1 PENGARUH HUMAN CAPITAL DAN PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP KONTEMPLASI UNTUK MELAKUKAN BUSINESS EXIT

(Studi kasus pada Pemilik UKM Kota Kediri)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Skripsi pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

> VINDHY PUTRI RACHMADANI NIM. 135030218113029



UNIVERSITAS BRAWIJAYA FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI **JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS** KONSENTRASI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA **MALANG** 2017

MOTTO ²

DARI HUJAN BELAJAR BAHASA AIR, BAGAIMANA BERKALI – KALI JATUH TANPA SEDIKITPUN MENGELUH PADA TAKDIR.

3

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dalam sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya,

dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah ditulis atau di terbitkan

oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam

sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur

jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh

(S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perataturan perundang-undangan yang

berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 13 Desember 2017

Vindhy Putri Rachmadani 135030218113029 Vindhy Putri Rachmadani, 2017, Pengaruh Human Capital dan Psychological Ownership Terhadap Business Exit (Studi pada Pemilik UMKM Kota Kediri), Muhammad Iqbal, S.Sos, MIB, DBA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh human capital (X_1) dan psychological ownership (X_2) terhadap business Exit (Y) secara simultan, menganalisis dan menjelaskan pengaruh human Capital (X_1) terhadap psychological ownership (X_2) terhadap business exit (Y) secara parsial.

Penelitian ini menggunakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 Pemilik UMKM. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, kemudian untuk menguji hipotesis digunakan uji F dan uji t.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *human capital* (X_1) dan *psychological ownership* (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap *business exit* (Y) dengan nilai Sig 0.00 < 0.05. Secara parsial didapat hasil untuk variabel *human capital* (X_1) *psychological ownership* (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap *business exit* (Y) dengan nilai Sig 0.00 < 0.05.

Kata kunci: human capital, psychological ownership dan business exit

SUMMARY 5

Vindhy Putri Rachmadani, 2017, The Influence of Human Capital and Psychological Ownership on Exit Business (Study on Owner of UMKM Kota Kediri), Muhammad Iqbal,S.Sos, MIB, DBA

This study aims to analyze and explain the effect of human capital (X1) and psychological ownership (X2) on business Exit (Y) simultaneously, analyze and explain the influence of human capital (X1) on psychological ownership (X2) on business exit (Y) partially.

This research uses explanatory research using quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling. This study uses questionnaires with the number of respondents as much as 100 MSME owners. Data analysis used is descriptive analysis, multiple linear regression analysis and classical assumption test include normality test, multicolinierity test and heteroscedasticity test, then to test hypothesis used F test and t test.

The result of multiple linear regression analysis showed that human capital (X1) and psychological ownership (X2) had an effect simultaneously on business exit (Y) with Sig 0.00 < 0.05. Partially obtained result for human capital variable (X1) psychological ownership (X2) partially influence to business exit (Y) with value of Sig 0.00 < 0.05. Keywords: human capital, psychological ownership and business exit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. karena berkat limpahan nikmat, karunia dan berkahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Human Capital dan Psychological Ownership terhadap Business Exit (Studi pada Pemilik UMKM Kota Kediri)".

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1. Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- 2. Dr. M. AL MUSADIEQ, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- 3. Mohammad Iqbal, S.Sos, MIB, DBA selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- 4. Dr. Wilopo, MAB selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- 5. Bapak Muhammad Iqbal,S.Sos, MIB, DBA yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi sampai selesai.
- 6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan Ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
- 7. Seluruh Pemilik UMKM Kota Kediri yang memberikan izin kepada saya sebagai objek penelitian pada skripsi ini.
- 8. Bapak, Mama, Mba Erika dan Mba Wulan yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam penyusunan skripsi ini serta seluruh keluarga besar yang selalu menyemangati saya untuk meraih gelar sarjana.

- 9. Pasangan terbaik saya dulu Javier Molya yang sempat memberikan semangat untuk saya dalam menyusun skripsi, Sahabat-sahabat seperjuangan (Laksmi, Meysuryo, MegaYu, Yulella, Anisa Chaca, Sherina Ramadani, Aufa, Galih Nuring dan mybest Adriyansp, J. Albert Monareh) yang selalu memberikan semangat untuk saya, membantu dan memotivasi saya dalam menyusun skripsi ini).
- 10. Teman-teman administrasi bisnis angkatan 2013 lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- 11. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini.

Demikian skripsi ini saya buat, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan baik secara akademis maupun praktis.

Malang, 13 Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kontribusi Penelitian	5
1.5 Sistematika Pembahasan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Empiris	
2.1.1 Penelitian Terdahulu	
2.1.2 Hubungan antar Variabel	
2.2 Tinjauan Teoritis	
2.2.1 Kewirausahaan	
2.2.2 UKM (Usaha Kecil Menengah)	20
2.2.3 Business Exit	25
2.2.4 Human Capital	27
2.2.5 Psychological Ownership	31
2.2.6 Model Konsep dan Model Hipotesis	34
2.2.6.1 Model Konsep	34
2.2.7.1 Model Hipotesis	
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	
3.2 Lokasi Penelitian	
3.3 Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	
3.3.1 Variabel Penelitian	
3.3.2 Definisi Operasional	
3.3.3 Skala Pengukuran	43
3.4 Populasi dan Sampel	43

3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	44
3.5 Jenis dan Sumber Data	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
1. Kuesioner	46
2. Dokumentasi	47
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.1 Uji Validitas	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.7.3 Hasil Uji Validitas	49
3.7.4 Hasil Uji Reliabilitas	50
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Deskriptif	51
3.8.2 Analisis Statistik Inferensial	51
3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik	51
3.8.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.9 Uji Hipotesis	53
3.9.1 Uji Simultan (uji F)	53
3.9.2 Uji Parsial (Uji t)	
3.9.3 Koefisien Determinasi (R ²)	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55 55 62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55 55 62 65
 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 	55 62 65
 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 	55 62 65 65
 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 	55 62 65 65 66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55 62 65 65 66 66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja 4.3 Analisis Statistik Deskriptif a. Human Capital (X ₁) b. Psychological Ownership (X ₂) c. Business Exit (Y)	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja 4.3 Analisis Statistik Deskriptif a. Human Capital (X1) b. Psychological Ownership (X2)	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja 4.3 Analisis Statistik Deskriptif a. Human Capital (X ₁) b. Psychological Ownership (X ₂) c. Business Exit (Y)	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja 4.3 Analisis Statistik Deskriptif a. Human Capital (X ₁) b. Psychological Ownership (X ₂) c. Business Exit (Y) 4.4 Analisis Statistik Inferensial	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja 4.3 Analisis Statistik Deskriptif a. Human Capital (X1) b. Psychological Ownership (X2) c. Business Exit (Y) 4.4 Analisis Statistik Inferensial 4.4.1Uji Asumsi Klasik	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.1.1 Sejarah 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sarana Jangka Menengah 4.2 Gambaran Umum Responden 4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia 4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja 4.3 Analisis Statistik Deskriptif a. Human Capital (X1) b. Psychological Ownership (X2) c. Business Exit (Y) 4.4 Analisis Statistik Inferensial 4.4.1 Uji Asumsi Klasik a. Uji Normalitas. b. Uji Multikolinieritas	

4.6.1 Uji Simultan (Uji F)	0
4.6.2 Uji Parsial (Uji t)	
4.7 Pembahasan92	
4.7.1 Pembahasan Analisis diskriptif92	
4.7.2 Pembahasan Analisis Regresi Linier93	
a. Pengaruh <i>Human Capital</i> dan <i>Psychological Ownership</i> Terhadap <i>Business</i> Exit Secara Parsial	
b. Pengaruh <i>Human Capital</i> dan <i>Psychological Ownership</i> Terhadap <i>Busines</i> Exit Secara Simultan	S
BAB V PENUTUP96	
A. Kesimpulan96	
B. Saran97	
DAFTAR PUSTAKA99	
LAMPIRAN105	

DAFTAR TABEL

No. Tabel 1	Judul H. Review of Business Exit Studies	
Tabel 2 Berkemb	Karakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Ne	_
Tabel 3	Kriteria UMKM	24
Tabel 4	Variabel, Indikator, dan Item dalam penelitian	51
Tabel 5	Skala Pengukuran	52
Tabel 6	Hasil Uji Validitas	47
Tabel 7	Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 8	Tutupan Lahan Kota Kediri	55
Tabel 9	Gambaran Perkembangan Penduduk Kota Kediri	57
Tabel 10	Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Kediri	70
Tabel 11	Tujuan, Sasaran, dan Indikator Kinerja Dinas UMKM Kota Kedi	ri 73
Tabel 12	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 13	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 14	Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 15	Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja	66
Tabel 16	Interval Kelas Skala Likert	68
Tabel 17	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Human Capital	68
Tabel 18	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Psychological Owne</i> 81	rship
Tabel 19	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Business Exit	85
Tabel 20	Hasil Uji Normalitas	95
Tabel 21	Hasil Uji Multikolinieritas	96
Tabel 22	Hasil Regresi Linier Berganda	98
Tabel 23	Hasil Uji F	100
Tabel 24	Hasil Uji t	101
Tabel 25	Koefisien Kolerasi dan Determinasi	102

DAFTAR GAMBAR

No. Judul	Hal
Gambar 1. Model Konsep	34
Gambar 2 .Model Hipotesis	35
Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	97

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul	Hal
Lampiran 1 Kuesioner	114
Lampiran 2 Frekuensi Jawaban Responden	121
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reabilitas	137
Lampiran 4 Uji asumsi klasik	143
Lampiran 5 Analisis linier berganda	146
Lampiran 6 Surat riset	147
Lampiran 7 Data Kuesioner	148

BAB I 14

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya manusia merupakan sebuah aspek penting di organisasi, dalam sebuah literatur kewirausahaan berbagai penelitian telah menetapkan bahwa sumber daya manusia mempunyai peran penting dalam sebuah kinerja di organisasi (Bates,T.:1990). Manusia merupakan fokus yang mendasar dalam sebuah penelitian berwirausaha. Hal ini penting untuk merujuk pada berwirausaha karena manusia merupakan salah satu dari sebuah komponen utama dan penting yang dapat mengendalikan organisasi. Komponen penting lainnya adalah *human capital* (modal manusia) yang merupakan kombinasi dari sebuah pengetahuan, keterampilan, pendidikan, inovasi dan kemampuan seseorang dalam menjalankan tugasnya (Schermerhon:2005).

Human capital (modal manusia) dan sifat-sifat dari pemilik usaha (owner) ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan mempunyai kesempatan dalam kepemilikan. Pemilik usaha (owner) memiliki tingkat keuntungan yang dapat dilihat dan diukur dari modal manusia dan sifat-sifat demografis (Bates,T:2005). Pemilik usaha (owner) memiliki tingkat pendidikan yang tinggi maka akan memiliki kesempatan besar dalam berkarier dan apabila owner yang berpendidikan rendah kesempatan dalam berkarier juga semakin kecil (DeTienne,D.R:2010).

Komponen penting lainnya yang memiliki hubungan dengan manusia adalah *psychological ownership* (psikologi kepemilikan) sebagai seorang individu yang memiliki rasa kepemilikan (Pierce et al.:2001). Psikologi kepemilikan ini dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana *owner* akan menghasilkan perilaku dan sikap yang bermanfaat bagi usaha dan karyawannya. Psikologis pemilik muncul dari 3 faktor yaitu mengontrol organisasi, pengetahuan tentang organisasi, dan menilai diri sendiri (Pierce et al.:2001). Psikologis kepemilikan mencerminkan dari tingkat emosional hubungan yang dimiliki antara *owner* dengan usahanya agar dapat membangun sebuah identitas diri usahanya melalu *owner*.

Business exit (keluar dari bisnis) merupakan pendekatan yang diambil oleh owner untuk mengeluarkan beberapa atau semua nilai ekonomi dan mengeluarkan strategi dalam mempertahakan usahanya (Petty:1997). Owner akan keluar dari usahanya karena faktor keinginan dari diri sendiri ataupun karena faktor paksaan dari pihak lainnya (Prisciotta&Weber:2005). Banyak orang beranggapan bahwa keluar dari usaha atau meninggalkan usahanya itu selalu berkaitan dengan penjualan sebuah usaha, terdapat penelitian yang menjelaskan bahwa keluar dari usaha tidak selalu berhubungan dengan faktor penjualan usahanya (Leonetty:2008). Hal ini perlu diperhatikan bahwa owner meninggalkan usahanya menjadi pilihan yang sangat berat dan tingkat resiko untuk dihadapi, karena memiliki keterlibatan dengan psikologis dan modal (DeTienne&Cardon:2010). manusia owner itu sendiri

Peneliti memilih untuk melakukan sebuah penelitian dengan owner UKM (Usaha Kecil Menengah) karena memiliki peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional bahkan dalam sektor perekonomian di Jawa Timur terutama di Kota Kediri. UKM merupakan usaha yang dikerjakan oleh beberapa orang disuatu daerah yang terbentuk berdasarkan individu dan bukan merupakan usaha dari lembaga formal (Tambunan:2007a). Peneliti memilih Kota Kediri, karena Kota Kediri adalah kota terbesar nomor 3 di Jawa Timur setelah kota Surabaya dan Malang. Kediri memiliki jumlah UKM sebesar 4.972 yang akhirnya menarik perhatian dari peneliti untuk melakukan di (Dinas sebuah penelitian kota tersebut Koperasi, UMKM&Tenaga Kerja Kota Kediri:2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari faktor modal manusia dan psikologisnya dengan seberapa besar niat yang terbentuk dari owner UKM dalam meninggalkan usahanya. Berkaitan dengan konsep business exit terutama dalam lingkup modal manusia dan psikologis kepemilikan, akan berguna sebagai alat menganalisis dan mengategorikan jenis-jenis pemilik bisnis berdasarkan dengan strategi daya saing perilaku mereka. Dari uraian latar belakang tersebut sehingga penulis ingin mengetahui lebih lanjut pengaruh yang dapat memicu owner dapat keluar dari usahanya. Oleh karena itu, penulis akhirnya mengambil sebuah judul yaitu "Pengaruh Human Capital dan Psychological Ownership Kontemplasi Untuk Melakukan Business Exit Pemilik UKM" (Studi kasus pada pemilik UKM

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- 1. Faktor dominan apa saja yang mempengaruhi pemilik UKM melakukan business exit ?
- 2. Adakah pengaruh signifikan *human capital* dan *psychological ownership* secara parsial dalam *business exit* ?
- 3. Adakah pengaruh signifikan *human capital* dan *psychological ownership* secara simultan dalam *business exit* ?

1.3 Tujuan Penelitian

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

- Mengidentifikasi faktor faktor yang dominan dalam mempengaruhi pemiliki UKM melakukan business exit.
- 2. Mengidentifikasi pengaruh yang signifikan *human capital* dar *psychological ownership* secara parsial dalam *business exit*.
- 3. Mengidentifikasi pengaruh yang signifikan *human capital* dan *psychological ownership* secara simultan dalam *business exit*.

1.4 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka maka hasil penelitian ini diharpkan dapat memberikan kontribusi yang baik secara praktis maupun secara akademis bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi Pemilik UKM di Kota Kediri untuk dapat meningkatkan kinerja sehingga dapat mencapai kinerja usaha yang maksimal.

2. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan Faktor yang mempengaruhi dalam melakukan sebuah business exit

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tinjauan empiris dengan meliputi penelitian terdahulu dan hubungan antar variabel. Serta tinjaun teoritis yang berkaitan dengan yang diteliti tentang kewirausahaan, ukm, business exit, human capital, dan psychological ownership, model konsep dan model hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, definisi operasional, skala pengukuran, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, uji validitas, dan reliabilitas, teknik analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penyajian data yang menggambarkan tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis statistik deskriptif, analisis statistik inferensial, dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penulis mengemukakan tentang beberapa kesimpulan dan saran yang dapat dibuat dari hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Empiris

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk menambahkan sebuah referensi dan wawasan mengenal tema yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1 Review of business exit studies

Author	Sample / Data	Outcomes	Results
Rubenson and Gupta (1996)	Conceptual	Understand and conceptualise the interplay between evolving organization and unique characteristics of the founder	Initial succession is appropriate at different times in different organisatios
Justo and DeTienne (2007)	340 Spanish entrepreneurs— collected during the GEM 2006 and 2007 data collections	Explores the impact that family situation (gender, number of children, marital status and responsibility for aging parents) has on business exit	Females are more likely to exit voluntarily than males. While married individuals for both genders are more likely to voluntarily exit, the impact is stronger for married female entrepreneurs

van Teefelen et al. (2011)	Surveyed 112 Dutch small firm owners who exited between 2005 and 2006	The importance of specific human capital, succession planning and familiarity in exit situations	Specific human capital predicts transfer performance better than generic human capital. Succession planning is strongly related to the subjective transfer performance indicator satisfaction. Familiarity between buyer and seller is a key predictor of transfer performance rather than kinship or family ties.
Van Teefelen and Uhlaner	Surveyed 158 small firm owners in Netherland	The importance of firm resource characteristics and human capital in predicting exit choices among small firm owners	Certain firm resource and human capital variables affect an owner's decision to undertake a specific exit choice

Sumber : DeTienne (2010)

Konsep *bisnis exit* ini telah muncul didalam kewirausahaan dan telah diperpanjang melalui sebuah teori empiris, studi kasus dan karya – karya konseptual lainnya. Namun, hingga pada saat ini konsep *business exit* ini dapat di katakan masih pendapatkan perhatian yang masih cukup relative kecil atau sedikit (DeTienne & Cardon 2010). Perhatian terhadap konsep *business exit* dalam kewirausahaan ini masih sangat jarang, walaupun gagasan bahwa semua pengusaha pada akhirnya juga akan keluar dari perusahaan mereka sendiri, ada sebuah penelitian yang sangat terbatas dalam menjelaskan tentang fenomena ini (DeTienne & Cardon 2010).

Sebagian besar dari proses pentingnya kewirausahaan adalah *business exit*, yang harus dipahami dengan jelas karena itu mempunyai peran yang sangat penting. Penting untuk memahami sejauh mana konsep ini bukan hanya karena pemilik usaha akan keluar atau meninggalkan sebuah usahanya saja, tetapi juga sebagai jalan untuk memahami seberapa besar dan implikasi yang berbeda yang memiliki fenomena kewirausahaan dari sudut pandang yang berbeda. Di dukung juga dengan studi empiris (Ronsatdt 1986) yang fokus pada saat keluar meninggalkan bisnisnya & berniat untuk meninggalkan bisnis tersebut (DeTienne & Cardon 2010; Leroy al. 2007;2010).

(DeTienne & Cardon 2010) berpendapat bahwa sebuah *business exit* harus focus pada penggunaan pemilik bisnis dengan strategi keluar yang akan memaksimalkan nilai usaha mereka dengan memilih jalan keluar yang berbeda yang telah disediakan (Burley & Westhdad 1993; Homberg 1991: Petty 1997). Pendekatan tunggal terutama dilakukan karena adanya sebuah indikasi bahwa sebagian besar dari pemilik bisnis itu diharapkan dapat menstransfer perusahaan mereka kepada keluarga atau kepada karyawan yang memiliki kompetensi. Namun ada juga sebagian kecil dari pemilik usaha tersebut telah mempunyai perencanaan calon penerus yang akan meneruskan usahanya (DeTienne & Cardon 2010).

Dengan demikian, ditinjau oleh (DeTienne 2010) terdapat 6 penelitian empiris sebelumnya pada *business exit* yang menggunakan beberapa faktor yang dapat membantu menjelaskan tentang *business exit* berdasarkan faktor – faktor pribadi (seperti modal manusia dan situasi keluarga. DeTienne & Cardon 2006; Justo &

DeTienne 2008); niat keluar (DeTienne & Cardon 2010); karakteristik sumber daya perusahaan dan modal manusia (*Human Capital*) (Van Teefelen & Uhlaner 2013); dan menghindari kegagalan (Wennberg et al 2010) dengan sebuah hasil *business exit* (Leory et al. 2007;2010).

Sejak studi tentang *business exit* ini sangatlah terbatas, maka bagi akademis harus dapat memperluas topik tentang *business exit* karena itu sangat penting untuk melihat dan memahami gambaran yang lebih besar dan luas dari sebuah proses kewirausahaan. Bahwa pentingnya sebuah pemahaman kita tentang sebuah proses kewirausahaan yang lengkap tanpa dikaitannya dengan *_entrepreneur exit* (Ms 203). Jadi, *business exit* ini merupakan sebuah komponen yang dapat memberikan sebuah gambaran lengkap dari sebuah proses aktivitas kewirausahaan dengan dapat mengetahui sejauh mana aktivitas dari pemilik usaha mulai muncul dan sejauh mana aktivitas dari pemilik usaha ini akan mulai berakhir.

2.1.2 Hubungan antar Variabel

2.1.2.1 Pengaruh Human Capital Terhadap Business Exit

Sumber daya manusia adalah merupakan sebuah aspek penting organisasi. Komponen penting dari *human capital* adalah mempunyai pengetahuan yang spesifik dan menghasilkan keunggulan yang kompetitif (Dimov & Shepherd 2005). Dalam sebuah literature kewirausahaan, berbagai penelitian telah menetapkan bahwa sumber daya manusia ini sangatlah penting dalam

menjelaskan kinerja sebuah organisasi dan hasil kewirausahaan (Bates 1990; Dimov; Shepherd 2005; Gimeno et al., 1997).

Teori dari *human capital* lebih lanjut adalah manusia telah menjadi fokus yang mendasar didalam sebuah penelitian kewirausahaan. Hal ini sangat penting untuk dicatat bahwa tumbuh sebuah literature yang merujuk pada kewirausahaan yang mulai disadari bahwa sumber daya manusia ini adalah sebuah komponen yang utama dan penting yang dapat mengendalikan sebuah organisasi. Para peneliti sangatlah percaya bahwa sumber daya manusia pada pemilik usaha adalah salah satu unsur yang penting dalam munculnya suatu perusahaan atau munculnya suatu bisnis yang baru (Honig 2001; Korunka, Frank, Lueger & Mugler 2003).

Komponen dari *human capital* yang penting merupakan pendidikan, pengalaman dalam berwirausaha, usia, dan pengalaman industri (DeTienne & Cardon 2006). *Human capital* dan sifat – sifat dari pemilik usaha ini mempunyai hubungan yang erat dengan kesempatan kepemilikan usaha tersebut. Menurut Bates (2005) pemilik usaha mempunyai tingkat keuntungan yang dapat dilihat atau diukur dengan modal manusia (human capital) dan sifat – sifat demografis. Seperti pada contoh berikut adalah komponen modal manusia (*human capital*) seperti pendidikan dan keterampilan yang diperoleh melalui sebuah pengalaman bekerja sebelumnya dapat menjadikan sebuah faktor penentu memiliki kesempatan dalam tetap bertahan dengan usahanya atau meninggalkan usahanya (Bates

Konsep *exit* menurut Bates (2005) berlaku saat diharapkan adanya alternatif pekerjaan misalnya adalah masa depan dari sebuah karier kewirausahaan. Pemilik usaha dengan mempunyai tingkat pendidikan yang rendah maka dia akan mempunya alternatif dari sebuah pekerjaannya, begitupun sebaliknya apabila mereka telah mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi maka itu juga akan berpengaruh bagi karier mereka dalam kewirausahaan (Bates 1990;Gimeno et al. 1997). Dengan demikian, pemilik bisnis dengan tingkat pendidikan yang tinggi memiliki kesempatan memiliki karier yang lebih besar dan tinggi daripada dengan tingkat pendidikan yang rendah (DeTienne 2010;Wennberg et al. 2010).

Dalam konteks *business exit*, pemilik usaha dengan tingkat pendidikan dan keterampilan akan mempermudahkan mereka dalam memiliki akses yang besar untuk mempunyai sebuah informasi dalam mengembangkan usahanya atau juga mereka memiliki potensi untuk memutuskan keluar dari usahanya supaya mempunyai sebuah informasi dari perkembangan usahanya tersebut (Arenius & DeClercq 2005). Kemudian Arenius & DeClercq (2005) mengemukakan sebuah pendapatnya lebih lanjut yaitu, pemilik usaha yang berpendidikan kemungkinan akan lebih banyak efektivitasnya karena mereka akan mempunyai tingkat rasa percaya diri yang lebih besar dalam pencapaian kinerjanya (Gimeno et al 1997).

Oleh karena itu tingkat dari modal manusia (human capital) itu sendiri akan memiliki pengaruh bagi meningkatnya rasa kepercayaan pada diri seorang pemilik usaha dan itu kemungkinan juga mempunyai pengaruh dalam melakukan sebuah kegiatan business exit. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat dalam kewirausahaan itu dapat dipengaruhi oleh faktor modal manusia (human capital)

seperti pendidikan (Kolvereid & Moen 1997), Jenjang Karier (Lee & Wong 2004), dan dari pengalam dalam berwirausaha (DeTienne & Cardon 2006; 2010).

Selain itu juga teori dari modal manusia (human capital) juga dimanfaatkan untuk mengeksplorasi dampak dari niat untuk melakukan sebuah business exit (DeTienne & Cardon 2010). Menurut (DeTienne & Cardon 2010) menemukan bahwa adanya pengalaman dalam berwirausaha, usia pemilik usaha, tingkat pendidikan, area studi pendidikan, dan pengalaman industri itu mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pilihan business exit yang tersedia. Selain itu juga, terdapat sebuah studi baru yang telah menyatakan bahwa generik dan spesifik variabel dari modal manusia yang signifikan dilihat dari sebuah transfer kinerja dari perusahaan kecil. (van Teefelen et al. 2012). Oleh sebab itu, tingkat modal manusia (human capital) pada pemilik usaha kemungkinan akan mempengaruhi memaksimalkan hasil dari usaha mereka. Sehingga pemilik bisnis harus memutuskan untuk melakukan sebuah business exit.

2.1.2.2 Pengaruh Psychological Ownership Terhadap Business Exit

Menurut Zahra (2007) berpendapat bahwa studi tentang kewirausahaan telah memiliki manfaat dari teori – teori disiplin lainnya. Penelitian kewirausahaan adalah sebuah fenomena yang kompleks dan teori – teori yang telah berhasil gabungan dari teori Sosiologi, Psikologi, dan Ekonomi. Sebagai salah satu bidang dari penelitian yang berfokus pada psikologis, *psychological ownership* ini diperkenalkan ke dalam studi ilmu manajemen organisasi karyawan (Pierce Rubenfeld & Morgan 1991).

Psikologis pemilik ini disebut sebagai asal dimana seorang individu merasa bahwa mempunyai rasa memiliki (Pierce at al.2001). Teori psikologis pemilik ini pada awalnya dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana pemilik usaha akan menghasilkan sebuah perilaku dan sikap yang bermanfaat bagi organisasi dan karyawannya. Pada teori tersebut tidak dapat menjelaskan dan memberikan informasi tentang bagaimana psikologis pemilik dapat mempengaruhi perilaku individu pemilik usaha. Dengan demikian, peneliti telah berusaha untuk mengeksplor konsep psikologis pemilik kedalam sebuah literature kewirausahaan untuk menjelaskan perilaku terntentu individu yang berhubungan fenomena tertentu seperti *business exit*.

Psikologis pemilik telah dimasukkan kedalam konsep *business exit* karena telah dianggap sebagai hal yang penting bagi individu atau pemilik organisasi (DeTienne 2010). Karena itu, sangat penting bahwa faktor – faktor psikologis dari pemilik usaha akan diteliti untuk dapat memahami perilaku individu dalam mengurus usahanya. Selanjutnya adalah pakar kewirausahaan juga telah mengembangkan studinya tentang teori kewirausahaan dari perspektif kognitif untuk menghubungkan konsep antara psikologis pemilik dengan literature business exit (DeTienne & Cardon 2006). Studi sebelumnya psikologis pemilik ini digunakan sebagai salah satu variabel yang dapat mempengaruhi proses *business exit* (Leroy et al. 2007).

Tingkat dari psikologis pemilik usaha mungkin akan mempengaruhi ikatan emosional individu, seperti itu akan menjadi suatu bagian dari identitas mereka. Menurut Pierce et al. (2001) mengidentifikasi bahwa psikologis pemilik ini

muncul dari 3 faktor, yaitu : control organisasi, pengetahuan organisasi, dan investasi diri. Sangat jelas bahwa ada hubungannya antara psikologis pemilik dengan *business exit*, dan itu dapat menjadi salah satu faktor pemicu yang mendorong niat untuk terjadinya *business exit*. Beberapa studi sebelumnya,terdapat beberapa kesenjangan yang telah diidentifikasi yang berkaitan dengan konsep psikologis pemilik. Yang pertama adalah sebagian besar studi tentang psikologis pemilik ini fokus pada penentuan hasil perilaku dan sikap dari pemilik usaha (Pierce et al. 2001;van Dyne & Pierce 2004).

Ikavalko et al. (2008) berpendapat bahwa perilaku individu dari pemilik usaha tersebut memiliki kaitan antara kehidupan pribadi dengan kehidupan dari usahanya. Yang kedua adalah meskipun para peneliti telah membuat upaya untuk megeksplorasi hubungan antara psikologis pemilik dengan *business exit*, itu masih dipertanyakan apakah sudah sesuai dengan tepat untuk mencari fenomena dalam *business exit*. Dengan sebab itu, menjadi salah satu kesenjangan bagi peneliti untuk menemukan kaitannya psikologis pemilik dengan *business exit*. Studi ini berupaya untuk mengetahui faktor penentu terjadinya business exit, terutama pada faktor psikologis pemilik dari sudut pandang pemilik bisnis (Ikavalko et al.2008)

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Kewirausahaan

2.2.1.1 Definisi Kewirausahaan

Kata kewirausahaan berasal dari kata wirausaha. Kata wirausaha sendiri merupakan gabungan dari dua kata yang menjadi satu, yaitu wira dan usaha. Kata

wira berarti utama, gagah, berani, pejuang. Degangkan usaha berarti penciptaan kegiatan atau berbagai aktivitas bisnis (Sunarya et al. 2011:35).

Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan – bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik (echdar, 2013:19). Menurut Hisrich et al. (2005) telah mendefinisikan kewirausahan sebagai proses dinamis atas penciptaan tambahan kekayaan. Kekayaan diciptakan oleh individu yang berani mengambil risiko utama dengan syarat – syarat kewajaran, waktu dan komitmen karier atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa. Produk dan jasa tersebut tidak atau mungkin baru atau mungkin unik, tetapi nilai tersebut bagaimanapun juga harus dipompa oleh pemilik bisnis dengan penerimaan dan penempatan kebutuhan keterampilan dan sumber saya (Echdar, 2013:19).

Dalam definisi tersebut ditekankan bahwa kegiatan kewirausahan berkaitan dengan peluang bisnis, penciptaan nilai, pengambilan resiko, dan penggunaan sumber daya. Menurut Wirakusumo (1997) istilah kewirausahan merupakan terjemahan dari kata entrepreneurship yang diartikan sebagai the backbone economy, yaitu syarat pusat perekonomian atau sebagai tailbone economy, yaitu pengendalian perekonomian suatu bangsa (Sunarya et al. 2011:7). Kewirausahaan adalah symbol dari kegigihan dan prestasi bisnis. Wirausaha akan terus menjadi contributor yang penting untuk pertumbuhan ekonomi melalui kepemimpinan, manajemen, inovasi, penelitian, dan pengembangan efektivitas, penciptaan

lapangan kerja, daya saing, produktivitas dan pembentukan industry baru (Kristanto HC, 2009:1-2).

Dengan demikian, seorang wirausaha harus bias melihat peluang, mengambil inisiatif, memunculkan gagasan, memanfaatkan sumber daya dan menciptakan nilai dan manfaat. Ketika pelaksanaanya harus didukung oleh kemauan, percaya diri, dan selalu siap terhadap resiko dan kegagalan.

2.2.1.2 Konsep Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah hal yang penting dan terus berkembang yang akan dikembangkan dari berbagai bidang yang telah diterapkan. Perdebatan yang telah dilakukan oleh para peneliti adalah sebuah upaya untuk mengembangkan dan memperluas konsep dan teori tentang kewirausahaan. Cardland, Hoy, dan Boulton (1984) telah membuat sebuah asumsi dalam membedakan antara pengusaha dengan pemilik usaha kecil. Dalam sebuah artikel mereka, Cardlan et al. (1984) berpendapat bahwa pemilik usaha kecil tidak boleh dimasukkan dalam sampel pengusaha.

Definisi dari seorang pengusaha adalah seseorang yang menetapkan dan mengelola bisnis untuk tujuan utama mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan. Pengusaha telah ditandai oleh perilaku yang inovatif dan akan menggunakan praktek – praktek manajemen strategis dalam bisnisnya. Sedangkan pemilik usaha kecil adalah individu yang menetapkan dan mengelola bisnis untuk tujuan utama memajukan sebuah tujuan pribadi. Sumber utama bisnis adalah pendapatan dan akan mengonsumsi sebagaian besar waktunya dan sumber daya. Pemilik usaha ini

juga merasakan bisnis ini sebagai perpanjangan kehidupannya dan terikat dengan kebutuhan keluarga dan juga kebutuhan pribadi (Cardland et al. 1984, p.358).

Definisi kedua hal tersebut tidak dimaksudkan untuk mengategorikan atau mengeneralisasi sebuah karakteristik seorang pengusaha, tetapi untuk menyarankan bahwa sebuah kewirausahaan itu harus dapat menggambarkan seorang pengusaha yang memilik usaha kecil (Carland et al. 1964).

Selanjutnya menurut Gartner (1985) mengkritik konsep tersebut dan ia berpendapat bahwa konsep tersebut dapat terhalang oleh sifat dan perilaku dari seorang pemilik usaha itu sendiri, sehingga faktor – faktor diatas juga memiliki tingkat analisis yang harus diketahui. Dia juga menjelaskan bahwa pendekatan – pendekatan lainnya seperti sifat – sifat dan perilaku itu harus digunakan untuk mengetahui apakah seseorang itu sebagai pengusaha atau bukan sebagai pengusaha. Menurut Gartner (1988) lebih lanjut bahwa pemilik usaha kecil itu tidak dapat dibedakan atau dipisahkan dari kewirausahaan, karena kewirausahaan merupakan bidang yang memungkinkan seorang individu dalam menciptakan sebuah usaha baru.

Oleh karena itu, dalam memperluas sebuah konsep dari kewirausahaan maka para peneliti memulai menggabungkan antara konsep kewirausahaan dengan studi lainnya seperti proses penciptaan usaha (Gartner 1985), Sosiologi (Thornton 1999), Psychological (Bird 1988; Shaver & Scott 1991), dan Strategi Kewirausahaan (Covin & Slevin 1989). Sehingga peneliti mulai menggabungkan konsep kewirausahaan dengan studi lainnya seperti diatas guna untuk memperluas

dari konsep kewirausahaan dari berbagai bidang lainnya dan tidak hanya terlalu fokus untuk mengembangkan sebuah konsep yang hanya mengulas tentang kewirausahaan.

Penting bahwa kunci elemen - elemen dari kewirausahaan ini dipahami untuk mendapatkan sebuah gambaran yang jelas dari proses kewirausahaan. Menurut Shaper & Volery (2007) menyebutkan adanya kunci elemen kewirausahaan yang mereka yakini tergolongkan menjadi 5 (lima) elemen, yaitu : pengusaha, peluang, sumber daya, organisasi, dan lingkungan. Dari elemen – elemen diatas mereka saling berkaitan dengan berbagai alasan.

Yang pertama adalah elemen pengusaha, pengusaha adalah seorang yang memiliki kendali penuh atas semua keputusan yang diambil dalam proses kewirausahaan untuk mengelola sumber daya, dan memanfaatkan sebuah peluang untuk membuat usaha (Gartner 1985). Elemen yang kedua adalah peluang, peluang yang dimaksudkan disini adalah sebuah situasi yang terjadi pada pasar penjualan dengan memanfaatkan sebuah kondisi yang tengah terjadi pada saat itu.

Sehingga, dapat mengambil sebuah peluang dari lengahnya para pesaing usaha itu. Elemen yang ketiga yaitu sumber daya adalah sebuah sumber – sumber yang tidak hanya berwujud bentuk saja melainkan juga sumber daya yang tidak memiliki struktur misalnya seperti manusa (human), sumber daya ini harus dikelola dengan baik supaya dapat bersaing dengan para pesaing dengan mengambil peluang disetiap kesempatan yang ada dengan memberikan sebuah ide-ide yang baru bagi sebuah organisasi. Yang keempat adalah organisasi yaitu

semua orang yang telah dikelola dengan baik maka mereka akan menghasilkan sebuah ide & inovasi yang baru bagi orgnisasi tersebut. Dan yang terakhir adalah lingkungan yaitu mempunyai sebuah peranan penting dalam kewirausahaan, sehingga itu menjadikan sebuah tanggung jawab yang besar bagi para pemilik usaha untuk melihat bagaimana situasi dan kondisi yang terjadi pada lingkungan sekitar dari tempat pemrosesan bisnis mereka.

Oleh karena itu, penting sekali untuk bisa memahami bagaimana konsep – konsep lain seperti perilaku kedisiplinan dalam kewirausahaan. Pemahaman dari konsep perilaku itu sangat penting karena dapat melibatkan sebuah interaksi antara individu dan organisasi dalam proses kewirausahaa, maka penting sekali untuk dipertimbangkan bagaimana dapat memahami konsep perilaku (Low&macMillan 1988).

2.2.2 UKM (Usaha Kecil Menengah)

2.2.2.1 Definisi UKM

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang startegis dalam sebuah pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu tidak hanya berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga memiliki peran dalam pendistribusian dari hasil pembangunan. Pengertian dari Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat (Keputusan Presiden RI No.99 1998).

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), pengertian dari UKM dilihat dari berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang mempunyai jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitias usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. Sedangkan menurut Undang — Undang (No.20 2008) usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Dan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaiaman diatur dalam undang – undang.

Sehingga UKM dapat didifinisikan sebagai suatu usaha yang dikerjakan oleh beberapa orang disuatu daerah dimana usaha itu merupakan usaha individu dan bukan usaha lembaga formal. Pengelola UKM biasanya hanya berfokus pada satu bidang usaha dengan modal dan tenaga kerja dalam jumlah sedikit. Meskipun hokum tidak secara eksplisit menegaskan tentang usaha mikro, tetapi bagaimanapun data UKM yang ada di Indonesia termasuk dalam usaha mikro

yang berkaitan dengan definisi tentang nilai penjulana bisnis tahunan (Tambunan 2007a).

Sementara definisi ini menekankan penjualan tahunan bisnis pada sebuah instansi seperti contohnya pada BPS (Badan Pusat Statistik) untuk menekankan penetapan ukuran bisnis dalam jumlah karyawan, dan waktu untuk menentukan sebuah UKM. (BPS) yang secara langsung menyelenggarakan survey pada UKM yang terdiri dari unit usaha dengan 1-4, 5-19, 20-99 pekerja (Tambunan 2007a).

Definisi formal UKM mempunyai banyak variasi disetiap negara, tidak ada konsep yang mempunyai istilah terbaik untuk digunakan. Selain itu juga, banyaknya definisi dan klarifikasi dari berbagai lembaga – lembaga dan negara adalah suatu kendala penting dalam melakukan sebuah analisis pengembangan UKM (Mourougane 2012). Walaupun demikian, telah dilihat dari studi sebelumnya terdapat beberapa studi yang mendifinisikan UKM itu berdasarkan ukuran, nilai asset, atau dengan penjualan bisnis tahunan.

2.2.2.2 Karakteristik UKM

Tabel 2 Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Negara Berkembang

Aspek	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Legal	Sebagian besar tidak memilik aspek hukum.	Hanya sedikit yang tidak ada aspek hokum.	Sebagian besar memiliki aspek hokum.
Organisasi dan Manajemen	Sebagian besar pekerjanya adalah dari anggota	Dioperasikan langsung oleh pemilik usaha, dan tidak mempunyai	pekerja yang telah

Proses produksi	keluarga sendiri. Sangat rendah tingkat produksi, mekanisme teknologi yang rendah.	struktur hirarki. Beberapa produksi sudah menggunakan teknologi baru (mesin).	mengajukan sebuah rekrutmen karyawan secara formal. Sebagian besar memproduksi dengan menggunakan mekanisme teknologi tinggi.
Orientasi pasar	Dipasarkan dipasar lokal, untuk konsumen dengan pendapatan yang rendah.	Dipasarkan didalam negeri dan diekspor, dengan konsumen yang memiliki pendapatan menengah hingga pendapatan yang tinggi.	dalam negeri dan
Bisnis profil	Dengan mempunyai minimnya pendidikan.	Dengan memiliki pendidikan yang cukup.	Dengan memiliki pendidikan yang cukup.
Pemilik usaha	Sebagai motivasi untuk bertahan hidup.	Untuk mendapatkan profit atau bisnis orientasi.	Sebagai motivasi untuk mendapatkan kekayaan yang lebih.
Sumber produksi dan modal	Sebagain besar menggunakan produk – produk local dan melakukan sebuah pembayaran secara individu (sendiri).	Beberapa menggunakan bahan – bahan yang diimpor dan mempunyai akses dari instansi untuk pembayaran.	Banyak menggunakan bahan yang diimpor dan memiliki akses dari instansi untuk pembayaran.
Hubungan eksternal	Sebagian besar program telah membatasi akses dengan pemerintah,	Mempunyai akses program ke pemerintah, dan memiliki hubungan	Mempunyai akses program ke pemerintah dan memiliki hubungan

dan	tidak	dengan peru	ısahaan —	dengan	perusahaan
mempunyai		perusahaan	besar	– perusa	haan besar
hubungan	dengan	termasuk	kedalam	termasuk	kedalam
perusahaan besar.		perusahaan a	asing.	perusaha	an asing.

Sumber: Tambunan (2007b)

UKM mempunyai perbedaan dalam sebuah karakteristik dengan aspek – aspek terntentu yang dapat membedakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Aspek – aspek tersebut meliputi orientasi pasar, profil dari pemilik bisnis, sumber produksi dan modal, serta bagaimana dengan hubungan eksternal (Tambunan 2007b). Ciri – ciri yang telah tertulis seperti pada table diatas (Tabel 2) yang berhubungan dengan UKM yang ada di Indonesia kini muncul dari berbagai negara dengan melakukan sebuah klarifikasi dalam bidang bisnis yang berbasis manufaktur.

Menurut Maurouge (2012) telah menunjukkan bahwa beberapa karakteristik di Indonesia itu merupakan sebagain besar dari perusahaan – perusahaan yang beroperasi dari sektor informal. Presentase UKM yang dioperasikan dengan pendaftaran resmi di Indonesia memiliki tingkat yang lebih rendah jika dibandingkan dengan negara – negara tetangga yang juga mengoperasikan UKM seperti di Kamboja dan Vietnam (Mourougane 2012).

Kriteria dari usaha mikro, kecil dan menengah menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 yang digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 3 Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	> 500 Juta - 10 Miliar	> 2.5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

Selain berdasarkan undang – undang , terdapat kriteria UMKM dari sudut pandang perkembangannya Rahmana (2008) yang mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu :

- Livelihood Activites, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya sebagai pedagang kaki lima.
- Micro Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar.

2.2.3 Business Exit

2.2.3.1 Definisi Business Exit

Holmes dan Schmitz (1990) mengistilahkan *business exit* dengan sebutan "bisnis transfer" dari sebuah perspektif perekonomian, dengan antara lain adalah orang – orang yang mengubah pekerjaan dan penjualan perusahaan. Sementara menurut (DeTienne 2010; DeTienne & Cardon 2010; Leroy et al. 2007;

Wennberg et al. 2010) menggunakan sebuah istilah *-entrepreneur exit* untuk menjelaskan tentang *business exit* dan penting sekali definisi *business exit* untuk dipahami.

Petty (1997) mendifinisikan *business exit* sebagai pendekatan yang diambil oleh pemilik usaha dan investor untuk mengeluarkan beberapa atau semua nilai ekonomi dari sebuah investasi. Schaper dan Volery (2007) dalam mendefinisikan sebuah *business exit* adalah dengan menggunakan istilah "panen" untuk menjelaskan sebuah konsep proses yang dilakukan oleh pemilik usaha atau investor untuk keluar dari bisnisnya dan mendapatkan nilai maksimum dari investasi awal mereka. Selain itu DeTienne (2010,p.203) mendefinisikan *business exit* sebagai proses terjadinya pemilik usaha telah meninggalkan usahanya yang telah mereka ciptakan sendiri, dengan menghilangkannya diri mereka dari semua berbagai tingkat mulai dari struktur kepemilikan utama dan juga struktur pengambilan keputusan.

Sehingga, dengan begitu *business exit* dapat dilihat sebagai mekanisme berbasis nilai, saat perusahaan mulai menyadari adanya nilai tambah dan sebuah manfaat dari investasi mereka dengan menekankan perspektif pada pemilik usaha dan proses yang telah terlibat dalam kehidupan sebuah kewirausahaan. Walaupun memiliki istilah yang berbeda – beda yang digunakan dalam *business exit*, maka didalam sebuah penelitian ini menggunakan sebuah istilah *business exit* dengan menekankan pada pengalihan kepemlikikan dari pendiri awal usaha.

Prisciotta dan Weber (2005) berpendapat bahwa setiap pemiliki usaha akan keluarnya dari sebuah usahanya karena faktor suka rela maupun tanpa kesadaran dari diri individu tersebut. Banyak orang yang telah menganggap *business exit* yang berkaitan dengan penjualan sebuah perusahaan, sebuah penelitian telah mengungkapkan bahwa itu tidak mungkin selalu berkait dengan sebuah penjualan. Penjualan perusahaan hanyalah terdapat pada satu pilihan saat pemilik usaha memutuskan untuk keluar dari sebuah usahanya sendiri (Leonetti 2008).

Business Exit (Y) merupakan postur reaktif dan proaktif dalam memiliki implikasi yang sangat penting, karena kedua situasi tersebut dapat menyajikan berbagai jenis hambatan keluar dan terdapat empat jenis strategi keluar dari kombinasi dua dimensi tersebut, yaitu : retreat, redploy, readjust, dan reconfigure (Porter et al. :1976).

- a. Retreat ini merupakan sebuah strategi yang pada intinya untuk mempertahankan nilai bisnis secara tepat waktu dan tepat dengan tujuan untuk menyelamatkan usahanya dari kerugian dan kebangkrutan. Uraian indikator item ini adalah:
 - Ukuran kinerja yang telah diperoleh
- b. Redeploy ini merupakan strategi yang tidak hanya meninggalkan usahanya saja tetapi juga mempertahankan usahanya dengan cara menstransfer. Uraian indikator item ini adalah :
 - Tekanan keluarga
 - Menstransfer usaha kepada keluarga
 - Faktor pribadi
- c. Readjust ini merupakan untuk menyelesaikan permasalahan dan mengatur kembali usahanya dari awal yang sesuai dengan visi dan misi yang telah dibuat. Uraian indikator item ini adalah:
 - Hubungan yang terjalin dengan pihak pihak yang terkait
 - Memutuskan hubungan yang tidak sama dengan visi dan misi
- d. Reconfigue ini merupakan sebuah penciptaan nilai dengan tujuan dan inovasi yang baru. Indikator item ini adalah :
 - Menjual atau membeli investasi usaha
 - Membuat inovasi baru m
 - Menyeimbangkan inovasi dan misi yang baru

Hal ini sangat penting untuk diingat bahwa keluarnya jalur atau sebuah pilihan yang dihadapi oleh seorang pemilik bisnis untuk melakukan sebuah keputusan dari sebuah jalan yang berbeda juga akan memiliki sebuah resiko yang akan dihadapi , komplesitas, dan tingkat keterlibatan potensial saat setelah keluar (DeTienne & Cardon 2010). Oleh karena itu hal ini telah dibahas oleh berbagai studi bahwa terdapat berbagai jenis *business exit* dalam literatur yang dianggap sebagai pilihan terjadi sebuah proses *business exit* (Brenner & Schroff 2004; Certo, Covin, Daily & Dalton 2001; Petty 1997; Prisciotta & Weber 2005; Wennberg et al. 2010).

2.2.4 Human Capital

2.2.4.1 Definisi Human Capital

OECD (1999:12) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai nilai ekonomi dari dua kategori *intangible asset* perusahaan, yaitu *organizational and human capital*. Wright et al (2001:8) menyatakan bahwa *intellectual capital* adalah faktor yang terdiri dari *human capital, social capital, and organizational capital*. Menurut Schermerhon (2005:33) *human capital* diartikan sebagai nilai ekonomi dari SDM yang terkait dengan kemampuan, pengetahuan, ide – ide, inovasi, energi dan komitmennya. *Human capital* merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya, sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Pembentukan nilai tambah yang dikontribusikan oleh *human capital* dalam menjalankan tugas dan pekejaannya akan memberikan *sustainable revenue* dimasa mendatang bagi suatu organisasi (Malhotra & Bontis dalam Rachmawati & Wulani 2004:17).

Menurut Stewart (1998:45) dalam Sawarjuno dan Kadir (2003:19) mengatakan bahwa *human capital* merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual, sumber dari *innovation* dan *improvement*, tetapi komponen ini sulit untuk diukur. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilakn solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang – orang yang ada dalam perusahaan tersebut dan akan mengikat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

Fitz-Enz (2000:9) mendeskripsikan *human capital* sebagai kombinasi dari tiga faktor, yaitu :

- 1. Karakter atau sifat yang dibawa ke pekerjaan. Misalnya intelegensi, energi, sikap positif, keandalan, dan komitmen.
- 2. Kemampuan seseorang untuk belajar, yaitu : kecerdasan, imajinasi, kreativitas dan bakat.
- 3. Motivasi untuk berbagi informasi dan pengetahuan, yaitu : semangat tim dan orientasi tujuan.

Human capital (X1), merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya, sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Wijewardena dan Tibbits (1999) telah menjelaskan tentang berbagai aspek modal manusia yang diukur dari kesuksesan atau pertumbuhan perusahaan. Diantaranya meliputi aspek pendidikan, pelatihan, pengalaman, ketrampilan, kewirausahaan.

- a. Pendidikan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Uraian item dalam indikator ini adalah :
 - Latar belakang pendidikan pemilik usaha
 - Pengetahuan tentang usaha
- b. Pelatihan merupakan pelengkap penting bagi pendidikan untuk orientasi kewirausahaan. Pelatihan dan pendidikan memiliki

kemampuan untuk memperbaiki landasan keterampilan manusia. Uraian dalam indikator ini adalah :

- Mengikuti pelatihan formal
- Mengikuti pelatihan informal
- c. Pengalaman kerja merupakan pengetahuan atau kemampuan kerja yang diperoleh seseorang karena melakukan pekerjaan dalam jangka waktu tertentu. Uraian indikator ini adalah:
 - Pengalaman yang diperoleh
 - Waktu lamanya berbisnis
- d. Keterampilan pengusaha memiliki sifat kondusif terhadap kinerja dan pertumbuhan sesuatu bisnis. Uraian item indikator ini adalah :
 - Ide dan inovasi yang diperoleh

Teknologi yang digunakan untuk dapat bersaing dengan pesaing

Yang dimiliki dan dikendalikan sendiri oleh karyawan. Chen dan Lin (2003:45) menyatakan bahwa pengeluaran perusahaan yang berhubungan dengan sumber daya manusia harus dipandang sebagai investasi *human capital*.

Dalam konteks dengan business exit bahwa tingkat *human capital* dari seorang pemilik usaha dapat mempengaruhi dari sebuah keputusan –kepetusan untuk memilih sebuah pilihan tertentu untuk keluar (DeTienne & Cardon 2010; Wennberg et al. 2010) dan bahkan untuk menstransfer kinerja (van Teefelen et al. 2012). Walaupun variabel *human capital* (modal manusia) telah digunakan dalam studi *business exit* sebelumnya, namun masih belum ada studi secara empiris yang telah memeriksa pemilik UKM memutuskan untuk meninggalkan usaha mereka.

Terdapat beberapa komponen *human capital* yang mungkin dapat mempengaruhi proses terjadinya *business exit*:

1. Usia

Usia ini merupakan salah satu komponen utama dari *human capital* yang dapat mempengaruhi pemilik usaha memutuskan untuk keluar dari bisnisnya sendiri.

2. Pendidikan

Telah ditemukan dalam studi sebelumnya bahwa pendidikan mempunyai peran penting dalam menentukan dan mempertimbangkan siapa pemilik bisnis selanjutnya saat pemilik bisnis yang utama memutuskan untuk keluar meninggalkan bisnisnya (DeTienne 2010).

3. Pelatihan formal

Dengan sering mengikuti pelatihan formal dapat memberi sebuah pengalaman dalam berwirausaha dengan baik selama pemilik usaha berkarier dalam bisnisnya.

Oleh karena itu, dengan lebih banyak memiliki pengalaman dalam berbisnis maka mereka dapat menentukan waktu yang tepat saat mereka memutuskan untuk kapan harus meninggalkan bisnisnya.

Meskipun alasan ini dapat menjadi sebuah faktor penentu terjadinya business exit, namun masih belum ada sebuah penelitian yang membahas hubungan antara variabel *human capital* (modal manusia) dengan perilaku pemilik UKM dalam melakukan business exit.

Sebelumnya para peneliti berpendapat bahwa human capital dapat mempengaruhi niat dari pemilik usaha (DeTienne & Cardon 2006; Kolvereid & Moen 1997; Lee & Wong 2004). Sehingga, hubungan antara pemilik usaha dengan mempunyai niat untuk melakukan meninggalkan bisnisnya itu bias menjadi salah satu dari pencapaian seorang individu. Tingkat dari human capital pada pemilik UKM ini dapat mempengaruhi niat untuk melakukan sebuah perilaku tertentu seperti memutuskan untuk meninggalkan usahanya. Namun demikian, dalam teori perubahan perilaku pada tahap tertentu, seorang individu mungkin mempunyai sebuah komitmen yang kuat dan memiliki sebuah niat menentukan sebuah perilaku tertentu (seperti keluar meninggalkan usahanya) (Bernal

2.2.4.2 Pengukuran Human Capital

Pengukuran modal manusia bukan dimaksudkan untuk menentukan nilai instrinsik SDM, melainkan dampak dari perilaku SDM atas proses – proses organisasional. Pengukuran ini penting dilakukan untuk mengetahui efektivitas strategi yang dijalankan perusahaan terdapat seberapa besar kontribusi pemilik usaha dalam mempunyai niat untuk melakukan sebuah perilaku tertentu. Disamping itu, pengukuran SDM merupakan suatu manajemen kinerja yang sangat penting dan alat untuk melakukan sebuah perbaikan. Menurut Wijewardena dan Tibbits (1999) telah menjelaskan tentang berbagai aspek modal manusia yang diukur dari kesuksesan atau pertumbuhan perusahaan. Diantaranya meliputi aspek pendidikan, pelatihan, pengalaman, ketrampilan, kewirausahaan.

- e. Pendidikan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Uraian item dalam indikator ini adalah :
 - Latar belakang pendidikan pemilik usaha
 - Pengetahuan tentang usaha
- f. Pelatihan merupakan pelengkap penting bagi pendidikan untuk orientasi kewirausahaan. Pelatihan dan pendidikan memiliki kemampuan untuk memperbaiki landasan keterampilan manusia. Uraian dalam indikator ini adalah:
 - Mengikuti pelatihan formal
 - Mengikuti pelatihan informal
- g. Pengalaman kerja merupakan pengetahuan atau kemampuan kerja yang diperoleh seseorang karena melakukan pekerjaan dalam jangka waktu tertentu. Urajan indikator ini adalah:
 - Pengalaman yang diperoleh
 - Waktu lamanya berbisnis
- h. Keterampilan pengusaha memiliki sifat kondusif terhadap kinerja dan pertumbuhan sesuatu bisnis. Uraian item indikator ini adalah :
 - Ide dan inovasi yang diperoleh

2.2.5 Psychological Ownership

2.2.5.1 Definisi Psychological Ownership

Psychological Ownership (PO) adalah pengalaman psikologis individu ketika mengembangkan rasa memiliki akan suatu target (Van Dyne & Pierce 2004). Menurut Pierce, Kostova, dan Dirks (2001) target atau objek dari PO dapat bersifat material (benda,fasilitas) tetapi juga non material (ide, seni artistik, suara). Menurut Furby (dalam Van Dyne & Pierce 2004) hal yang mendasari kemunculan dari PO adalah rasa memiliki. Sehingga, Pierce, Kostova dan Dirks (2001) menyimpulkan bahwa PO memilik tiga point utama, yaitu:

- a) Perasaan kepemilikan (feeling of ownership)
 - Kondisi bawaan yang ada dalam setiap kehidupan manusia. Setiap individu mempunyai kesempatan dalam mengembangkan perasaan kepemilikan dalam sebuah konteks sehari hari. Individu juga dapat mengembangkan PO dalam sebuah konteks keluarga, pendidikan, mauapun konteks pekerjaan (Van Dyne & Pierce 2004).
- Perasaan kepemilikan terhadap berbagai objek target material dan non material.
- c) Perasaan kepemilikan mempunyai konsekuensi penting akan perilaku, emosi dan psikologi.

Psikologis kepemilikan mencerminkan tingkat emosional hubungan antara pemilik usaha dengan perusahaan mereka dan bagaimana mereka dapat membangun sebuah identitas kewirausahaan mereka melalui dari pemilik usaha. Gagasan bahwa business exit dapat menarik kekuatan kepada pemilik usaha karena mereka memiliki rasa memiliki adalah salah satu alasan mengapa konsep ini dapat menjadikan sebuah manfaat dalam studi business exit (SeTienne 2010;

DeTienne & Cardon 2010; Leroy et al. 2007). Oleh karena itu, konsep PO ini dapat menjadi sebuah peringatan penting bagi setiap individu pemilik usaha dalam keprihatinan atas kepemilikan usaha.

a. Psychological Ownership

Psychological Ownership (X2) merupakan pengalaman psikologis individu ketika mengembangkan rasa memiliki akan suatu target. Ikavalko et al.(2008) mempunyai sebuah pendapat yang mengatakan bahwa terdapat tiga jenis motif dasar dari psychological ownership, yaitu:pencapaian hasil yang diinginkan, pencapaian identitas diri dan ekspresi diri, dan kemauan atau keinginan untuk memiliki.

- a. Pencapaian hasil yang diinginkan merupakan sebuah pengukuran kinerja yang telah berhasil mencapai pada sebuah tujuan atau pada sebuah target yang telah ditetapkan atau ditentukan. Indikator item ini adalah:
 - Prestasi apa yang telah diraih
- b. Pencapaian identitas diri dan ekspresi diri
 - Usia
 - Jenis kelamin
 - Status sosial
- c. Kemauan atau keinginan untuk memiliki
 - Motivasi untuk mempertahankan
 - Tingginya tingkat tanggung jawab dalam pengembangan usahanya

Dengan beberapa pemilik usaha mungkin akan mengalami suatu kecemasan atas kehilangan dari kepemilikan bisnisnya yang mereka miliki, dengan demikian mereka akan dihadapkan dengan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kesediaan mereka untuk melakukan business exit. Tingkat rasa memiliki setiap individu pemiliki usaha mungkin mempengaruhi untuk keluar dari usahanya dan sampai saat ini masih belum ada bukti empiris apapun dari business exit yang mengkaitkan PO dengan perenungan pemilik usaha untuk melakukan meninggalkan usahanya.

Tingkat dari rasa memiliki mencerminkan dari tingkat psikologis kepemilikan terhadap usahanya. Hal ini dapat mempengaruhi ikatan emosional untuk berbisnis, dengan seperti itu menjadi bagian dari identitas seseorang. Sebaliknya dengan DeTienne (2010) memiliki pendapat bahwa kepemilikan psikologis penting dan mempunyai dampak pada suatu perkembangan dalam sebuah strategi untuk keluar. Namun, dengan demikian, dia tidak memberikan bukti empiris mengenai argumennya tersebut.

Business exit bias menjadi sebuah masalah atau konflik untuk pemilik usaha karena pemilik usaha biasanya mayoritas memperlakukan usaha mereka seperti memperlakukan anak kecil yang terus disayangi (Cardon et al. 2005). Dengan demikian, mereka selalu mempunyai rasa memiliki yang lebih besar terhadap usahanya tersebut (Perce et al. 2003).

2.2.5.2 Pengukur Psychological Ownership

Dalam penelitian ini dari studi empiris sebelumnya menurut Ikavalko et al. (2008), Van Dyne dan Pierce (2004) bahwa terdapat 4 items yang diadaptasi, yaitu:

- a) Pencapaian tujuan.
- b) Status sosial.
- c) Pengetahuan bisnis.

Dalam penelitian ini, PO mengacu pada persepsi spikologis individu mengenai perasaan memiliki terhadap perusahaan berdasarkan kendali perusahaan, pencapaian tujuan mereka, status sosial,dan pengetahaun tentang bisnis. Skala psikologi kewirausahaan yang didirikan oleh Ikavalko et al. (2008)

bekerja dengan sedikit beradaptasi kata – kata dalam konteks budaya yang berbeda. Dalam menentukan psikologis dari pemilik usaha, Ikavalko et al. (2008) memperpanjang studi sebelumnya tentang kepemilikan psikologis(Pierce et al. 2001; Van Dyne & Pierce 2004) dengan menambahkan dimensi keluarga untuk mengukur kepemilikan profil dari sebuah usaha tersebut. Skala ini diadopsi dalam studi ini karena sangat cocok untuk disesuaikan dengan konteks pemilik usaha, terutama ketika kelurga mempunyai dan menjalankan bisnisnya sendiri.

2.2.6 Model Konsep dan Model Hipotesis

2.2.6.1 Model Konsep

Model konsep adalah suatu gambaran mengenai penelitian ini yang dilakukan untuk menguji pengaruh *human capital* dan *psychological ownership* terhadap *business exit* pemilik UKM. Model konsep bias diartikan sebagai suatu kerangka yang menjelaskan tentang suatu konsep dari sebuah teori yang ada. Menurut, Sapto dalam Sugiyono (2008:47) menyatakan kerangka berfikir dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Dari penjelasan tersebut maka dapat digambarkan suatu model konsep sebagai berikut:

Gambar 1. Model Konsep

Human Capital

Psychological
Ownership

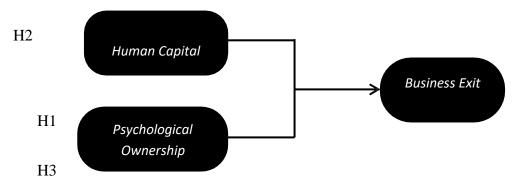
Business Exit

Sumber: Kajian Teoritis, 2017

2.2.6.2 Model Hipotesis

Sugiyono (2004:51) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Gambaran mengenai hubungan antar variabel tersebut adalah sebagai berikut :

Gambar 2. Model Hipotesis



Sumber: Kajian Teoritis, 2017

Kesimpulan dari model hipotesis yang telah dijelaskan adalah:

H1: terdapat pengaruh yang signifikan human capital dan psychological ownership secara simultan terhadap business exit.

H2: terdapat pengaruh yang signifikan human capital terhadap business exit.

H3: terdapat pengaruh yang signifikan *psychological ownership* terhadap *business exit*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian penjelasan (explanatory research) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Singarimbun dan Efendi (2006) memaparkan penelitian explanatory research merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel – variabel melalui pengujian hipotesa. Zulganef (2008) penelitian explanatory merupakan penelitian yang bertujuan menggali atau mencari variabel – variabel atau faktor – faktor yang terdapat pada suatu fenomena, kondisi, dan setting sosial,

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pemilik usaha kecil menengah (UKM) yang ada di Kota Kediri, yang merupakan kota terbesar di Jawa Timur nomor 3 setelah Surabaya dan Malang. Kota Kediri di tahun 2017 mempunyai 4.972 pemilik UKM yang terdiri atas 3 kecamatan kota (Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan Tenaga Kerja Kota Kediri:2017). Karena jumlah pemilik UKM Kota Kediri yang besar, maka penulis akan menentukan jumlah responden dengan menggunakan perhitungan yang ada disampel untuk memperoleh jumlah responden yang akan digunakan. Studi ini dilakukan untuk berupaya melihat perilaku perspektif untuk mengatasi sejauh mana pemilik UKM Kota Kediri melakukan business exit karena keinginan pribadi atau terdapat penyebab lainnya.

3.3 Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

3.3.1 Variabel Penelitian

Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian digunakan untuk mengetahui sejauh mana keterkaitannya antara variabel satu dengan yang lainnya. Penelitian ini menguji dua variabel yaitu :

a. Variabel Bebas (independent variabel)

Sekaran (2006) menyebutkan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *human capital* (X1), dan *psychological ownership* (X2).

b. Variabel Terkait (dependent variabel)

Sekaran (2006) memaparkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *business exit* (Y).

3.3.2 Definisi Operasional

Singarimbun dan Efendi (2006) mendefinisikan operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional dapat disimpulkan menjadi semacam petunjuk pelaksanaan

bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini, definisi operasional dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Human Capital

Human capital (X1), merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya, sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Wijewardena dan Tibbits (1999) telah menjelaskan tentang berbagai aspek modal manusia yang diukur dari kesuksesan atau pertumbuhan perusahaan. Diantaranya meliputi aspek pendidikan, pelatihan, pengalaman, ketrampilan, kewirausahaan.

- i. Pendidikan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Uraian item dalam indikator ini adalah :
 - Pendidikan tertinggi
 - Latar belakang pendidikan
 - Pendidikan efektif dalam memahami bisnis
- j. Pelatihan merupakan pelengkap penting bagi pendidikan untuk orientasi kewirausahaan. Pelatihan dan pendidikan memiliki kemampuan untuk memperbaiki landasan keterampilan manusia. Uraian dalam indikator ini adalah:
 - Pernah menempuh pelatihan formal
 - Kursus /pendidikan non formal
- k. Pengalaman kerja merupakan pengetahuan atau kemampuan kerja yang diperoleh seseorang karena melakukan pekerjaan dalam jangka waktu tertentu. Urajan indikator ini adalah :
 - Lama menjalankan
 - Pernah mempunyai usaha lain

b. Psychological Ownership

Psychological Ownership (X2) merupakan pengalaman psikologis individu ketika mengembangkan rasa memiliki akan suatu target. Ikavalko et al.(2008) mempunyai sebuah pendapat yang mengatakan bahwa terdapat tiga jenis motif dasar dari psychological ownership, yaitu:pencapaian hasil yang diinginkan, pencapaian identitas diri dan ekspresi diri, dan kemauan atau keinginan untuk memiliki.

- d. Pencapaian hasil yang diinginkan merupakan sebuah pengukuran kinerja yang telah berhasil mencapai pada sebuah tujuan atau pada sebuah target yang telah ditetapkan atau ditentukan. Indikator item ini adalah:
 - Keberhasilan bisnis mencapai impian
- e. Pencapaian identitas diri dan ekspresi diri
 - Status sosial sebagai pemilik bisnis
- f. Kemauan atau keinginan untuk memiliki
 - Bisnis pencapaian tertinggi
 - Mengetahui seluk beluk bisnis
 - Keluarga mengetahui kegiatan bisnis

c. Business Exit

Business Exit (Y) merupakan postur reaktif dan proaktif dalam memiliki implikasi yang sangat penting, karena kedua situasi tersebut dapat menyajikan berbagai jenis hambatan keluar dan terdapat empat jenis strategi keluar dari kombinasi dua dimensi tersebut, yaitu : retreat, redploy, readjust, dan reconfigure (Porter et al. :1976).

- e. Redeploy ini merupakan strategi yang tidak hanya meninggalkan usahanya saja tetapi juga mempertahankan usahanya dengan cara menstransfer. Urajan indikator item ini adalah:
 - Keluarga berpendapat keluar dari bisnis
 - Berpikir untuk mewariskan bisnis
 - Berpikir keluar dari bisnis dalam tahun pertama
 - Berpikir keluar dari bisnis dalam tahun terakhir
- f. Readjust ini merupakan untuk menyelesaikan permasalahan dan mengatur kembali usahanya dari awal yang sesuai dengan visi dan misi yang telah dibuat. Uraian indikator item ini adalah:
 - Berpikir keluar dari bisnis merupakan cara terbaik
- g. Reconfigue ini merupakan sebuah penciptaan nilai dengan tujuan dan inovasi yang baru. Indikator item ini adalah :
 - Sering berpikir untuk menjual usaha

Tabel 4 Variabel, Indikator dan Item dalam Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Human Capital	Pendidikan	 a. Pendidikan tertinggi b. Latar belakang pendidikan c. Pendidikan efektif dalam memahami bisnis 	Wijewardena & Tibbits (1999)
	Pelatihan	a. Pernah menempuh pelatihan formalb. Kursus/pendidikan non formal	
	Pengalaman	a. Lama menjalankan usahab. Pernah Mempunyai usaha lain	
Psychological	Pencapaian hasil yang diinginkan	a. Keberhasilan bisnis mencapai impian	Menurut Ikavalko et
Owner	Pencapaian identitas diri dan ekspresi diri	a. Status sosial sebagai pemilik bisnis	al. (2008)
	Kemauan atau keinginan untuk memiliki	 a. Bisnis pencapaian tertinggi b. Mengetahui seluk beluk bisnis c. Keluarga mengetahui kegiatan bisnis 	
Business Exit	Redeploy	 a. Keluarga berpendapat keluar dari bisnis b. Berpikir untuk mewariskan bisnis 	Porter et al. 1976.
		 a. Berpikir keluar dari bisnis dalam tahun pertama berdiri b. Berpikir keluar dari bisnis dalam tahun terakhir berdiri 	
	Readjust	 a. Berpikir keluar dari bisnis merupakan cara terbaik 	
	Reconfigure	a. Sering berpikir untuk menjual usaha	

Sumber: Kajian Teoritis, 2017

3.3.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Pada penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2014). Berikut ini merupakan contoh jawaban dan skor yang diberikan untuk setiap item seperti terlihat pada tabel.

Tabel 5 Skala Pengukuran

No.	Skala Sikap	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono 2014)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek peneliti. Sanusi (2012) mengatakan populasi adalah seluruh dari kumpulan elemen yang menunjukkan ciri – ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Data pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah pemilik UKM di Kota Kediri yang

57

berjumlah 4.972, dengan berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi,

Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan Tenaga Kerja Kota Kediri tahun 2017.

Pada penelitian ini, peneliti tidak menggunakan seluruh jumlah populasi karena

jumlah terbut terlalu banyak. Peneliti akan menggunakan perhitungan sampel

untuk memperoleh jumlah responden yang akan digunakan.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel mewakili keseluruhan

dari populasi, sehingga hasil yang didapat adalah generalisasi sampel terhadap

populasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 UKM yang diperoleh dari

hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : taraf kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Jumlah yang dapat diambil adalah:

$$n = \frac{4.972}{1 + 4.972 \quad 0.1}$$
$$= 98.02 \approx 100 \text{ UKM}$$

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Mengenai hal ini, Arikunto (2010) menjelaskan bahwa "purposive sampling dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu". Begitu pula menurut Sugiyono (2010:85) sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka peneliti akan menggunakan teknik purposive sampling dengan menentukan kriteria yang akan menjadi sampel yaitu pemilik Usaha Kecil Menengah Kota Kediri dengan jumlah 100 responden.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data pada penelitian ini jika dilihat dari penelitinya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer yang langsung memberikan data pada pengumpul, sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan kepada pengumpul data (Sugiyono 2004).

a. Data Primer

Sanusi (2012) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer didapat melalui penyebaran kuisioner pada pemilik UKM Kota Kediri.

b. Data Sekunder

Sekaran (2006) sumber data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi muthakir. Data sekunder pada penelitian ini meliputi gambaran umum dari pemilik UKM dan lain – lain.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah hasil dari pengamatan langsung terhadap perilaku manusia dimana peneliti secara pasrtisipatif berada dalam kelompok orang – orang yang diselidikinya. Sebagai upaya mengumpulkan data dan keterangan yang diperlukan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner

Menurut Sekaran (2006) kuisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara tertulis dari para responden.

2. Dokumentasi

Sanusi (2012) menyatakan bahwa dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengadakan pencatatan atau penyalinan terhadap dokumen – dokumen dan data – data yang dapat mendukung penelitian yang dapat bersejarah bagi pemilik UKM, dan aktifitas usahanya, dan dokumen – dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.7 Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Arikunto (2006) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu alat ukur yang valid yang mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validasi yang rendah. Selanjutnya menurut Sekaran (2006:42) uji validitas memastikan kemampuan sebuah skala untuk mengukur konsep yang dimaksud. Uji validitas dilakukan dengan rumus kolerasi *product moment* yang dikemukakan oleh Arikunto (2006:170).

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2) - (\sum X)^2 (N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi *Pearson* (yaitu koefisien validitas yang akan dihitung)

X : Skor tiap responden untuk setiap item pertanyaan atau pernyataan

Y : Skor tiap responden dari seluruh item pertanyaan atau

pernyataan

 $\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X (jumlah skor seluruh item pertanyaan atau pernyataan untuk X)

 $\sum Y$:Jumlah skor dalam distribusi Y (jumlah skorseluruh item

pertanyaan atau pernyataan untuk Y)

 $\sum X^2$: Jumlah kuadratmasing-masing skor x $\sum Y^2$: Jumlah kuadratmasing-masing skor y N: Jumlah sampel (responden)

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid, bila nilai indeks validitasnya > 0,3. Jadi suatu instrumen dianggap valid apabila nilai indeks validitasnya > 0,3.

3.7.2 Uji Reabilitas

Arikunto (2006) reabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah baik, karena instrumen penelitian ini dalam bentuk skala 1-5 maka untuk mencari reabilitasnya digunakan dengan rumus *Alpha* sebagai berikut .

$$\mathbf{r}_{11} = \frac{k}{k-1} \quad 1 - \frac{\sigma_b^2}{\sigma_t^2}$$

Keterangan:

r₁₁:Reabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

 σ_n^2 : Jumlah Varians butir

 σ_t^2 : Varians Total

Dasar pengambilan keputusan apakah suatu item atau variabel reliabel atau tidak reliabel adalah dengan nilai *alpha crobach*. Jika nilai *alpha crobach* lebih besar dari 0,6 maka item pertanyaan tersebut dikatakan reliabel dan begitu sebaliknya, jika nilai *alpha crobach* kurang dari 0,6 maka item pertanyaan tersebut tidak reliael.

3.7.3 Hasil Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6 Uji Validitas

Tabel 6 Uji Validitas							
Item	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan			
X1.1	0.814	0.000	0.3	Valid			
X1.2	0.810	0.000	0.3	Valid			
X1.3	0.794	0.000	0.3	Valid			
X1.4	0.858	0.000	0.3	Valid			
X1.5	0.807	0.000	0.3	Valid			
X1.6	0.627	0.000	0.3	Valid			
X1.7	0.601	0.000	0.3	Valid			
X2.1	0.872	0.000	0.3	Valid			
X2.2	0.828	0.000	0.3	Valid			
X2.3	0.852	0.000	0.3	Valid			
X2.4	0.795	0.000	0.3	Valid			
X2.5	0.801	0.000	0.3	Valid			
Y1	0.815	0.000	0.3	Valid			
Y2	0.770	0.000	0.3	Valid			
Y3	0.745	0.000	0.3	Valid			
Y4	0.745	0.000	0.3	Valid			
Y5	0.895	0.000	0.3	Valid			
Y6	0.844	0.000	0.3	Valid			
Y7	0.854	0.000	0.3	Valid			
Y8	0.843	0.000	0.3	Valid			
Y9	0.868	0.000	0.3	Valid			
Y10	0.785	0.000	0.3	Valid			

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan semua item pernyataan yang diajukan kepada responden untuk variabel *Human Capital* (X1), *Psychological Ownership* (X2), dan *Business Exit* (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel.Hasil tersebut menyatakan bahwa semua item variabel *Business Exit* (X1), *Psychological Ownership* (X2) dan *Business Exit* (Y) valid.

3.7.4 Hasil Reabilitas

Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas

No			Keteranga
	Variabel	Koefisien Reliabilitas	n
1	Human Capital (X1)	0,878	Reliabel
	• • • •	·	
2	Psychological ownership (X2)	0,884	Reliabel
	•		
3	Business Exit (Y)	0,944	Reliabel
	` '		

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel 7 hasil uji reabilitas variabel *Human Capital* (X1), *Psychological Ownership* (X2), *Business Exit* (Y), seluruh item pada variabel ini memiliki nilai koefisien *alpha cronchbarch* lebih dari 0,6, sehingga dapat disimpilkan bahwa seluruh item dalam penelitian ini reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Selanjutnya, dalam penelitian ini analisis dipergunakan sebagai pendeskripsian variabel modal manusia, psikologis kepemilikan dan *business exit* dengan cara mendistribusikan *item* dari setiap variabel. Setelah semua data terkumpul selanjutnya mengolah data dan mentabulasikan ke dalam tabel, kemudian membahas data yang telah diolah tersebut secara deskriptif. Ukuran deskriptifnya adalah dengan memberikan angka baik dalam jumlah responded maupun dalam angka presentase.

3.8.2 Analisis Statistik Inferensial

Statistik inferensial adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono:2014).

3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bias dilakukan dengan menggunakan grafik dan menggunakan analisis statistic yaitu uji statistic non-parametik *kolmogorpv-Smirnov* (K-S). (Arikunto:2013) menyebutkan uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa data distribusi normal. Selain itu, dari hasil pengujian normalitas juga dapat

menunjukkan bahwa sampel yang diambil berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal.

2. Multikolinearitas

Ghozali (2006) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Sedangkan Menurut Sudarmanto (2013) uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lainnya.

3. Heterokedastisitas

Menurut Sudarmanto (2013:240) uji asumsi heterokedastisitas ini untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Menurut Ghozali (2006) ketentuan dari uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik meneyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.8.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier ini dipergunakan untuk menganalisis dan menghitung besar pengaruh keseluruhan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam membantu menganalisa data maka digunakan program computer SPSS for windows. Arikunto (2013) menyatakan kolerasi regresi linier berganda

66

adalah hubungan antara satu *dependent variable* dengan dua atau lebih *independt variabel*. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$Y=a+b_1x_1+b_2x_2+e$

Keterangan:

Y : Variabel Terikat (Business Exit)

a :Konstanta

 x_1x_2 : Variabel Bebas (*Human Capital dan Psychological Ownership*)

b₁b₂ Koefisien Regresi

3.9 Uji Hipotesis

Metode analisis yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam analisis regresi berganda dapat diukur secara parsial (ditunjukkan oleh *cofficients of partial regression*) dan secara bersama-sama (simultan) yang ditunjukkan oleh *Coefficients of multiple determination* (R²) (Indriantoro dan Supomo, 2012).

3.9.1 Uji Simultan (uji F)

Uji F dipergunakan untuk mengetahui pengaruh simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Rumus yang dipergunakan menurut Sugiyono (2008:192).

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

F : Pendekatan Distribusi Probabilitas

R : Koefesien korelasi gandaK : Jumlah variabel bebasn : Jumlah anggota sampel

Untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila signifikan $F \leq sig \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_0 diterima, hal ini berarti secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Apabila Signifikan $F \ge sig \alpha$ maka H_0 diterima dan Ha ditolak, hal ini berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidaknya antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus uji t yang digunakan menurut Sugiyono (2008:194).

$$\chi = \frac{r_{\overline{n-3}}}{\overline{1-r^2}}$$

Keterangan:

r_p = Korelasi parsial yang ditentukan

N = Jumlah Sampel

t = t hitung

Untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila signifikan $t \le sig \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b) Apabila signifikan $t \ge sig \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini berarti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.3 Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi dalam linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Koefisien ini akan menunjukkan besaran presentase variasi variabel bebas yang dipergunakan dalam model yang akan mampu menjelaskan variasi variabel terikatnya. Koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu.

a) $R^2 = 0$ (nol) berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

- b) R² = mendekati 0 (nol) berarti lemahnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
 c) R² = mendekati 1 berarti kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah

Kota kediri secara atronomis terletak diantara 111° 05' - 112° 03' Bujur Timur dan 7° 45' - 7° 55' Lintang Selatan. Sebagian besar wilayah Kota Kediri (80,17%) merupakan dataran rendah dengan ketinggian 63–100 meter di atas permukaan laut yang terletak di sepanjang sisi Sungai Brantas. Sedangkan sisanya (18,83%) merupakan dataran tinggi dan perbukitan dengan ketinggian 100 – 500 meter di atas permukaan laut yang tersebar di bagian barat dan timur Kota Kediri.

Penggunaan Lahan di Kota Kediri di dominasi oleh lahan terbangun. Kota Kediri terbagi menjadi 3 Kecamatan, yaitu Ke- camatan Mojoroto, Kecamatan Kota dan kecamatan Pesantren. Perkembangan untuk lahan terbangun belum tersebar secara merata. Dominasi penggunaan lahan kepadatan tinggi adalah Kecamatan Kota dengan sebaran perkantoran, perdagangan jasa, industri, pemukiman kepadatan tinggi dan wisata kota.

Penggunaan lahan untuk Kecamatan Mojoroto di dominsi oleh pendidikan, home industri, industri, pariwisata dan pertanian ser- ta pemukiman kepadatan sedang dan rendah. Untuk Kecamatan Pesantren, dominasi penggunaan lahannya adalah perkantoran, industri, home industri, permukiman kepadatan sedang dan ren- dah serta pertanian. Untuk lebih jelas mengenai kondisi penggu- naan lahan Kota Kediri, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 8. Tutupan Lahan Kota Kediri 2009

PENGGUNAAN	LUAS (Ha)					
PENGGUNAAN	MOJOROTO	KOTA	PESANTREN	TOTAL		
Permukiman	687.17	486.6	468.29	1642.05		
Perdagangan dan						
Jasa	56.13	69.39	23.44	148.96		
Perkantoran	69.42	26.5	0.65	96.57		
Pelayanan Umum	72.03	44.63	23.71	140.37		
Industri Dan Pergudangan	22.02	121.77	32.82	176.61		
Pariwisata	1.99	3.15	1.02	6.15		
Rth Non Hijau	21.59	35.96	2.34	59.89		
RTH	25.37	5.36	1.47	32.19		
Peruntukan Sektor Informal	0.49	0	0	0.49		
Pertanian	980.78	518.45	1586.51	3085.74		
Ladang/Kebun Campur	268.19	120.6	250.07	638.87		
Hutan	163.44	0	0	163.44		
Kawasan Militer	12.34	12.99	0	25.33		
Stasiun	0	0.05	0	0.05		
TPAdan IPLT	1.1	0	0	1.1		
Terminal	2.77	0	0	2.77		
Sungai	75.29	44.55	0	119.84		
LUAS (Ha)	2460.1	1490	2390.3	6340.4		

Sumber : Kota Kediri Dalam Angka 2008 dan Digitasi Citra Landsat 2007

Secara administratif, wilayah Kota Kediri terbagi menjadi 3 kecamatan, yaitu: Kecamatan Kota dengan luas wilayah 14,900 km² terdiri dari 17 Kelurahan; Kecamatan Pesantren dengan luas wilayah 23,903 km² tediri dari 15

Kelurahan; Kecamatan Mojoroto, dengan luas wilayah 24,601 km² yang terdiri dari 14 Kelurahan.

Kota Kediri yang berada di jalur transportasi regional antara Surabaya dengan Tulungagung, Nganjuk, Blitar dan Malang telah ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) yang berfungsi untuk mendorong sistem perkotaan sebagai pusat pelayanan sekunder. Kota Kediri merupakan pusat industri, jasa, perdagangan, pendidikan dan pariwisata secara regional. Sehubungan dengan kondisi tersebut, Kota Kediri memiliki kawasan-kawasan strategis yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan sesuai dengan potensinya masing-masing, sebagai berikut:

4.1.1.1 Kasawan pendorong perekonomian

Kawasan-kawasan strategis di Kota Kediri yang akan dikembangkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut:

a. Kawasan perdagangan dan jasa di Kota Kediri yang berpotensi untuk dikebangkan adalah pasar induk yang merupakan pusat kegiatan perdagangan skala besar untuk komoditas sayuran, buah, ikan, dan sebagainya. Selain itu beberapa kawasan di Jl. Dhoho, Jl. Pattimura, Jl. Jendral Sudirman sebagai pusat perdagangan produk garment, elektronik, kelontong dan sebagainya. Untuk menunjang kegiatan perdagangan diperlukan fasilitas – fasilitas pendukung yang memadai seperti lahan parkir, pelengkap kebersihan, tempat bongkar muat barang dan sebagainya.

b. Kawasan industri potensial di Kota Kediri meliputi industri besar, industri menengah, industri kecil dan home industry. Industri besar terdiri dari industri rokok Gudang Garam di Kelurahan Semampir, Balowerti, dan Dandangan serta pabrik gula di Kelurahan Mrican dan Pesantren. Industri sedang berupa industri pengolahan kayu di Kelurahan Pesantren dan Industri pembuatan makanan di Kelurahan Betet dan Kelurahan Blabak. Home industry berada di kelurahan Bandar Lor, Banjarmelati, Bandar kidul, Pakelan, Kampung Dalem, dan Blabak.

4.1.1.2 Jumlah penduduk

Pertumbuhan penduduk yang cenderung meningkat apabila tidak ada pengendalian, sebagai pusat pelayanan jasa , bagi daerah – daerah sekitarnya, maka tingkat urbanisasi masyarakat ke Kota Kediri semakin tinggi. Pertumbuhan penduduk Kota Kediri berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 1980 sebesar 2,34% dan 1,19% berdasarkan SP 1990 dan SP 2000 sebesar 1%. Adapun gambaran perkembangan penduduk Kota Kediri berdasarkan data registrasi kependudukan selama kurun waktu 1996 – 2011 dapat dicermati pada tabel berikut

Tabel 9. Gambaran Perkembangan Penduduk Kota Kediri 1996 - 2011

Tahun	Laki- laki	Perempuan	Jumlah Penduduk	Perkembangan Penduduk	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km2)
1996	115.462	119.574	235.036	0,20	3.707
1997	115.616	119.998	235.614	0,24	3.716
1998	116.055	120.252	236.307	0,29	3.727
1999	116.135	120.44	236.575	0,11	3.731
2000	117.192	121.344	238.536	0,83	3.762
2001	117.433	121.768	239.201	0,28	3.773
2002	117.916	122.247	240.163	0,40	3.788
2003	118.352	122.627	240.979	0,34	3.801
2004	118.371	122.799	241.17	0,08	3.804
2005	118.65	122.603	241.253	0,03	3.805

2006	118.673	122.763	241.436	0,08	3.806
2007	122.675	126.076	248.751	3,03	3.923
2008	143.192	141.746	284.938	14,56	4.494
2009	149.865	148.096	297.961	4,56	4.699
2010	144.69	146.601	290.991	0.94	4.59
2011	152.024	150.648	302.672	4,01	4.774

Sumber: Data BPS Kota Kediri

Koperasi dan UMKM Kota Kediri merupakan bentuk pengintegrasian dari instansi Kantor Wilayah depertemen Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah dan Usaha mikro Kecil dan Menengah dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Timur No 7 tahun 2001 dengan nama Dinas Pelayanan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Propinsi Jawa Timur Nomor 6 tahun 2008 tanggal 7 Juni tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata kerja Dinas Propinsi Jawa Timur maka berubah menjadi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah

Penggeseran kewenangan ini merupakan sebagai salah satu bentuk penyelenggaraan otonomi daerah yang mengharuskan adanya penyerahan urusan dibidang pelayanan koperasi dan usaha kecil menengah yang dahulunya ditangani oleh pemerintah pusat dibawah Departemen Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah menjadi urusan daerah. Dengan adanya perubahan terhadap sistem pemerintahan ke arah desentralisasi dan dekonstrasi maka bentuk pertanggung jawaban dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah bukan lagi kepada Menteri Negara melainkan kepada Gubernur Jawa Timur melalui Sekda.

Pada Saat ini pelaku UMKM di Kota Kediri, Jawa Timur berkembang dalam jumlah yang cukup banyak. Data pada tahun 2013 lalu menunjukkan sektor

UMKM non pertanian di Kota Kediri berjumlah 26.408 usaha (Badan Pusat Statistik Kota Kediri, 2013). Dari sekian banyak UMKM yang tersebar di Kota Kediri tersebut, penelitian ini difokuskan pada UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri dengan jumlah UMKM sebanyak 4.972. UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri adalah UMKM yang menghasilkan produk-produk khas Kota Kediri. Sehingga Dinas Koperasi dan UMKM membina pengusaha UMKM tersebut agar UMKM yang ada di Kota Kediri dapat semakin berkembang.

Kota Kediri merupakan salah satu kota yang ada di Indonesia yang memiliki berbagai sektor usaha, dari usaha kecil "menengah, hingga sektor industri besar. Kota Kediri terdiri dari 3 kecamatan yang memiliki potensial UMKM yang dapat lebih dikembangkan sehingga dapat mengangkat perekonomian daerah. Data terbaru yang dimiliki Badan Statistik Kota Kediri , pada tahun 2017 ini tercatat terdapat 4.972 UMKM yang aktif berjalan.

Berikut merupakan tabel jumlah UMKM yang terdiri dari tiga kecamatan yang ada di kota Kediri,yaitu :

Tabel 10. Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Kediri

	WEGANATAN	VELUEAUNA				SURVEYO	OR		
NO.	KECAMATAN	KELURAHAN	1	1 2 3 4 5				6	JUMLAH
1	PESANTREN	BLABAK			122				122
2	PESANTREN	BAWANG						102	102
3	PESANTREN	BETET		44					44
4	PESANTREN	TOSAREN					78		78
5	PESANTREN	BANARAN		46		31			77
6	PESANTREN	NGLETIH						68	68
7	PESANTREN	TEMPUREJO					64		64
8	PESANTREN	KETAMI	50			61			111
9	PESANTREN	PESANTREN	28		2				30
10	PESANTREN	BANGSAL				63			63
11	PESANTREN	BURENGAN				88			88
12	PESANTREN	TINALAN	41		6		93		140
13	PESANTREN	PAKUNDEN						147	147
14	PESANTREN	SINGONEGARAN			106				106
15	PESANTREN	JAMSAREN					125		125
16	MOJOROTO	LIRBOYO			183				183
17	MOJOROTO	CAMPUREJO				136			136
18	MOJOROTO	GAYAM			96				96
19	MOJOROTO	NGAMPEL			152				152
20	MOJOROTO	BANDARLOR						215	215
21	MOJOROTO	BANDAR KIDUL					178		178
22	MOJOROTO	TAMANAN				99			99
23	MOJOROTO	POJOK					122		122
24	MOJOROTO	SUKORAME	70				3		73
25	MOJOROTO	BANJARMLATI				150			150
26	MOJOROTO	MOJOROTO						130	130
27	MOJOROTO	BUJEL	134		3				137
28	MOJOROTO	MRICAN		91	3				94
29	MOJOROTO	DERMO		53	2				55
30	KOTA	BALOWERTI			131				131
31	KOTA	BANJARAN	153						153
32	КОТА	DANDANGAN				142			142
33	KOTA	JAGALAN	23						23
34	KOTA	KALIOMBO					106		106
35	KOTA	KAMPUNG DALEM					27		27
36	KOTA	KEMASAN	104						104
37	KOTA	MANISRENGGO			58				58
38	KOTA	NGADIREJO					186		186
39	KOTA	NGRONGGO				166			166
40	KOTA	PAKELAN		75					75
41	KOTA	POCANAN			127				127
42	KOTA	REJOMULYO						81	81
43	KOTA	RINGIN ANOM		89					89
44	KOTA	SEMAMPIR						146	146
45	KOTA	SETONO GEDONG		59					59
46	KOTA	SETONO PANDE						114	114
	JUML	AH	603	457	991	936	982	1003	4972

Sumber: Dinas UMKM Kota kediri

Keterangan:

- 1. Suyono, S.E
- 2. Ade Erma Novitasari
- 3. Ahmad Ahla
- 4. Erma nafi'atul Fuad Em
- 5. Ana susanti
- 6. Andrik Widodo

Pada tabel 10 ini sudah di jelaskan bahwa di Kota Kediri terdapat 3 Kecamatan dan dibagi menjadi beberapa kelurahan dan daerah. Sudah dijelaskan juga masing – masing daerah memiliki jumlah usaha UMKM yang semakin berkembang meningkat pada setiap tahunnya.

4.1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Jangka Menengah

Koperasi dan UMKM Kota Kediri mempunyai visi yaitu:

a. Visi

Masyarakat Koperasi dan UMKM kota Kediri yang mandiri dan berdaya saing. Penjelasan dari visi tersebut adalah bahwa Koperasi dan UMKM kota Kediri bertekad untuk mewujudkan Koperasi dan pelaku UMKM kota Kediri yang tidak hanya mandiri, tetapi juga memiliki kompetensi dan daya saing yang tinggi guna memenuhi tantangan menghadapi era masyarakat perekonomian ASEAN

b. Misi

Koperasi dan UMKM kota Kediri mempunyai misi yaitu :

- 1) Meningkatkan administrasi pada UMKM
- 2) Meningkatkan produktivitas UMKM
- Meningkatkan pertumbuhan dan kualitas kelembagaan koperasi kota Kediri
- 4) Meningkatkan perkuatan permodalan bagi koperasi dan UMKM
- c. Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah

Untuk mewujudkan visi Koperasi UMKM kota Kediri tahun 2014 – 2019 melalui pelaksanaan misi yang telah ditetapkan, maka dirumuskan tujuan dan sasaran yang akan dicapai pada setiap misi, selanjutnya akan menjadi dasar penyusunan kinerja Dinas Koperasi UMKM kota Kediri.

Tujuan merupakan penjabaran atau implementasi dari pernyataan misi yang akan dicapai atau dihasilkan dalam jangka waktu 5 tahun yang berisi sesuatu yang ideal, mengandung nilai — nilai yang luhur dan keingininan kuat untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik, sehingga rumusannya harus dapat menunjukkan suatu kondisi yang ingin dicapai dimasa mendatang.

Sasaran adalah penjabaran dari tujuan, yaitu sesuatu yang akan dicapai atau dihasilkan organisasi dalam jangka waktu tahunan. Sasaran harus bersifat spesifik, dapat dinilai, diukur, menantang namun dapat dicapai. Sasaran yang ditetapkan merupakan gambaran yang ingin dicapai melalui tindakan – tindakan operasional dalam kurun waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan untuk 5 tahun kedepan.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran yang akan diwujudkan, maka ditetapkan indikator kinerja sasarannya. Keterkaitan antara tujuan, sasaran dan indikator kinerja Dinas Koperasi UMKM kota Kediri untuk tahun 2015 – 2019, tersaji pada tabel berikut :

Tabel 11 Tujuan, Sasaran, dan Indikator Kinerja Dinas UMKM Kota Kediri

no		_	Indikator	Targ	et Kinerja	Sasaran P	ada Tahur	า Ke:
	Tujuan	Sasaran	Sasaran	1	2	3	4	5
	Peningkatan Pendapatan 1 dan Kesejahteraan		Jumlah UMKM Aktif	31.355	32.331	33.307	34.238	35.261
1		Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas KUMKM	% Usaha Mikro Kecil	97.02%	97.09%	97.15%	97.21%	97.27%
KUMKM	KUMKM		Jumlah UMKM Berkualitas	178	178	178	178	178
	Terwujudnya	Meningkatnya Pertumbuhan	% Koperasi Aktif	61.27%	65.54%	69.53%	73.27%	78.13%
2	Realitas Kota Kediri Sebagai Kota Koperasi	dan Kualitas dan Kelembagaan Koperasi Kota Kediri	% Koperasi Berkualitas	46.07%	54.52%	61.47%	67.30%	72.25%
3	Terwujudnya Koperasi dan UMKM yang Mampu	Meningkatnya perkuatan permodalan	% KUMKM yang Mengakses Perkuatan Permodalan	70.00%	75.00%	78.57%	81.25%	83.33%
	Membangkitkan Usahanya	bagi koperasi dan UMKM	Jumlah Koperasi Sehat	129	169	209	249	289

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah kota Kediri

4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 100 responden melalui penyebaran kuisoner kepada pemilik UKM kota Kediri, maka dapat di tarik beberapa gambaran tentang komposisi pemilik UKM berdasarkan usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan dan masa kerja. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut:

4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Tabel 12 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
<21	3	3.0
21 – 30	39	39.0
31 – 40	20	20.0
41 – 50	24	24.0
51 – 60	8	8.0
>60	6	6.0
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data responden pada tabel 12 diketahui bahwa pemilik UMKM yang memiliki usia \leq 20 tahun terdapat 3 orang, pemilik UMKM yang memiliki usia 21-30 tahun sebanyak 39 orang (39%), pemilik UMKM yang memiliki usia 31-40 tahun sebanyak 20 orang (20%), pemilik UMKM yang memiliki usia 41-50 tahun sebanyak 24 orang (24%), sedangkan pemilik UMKM yang memiliki usia 51-60 tahun sebanyak 8 orang (8%), dan pada usia

>60 tahun sebanyak 6 orang (6%). Menurut data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan terbanyak mempunyai usia 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 24 orang pemilik UMKM (24%).

4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 13
Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)		
Laki-laki	65	65		
Perempuan	35	35		
Total	100	100		

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data responden pada tabel 13 diketahui bahwa pemilik UMKM yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 65 orang (65%), sedangkan pemilik UMKM yang memiliki jenis kelamin perempuan sebanayak 35 orang (35%). Menurut data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 65 orang pemilik UMKM (65%).

4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 14
Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
Sekolah Dasar	6	6
Sekolah Menengah	41	41
Diploma	11	11
Sarjana	41	41
Pascasarjana	1	1
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data responden pada tabel 14 diketahui bahwa pemilik UMKM yang memiliki jenjang pendidikan terakhir Sekolah Dasar sebanyak 6 orang (6%), Sekolah menengah 41 orang (41%), Pemilik UMKM yang memiliki jenjang pendidikan Diploma terdapat 11 orang (11%), pemilik UMKM yang memiliki jenjang pendidikan sarjana sebanyak 41 orang (41%), sedangkan pemilik UMKM yang memiliki jenjang pendidikan terakhir pascasarjana sebanyak 1 orang (1%). Menurut data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM terbanyak adalah yang memiliki jenjang pendidikan terkahir sekolah menengah sebanyak 41 orang (41%) dan sarjana sebanyak 41 orang (41%).

4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja

Tabel 15
Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa kerja	Jumlah	Persentase(%)
1-5	50	50
6-10	21	21
11 – 15	17	17
16 – 20	6	6
<21	6	6
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan data responden pada tabel 15 diketahui bahwa pemilik UMKM yang memiliki masa kerja 1-5 tahun 50 orang (50%), pemilik UMKM yang memiliki masa kerja 6 – 10 tahun sebanyak 21 orang (21%), pemilik UMKM yang memiliki masa kerja 11 – 15 tahun sebanyak 17 orang (17%), pemilik UMKM yang memiliki masa kerja 16 - 20 tahun sebanyak 6 orang (6%), sedangkan pemilik UMKM yang memiliki masa kerja 21 tahun sebanyak 6

orang (6%). Menurut data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM terbanyak adalah yang memiliki masa kerja 1 – 5 tahun yaitu 50 orang (50%).

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis deskriptif berisi tentang distribusi item dari masing-masing variabel. Data yang telah di kelompokkan selanjutnya ditabulasikan ke dalam tabel, setelah itu dilakukan pembahasan secara deskriptif. Analisis deskriptif yang digunakan memberikan informasi tentang karakteristik variabel yang diangkat yaitu variabel independen *Human Capital* (X₁) *Psychological Ownership* (X₂) dan variabel dependen *Business Exit* (Y). Agar variabel dapat dideskriptifkan maka hasil rata-rata skor dikelompokkan berdasarkan rentang sebagai berikut:

- a) Skor terendah = 1
- b) Skor tertinggi = 5
- c) Jumlah kelas = 5

Berdasarkan skor di atas maka penelitian atas responden dapat dikelompokkan dengan perhitungan interval menurut Supranto (2000:64):

$$C = \frac{Xn - X1}{K}$$

$$C = \frac{5-1}{5}$$

$$C = \frac{4}{5}$$

$$C = 0.8$$

Keterangan:

C = Perkiraan besarnya

K = Banyaknya kelas

Xn = Nilai observasi terbesar

X1 = Nilai observasi terkecil

Atas dasar perhitungan interval tersebut maka batas-batas (*range*) penelitian terhadap aspek-aspek yang akan di kelompokkan pada tabel 16:

Tabel 16
Interval Kelas Skala Likert

Range Nilai	Penilaian
5 - 4,23	Sangat Setuju/ Sangat Baik/ Sangat Tinggi/ Sangat Besar/ Sangat
	Baik/ Tinggi/ Besar
4,22-3,43	Setuju/ Baik/ Tinggi/ Besar
3,42-2,62	Cukup Setuju/ Cukup Baik/ Cukup Tinggi/ Cukup Besar
2,62-1,81	Kurang Setuju/ Kurang Baik/ Kurang Tinggi/ Kurang Besar
1,81- 1	Tidak Setuju/ Tidak Baik/ Tidak Tinggi/ Tidak Besar

Sumber: Supranto:2000:64

a) Human Capital (X1)

Tabel 17 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Human Capital*

Item		5		4		3		2		1 Jumla		ah	Rata-rata
200211	F	%	f	%	f	%	f	%	F	%	Jumlah	%	1 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
X1.1	30	30.00	16	16.00	16	16.00	21	21.00	17	17.00	100	100	3.21
X1.2	29	29.00	20	20.00	17	17.00	21	21.00	13	13.00	100	100	3.31
X1.3	73	73.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	27	27.00	100	100	3.92
X1.4	71	71.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	29	29.00	100	100	3.72
X1.5	25	25.00	30	30.00	15	15.00	17	17.00	13	13.00	100	100	3.37
X1.6	45	45.00	24	24.00	18	18.00	10	10.00	3	3.00	100	100	3.98
X1.7	44	44.00	23	23.00	16	16.00	10	10.00	7	7.00	100	100	3.87
	Mean Variavel											3.62	

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Keterangan:

- X1.1 : Latar belakang pendidikan tertinggi
- X1.2 : Berapa lama menjalankan usaha
- X1.3 : Pernah mempunyai usaha lain sebelum menjalankan usaha ini
- X1.4 : Pernah Menempuh pelatihan formal
- X1.5 : Latar Belakang pendidikan membantu menjalankan bisnis
- X1.6 : Merasa bahwa pendidikan efektif dalam membantu untuk memahami bisnis yang dijalankan saat ini
- X1.7 : Kursus/pendidikan & pelatihan/pendidikan non formal yang pernah ditempuh membantu dalam menjalankan bisnis

Pada item latar belakang pendidikan tertinggi (X1.1) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 17 (17%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 21 (21%) responden menyatakan tidak setuju dan sebanyak 16 (16%) responden menyatakan netral, responden menyatakan setuju sebanyak 16 (16%), dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 (30%) bahwa latar belakang pendidikan tertinggi membantu dalam menjalankan bisnis saat ini. Ratarata indikator untuk X1.1 sebesar 3.21, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa latar belakang pendidikan tertinggi berpengaruh dalam menjalankan bisnis saat ini.

Pada item berapa lama menjalankan usaha. (X1.2) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 13 (13%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 21 (21%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 (17%) menyatakan netral, sebanyak 20 (20%) menyatakan setuju dan responden sebanyak 29 (29%) menyatakan sangat setuju bahwa berapa lama menjalankan usaha membantu

dalam menjalankan bisnis saat ini. Rata-rata indikator untuk X1.2 sebesar 3.31, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa berapa lama usaha menjalani bisnis menjadi pengalaman.

Pada item pernah mempunyai usaha lain sebelum usaha ini (X1.3) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 27 (27%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 0 (0%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 (0%) responden menyatakan netral, responden yang menyatakan setuju sebanyak 0 (0%) dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 73 (73%) bahwa pernah mempunyai usaha lain sebelum usaha ini membantu dalam bisnis saat ini. Rata-rata indikator untuk X1.3 sebesar 3.92, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa pernah mempunyai usaha lain sebelum usaha ini.

Pada item pernah menempuh pelatihan formal (X1.4) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 29 (29%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 0 (0%) responden menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 0 (0%) menyatakan netral, responden menyatakan setuju sebanyak 0 (0%) dan sebanyak 71 (71%) responden menyatakan sangat setuju bahwa pernah menempuh pelatihan formal membantu dalam bisnis saat ini. Rata-rata indikator untuk X1.4 sebesar 3.72, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa pernah menempuh pelatihan formal.

Pada item latar belakang pendidikan membantu menjalankan bisnis.(X1.5) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 13 (13%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 17 (17%) responden menyatakan tidak

setuju,sebanyak 15 (15%) responden menyatakan netral, responden menyatakan setuju 30 (30%) dan sebanyak 25 (25%) menyatakan sangat setuju bahwa latar belakang pendidikan membantu dalam menjalankan bisnis. Rata-rata indikator untuk X1.5 sebesar 3.37, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa latar belakang pendidikan membantu untuk membantu dalam menjalankan bisnis.

Pada item merasa bahwa pendidikan efektif dalam membantu untuk memahami bisnis yang dijalankan saat ini (X1.6) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 3 (3%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 (10%) responden menyatakan tidak setuju dan sebanyak 18 (18%) responden menyatakan netral, responden menyatakan setuju sebanyak 24 (24%), responden sebanyak 45 (45%) menyatakan sangat setuju bahwa merasa pendidikan efektif dalam membantu untuk memahami bisnis yang dijalankan saat ini. Rata-rata indikator untuk X1.6 sebesar 3.98, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa pendidikan efektif dalam membantu untuk memahami bisnis yang dijalankan saat ini.

Pada item kursus/pendidikan & pelatihan/pendidikan non formal yang pernah ditempuh membantu dalam menjalankan bisnis (X1.7) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 7 (7%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 (10%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 16 (16%) responden menyatakan netral, sebanyak 23 (23%) menyatakan setuju dan sebanyak 44 (44%) responden menyatakan sangat setuju bahwa kursus/pendidikan & pelatihan/pendidikan non formal yang pernah ditempuh membantu dalam menjalankan bisnis. Rata-rata indikator untuk X1.7 sebesar 3.87, hal ini berarti

responden cenderung setuju bahwa kursus/pendidikan & pelatihan/pendidikan non formal yang pernah ditempuh membantu dalam menjalankan bisnis.

Berdasarkan hasil tanggapan responden terkait dengan variabel human capital, rata-rata variabel human capital (X₁) sebesar 3,62 dan dapat disimpulkan rata-rata pemilik UKM kota Kediri menjawab setuju pada pernyataan human capital (X₁), hal ini berarti bahwa human capital pemilik UKM kota Kediri adalah baik.

b) Psychological Ownership (X2)

Tabel 18
Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Psychological Ownership*

Item		5		4		3		2	1 Ju		Jumla	ah	Rata-rata
	F	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Tuuu Tuu
X2.1	40	40.00	27	27.00	23	23.00	5	5.00	5	5.00	100	100	3.92
X2.2	34	34.00	34	34.00	21	21.00	6	6.00	5	5.00	100	100	3.86
X2.3	34	34.00	32	32.00	20	20.00	8	8.00	6	6.00	100	100	3.80
X2.4	22	22.00	30	30.00	18	18.00	18	18.00	12	12.00	100	100	3.32
X2.5	29	29.00	29	29.00	26	26.00	9	9.00	7	7.00	100	100	3.64
	Mean Variabel											3.71	

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Keretangan:

X2.1 : keberhasilan bisnis membantu untuk mencapai impian

X2.2 : keluarga menghormati karena kegiatan bisnis, mempunyai tanggung jawab terhadap generasi berikutnya

X2.3 : status sebagai pemilik bisnis sangat penting, untuk orang mengenal karena bisnis yang dimiliki

X2.4 : bisnis ini adalah pencapaian tertinggi sejauh ini, bisnis mempunyai nilai psikologis yang besar

X2.5 : tidak ada orang lain yang mengetahui seluk beluk bisnis ini, dan banyak nilai yang berharga dari bisnis yang dapat diwariskan

Pada item keberhasilan bisnis membantu untuk mencapai impian (X2.1) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 5 (5%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 (5%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 23 (23%) responden menyatakan netral dan sebanyak 27 (27%)

responden menyatakan setuju, dan sebanyak 40 (40%) responden menyatakan sangat setuju bahwa keberhasilan bisnis membantu untuk mencapai impian. Ratarata indikator untuk X2.1 sebesar 3.92%, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa keberhasilan bisnis membantu untuk mencapai impian.

Pada item keluarga menghormati karena kegiatan bisnis, mempunyai tanggung jawab terhadap generasi berikut (X2.2) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 5 (5%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 (6%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 21 (21%) responden menyatakan netral dan sebanyak 34 (34%) responden menyatakan setuju, dan sebanyak 34 (34%) responden menyatakan sangat setuju bahwa keluarga menghormati karena kegiatan bisnis, dan mempunyai tanggung jawab terhadap generasi berikutnya. Rata-rata indikator untuk X2.2 sebesar 3,86, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa adanya keluarga yang menghormati karena kegiatan bisnis dan juga mempunyai tanggung jawab terhadap generasi berikutnya.

Pada item status sebagai pemilik bisnis sangat penting, untuk orang mengenal karena bisnis yang dimiliki (X2.3) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 6 (6%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 (8%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 (20%) responden menyatakan netral, sebanyak 32 (32%) responden menyatakan setuju dan sebanyak 34 (34%) responden menyatakan sangat setuju bahwa status sebagai pemilik bisnis sangat penting, untuk orang mengenal karena bisnis yang dimiliki. Rata-rata indikator untuk X2.3 sebesar 3,86, hal ini berarti responden cenderung

setuju bahwa status sebagai pemilik bisnis sangat penting, untuk orang mengenal karena bisnis yang dimiliki.

Pada item bisnis ini adalah pencapaian tertinggi sejauh ini, bisnis mempunyai nilai psikologis yang besar (X2.4) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 12 (12%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 18 (18%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 (18%) responden menyatakan netral, sebanyak 30 (30%) responden menyatakan setuju dan sebanyak 22 (22%) responden menyatakan sangat setuju bahwa bisnis ini adalah pencapaian tertinggi sejauh ini, bisnis mempunyai nilai psikologis yang besar. Rata-rata indikator untuk X2.4 sebesar 3,32, hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa bisnis ini adalah pencapaian tertinggi sejauh ini, bisnis mempunyai nilai psikologis yang besar.

Pada item tidak ada orang lain yang mengetahui seluk beluk bisnis ini, dan banyak nilai yang berharga dari bisnis yang dapat diwariskan (X2.5) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 7 (7%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 9 (9%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 26 (26%) responden menyatakan netral dan sebanyak 29 (29%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan 29 (29%) bahwa tidak ada orang lain yang mengetahui seluk beluk bisnis ini, dan banyak nilai yang berharga dari bisnis yang dapat diwariskan X2.5 sebesar 3.64, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa tidak ada orang lain yang mengetahui seluk beluk bisnis ini, dan banyak nilai yang berharga bisnis yang dapat diwariskan. dari

Berdasarkan hasil tanggapan responden terkait dengan variabel $psychological\ ownership$, rata-rata variabel $psychological\ ownership$ (X_2) sebesar 3,71 dan dapat disimpulkan rata-rata pemilik UMKM kota Kediri memilih menjawab sangat setuju dengan semakin memiliki rasa kepada usahanya pada pernyataan $psychological\ ownership$ (X_2), hal ini berarti bahwa $psychological\ ownership$ di pemilik UMKM kota kediri adalah cukup mempengaruhi.

c) Business Exit (Y)

Tabel 19 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Business Exit*

Item		5		4		3		2	1 Juml		ah	Rata-rata	
Item	F	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Kata-rata
Y1	40	40.00	26	26.00	7	7.00	14	14.00	13	13.00	100	100	3.66
Y2	37	37.00	34	34.00	14	14.00	10	10.00	5	5.00	100	100	3.88
Y3	40	40.00	32	32.00	9	9.00	7	7.00	12	12.00	100	100	3.81
Y4	35	35.00	29	29.00	15	15.00	18	18.00	3	3.00	100	100	3.75
Y5	32	32.00	30	30.00	15	15.00	15	15.00	8	8.00	100	100	3.63
Y6	34	34.00	30	30.00	12	12.00	15	15.00	9	9.00	100	100	3.65
Y7	33	33.00	34	34.00	13	13.00	12	12.00	8	8.00	100	100	3.72
Y8	34	34.00	33	33.00	13	13.00	12	12.00	8	8.00	100	100	3.73
Y9	33	33.00	33	33.00	12	12.00	14	14.00	8	8.00	100	100	3.69
Y10	33	33.00	31	31.00	12	12.00	15	15.00	9	9.00	100	100	3.64
	ı				Meai	n Variab	el						3.72

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Keterangan:

Y.1 : keluarga berpendapat bahwa harus keluar dari bisnis

Y.2 :keluarga/teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik

Y.3 : seberapa sering merenung untuk keluar dari usaha ini, dan berpikir untuk mewariskan

Y.4: seberapa sering berpikir untuk menjual usaha

Y.5: Berpikir untuk keluar dari usaha, dalam 3 tahun pertama berdirinya usaha

Y.6: Berpikir untuk keluar dari usaha dalam 3 tahun terakhir

Y.7: seberapa sering didekati oleh orang lain yang tertarik untuk membeli usaha

Y.8: seberapa sering mendekati orang lain untuk menjual usaha

Y.9 : keluar dari bisnis akan memberikan kebaikan/kepuasan

Y.10: sangat tertarik untuk keluar dari bisnis

Pada item keluarga berpendapat bahwa harus keluar dari bisnis (Y.1) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 13 (13%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 14 (14%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 (7%) responden menyatakan netral dan sebanyak 26 (26%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 40 (40%) bahwa keluarga berpendapat bahwa harus keluar dari bisnis. Rata-rata indikator untuk Y.1 sebesar 3.66, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa keluarga berpendapat bahwa harus keluar dari bisnis.

Pada item keluarga/teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik (Y.2) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 5 (5%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 (10%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 (14%) responden menyatakan netral dan sebanyak 34 (34%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 37 (37%) bahwa keluarga/teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik. Rata-rata indikator untuk Y.2 sebesar 3.88, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa keluarga/teman dekat berpikir bahwa keluarga/teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik.

Pada item seberapa sering merenung untuk keluar dari usaha ini, dan berpikir untuk mewariskan (Y.3) menunjukkan bahwa dari 100 responden

sebanyak 12 (12%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 7 (7%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 (9%) responden menyatakan netral dan sebanyak 32 (32%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 40 (40%) bahwa seberapa sering merenung untukkeluar dari usaha ini, dan berpikir untuk mewariskan. Rata-rata indikator untuk (Y.3) sebesar 3.81, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa seberapa sering merenung untukkeluar dari usaha ini, dan berpikir untuk mewariskan.

Pada item seberapa sering berpikir untuk menjual usaha (Y.4) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 3 (3%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 18 (18%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 (15%) responden menyatakan netral dan sebanyak 29 (29%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 35 (35%) bahwa seberapa sering berpikir untuk menjual usaha. Rata-rata indikator untuk Y.4 sebesar 3.75, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa seberapa sering berpikir untuk menjual usaha.

Pada item berpikir untuk keluar dari usaha, dalam 3 tahun pertama berdirinya usaha (Y.5) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 8 (8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 (15%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 (15%) responden menyatakan netral dan sebanyak 30 (30%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 32 (32%) bahwa berpikir untuk keluar dari usaha, dalam 3 tahun pertama berdirinya usaha. Rata-rata indikator untuk Y.5 sebesar 3.63, hal ini berarti

responden cenderung sangat setuju bahwa berpikir untuk keluar dari usaha, dalam 3 tahun pertama berdirinya usaha.

Pada item berpikir untuk keluar dari usaha dalam 3 tahun terakhir (Y.6) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 8 (8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 (15%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 (15%) responden menyatakan netral dan sebanyak 30 (30%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 34 (34%) bahwa berpikir untuk keluar dari usaha dalam 3 tahun terakhir . Rata-rata indikator untuk Y.6 sebesar 3.65, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa berpikir untuk keluar dari usaha dalam 3 tahun terakhir.

Pada item seberapa sering didekati oleh orang lain yang tertarik untuk membeli usaha (Y.7) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 8 (8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 12 (12%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 13 (13%) responden menyatakan netral dan sebanyak 34 (34%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 33 (33%) bahwa seberapa sering didekati oleh orang lain yang tertarik untuk membeli usaha. Rata-rata indikator untuk Y.7 sebesar 3.72, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa seberapa sering didekati oleh orang lain yang tertarik untuk membeli usaha.

Pada item seberapa sering mendekati orang lain untuk menjual usaha (Y.8) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 8 (8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 12 (12%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 13 (13%) responden menyatakan netral dan sebanyak 33 (33%)

responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 34 (34%) bahwa seberapa sering mendekati orang lain untuk menjual usaha. Rata-rata indikator untuk Y.8 sebesar 3.73, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa seberapa sering mendekati orang lain untuk menjual usaha.

Pada item keluar dari bisnis akan memberikan kebaikan/kepuasan (Y.9) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 8 (8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 14 (14%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 (12%) responden menyatakan netral dan sebanyak 33 (33%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 33 (33%) bahwa keluar dari bisnis akan memberikan kebaikan/kepuasan. Rata-rata indikator untuk Y.9 sebesar 3.69, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa keluar dari bisnis akan memberikan kebaikan/kepuasan.

Pada item sangat tertarik untuk keluar dari bisnis (Y.10) menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 9 (9%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 (15%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 (12%) responden menyatakan netral dan sebanyak 31 (31%) responden menyatakan setuju, responden menyatakan sangat setuju 33 (33%) bahwa sangat tertarik untuk keluar dari bisnis. Rata-rata indikator untuk Y.10 sebesar 3.64, hal ini berarti responden cenderung sangat setuju bahwa sangat tertarik untuk keluar dari bisnis.

Berdasarkan hasil tanggapan responden terkait dengan item yang berkaitan dengan variabel *business exit*, rata-rata variabel *business exit* (Y) sebesar 3.72 dan dapat disimpulkan rata-rata pemilik UMKM kota Kediri menjawab setuju

97

pada pernyataan business exit (Y). hal ini berarti bahwa business exit di UKM

Kota Kediri adalah baik.

4.4 **Analisis Statistik Inferensial**

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi

penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi

berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi

klasik. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

a) Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal

atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan

ketentuan sebagai berikut:

Hipotesis yang digunakan:

H₀: residual tersebar normal

H₁: residual tidak tersebar normal

Jika nilai **sig.** (p-value) > maka H_0 diterima yang artinya normalitas

terpenuhi. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters a,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.03982353
Most Extreme	Absolute	.065
Differences	Positive	.043
	Negative	065
Kolmogorov-Smirnov Z		.645
Asymp. Sig. (2-tailed)		.800

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari hasil perhitungan didapat nilai **sig.** sebesar 0.800 (dapat dilihat pada Tabel 20) atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance < 0,1 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
X1	0.485	2.062	
X2	0.485	2.062	

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 21 berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- Tolerance untuk *Human Capital* adalah 0.485
- Tolerance untuk *Psychological ownership* adalah 0.485

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

- VIF untuk *Human Capital* adalah 2.062
- VIF untuk *Psychological ownership* adalah 2.062

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

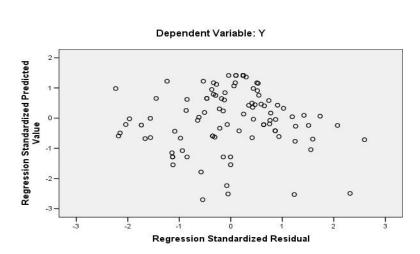
c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji scatter plot. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

H₀: ragam sisaan homogen

H₁: ragam sisaan tidak homogen

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar



Scatterplot

Gambar 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

(Sumber : Data Primer Diolah, 2017)

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi

heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu $Human\ Capital\ (X_1)\ dan\ Psychological\ ownership\ (X_2)$ terhadap variabel terikat yaitu $Business\ Exit\ (Y)$.

Tabel 22 Hasil Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	В	Std. Error	Beta		
(Constant	6.754	2.854		2.36 7	0.02
X1	0.411	0.136	0.295	3.03	0.00
X2	1.086	0.209	0.505	5.20	0.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

 $Y = b0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$$Y = 6,754 + 0,411 X_1 + 1,086 X_2$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- b1 = 0,411, artinya *Business Exit* akan meningkat sebesar 0,411 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X₁ (*Human Capital*). Jadi apabila *Human Capital* mengalami peningkatan 1 satuan, maka *Business Exit* akan meningkat sebesar 0,411 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- b2 = 1,086, artinya *Business Exit* akan meningkat sebesar 1,086 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X₂ (*Psychological ownership*), Jadi apabila *Psychological ownership* mengalami peningkatan 1 satuan, maka *Business Exit* akan meningkat sebesar 1,086 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa *Human Capital* dan *Psychological ownership* meningkat maka akan diikuti peningkatan *Business Exit*.

- 5 Pengujian Hipotesis
- a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signfikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

 H_0 ditolak jika F hitung > F tabel

H₀ diterima jika F hitung < F tabel

Tabel 23 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6141.088	2	3070.544	60.706	0.000
Residual	4906.352	97	50.581		
Total	11047.440	99			

Sumber: Data Premier Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 23 nilai F hitung sebesar 60,706. Sedangkan F tabel (α = 0.05; db regresi = 2: db residual = 97) adalah sebesar 3,090. Karena F hitung > F tabel yaitu 60,706 > 3,090 atau nilai sig F (0,000) < α = 0.05 maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (*Business Exit*) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (*Human Capital* (X₁), *Psychological ownership* (X2)).

b. Uji Parsial (Uji t)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika t hitung > t tabel atau -t hitung < -t tabel maka hasilnya signifikan dan berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sedangkan jika t hitung < t tabel atau -t hitung > -t tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H₀ diteima dan H_1 ditolak. Hasil dari uji dapat dilihat Tabel t pada 24.

Tabel 24 Hasil Uji Parsial (uji t)

Variabel Terikat	Varaibel bebas	t hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
Dusin one Evit (V)	X1	3.032	1.985	0.003	Signifikan
Business Exit (Y)	X2	5.201	1.985	0.000	Signifikan

Sumber: Data Premier Diperoleh, 2017

Berdasarkan Tabel 24 diperoleh hasil sebagai berikut :

- c. t test antara X_1 (*Human Capital*) dengan Y (*Business Exit*) menunjukkan t hitung = 3,032. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 97) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung > t tabel yaitu 3,032 > 1,985 atau nilai sig t (0,003) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (*Human Capital*) terhadap *Business Exit* adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *Business Exit* dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *Human Capital* atau dengan meningkatkan *Human Capital* maka *Business Exit* akan mengalami peningkatan secara nyata.
- d. t test antara X_2 (*Psychological ownership*) dengan Y (*Business Exit*) menunjukkan t hitung = 5,201. Sedangkan t tabel (α = 0.05; db residual = 97) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung > t tabel yaitu 5,201 > 1,985 atau nilai sig t (0,000) < α = 0.05 maka pengaruh X_2 (*Psychological ownership*) terhadap *Business Exit* adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *Business Exit* dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *Psychological*

ownership atau dengan meningkatkan Psychological ownership maka Business Exit akan mengalami peningkatan secara nyata.

e. Koefisien Determinasi (R²⁾

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas *Human Capital* (X1) dan *Psychological ownership* (X2) terhadap variabel terikat *Business Exit* digunakan nilai R², nilai R² seperti dalam Tabel 25 dibawah ini:

Tabel. 25 Koefisien Kolerasi dan Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.746	0.556	0.547

Sumber: Data Primer diolah 2017

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.13 diperoleh hasil adjusted R² (koefisien determinasi) sebesar 0,547. Artinya bahwa 54,7% variabel *Business Exit* akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu *Human Capital*(X₁) dan *Psychological ownership* (X2). Sedangkan sisanya 45,3% variabel *Business Exit* akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu *Human Capital* dan *Psychological ownership* dengan variabel *Business Exit*, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.746, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara

variabel bebas yaitu $Human\ Capital\ (X_1)\ dan\ Psychological\ ownership\ (X_2)$ dengan $Business\ Exit$ termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 -0.8.

4.6 Pembahasan

a. Pembahasan Analisis Diskriptif

Human Capital (X₁) secara keseluruhan memiliki nilai jawaban rata-rata sebesar 3.62 yang artinya keadaan human capital dikategorikan baik. Menurut presepsi responden tentang peran latar pendidikan, pelatihan formal, pelatihan informal, memulai bisnis, mengembangkan usaha. Rata-rata distribusi jawaban tertinggi terletak pada item X1.6 yaitu pendidikan efektif dalam membantu untuk memahami bisnis yang dijalankan saat ini dengan skor 3.98. Sedangkan rata-rata distribusi terendah terletak pada item X1.1 Latar belakang pendidikan tinggi dengan skor 3.21. Responden menganggap bahwa latar belakang pendidikan tinggi bukanlah suatu hal yang diperlukan dalam menjalankan sebuah bisnis, namun disisi lain responden merasa bahwa pendidikan efektif dalam membantu untuk memahami bisnis yang dijalankan saat ini.

Psychological Ownership (X₂) secara keseluruhan memiliki nilai jawaban rata-rata sebesar 3.71 yang artinya keadaan Psychological Ownership dikategorikan baik. Menurut presepsi responden tentang keberhasilan bisnis untuk mencapai impian, mempunyai tanggung jawab terhadap generasi berikutnya, dorongan keluarga, menjual usaha dengan mudah. Rata-rata distribusi jawaban tertinggi terletak pada item X2.1 yaitu keberhasilan bisnis membantu untuk mencapai impian dengan skor 3.92. Sedangkan rata-rata distribusi terendah

terletak pada item X2.4 Pernah Menempuh pelatihan formal dengan skor 3.32. Responden menganggap bahwa bisnis yang dijalankan saat ini cukup mempunyai nilai psikologis yang besar. Keberhasilan dalam menjalankan sebuah bisnis sangat membantu untuk pencapaian impian yang diinginkan.

Business Exit (Y) secara keseluruhan memiliki nilai jawaban rata-rata sebesar 3.72 yang artinya business exit dikategorikan baik. Menurut presepsi responden tentang berpikir untuk menjual usaha, menjual atau mewariskan usaha, dorongan keluarga untuk mewariskan usaha, tingkat kecenderungan untuk meninggalkan usaha. Rata-rata distribusi jawaban tertinggi terletak pada item Y.2 yaitu keluarga/teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik dengan skor 3.88. Sedangkan rata-rata distribusi terendah terletak pada item Y.5 yaitu Berpikir untuk keluar dari usaha, dalam 3 tahun pertama berdirinya usaha dengan skor 3.63. Responden menganggap bahwa berpikir untuk keluar dari usaha yang dijalankan, baik dilakukan dalam tiga tahun dalam berdirinya usaha, sependapat dengan keluarga atau teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik.

4.7 Pembahasan Analisis Regresi Regresi Linier

a. Pengaruh *Human Capital* dan *Psychological Ownership* secara parsial dalam *Business Exit*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel *Human Capital* (X1) dan *Psychological Ownership* (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3.032 dan 5.201 dengan tingkat signifikasi sebesar 0.000 sehingga variabel *Human Capital*

dan *Psychological Ownership* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Business Exit*. Hal ini dapat dilihat dengan signifikasi yang lebih kecil alpha yang dipakai yaitu 0.05, sehingga 0.00 < 0.05 dan t hitung > t tabel 3.032 > 1.985, dan t hitung > t tabel 5.201 > 1.985. Hal ini menunjukkan bahwa *Human Capital* dan *Psychological Ownership* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Business Exit*. Maka dapat disimpulkan bahwa saat ini peningkatan *Human Capital* dan *Psychological Ownership* dapat mempengaruhi mengalami peningkatan pada *Business Exit*.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Ikavalko et al. 2008) bahwa perilaku individu dari pemilik usaha tersebut memiliki kaitan antara kehidupan pribadi dengan kehidupan dari usahanya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa human capital dan psychological ownership merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pemilik UKM untuk melakukan business exit. Salah satu faktor dominan yang mendukung pemilik UKM Kota Kediri untuk melakukan business exit adalah pada faktor psychological ownership. Karena ketika psychological ownership tinggi tingkatannya yaitu rasa nilai personalnya semakin meningkat maka akan berdampak pada tingkatan ingin melakukan business exit.

b. Pengaruh *Human Capital* dan *Psychological Ownership* secara simultan dalam *Business Exit*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel *Human Capital* (X1) dan *Psychological Ownership* (X2) memiliki nilai F hitung sebesar 60.706 (60.706>3.090) kemudian dibandingkan dengan nilai signifikan α sebesar 0.000

(0.00 < 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa *Human Capital* (X1) dan *Psychological Ownership* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap *Business Exit* (Y). Selain itu berdasarkan nilai *Adjust R Square* diketahui bahwa variabel *Human Capital* (X1) dan *Psychological Ownership* (X2) memberikan kontribusi terhadap variabel *Business Exit* (Y) sebesar 0.547 (54.7 %) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Detienne & Cardon 2010) bahwa adanya pengaruh yang signifikan pengalaman dalam berwirausaha, usia pemilik usaha, tingkat pendidikan, dan pengalaman industri itu mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pilihan business exit yang tersedia. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa human capital dan psychological ownership merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pemilik UKM melakukan business exit. Karena ketika human capital dan psychological ownership tinggi tingkatannya maka akan berdampak pada tingkatan melakukan business exit.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemilik UMKM Kota Kediri tentang pengaruh *human capital* dan *psychological ownership* terhadap *business exit* dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap *Business Exit* dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap *Business Exit*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel *Business Exit* dapat diterima.
- 2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas ($Human\ Capital\ (X_1)\ dan\ Psychological\ ownership\ (X_2)\ terhadap\ variabel terikat yaitu <math>Business\ Exit\ (Y)\ dilakukan\ dengan\ pengujian\ t-test.$ Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa terdapat empat variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap $Business\ Exit\ yaitu\ Human\ Capital\ (X_1)\ dan\ Psychological\ ownership\ (X_2)$
- 3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel *Psychological ownership* mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel *Psychological ownership* mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel

Psychological ownership mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Business Exit.

- 4. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pernah mempunyai usaha lain dalam menjalankan usaha ini baik untuk SDM guna menunjang keberlangsungan usaha yang dimiliki.
- Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa keberhasilan usaha dalam suatu bisnis baik untuk membantu dalam pencapaian impian yang diinginkan.
- 6. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa keluarga atau teman dekat berpikir bahwa keluar dari bisnis merupakan cara yang terbaik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari analisis dari hasil analisis data yang dilakukan maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

- 1. Diharapkan pemilik UKM dapat mempertahankan *Psychological ownership*, karena variabel *Psychological ownership* mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi *Business Exit*.
- 2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi *Business Exit* diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

- 3. Dalam menjalankan sebuah usaha latar belakang pendidikan tidak terlalu berpengaruh dalam menjalankan bisnis, namun pernah mempunyai usaha lain sebelum menjalankan sebuah usaha diperlukan, karena dibutuhkan pengalaman dalam menjalankan usaha.
- 4. Pemilik UKM diharapkan memiliki impian untuk keberhasilan bisnis yang dijalankan.
- 5. Pemilik UKM diharapkan menanyakan pendapat mengenai keluar dari bisnis kepada keluarga atau teman dekat.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih mengembangkan penelitian dengan melakukan penelitian di tempat lain yang mempunyai tingkat *business* exit yang tinggi sebagai objek penelitian dan menambah atau mengganti dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi human capital dan psychological ownership.

DAFTAR PUSTAKA

- Arenius, P., and ce Clercq, D. (2005) A Network-based approach on opportunity, Small Business Economics, 24 (3), 249-265.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : Penerbit : Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V.Jakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Ajzen, I. 2005. Attitudes, Personality, and Behavior (2nd ed.). Berkshire: Open University Press.
- Bates, T. (1990). Entrepreneur human capital inputs and small business longevity. The Review of Economic and Statistic, 72(4), 551-559.
- Bates, T.(2005). Analysis of Young, Small Firms that have Closed: Delineating Successfull from Unsuccessfull Closures. Journal of Business Venturing, 20(3).
- Bernal, R., Fernandez, C., Florez, C.E., Gaviria, A., Ocampo, P.R., Samper, B., et al., Evaluacion de impacto del programa hogares communitarios de bienestar del ICBF. Bogota: Ediciones Uniandes, 2009.
- Bird, B. (1998). –Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention, Academy of Management Review, 13. 442-453.
- Brenner VC, Schroff WK (2004) Reverse Merger or IPO. Strategy Finance 85:46-52.
- Carland, J.W., Hoy, F., Boulton, W.R., & Carland, L. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners. Academy of Management Review, 9 (2): 354-359.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environment. Strategic Management Journal, 1, 75-87.
- Chandler M. J., 1996. Social Research 63(3):731-762
- Chen, H.M and Lin, K.J. 2003. –The Measurement of Human Capital and Its Effect On The Analysis of Financial Statements dalam International Journal of Management, Vol. 20, No. 4.
- DeTienne, D.R. 2010. Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. Journal of Business Venturing.
- DeTienne, D.R., & M.S. Cardon. 2010. Impact of founder experience on exit intention.

 Small

 Business

 Economics.

- DeTienne, D.R., & Karl Wennberg. 2014. Small business exit: review of past research, theoretical considerations and suggestions for future research. In S. Newbert (ed.), Small Business in a Global Economy: Creating and Managing Successfull Organization. Westport, CT: Praeger.
- DeTienne, D.R., & Karl Wennberg. 2016. Studying exit from entrepreneurship: New directions and insight. Journal of International Small Business.
- Dimov & Shepherd (2005) Dimov, Dimo P. and Shepherd, Dean A., (2005), Human capital theory and venture capital firms: exploring "home runs" and "strike outs". Journal of Business Venturing, 20, issue 1, p. 1-21.
- Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Kediri (2017)
- Dirks, K. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. Academy of Management Review, 26, 298–310.
- dprd.jatimprov.go.id/produkhukum/e633b-KEPRES_99_1998.pdf diakses pada 8 Juli 2017 pukul 00.03
- Echdar (2013). Manajemen *Entrepreneurship*-Kiat Sukses Menjadi Wirausaha. Yogyakarta:ANDI
- Fitz-Enz (2000:9) Roi of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance
- Gartner, W. B. 1985. –A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, Academy of Management Review 10(4):696–706.
- Gartner, W. B. 1988. "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question". American Journal of Small Business 12 (4), 11-32
- Gimeno et al., (1997) Survival of the fittest Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms
- Hisrich. & Peters. (1992). Entrepreneurship. Tokyo: Toppan Co, Ltd.
- Holmes dan Schmitz (1990) A Theory of Entrepreneurship and Its Application to the Study of Business Transfers
- Honig, B., 2001. Human capital and structural upheaval: A study of manufacturing firms in the West Bank. Journal of Business Venturing, 16, 575-594.
- Ikavalko et al. (2008) _A famiy dimensionof SME owner-managers' ownership profiles A psychologucal ownership perpescive.' Electronic Journal of Family Business studies Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2012. Metodologi Penelitian BisnisUntuk akuntansi & Manajemen. Edisi Pertama. Cetakan Ke-5. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Iqbal, M. 2015. Business Exit Contemplation: A Study of SME Owner in Indonesia. Victoria University.
- Kao. (1995). The Entrepreneur. New Jersey. Prentice Hall.

- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M., and Mugler, J. (2003); —The entrepreneurial personality in the context of resources, environment and the start-up process, Entrepreneurship: Theory and Practice, Vol. 28, No.1, pp23-42.
- Kristanto HC. R. Heru. (2009). Kewirausahaan (Entrepreneurship):Pendekatan Manajemen & Praktik. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Kolvereid & Moen (1997) Entrepreneurship among business graduates: Does a major in entrepreneurship make a difference? Journal of European Industrial Training, 21, 154-160. doi:10.1108/03090599710171404
- Lee, S. H., & Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. Journal of Business Venturing, 19(1), 7–28. http://doi.org/10.1016/S08839026(02)00112-X
- Leonetti, J. M. (2008). Exiting Your Business, Protecting Your Wealth. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, USA.
- Low&macMillan (1988) Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges OECD (1999:12) Oecd Principles of Corporate Governance
- Petty, J.W. 1997. Harvesting firm value: Process and results. In (Eds.) Sexton, D.L & Smilor, R.W. Entrepreneurship 2000. Chicago, IL: Upstart Publishing Company.
- M Schaper, T Volery (2007). Entrepreneurship and Small Business. 2nd Pacific Rim Edition. Australia: Wiley
- Mourougane, A. (2012), —Promoting SME development inIndonesial, OECD Economics Department Working Papers, No. 995, OECD Publishing, Paris.
- Pierce. Rubenfeld. & Morgan. (1991) Employee Ownership: A Conceptual Model of Process and Effects
- Pierce, J., Kostova, T. and Dirks, K. (2001). Toward a Theory of Psychological Ownership in Organizations. The Academy of Management Review, 26(2), pp.298-310.
- Pierce, J. and Rodgers, L. (2004). The Psychology of Ownership and Worker-Owner Productivity. Group & Organization Management, 29(5), pp.588-613.
- Porter, M.E. (1976), -Please note location of nearest exit: exit barriers and planning, California Management Review, Vol. 19 No. 2, p. 21
- Prisciotta dan Weber (2005) Impact of Founder Experience on Exit Intentions exi
- Rachmawati, D., dan F. Wulani. 2004. || *Human Capital* dan Kinerja Dareah: Studi Kasus di Jawa Timur", Penelitian APTIK, April: 1-73.

- Rahmana, Arief. 2008. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah, (online), (http://infoukm.wordpress.com, diakses 8 Juli 2017)
- Ronstadt (1986) Frontiers of Entrepreneurship Research
- Sanusi, Anwar. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Schermerhorn, J.R. Hunt, J.R and Osborn, N.R,(2005), -Organizational Behaviour, 9th Ed. New York: John Wiley & Sons.
- Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Jilid 1.Edisi 4. Jakarta:Salemba Empat.
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). Research Methods. Rex Printing Company. Quezon City.
- Shaver, K. G. & Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: the Psychology of New Venture Creation. Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), 23–45
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2006. Metode Penelitian Survai. Jakarta: LP3S
- Stewart, T. A. 1998. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations, New York, Doubleday.
- ST Certo, JG Covin, CM Daily, DR Dalton (2001). Wealth and the effects of founds memapasement (among 1-450-stage new ventures. Strategic Sunarya, Sudaryono, Saefullah. (2011). Kewirausahaan. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfa Beta
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D). Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Cetakan Ke-16. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T., 2009. Perkembangan Industri Skala Kecil Di Indonesia. Jakarta: PT. Mutiara Sumber Widya
- Van Dyne, L. and Pierce, J. (2004). Psychological Ownership and Feelings of Possession: Three Field Studies Predicting Employee Attitudes and Organizational Citizenship Behavior. Journal of Organizational Behavior, 25(4), pp.439-459.
- Wennberg et al. (2010) Research Handbook of Entrepreneurial Exit

- Wennberg, Karl, J. Wiklund, Dawn R. DeTienne & M.S. Cardon. 2010. Reconceptualizing entrepreneurial exit: divergent exit routes and their drivers. Journal of Business Venturing.
- Wennberg, Karl & Dawn R. DeTienne. 2014. What do we really mean when we talk about _exit'? A critical review of research on entrepreneurial exit. Journal of International Small Business
- Wijewardena, H., & Tibbits, G. E. 1999. Factors Contributing to The Growth of Small Manufacturing Firms: Data From Australia, Journal of Small Business Management, 37 (2): 88-96.
- Wright et al (2001:8) http://pavlovsblogs.tumblr.com/post/100575004577/wright-et-al-2001 diakses tanggal 24 Mei 2017 pukul 22:13
- www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf diakses pada 8 Juli 2017 pukul 00.05
- Zimmerer, Thomas W. 1996. Entrepreneurship and The New Venture Formation. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Zulganef. (2008). Metode Penelitian Sosial & Bisnis. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Zahra SA (2007) Contextualizing theory building in entrepreneurship research. Journal of Business Venturing 22(3): 443-452.

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 th	3	3.0	3.0	3.0
	21 - 30 th	39	39.0	39.0	42.0
	31 - 40 th	20	20.0	20.0	62.0
	41 - 50 th	24	24.0	24.0	86.0
	51 - 60 th	8	8.0	8.0	94.0
	60 th keatas	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	65	65.0	65.0	65.0
	Wanita	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 5 th	50	50.0	50.0	50.0
	6 - 10 th	21	21.0	21.0	71.0
	11 - 15 th	17	17.0	17.0	88.0
	16 - 20 th	6	6.0	6.0	94.0
	21 th keatas	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kepemilikan awal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Didirikan	72	72.0	72.0	72.0
	Diwarisi	23	23.0	23.0	95.0
	Membeli	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Keterlibatan keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	70	70.0	70.0	70.0
	Tidak	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan per bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	1	1.0	1.0	1.0
	< 3 jt	28	28.0	28.0	29.0
	4 - 6 jt	27	27.0	27.0	56.0
	7 - 10 jt	26	26.0	26.0	82.0
	11 - 15 jt	11	11.0	11.0	93.0
	> 15 jt	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	6	6.0	6.0	6.0
	Sekolah Menengah	41	41.0	41.0	47.0
	Diploma	11	11.0	11.0	58.0
	Sarjana	41	41.0	41.0	99.0
	Pascas arjana	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usaha lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	45	45.0	45.0	45.0
	Tidak	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

lama usaha sebelumnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	50	50.0	50.0	50.0
	1 - 5 th	39	39.0	39.0	89.0
	6 - 10 th	7	7.0	7.0	96.0
	11 - 15 th	2	2.0	2.0	98.0
	16 - 20 th	1	1.0	1.0	99.0
	21 - 25 th	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pelatihan formal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	50	50.0	50.0	50.0
	Manajemen	12	12.0	12.0	62.0
	Teknis	18	18.0	18.0	80.0
	Manajemen & Teknis	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah karyawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	2	2.0	2.0	2.0
	1 - 5	59	59.0	59.0	61.0
	6 - 20	33	33.0	33.0	94.0
	21 - 35	5	5.0	5.0	99.0
	36 - 50	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Perubahan jumlah karyawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	3	3.0	3.0	3.0
	Menurun	10	10.0	10.0	13.0
	Tidak berubah	51	51.0	51.0	64.0
	1 - 10 %	24	24.0	24.0	88.0
	11 - 20 %	11	11.0	11.0	99.0
	20% >	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Perubahan tingkat penjualan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	3	3.0	3.0	3.0
	Menurun	19	19.0	19.0	22.0
	Tidak berubah	20	20.0	20.0	42.0
	1 - 10 %	40	40.0	40.0	82.0
	11 - 20 %	11	11.0	11.0	93.0
	20% >	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Perubahan tingkat laba

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	4	4.0	4.0	4.0
	Menurun	18	18.0	18.0	22.0
	Tidak berubah	21	21.0	21.0	43.0
	1 - 10 %	36	36.0	36.0	79.0
	11 - 20 %	13	13.0	13.0	92.0
	20% >	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	17	17.0	17.0	17.0
	2.00	24	24.0	24.0	41.0
	3.00	17	17.0	17.0	58.0
	4.00	15	15.0	15.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	13	13.0	13.0	13.0
	2.00	24	24.0	24.0	37.0
	3.00	17	17.0	17.0	54.0
	4.00	18	18.0	18.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	9.0	9.0	9.0
	2.00	21	21.0	21.0	30.0
	3.00	21	21.0	21.0	51.0
	4.00	22	22.0	22.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	15	15.0	15.0	15.0
	2.00	18	18.0	18.0	33.0
	3.00	18	18.0	18.0	51.0
	4.00	26	26.0	26.0	77.0
	5.00	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	13	13.0	13.0	13.0
	2.00	19	19.0	19.0	32.0
	3.00	15	15.0	15.0	47.0
	4.00	29	29.0	29.0	76.0
	5.00	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	4.0	4.0	4.0
	2.00	9	9.0	9.0	13.0
	3.00	19	19.0	19.0	32.0
	4.00	23	23.0	23.0	55.0
	5.00	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	10	10.0	10.0	18.0
	3.00	17	17.0	17.0	35.0
	4.00	22	22.0	22.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	7	7.0	7.0	13.0
	3.00	16	16.0	16.0	29.0
	4.00	27	27.0	27.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	4	4.0	4.0	10.0
	3.00	23	23.0	23.0	33.0
	4.00	32	32.0	32.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	14	14.0	14.0	20.0
	3.00	22	22.0	22.0	42.0
	4.00	21	21.0	21.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	8	8.0	8.0	14.0
	3.00	33	33.0	33.0	47.0
	4.00	25	25.0	25.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	3	3.0	3.0	9.0
	3.00	22	22.0	22.0	31.0
	4.00	35	35.0	35.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	5	5.0	5.0	11.0
	3.00	21	21.0	21.0	32.0
	4.00	31	31.0	31.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	4.0	4.0	4.0
	2.00	7	7.0	7.0	11.0
	3.00	21	21.0	21.0	32.0
	4.00	40	40.0	40.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	6	6.0	6.0	11.0
	3.00	20	20.0	20.0	31.0
	4.00	36	36.0	36.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	10.0	10.0	10.0
	2.00	18	18.0	18.0	28.0
	3.00	26	26.0	26.0	54.0
	4.00	25	25.0	25.0	79.0
	5.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	9.0	9.0	9.0
	2.00	15	15.0	15.0	24.0
	3.00	31	31.0	31.0	55.0
	4.00	26	26.0	26.0	81.0
	5.00	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	12.0	12.0	12.0
	2.00	14	14.0	14.0	26.0
	3.00	34	34.0	34.0	60.0
	4.00	24	24.0	24.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	9.0	9.0	9.0
	2.00	17	17.0	17.0	26.0
	3.00	30	30.0	30.0	56.0
	4.00	22	22.0	22.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	11	11.0	11.0	11.0
	2.00	16	16.0	16.0	27.0
	3.00	27	27.0	27.0	54.0
	4.00	27	27.0	27.0	81.0
	5.00	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	11	11.0	11.0	11.0
	2.00	13	13.0	13.0	24.0
	3.00	18	18.0	18.0	42.0
	4.00	32	32.0	32.0	74.0
	5.00	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	10.0	10.0	10.0
	2.00	6	6.0	6.0	16.0
	3.00	24	24.0	24.0	40.0
	4.00	27	27.0	27.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	5	5.0	5.0	10.0
	3.00	22	22.0	22.0	32.0
	4.00	27	27.0	27.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	6	6.0	6.0	11.0
	3.00	21	21.0	21.0	32.0
	4.00	34	34.0	34.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	8	8.0	8.0	14.0
	3.00	19	19.0	19.0	33.0
	4.00	32	32.0	32.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	12.0	12.0	12.0
	2.00	18	18.0	18.0	30.0
	3.00	18	18.0	18.0	48.0
	4.00	30	30.0	30.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	7.0	7.0	7.0
	2.00	9	9.0	9.0	16.0
	3.00	26	26.0	26.0	42.0
	4.00	29	29.0	29.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	6	6.0	6.0	12.0
	3.00	22	22.0	22.0	34.0
	4.00	35	35.0	35.0	69.0
	5.00	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	10	10.0	10.0	16.0
	3.00	24	24.0	24.0	40.0
	4.00	25	25.0	25.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		_	_		Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1.00	13	13.0	13.0	13.0
	2.00	14	14.0	14.0	27.0
	3.00	7	7.0	7.0	34.0
	4.00	26	26.0	26.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	10	10.0	10.0	15.0
	3.00	14	14.0	14.0	29.0
	4.00	34	34.0	34.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Υ3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	12.0	12.0	12.0
	2.00	7	7.0	7.0	19.0
	3.00	9	9.0	9.0	28.0
	4.00	32	32.0	32.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	18	18.0	18.0	21.0
	3.00	15	15.0	15.0	36.0
	4.00	29	29.0	29.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	15	15.0	15.0	23.0
	3.00	15	15.0	15.0	38.0
	4.00	30	30.0	30.0	68.0
	5.00	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	10.0	10.0	10.0
	2.00	15	15.0	15.0	25.0
	3.00	12	12.0	12.0	37.0
	4.00	29	29.0	29.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	13	13.0	13.0	21.0
	3.00	13	13.0	13.0	34.0
	4.00	33	33.0	33.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	13	13.0	13.0	21.0
	3.00	13	13.0	13.0	34.0
	4.00	32	32.0	32.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Υ9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	15	15.0	15.0	23.0
	3.00	12	12.0	12.0	35.0
	4.00	32	32.0	32.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y10

					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1.00	9	9.0	9.0	9.0
	2.00	15	15.0	15.0	24.0
	3.00	12	12.0	12.0	36.0
	4.00	31	31.0	31.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	10.0	10.0	10.0
	2.00	16	16.0	16.0	26.0
	3.00	11	11.0	11.0	37.0
	4.00	30	30.0	30.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	7.0	7.0	7.0
	2.00	17	17.0	17.0	24.0
	3.00	8	8.0	8.0	32.0
	4.00	38	38.0	38.0	70.0
	5.00	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	13	13.0	13.0	21.0
	3.00	10	10.0	10.0	31.0
	4.00	35	35.0	35.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	7.0	7.0	7.0
	2.00	9	9.0	9.0	16.0
	3.00	14	14.0	14.0	30.0
	4.00	38	38.0	38.0	68.0
	5.00	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	11	11.0	11.0	19.0
	3.00	12	12.0	12.0	31.0
	4.00	32	32.0	32.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	6	6.0	6.0	7.0
	3.00	21	21.0	21.0	28.0
	4.00	35	35.0	35.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	7.0	7.0	7.0
	2.00	15	15.0	15.0	22.0
	3.00	13	13.0	13.0	35.0
	4.00	31	31.0	31.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	10	10.0	10.0	16.0
	3.00	16	16.0	16.0	32.0
	4.00	34	34.0	34.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	7.0	7.0	7.0
	2.00	7	7.0	7.0	14.0
	3.00	17	17.0	17.0	31.0
	4.00	39	39.0	39.0	70.0
	5.00	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 3. Uji valisitas dan reliabilitas **Correlations**

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.2	Pearson Correlation	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.3	Pearson Correlation	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.4	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.5	Pearson Correlation	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.6	Pearson Correlation	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.7	Pearson Correlation	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

^{**.} Correlation is significant at the 0.01 level

		X1
X1.8	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.9	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.10	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.11	Pearson Correlation	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.12	Pearson Correlation	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.13	Pearson Correlation	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.14	Pearson Correlation	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.15	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

^{**.} Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

		X1
X1.16	Pearson Correlation	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.17	Pearson Correlation	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.18	Pearson Correlation	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.19	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.20	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.21	Pearson Correlation	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.22	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

^{**.} Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

_	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.948	22

Correlations

		X2
X2.1	Pearson Correlation	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.2	Pearson Correlation	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.3	Pearson Correlation	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.4	Pearson Correlation	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.5	Pearson Correlation	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.6	Pearson Correlation	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.7	Pearson Correlation	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

^{**.} Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.909	7

Correlations

		Υ
Y1	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y2	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y3	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y4	Pearson Correlation	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y5	Pearson Correlation	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y6	Pearson Correlation	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y7	Pearson Correlation	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y8	Pearson Correlation	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y9	Pearson Correlation	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

^{**.} Correlation is significant at the 0.01 level

		Υ
Y10	Pearson Correlation	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y11	Pearson Correlation	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y12	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y13	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y14	Pearson Correlation	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y15	Pearson Correlation	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y16	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y17	Pearson Correlation	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y18	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y19	Pearson Correlation	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

^{**.} Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
Aipila	IN OFFICE
.965	19

Lampiran 4. Uji asumsi klasik

Model Summaryb

			Adjusted	Std. Error of	Durbin-
Model	R	R Square	R Square	the Estimate	Watson
1	.792 ^a	.627	.619	11.58660	1.828

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients

		Collinearity	Statistics	
Mode	el	Tolerance VIF		
1	X1	.281	3.560	
	X2	.281	3.560	

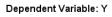
a. Dependent Variable: Y

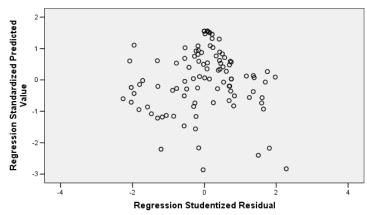
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.46897036
Most Extreme	Absolute	.099
Differences	Positive	.067
	Negative	099
Kolmogorov-Smirnov Z		.992
Asymp. Sig. (2-tailed)		.279

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

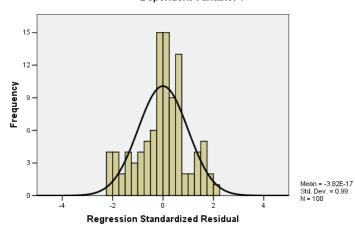
Scatterplot





Histogram

Dependent Variable: Y



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y 1.0 0.8 0.8 0.6 0.6 0.7 0.8 0.7 0.8 0.9 0.9

0.4

0.6

Observed Cum Prob

0.8

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Υ	70.9500	18.77371	100
X1	78.1300	18.98306	100
X2	26.1000	6.67045	100

Correlations

		Υ	X1	X2
Pearson Correlation	Υ	1.000	.756	.766
	X1	.756	1.000	.848
	X2	.766	.848	1.000
Sig. (1-tailed)	Υ		.000	.000
	X1	.000		.000
	X2	.000	.000	
N	Υ	100	100	100
	X1	100	100	100
	X2	100	100	100

Variables Entered/Removed

	Variables	Variables	
Model	Entered	Removed	Method
1	X2, X1 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summaryb

			Adjusted	Std. Error of	Durbin-
Model	R	R Square	R Square	the Estimate	Watson
1	.792 ^a	.627	.619	11.58660	1.828

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21870.559	2	10935.280	81.455	.000 ^a
	Residual	13022.191	97	134.249		
	Total	34892.750	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		В	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.016	5.018		1.797	.075
	X1	.376	.116	.380	3.246	.002
	X2	1.248	.329	.443	3.789	.000

a. Dependent Variable: Y

CURRICULUM VITAE

Nama : Vindhy Putri Rachmadani

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal dan Lahir : Kediri, 23 Febuari 1995

NIM : 135030218113029

No. Handphone : 081290192886

Alamat : Jl. Sultan Agung No.2 , RT 05 RW 03, Kecamatan

Kota, Kota Kediri

Alamat Email : vindyramadani@gmail.com

Agama : Islam

Status Perkawinan : Belum Kawin

Pendidikan Formal

1. Tahun 2001 – 2007 : SDN Kampung Dalem IV Kediri

2. Tahun 2007 – 2010 : SMPN 3 Kota Kediri

3. Tahun 2010 – 2013 : SMAN 1 Kota Kediri

4. Tahun 2013 – 2017 : Universitas Bawijaya

Pengalaman Magang : PT Gudang Garam, Tbk. Kota Kediri Tahun 2016

