Nomor 5 Tahun 2021 tentang Prioritas Penggunaan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Kota Malang Melalui Aplikasi Jatim Bejo dan Bela Pengadaan (Pemerintah Kota Malang, 2022). Sejumlah sentra industri UMKM unggulan Kota Malang diantaranya yaitu Keripik Tempe, Batik, Fesyen, Painting, Keramik, Rotan, Sanitair, Gerabah, Mebel, Raket, dll.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan model baru perniagaan atau bentuk usaha yang dilakukan oleh perseorangan hingga kelompok individu yang mampu mengatasi permasalahan yang terkait dengan kesenjangan masyarakat khususnya dengan pendapatan, tercatat jumlah UMKM saat ini mencapai 99% dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5%. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 96,9% dari total tenaga kerja nasional (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Arus globalisasi yang kian berkembang membuat banyak produk asing masuk pada sentra industri Indonesia. Pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya tidak mudah untuk mencapai keberhasilan usaha, hal ini dikarenakan banyak pelaku usaha yang memiliki keterbatasan modal agar usahanya dapat terus berlanjut. Tambunan (2020) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha yaitu meliputi tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, *net working*, serta modal berupa uang.

Data Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) pada tahun 2020 mencatat sebanyak 46,6 juta dari total UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun *non bank*. Masalah pembiayaan yang dialami UMKM, pemerintah memberikan dukungan fasilitas pembiayaan melalui beberapa program pembiayaan, salah satunya yaitu melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Pelaku usaha diharuskan secara cepat dalam mendapatkan peluang pasar yang ada untuk keberhasilan usaha yang ditandai dengan adanya peningkatan jumlah penjualan, jumlah produksi, serta keuntungan yang kian mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah penjualan tentunya tidak lepas dari kinerja sumber daya internal usaha. Pelaku usaha perlu adanya perhatian khusus dengan selera dan kebutuhan konsumen serta dapat memberikan pelayanan (*service*) dengan baik. Pelaku usaha dalam mencapai peningkatan volume penjualan harus melakukan promosi untuk mengenalkan produk yang ditawarkan serta memberikan *image* baik kepada konsumen. Kegiatan promosi digunakan sebagai media komunikasi dengan konsumen, memperkenalkan, membujuk, mempengaruhi dan mendorong konsumen agar memiliki daya tarik untuk membeli produk yang telah ditawarkan.

Peneliti sebelumnya telah melakukan beberapa penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Mashuri, dkk (2019) mengungkapkan bahwa terdapat 6 (enam) faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha, antara lain modal, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan, pengalaman, lama jam kerja, dan usia. Penelitian terkait pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha telah dilakukan sebelumnya oleh Tambunan (2020), Silitonga (2022), Arliani, dkk (2019) menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sholahuddin, dkk (2020) menunjukkan bahwa modal tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Peneliti menambahkan variabel volume penjualan dan lama usaha karena semakin lama jangka waktu seseorang dalam berusaha dan tingkat penjualan semakin tinggi maka tingkat keberhasilan usaha akan semakin tinggi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti menambahkan variabel pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebagai moderasi karena diduga dapat memperkuat atau memperlemah modal, volume penjualan dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha. Sehingga tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh modal, volume penjualan, dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha dengan kredit usaha sebagai variabel moderasi.

Penelitian pendahuluan yang digunakan untuk latar belakang di tarik kesimpulan pertanyaan penelitian ini antara lain : 1) Apakah modal berpengaruh terhadap keberhasilan usaha?, 2) Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha?, 3) Apakah lama usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha?, 4) Apakah pinjaman KUR mampu memoderasi pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha?, 5) Apakah pinjaman KUR mampu memoderasi pengaruh volume penjualan terhadap keberhasilan usaha?, 5) Apakah pinjaman KUR mampu memoderasi pengaruh lama usaha terhadap keberhasilan usaha?. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal, volume penjualan, dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha dan mengetahui pinjaman KUR memoderasi pengaruh modal, volume penjualan, dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha. Namun, dalam penelitian ini juga memiliki batasan masalah yaitu dengan beberapa indikator untuk masing-masing variabelnya.

## **2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis (*Theoretical Framework and Hypothesis Development*)**

### **2.1 Teori Resource Based View (RBV)**

*Resources Based View* (RBV) adalah suatu konsep teori yang muncul dari pakar ekonomi diseluruh dunia, teori ini dipercaya mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan (Kuncoro, 2005). RBV difokuskan pada sumber daya internal perusahaan untuk mengenali aset, kapabilitas, dan kompetensi yang memiliki potensi dalam memberikan keunggulan yang kompetitif. Aset dan kapabilitas perusahaan akan menentukan efisiensi dan efektivitas kinerja perusahaan.

Pendekatan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan keberhasilan usaha dengan teori *Resource Based View* (RBV). Teori *Resource Based View* (RBV) dianggap penting untuk perusahaan dalam mengelola sumber daya yang mampu memberi dorongan pada perusahaan untuk keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Teori ini berkeyakinan bahwa kompetensi inti merupakan dasar dari keunggulan kompetitif bagi perusahaan dengan strategi yang unggul dan memiliki kemampuan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal. RBV juga berpendapat bahwa dalam mempertahankan keunggulan terletak pada sumber daya perusahaan.

## 2.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency Theory*) muncul pada tahun 1976. Teori keagenan (*Agency Theory*) merupakan hubungan antara satu individu atau lebih sebagai *principle* (pemilik modal) dengan manajemen sebagai *agent* (pengelola modal) (Jensen dan Meckling, 1976). Pihak manajemen diartikan sebagai pihak yang memiliki perjanjian dengan pemilik modal yang diberi kekuasaan untuk mewakili kepentingan pemegang saham.

Teori keagenan menjelaskan bahwa agen akan bersikap *self-interest* (mementingkan dirinya) yang mungkin akan bertentangan dengan kepentingan *principle*. Teori agensi mengungkapkan bahwa terdapat pemisahan antara pemilik modal dan pengelola modal maka akan terjadi konflik agensi karena masing-masing pihak akan berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya (Astria, 2011), hal ini mengakibatkan *principle* membuat struktur mekanisme guna untuk mengawasi agen agar terhindar dari perilaku eksploitasi (Fama dan Jensen, 1983). Kinerja perusahaan dalam meminimalisir biaya dan meningkatkan efisiensi yaitu pencapaian yang dikehendaki oleh perspektif teori keagenan. Jensen dan Meckling (1976) mengasumsikan teori keagenan berdasarkan *model economic of man* bahwa individu baik *principle* maupun *agent* untuk mengoptimalkan masing-masing utilitasnya (kepuasan). Namun, teori keagenan mengasumsikan bahwa agen akan berperilaku oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan sendiri.

## 2.3 Pengaruh Modal Terhadap Keberhasilan Usaha

Teori *Resource Based View* (RBV) berpendapat bahwa dalam mempertahankan keunggulan terletak pada sumber daya perusahaan, salah satu sumber daya perusahaan tersebut adalah kapabilitas atau dapat diartikan sebagai modal. Penelitian yang dilakukan Lia Arliani, *et al* (2019) menyatakan bahwa modal memiliki koefisien positif atau berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Usaha jika memiliki permodalan yang cukup maka peluang akan keberhasilan usaha semakin tinggi. Hipotesis yang berkaitan dengan variabel modal dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>.** *Modal berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha*

## 2.4 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Keberhasilan Usaha

Teori *Resource Based View* (RBV) mengungkapkan bahwa dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan terletak pada penerapan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang diterapkan maka volume penjualan akan mengalami peningkatan. Penelitian yang dilakukan Lia Apriani (2021) menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha dapat diukur dari penjualan yang berhasil dicapai oleh perusahaan. Hipotesis yang berkaitan dengan variabel volume penjualan dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>2</sub>.** *Volume penjualan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha*

## 2.5 Pengaruh Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Teori *Resource Based View* (RBV) menjelaskan bahwa mempertahankan keunggulan perusahaan terletak pada sumber daya perusahaan. Komponen sumber daya perusahaan adalah proses organisasi. Proses organisasi dalam penelitian ini ditunjukkan oleh variabel lama usaha. Penelitian yang dilakukan Muhammad Faqih Riansyah dan Sari Andiyani (2022) menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hipotesis yang berkaitan dengan variabel lama usaha dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>3</sub>.** *Lama usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.*

## 2.6 Pinjaman Kredit Memoderasi Modal Terhadap Keberhasilan Usaha

Teori Keagenan (*Agency Theory*) menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara *principle* dan *agent*. Teori *principle* dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai pemilik modal, dimana pemilik modal dalam suatu usaha biasanya bersumber dari lembaga keuangan bank atau *non bank*. Modal usaha merupakan sumber yang digunakan untuk belanja kepentingan perusahaan yang berasal dari pemilik (Soemarno, 2009). Maka dengan adanya pemberian pinjaman kredit dianggap sebagai upaya dalam membantu pelaku usaha untuk menambah modal demi tercapainya keberhasilan usaha, hal tersebut juga sependapat dengan pemerintah untuk memberikan dukungan fasilitas pembiayaan melalui beberapa program pembiayaan salah satunya adalah KUR. Hipotesis yang berkaitan dengan variabel modal yang dimoderasi dengan pinjaman kredit dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>4</sub>.** *Pinjaman KUR memperkuat modal terhadap keberhasilan usaha.*

## 2.7 Pinjaman Kredit Memoderasi Volume Penjualan Terhadap Keberhasilan Usaha

Teori Keagenan (*Agency Theory*) berdasarkan *model economic of man* berasumsi bahwa individu baik *principle* maupun *agent* mempunyai tujuan untuk mengoptimalkan masing-masing utilitasnya (Jensen dan Meckling, 1976). Utilitas dimaksudkan bahwa pelaku usaha mendapatkan kepuasan atas pemberian kredit yang diperoleh, hal ini memiliki hubungan yang secara tidak langsung dapat meningkatkan volume penjualan karena modal usaha yang diperoleh mengalami peningkatan. Teori ini menjelaskan bahwa manajer (*steward*) termotivasi untuk memaksimalkan kinerja organisasi, sehingga dapat memuaskan kepentingan pemilik modal, hal ini dikarenakan jika kinerja perusahaan memiliki peningkatan yang baik maka dugaan dalam membayarkan kewajibannya akan tepat waktu. Kinerja perusahaan dalam teori ini meliputi maksimum pertumbuhan penjualan atau profitabilitas akan tercapai. Hipotesis yang berkaitan dengan variabel volume penjualan yang dimoderasi dengan pinjaman kredit dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>5</sub>.** *Pinjaman KUR memperkuat volume penjualan terhadap keberhasilan usaha*

## 2.8 Pinjaman Kredit Memoderasi Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Teori Keagenan (*Agency Theory*) menjelaskan bahwa *principle* dapat memperoleh informasi untuk mengetahui secara langsung hasil upaya pelaku usaha (*agent*) memperoleh kesepakatan secara efisien agar pihak pemilik modal (*principle*) maupun pelaku usaha dapat saling kontrol (*simetri informasi*). Maka semakin banyak pengalaman dan kemampuan yang matang maka akan membuat pihak pemilik modal lebih percaya dalam memberikan pinjaman kepada pengusaha. Hipotesis yang berkaitan dengan variabel lama usaha yang dimoderasi dengan pinjaman kredit dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>6</sub>.** *Pinjaman KUR memperkuat lama usaha terhadap keberhasilan usaha*

## 3. Metode Penelitian (*Research Method*)

### 3.1 Prosedur Pengumpulan Data

#### 3.1.1 Jenis dan Pengumpulan Data

Penelitian ini mengambil objek tentang keberhasilan usaha dengan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung dengan salah satu pengrajin keramik (narasumber). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelaku usaha keramik dengan total populasi sebanyak 40 pelaku usaha. Teknik sampling menggunakan sampel jenuh atau sensus. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada seluruh

responden. Namun, setelah dilakukan penyebaran kuesioner sampel penelitian diperoleh sebanyak 35 responden. Pengukuran hasil kuesioner dilakukan menggunakan alat ukur skala likert dengan memberikan jawaban 4 tingkat dengan skala 1-4.

### 3.2 Variabel Penelitian

#### 3.2.1 Definisi Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen terdiri dari keberhasilan usaha dan variabel independennya adalah modal, volume penjualan, dan lama usaha. Sedangkan, variabel moderasi dalam penelitian ini adalah pinjaman.

Tabel 3.1  
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Modal (X1)	Modal usaha merupakan pembiayaan berupa uang maupun barang untuk memulai sebuah usaha yang bersumber dari pemilik maupun pihak lain.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modal syarat untuk usaha</li> <li>- Pemanfaatan modal tambahan</li> <li>- Hambatan sumber modal eksternal</li> </ul>
2	Volume Penjualan (X2)	Volume penjualan merupakan hasil penjualan yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang telah diproduksi oleh perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencapai volume penjualan</li> <li>- Mendapatkan laba</li> <li>- Menunjang pertumbuhan penjualan</li> </ul>
3	Lama Usaha (X3)	Lama usaha merupakan lamanya pedagang dalam menjalani usahanya dapat meningkatkan pendapatan dan dapat menambah efisiensi usaha.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lama waktu/masa kerja</li> <li>- Tingkat pengetahuan dan keterampilan</li> <li>- Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan</li> </ul>
4	Pinjaman (X4)	Pinjaman merupakan sejumlah dana yang dipinjamkan dari pihak bank dan wajib mengembalikan dalam jangka waktu yang telah ditentukan (disepakati).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pinjaman dari dunia perbankan</li> </ul>
5	Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah keadaan dimana suatu usaha mengalami peningkatan sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berlanjut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Volume penjualan</li> <li>- Keuntungan</li> <li>- Pendapatan</li> </ul>

#### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dilakukan sebelum melakukan perhitungan kedalam rumus regresi variabel. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keberhasilan usaha yang dapat diartikan sebagai keadaan dimana suatu usaha mengalami peningkatan sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berlanjut, hal ini dapat diketahui dari tingkat peningkatan penjualan dan pendapatan per tiga bulannya. Selain itu, juga dilihat melalui pencapaian balik modal usaha yang telah dijalankan.

Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari : 1) Variabel modal diukur melalui modal yang digunakan pelaku usaha seperti modal awal yang digunakan berupa uang maupun *non* uang dan pemanfaatan tambahan modal eksternal sekaligus hambatan apa saja saat pengambilan sumber modal eksternal, 2) Variabel volume penjualan dapat diukur melalui banyaknya jumlah unit produk terjual sesuai target perusahaan dan dilihat melalui tingkat laba yang diperoleh setiap bulannya. Tingkat penjualan dapat dicapai melalui promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen, selain itu juga dapat melalui kualitas produk dan macam-macam model keramik yang

diproduksi, 3) Variabel lama usaha merupakan lamanya pedagang dalam menjalani usahanya untuk meningkatkan pendapatan dan efisiensi usaha. Lama usaha dalam penelitian ini dapat dilihat dari lamanya pengusaha memulai usahanya dari awal berdiri.

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah variabel pinjaman KUR merupakan sejumlah dana yang dipinjamkan dari pihak bank dan wajib mengembalikan dalam jangka waktu yang telah ditentukan (disepakati), hal ini dapat diukur melalui persyaratan yang diberikan oleh pihak bank saat melakukan pengambilan pinjaman modal, selain itu juga mengetahui apakah dengan adanya kemudahan dalam mendapatkan pinjaman modal dapat berpengaruh terhadap produktivitas usaha yang dijalankan.

### 3.3 Teknik Analisis Data

#### 3.3.1 Teknik Uji Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis regresi menghasilkan koefisien untuk setiap variabel bebas/independen. Uji regresi dilakukan setelah melakukan uji data penelitian dan telah dinyatakan lolos dari uji instrumen dan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikoleniaritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau tidak.

#### 3.3.2 Teknik Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan independen. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji koefisien determinasi, dan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui arah dan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan 2 model yaitu model regresi yang pertama digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tanpa memasukkan variabel moderasi. Sedangkan model regresi yang kedua digunakan untuk menguji seluruh variabel dengan memasukkan variabel pemoderasi. Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

*Moderated Regression Analysis* (MRA) dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji hipotesis empat, lima, dan enam. Persamaan uji MRA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 |X_1 * X_4| + \beta_5 |X_2 * X_4| + \beta_6 |X_3 * X_4| + e$$

## 4. Hasil Penelitian (*Results*)

### 4.1 Hasil Uji Data

#### 4.1.1 Hasil Uji Instrumen

Hasil uji instrumen yang dilakukan pada kuesioner penelitian menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang diberikan kepada responden diperoleh hasil valid dan reliabel. Hasil uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa skor pada setiap item pernyataan memiliki nilai signifikansi <0,05 atau dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan valid. Sedangkan, hasil uji reliabilitas modal memiliki *Alpha Cronbach* sebesar 0,720, volume penjualan sebesar 0,600, lama usaha sebesar 0,702, pinjaman sebesar 0,644, dan keberhasilan usaha sebesar 0,677. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* melebihi kriteria 0,60 dan dapat dikatakan reliabel.

#### 4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif diperoleh dari pembagian kuesioner kepada responden yang selanjutnya akan memberikan karakteristik jawaban dari setiap item pertanyaan untuk masing-masing variabel. Rentang yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur indikator variabel dalam penelitian ini yaitu terdiri dari 1 (satu) hingga 4 (empat) tingkat pembobotan. Skor nilai jawaban responden kemudian diinterpretasikan menggunakan skala interval. Interval kriteria adalah sebesar 0,80 sehingga dari ketentuan tersebut, maka digunakan penafsiran nilai rata-rata sebagai berikut 1)  $1,00 < NR \leq 1,80$  (sangat rendah), 2)  $1,80 < NR \leq 2,60$  (rendah), 3)  $2,60 < NR \leq 3,40$  (cukup), 4)  $3,40 < NR \leq 4,20$  (tinggi), 5)  $4,20 < NR \leq 5,00$  (sangat tinggi) (Darmadi, dkk, 2017:89).

Tabel 1  
Distribusi Frekuensi

Variabel	Rata-rata
Modal	3,13
Volume Penjualan	3,28
Lama Usaha	3,34
Pinjaman Usaha	3,15
Keberhasilan Usaha	3,04

Sumber : Output SPSS, 2023

Tabel 1 menunjukkan distribusi skor rata-rata jawaban dari 35 responden mengenai beberapa indikator variabel. Skor rata-rata dari variabel modal diperoleh rata-rata sebesar 3,13 maka berada pada rentang  $2,60 < NR \leq 3,40$  dapat diartikan dalam kategori cukup atau responden cukup memahami bahwa modal sendiri penting dalam memulai sebuah usaha. Skor rata-rata dari variabel volume penjualan diperoleh rata-rata sebesar 3,28 berada pada rentang  $2,60 < NR \leq 3,40$  dapat diartikan dalam kategori cukup atau responden cukup memahami bahwa promosi dianggap penting dalam meningkatkan volume penjualan dan didukung oleh mutu dan kualitas produk yang dihasilkan.

Skor rata-rata jawaban variabel lama usaha memiliki kategori cukup dengan memperoleh rata-rata sebesar 3,34 berada pada rentang  $2,60 < NR \leq 3,40$  dapat diartikan jangka waktu lama usaha yang dijalankan dapat dilihat dari seberapa pengetahuan terkait penjualan dan proses produksi yang dilakukan oleh pelaku usaha semakin baik. Variabel pinjaman usaha diperoleh rata-rata jawaban sebesar 3,15 berada pada rentang  $2,60 < NR \leq 3,40$ . Sedangkan, skor rata-rata jawaban variabel keberhasilan usaha sebesar 3,04 berada pada rentang  $2,60 < NR \leq 3,40$  diartikan dalam kategori cukup.

#### 4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik dari uji normalitas pada tabel 2 menjelaskan bahwa data terdistribusi normal karena nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,164 ( $0,164 > 0,05$ ). Hasil uji multikoleniaritasnya pada tabel 3 diperoleh nilai *Tolerance (T)*  $> 0,10$  dan *Variance Inflation Factor (VIF)*  $< 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniaritas antara variabel dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *scatterplot*. Hasil pada gambar 1 dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas dikarenakan diperoleh hasil bahwa titik-titik tersebar secara acak (tidak berpola) baik atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 2  
Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Predicted Value
N	35
Asymp. Sig. (2-tailed)	,164 <sup>c</sup>

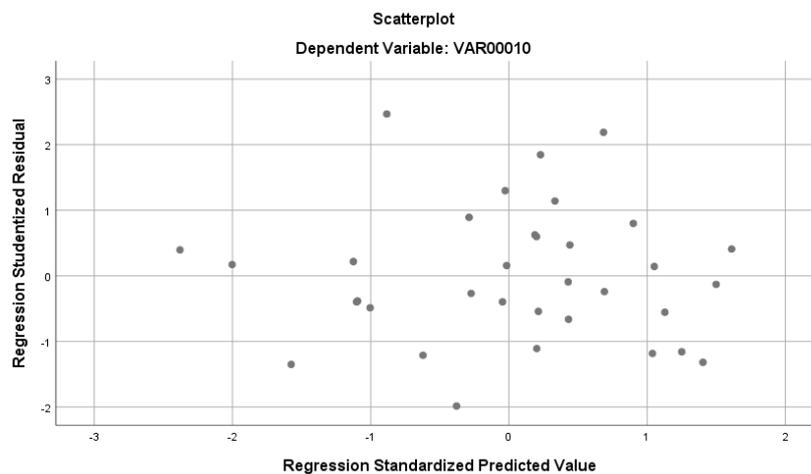
Sumber : Output SPSS, 2023

Tabel 3  
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,045	,000		4,773	,000		
	X1	,240	,000	,243	2,220	,033	,896	1,116
	X2	-,028	,000	-,068	3,234	,003	,884	1,132
	X3	,339	,000	,752	3,143	,003	,913	1,095
	Z	,351	,164	,374	2,135	,041	,818	1,223

Sumber : Output SPSS, 2023

Gambar 1  
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS, 2023

#### 4.2 Uji Hipotesis

Tabel 4  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-4,198	1,072		-3,916	,000
	X1	,384	,124	,401	3,098	,004
	X2	,283	,095	,315	2,987	,005
	X3	,288	,119	,294	2,429	,021

a. Dependent Variable: Y  
 Sumber: Output SPSS, 2023

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel modal, volume penjualan, dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha.

Persamaan model regresi pada tabel 4 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = -4,198 + 0,384 MD + 0,283 VP + 0,288 LU + 1,072$$

Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4 menunjukkan bahwa modal memiliki nilai sebesar 0,384, volume penjualan sebesar 0,283, dan lama usaha sebesar 0,288 yang diartikan memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel independen pada UMKM maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha dan sebaliknya semakin rendah variabel independen pada UMKM maka semakin rendah pula tingkat keberhasilan usaha.

Pengujian uji t (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen saat pengujian ke variabel independen. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan tingkat significance level 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ) atau dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan ketentuan pengambilan keputusan yaitu jika 70 nilai signifikansi  $t > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (koefisien regresi signifikan).

Hasil uji parsial untuk variabel modal pada tabel 4 menunjukkan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha yang dibuktikan dengan nilai probabilitas modal sebesar  $0,004 < 0,05$  dengan nilai t sebesar 3,098 positif dan koefisien regresi positif sebesar 0,384 yang dapat disimpulkan  $H_1$  diterima.

Hasil uji parsial untuk variabel volume penjualan menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha yang dibuktikan dengan nilai probabilitas volume penjualan sebesar  $0,005 < 0,05$  dengan nilai t sebesar 2,987 positif dan koefisien regresi positif sebesar 0,283 yang dapat disimpulkan  $H_2$  diterima.

Nilai probabilitas untuk variabel lama usaha sebesar  $0,021 < 0,05$  dengan nilai t sebesar 2,429 positif dan koefisien regresi positif sebesar 0,288 maka  $H_3$  diterima. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa lama usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Tabel 5  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,922 <sup>a</sup>	,850	,836	,63467

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1  
 Sumber: Output SPSS, 2023

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel dalam model regresi yang menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada kisaran 0 (nol) dan 1 (satu). Tabel 5 menunjukkan besarnya nilai *R Square* sebesar 0,850. Hasil ini dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu modal, volume

penjualan, lama usaha dan pinjaman KUR sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keberhasilan usaha sebesar 85,0% sedangkan 15,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang berada diluar model dan tidak dapat terdeteksi dalam penelitian ini.

Tabel 6  
Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,437	1,323		1,842	,076
	X1.Total	-,086	,081	-,090	-1,064	,297
	X2.Total	,036	,064	,040	,564	,578
	X3.Total	,090	,070	,092	1,276	,212
	X1Z	,016	,015	,322	1,042	,306
	X2Z	,020	,010	,472	2,080	,047
	X3Z	,007	,012	,154	,625	,537

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2023

Tabel 6 diperoleh hasil untuk hipotesis empat sampai enam yaitu sebagai berikut, hipotesis empat ( $H_4$ ) diperoleh signifikansi sebesar  $0,306 > 0,05$  maka keberadaan kredit usaha tidak mampu memperkuat hubungan antara modal terhadap keberhasilan usaha, hipotesis ( $H_5$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,047 < 0,05$  maka keberadaan kredit usaha mampu memperkuat hubungan antara volume penjualan terhadap keberhasilan usaha, hipotesis ( $H_6$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,537 > 0,05$  maka keberadaan kredit usaha tidak mampu memperkuat hubungan antara lama usaha terhadap keberhasilan usaha.

#### *Pengaruh Modal Terhadap Keberhasilan Usaha*

Hasil analisis melalui uji parsial (uji t) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel modal yang diukur dengan skala likert memiliki nilai koefisien sebesar 3,098 dan nilai probabilitas 0,004 kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa modal mampu memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha, sehingga  $H_1$  diterima. Penelitian ini sejalan dengan teori Resource Based View (RBV) karena dalam mempertahankan keunggulan terletak pada sumber daya perusahaan yaitu modal. Jika sebuah usaha yang dijalankan memiliki permodalan yang cukup maka peluang akan keberhasilan dan keberlanjutan usaha semakin tinggi. Modal dalam menjalankan usaha menjadi faktor utama untuk mencapai keberhasilan usaha. Sumber modal yang berasal dari modal sendiri serta tambahan dari pihak lain dapat memberikan peluang dan meningkatkan produktivitas usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lia Arliani, *et al* (2019) yang menyatakan bahwa modal memiliki koefisien positif atau berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

#### *Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Keberhasilan Usaha*

Hasil analisis melalui uji parsial (uji t) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel volume penjualan yang diukur dengan skala likert memiliki nilai koefisien sebesar 2,987 dan nilai probabilitas 0,005 kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa volume penjualan mampu memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha, sehingga  $H_2$  diterima. Penelitian ini sesuai dengan teori Resource Based View (RBV) bahwa dalam mencapai keunggulan kompetitif secara

berkelanjutan terletak pada penerapan strategi pemasaran yang tepat. Jika suatu usaha mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat maka volume penjualan akan mengalami peningkatan. Suatu usaha yang dijalankan mampu meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan maka tujuan suatu usaha telah tercapai, yaitu untuk meningkatkan profit usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lia Apriani (2021) yang mengungkapkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

#### *Pengaruh Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha*

Hasil analisis melalui uji parsial (uji t) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel lama usaha yang diukur dengan skala likert memiliki nilai koefisien sebesar 2,429 dan nilai probabilitas 0,021 kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa lama usaha mampu memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha, sehingga H3 diterima. Penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu *Resource Based View* (RBV). Teori tersebut menjelaskan bahwa dalam mempertahankan keunggulan perusahaan dapat dilihat dari segi proses organisasi dimana dalam penelitian ini ditunjukkan dengan variabel lama usaha. Palandos, *et al* (2019) menjelaskan bahwa pengusaha yang mempunyai waktu lebih lama usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang baik dalam mengelola, memproduksi, dan menjual produknya. Jika suatu usaha yang berdiri telah memiliki jangka waktu lama maka akan mempunyai pengetahuan dan wawasan, dengan demikian akan memiliki kemampuan dalam menghadapi setiap kondisi dan keadaan. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faqih Riansyah dan Sari Andiyani (2022) menunjukkan bahwa lama usaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

#### *Kredit Usaha Memoderasi Modal Terhadap Keberhasilan Usaha*

Hasil analisis dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pinjaman KUR sebagai variabel moderasi yang diukur dengan skala likert diperoleh nilai signifikan 0,306 lebih dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pinjaman KUR tidak mampu memoderasi pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha, sehingga H4 ditolak. Pinjaman KUR tidak mampu memoderasi pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori keagenan (*Agency Theory*). Teori ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara pemilik modal dengan pelaku usaha, dimana pelaku usaha memiliki wewenang untuk mengelola modal yang diberikan oleh pemilik modal. Hal ini disebabkan karena tidak sedikit dari pelaku usaha tersebut yang masih belum bisa manage keuangan dengan baik. Tambunan (2022) mengungkapkan bahwa keberhasilan suatu usaha dapat dipengaruhi dari beberapa faktor salah satunya modal. Maka dengan adanya tambahan modal berupa kredit bertujuan sebagai upaya dalam mencapai keberhasilan usaha. Namun, dalam kenyataannya peminjaman modal yang diperoleh belum memiliki tujuan yang jelas. Pinjaman modal yang didapat terkadang tidak hanya bertujuan sebagai modal usaha tetapi juga sebagai biaya kebutuhan sehari-hari diluar biaya usaha. Sehingga kondisi tersebut yang menyebabkan pinjaman KUR tidak mampu memperkuat pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha.

#### *Kredit Usaha Memoderasi Volume Penjualan Terhadap Keberhasilan Usaha*

Hasil analisis dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pinjaman KUR sebagai variabel moderasi yang diukur dengan skala likert diperoleh nilai signifikan 0,047 kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pinjaman KUR mampu memoderasi pengaruh volume penjualan terhadap keberhasilan usaha, sehingga H5 diterima.

Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan (*Agency Theory*) yang menyatakan bahwa masing-masing pihak baik pemilik modal maupun pelaku usaha memiliki tujuan yang saling menguntungkan, sehingga dapat diartikan jika pelaku usaha dapat meningkatkan volume penjualan karena modal usaha yang diperoleh mengalami peningkatan. Freddy (2019) berpendapat bahwa semakin besar modal yang dimiliki maka akan semakin besar pula potensi peningkatan volume penjualan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pinjaman KUR mampu memperkuat suatu

usaha dalam meningkatkan volume penjualan, hal ini dikarenakan selama pasca pandemi permintaan pasar terhadap keramik mengalami peningkatan. Kondisi tersebut diperkuat dari saudara Sony Soeharto selaku ketua paguyuban yang mengungkapkan bahwa selama pasca pandemi permintaan pasar terhadap keramik mengalami peningkatan mencapai 70% hingga 80%. Kondisi ini membuat tidak sedikit dari pelaku usaha membutuhkan pinjaman KUR tersebut untuk memenuhi permintaan pasar dengan meningkatkan jumlah produksi.

### *Kredit Usaha Memoderasi Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha*

Hasil analisis dengan uji Moderated Regression Analysis (MRA) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pinjaman KUR sebagai variabel moderasi yang diukur dengan skala likert diperoleh nilai signifikan 0,537 lebih dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pinjaman KUR tidak mampu memoderasi pengaruh lama usaha terhadap keberhasilan usaha, sehingga H6 ditolak.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keagenan (Agency Theory) yang menyatakan bahwa pihak pemilik modal membutuhkan informasi terkait pelaku usaha sebelum pengambilan keputusan untuk memberi pembiayaan, dengan tujuan untuk memperoleh kesepakatan antar dua pihak. Informasi tersebut dapat dilihat dari keberlangsungan usaha yang telah dijalankan oleh pelaku usaha. Usaha yang dijalankan memiliki jangka waktu yang lama maka dapat diartikan bahwa pelaku usaha telah memiliki strategi yang baik untuk kelangsungan usahanya. Jika suatu usaha yang dijalankan telah memiliki pengalaman dan kemampuan yang matang maka akan memberikan kepercayaan kepada pemilik modal untuk memberikan pinjaman modal kepada pelaku usaha.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pinjaman KUR tidak mampu memperkuat pengaruh lama usaha terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini dikarenakan kondisi pandemi mengakibatkan banyak pelaku usaha keramik dinoyo mengalami penurunan penjualan hingga pendapatan, sehingga dengan adanya kondisi tersebut terdapat beberapa pelaku usaha keramik memilih untuk tidak melakukan pinjaman modal karena memiliki rasa kekhawatiran jika nantinya tidak dapat untuk memenuhi kewajiban pembayaran tersebut. Sesuai dengan fenomena yang ada beberapa narasumber menjelaskan meskipun usaha yang dijalankan telah mencapai kurun waktu yang tidak sebentar mereka memilih untuk tidak mengambil pinjaman modal. Sehingga kondisi tersebut yang menyebabkan pinjaman KUR tidak mampu memperkuat pengaruh lama usaha terhadap keberhasilan usaha

### **KESIMPULAN (*Conclusion, Implication and Limitation*)**

Hasil analisis penelitian mengenai variabel modal, volume penjualan, dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha dengan kredit usaha sebagai variabel moderasi pada UMKM Keramik Dinoyo Kota Malang diperoleh kesimpulan bahwa variabel modal, volume penjualan, dan lama usaha memperoleh hasil dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan, uji MRA diperoleh hasil bahwa kredit usaha dapat memperkuat pengaruh volume penjualan terhadap keberhasilan usaha. Namun, hasil selanjutnya kredit usaha tidak mampu memperkuat pengaruh modal dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pemberian kredit usaha memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan suatu usaha. Hal ini dapat diartikan bahwa modal usaha mengalami peningkatan maka semakin besar pula peluang akan keberhasilan suatu usahanya. Hasil lain menjelaskan bahwa kredit tidak mampu memperkuat pengaruh modal dan lama usaha terhadap keberhasilan usaha.

Penelitian ini masih banyak memiliki keterbatasan, sehingga peneliti memberikan beberapa saran antara lain : 1) Penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi pelaku usaha mikro yang masih kurang dalam mengelola modal usahanya yaitu dengan melakukan pemisahan antara rekening usaha dan pribadi, membuat catatan pembukuan, dan melakukan monitoring arus keuangan secara berkala, 2) Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi pelaku usaha terkait mencapai volume penjualan yaitu dengan menentukan target pasar dengan jelas, memanfaatkan berbagai saluran penjualan, menerapkan strategi pemasaran yang tepat, dan melakukan inovasi produk barang secara berkala, 3) Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan lama usaha yang telah

dijalankan agar usaha dapat berkembang yaitu dengan memiliki tujuan dan keinginan, memecahkan masalah dan mencari solusi, melakukan riset terhadap target pasar, memperluas relasi, dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk media promosi, 4) Tambahan modal yang diperoleh lebih dapat dimanfaatkan dengan baik untuk pengembangan usaha dengan melakukan manajemen keuangan dengan baik agar pinjaman bisa tepat sasaran pada tujuan, 5) Peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan metode lain untuk melihat perbedaan hasil yang lebih akurat dalam menguji keberhasilan usaha, 6) Peneliti memberi tabahan atas masukan dalam objek penelitian selanjutnya yaitu untuk melakukan penelitian pada sentra usaha lain, serta menambah jumlah populasi dan sampel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar. (2012). *Metode Penelitian*: Yogyakarta. Pustaka pelajar.
- Ariesto H, Sutopo. (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta; Graha Ilmu
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta
- Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2016). Beberapa faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal*
- Ambadar, Jacky et. Al. (2010). *Membentuk Karakter Pengusaha*. Jakarta Selatan: Kaifa.
- Arliani, Lia, e.a. (2019). Pengaruh Perilaku Pelaku Usaha Dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Umkm Di Desa Tukad Sumaga Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 11 No. 2
- Aprilian, Lia. (2021). *Pengaruh Volume Penjualan Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Di Kecamatan Kota Baru* (Skripsi), Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi
- Apriani, L., Rafidah, R., & Anita, E. (2021). *Pengaruh Volume Penjualan Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Di Kecamatan Kota Baru* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Astria, Tia. (2011). Analisis Pengaruh Audit Tenure, Struktur Corporate Governance, Dan Ukuran KAP Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *SKRIPSI*. Program Sarjana Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro
- Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11), 165258.
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi *Offset*, Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. Edisi Sembilan. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2020). *25 Grand Theory*. Semarang; Yoga Pratama
- Hajipah, e.a. (2018). *Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Keberhasilan Usaha Anggota Koperasi Simpan Pinjam Sepakat Makmur Pemangkat*
- Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000), 17.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2013). *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama,
- Istikomah, Nur. (2021). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*

(UMKM) Di Desa Jatinegara Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal (Tugas Akhir), Politeknik Harapan Bersama, Tegal

- Istinganah, N. F. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Semarang (UNNES).
- Iswi Hariani. (2010). Restrukturisasi dan Penghapusan Kreditmacet, Jakarta:Pt.Alex Media Kompotindo, Hal 9.
- Karim, Djamaluddin; Jantje L. Sepang, dan Bode Lumanauw. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. Manado: Jurnal EMBA 421 Vol.2 No.1, Hal. 421-430
- Kemenko Perekonomian. (2022). **Perkembangan UMKM sebagai *Critical Engine* Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Diakses November 6, 2022. ekon.go.id**
- Machfoedz Mas'ud, Kewirausahaan. Metode, Manajemen, Dan Implementasi (yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2015), 97.
- Mardiyatmo. (2018). Kewirausahaan. Surakarta; Yudistira
- Munawir. (2014). Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty
- Mashuri, e.a. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.8, No1:138-154
- Mirnawati. (2019). *Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Kuliner Di Kota Jambi* (Skripsi), Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddiin, Jambi
- Mudrajad, Kuncoro. (2015). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Erlangga. Jakarta
- Mufidah, Lailatul. (2021). *Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Lokasi Usaha Dan Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah* (Skripsi), Universitas Islam Malang
- Polandos, P. M., Engka, D. S., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 19 No 04, Hal 36-47. Diakses Oktober 30, 2022. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/25782>
- PP Nomor 7 Tahun. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 086507, 1–121.
- Primiana, Ina. (2019). Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri. Bandung: Alfabeta.
- Purwanti, Endang. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKMd Di Desa Dayaandan Kalilondo Salatiga Vol. 5 No. 9, Juli 2012. STIE AMA Salatiga. 13-28hal.
- Rangkuti, Freddy. (2019). Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – *Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Rejeki, Irma Julyanda. (2018). Pengaruh Jenjang Pendidikan, Ukuran Usaha, Lama Usaha Dan Latar Belakang Pendidikan Atas Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Ukm Di Pik Pulogadung)
- Riansya, Muhammad Faqih, Andiyani, Sari. (2022). Pengaruh Lama Usaha Dan Skala Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening Tahun 2020 – 2021
- Rohmah, Nur Hemi. (2019). Pengaruh Modal, Sikap Kewirausahaan, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Boja Kabupaten Kendal.
- Sholahuddin, Noba, e.a. (2020). Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha UKM Komunitas Pelopor Usaha Gresik (KPUG) Di Desa Giri, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. *JEK-Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*. Vol. 5 No. 2, Hal.103-111
- Silitonga, Saor. (2022). Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM Yang Di Moderasi Oleh Lama Usaha. *Jurnal Ilmiah Bongaya (JIB)*, Vol.6 No.1
- Solikha, Sintia Maratus. (2020). *Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Tingkat Pendidikan, Lama Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha UKM Kota Tegal* (Skripsi), Universitas Pancasakti Tegal
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2020). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. <https://kontrakhukum.com/article/peraturanbaruumkm>
- Suryana. (2014). Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat
- Suryana, kartib bayu yuyus. (2010). Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Kedua.bandung: kencana.
- Swastha, B. (2020). Manajemen Penjualan (Ketiga). BPFE-YOGYAKARTA.
- Tambunan, Elys Sastika. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. Vol.9 No. 3

WEBSITE :

- UMKM Kota Malang. (2022). *Pemerintah Kota Malang*. <https://malangkota.go.id/umkm-kota-malang/> diakses pada 05 Februari 2023 pukul 23.55 WIB