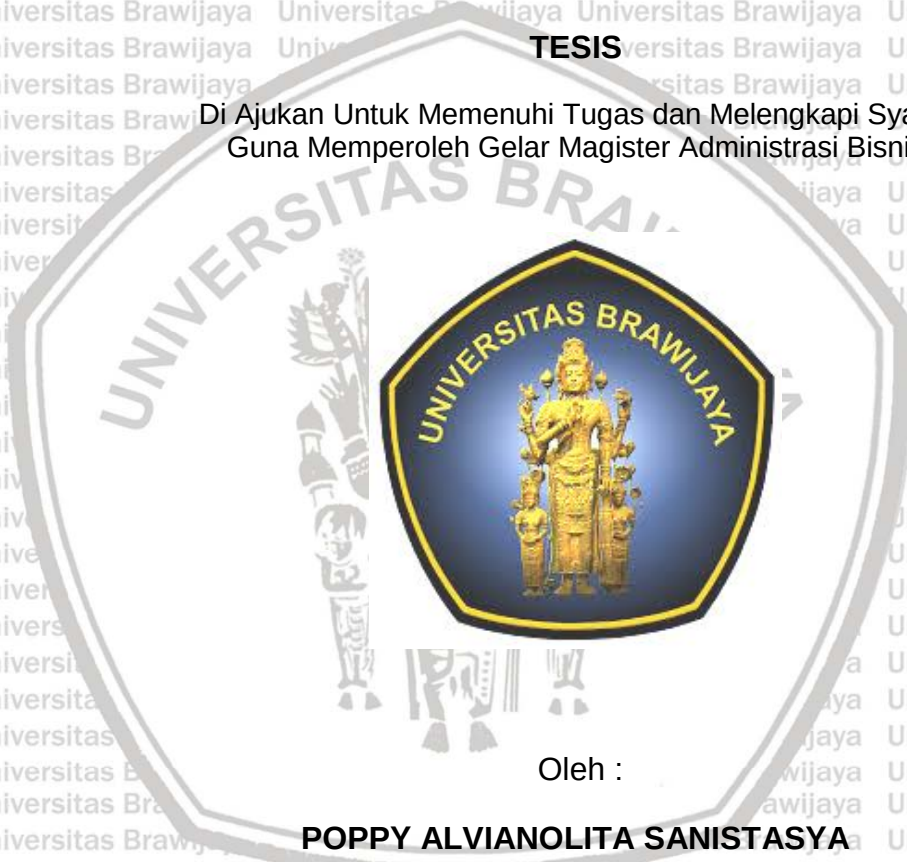


**PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN MODAL SOSIAL
TERHADAP LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN DAN
KINERJA USAHA**

(Studi pada Pelaku Usaha Kecil Peserta Pelatihan Kewirausahaan
Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur
Periode Ketiga Bulan Juli – September 2018)

TESIS

Di Ajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Administrasi Bisnis



Oleh :

POPPY ALVIANOLITA SANISTASYA

166030201111010

PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2019

TESIS

**PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN MODAL SOSIAL
TERHADAP LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN
DAN KINERJA USAHA**
(Studi pada Pelaku Usaha Kecil Peserta Pelatihan Kewirausahaan
Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur Periode Ketiga
Bulan Juli – September 2018)

Oleh:
Poppy Alvianolita Sanistasya
NIM. 166030201111010

Menyetujui
Komisi Pembimbing

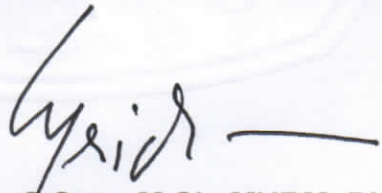
Ketua

Anggota

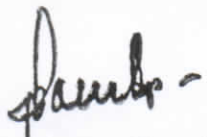

Dr. Kusdi Raharjo, DEA
NIP.195701271984031001


Mohammad Iqbal, S.Sos., MIB, DBA
NIP.195509021982022001

Ketua Program Studi Magister
Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya


Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM, Ph.D
NIP.197604041999032001

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya


Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS. 4
NIP.19619051986011002

IDENTITAS TIM PENGUJI

PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA dan MODAL SOSIAL TERHADAP LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN dan KINERJA USAHA

(Studi pada Pelaku Usaha Kecil Peserta Pelatihan Kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur Periode Ketiga Bulan Juli – September 2018)

Nama Mahasiswa : Poppy Alvianolita Sanistasya
NIM : 166030201111010
Program Studi : Magister Ilmu Administrasi Bisnis

KOMISI PEMBIMBING

Ketua : Dr. Kusdi Raharjo, DEA
Anggota : Mohammad Iqbal, S.Sos., MIB., DBA

TIM PENGUJI

Dosen Penguji 1 : Dr. Kusdi Raharjo, DEA
Dosen Penguji 2 : Mohammad Iqbal, S.Sos., MIB., DBA
Dosen Penguji 3 : Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si
Dosen Penguji 4 : Dr. Saparila Worokinasih, S.Sos., M.Si
Tanggal Ujian : 8 Maret 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah TESIS ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah TESIS ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TESIS ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (MAGISTER) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (UU NO. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 1 Agustus 2019

Mahasiswa,



Nama Poppy Alvianolita
NIM 166030201111010
PS Magister Administrasi
PPSUB

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Pengaruh motivasi berwirausaha dan modal sosial terhadap literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha (Studi pada Pelaku Usaha Kecil Peserta Pelatihan Kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur Periode Ketiga Bulan Juli – September 2018)”.

Penyelesaian penulisan Tesis ini berkat kerjasama dari seluruh pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Brawijaya yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM, Ph.D. Sebagai Ketua Program Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang bijaksana dan penuh ketulusan memberikan petunjuk dalam mengikuti pendidikan Program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Dr. Kusdi Rahardjo., DEA. Sebagai Dosen Pembimbing, penulis menaruh rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada beliau yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah berkenan menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, diskusi, dan nasihat yang sangat berharga selama proses penyelesaian tesis ini.
5. Mohammad Iqbal, S.Sos., M.IB., DBA. Sebagai Dosen Pembimbing, penulis menaruh rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada beliau yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah berkenan menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, diskusi, dan nasihat yang sangat berharga selama proses penyelesaian tesis ini.
6. Dr. Drs. Muhammad Saifi., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan masukan, arahan, kritik, dan motivasi yang berharga dalam penulisan tesis ini.
7. Dr. Sapparilla Worokinarsih, S.Sos., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan masukan, arahan serta pencerahan yang sangat berharga dalam penulisan tesis ini.
8. Seluruh Dosen pada Program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi.
9. Bapak Suklisno dan Bapak Wempi Naviera S.AB., M.AB. selaku staff administrasi akademik program magister administrasi bisnis yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi selama masa studi magister.
10. Seluruh Karyawan pada Program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi selama menempuh studi.
11. Tim Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur dan Pelaku UMKM Provinsi Kalimantan Timur yang telah membantu penulis dalam penelitian

tesis serta memberikan kesempatan untuk bergabung menjadi bagian kegiatan maupun pendidikan kewirausahaan.

12. Bapak Sulistiyono Singgih dan Ibu Uly Erbariyani, AMD selaku kedua orang tua dan Bapak Slamet Winarko dan Ibu Ewis Hariyanti selaku mertua yang telah memberikan segala bentuk kasih sayang yang diberikan lewat doa, mendukung baik secara materi, tenaga dan pikiran sehingga penulis bisa menyelesaikan proses masa studi dengan baik.

13. Rizco Safutra Adytama, S.ST. Suami tercinta yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan berproses bersama dalam menyelesaikan studi magister serta Kyvkafiza Aghnia Adytama putri kecil penyejuk hati penulis yang sedari masih didalam kandungan senantiasa menemani, berjuang dalam proses menyelesaikan studi magister.

14. Chastelina Giska Pangestika dan Alafta Ziven Singgih Attala selaku adik penulis yang selalu bersedia membantu, mendukung, menemani dan mendoakan penulis.

15. Sahabat-sahabat, Andi Tenri Ellyana Haris, Ina Syarifah, Antin Rahkmawati, Samira Hanim, Maharani Ikaningtyas, Kharisma Sri Rahayu, Jun Harum. Terimakasih telah memberikan segala bentuk kebaikan, kenyamanan dan ketulusan untuk penulis selama di Malang.

16. Teman – teman mahasiswa Program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan tahun 2014, 2015, 2016, 2017 yang telah banyak membantu penulis selama menempuh studi, baik melalui diskusi – diskusi maupun *sharing* materi.

17. Semua pihak tidak disebutkan disini, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan penelitian tesis ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah Bapak/Ibu, kawan – kawan berikan. Penulis mengharapkan semoga hasil penelitian tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Administrasi khususnya Administrasi Bisnis, dan mohon maaf atas segala kekurangan dan kekhilafan selama menempuh studi dan menyelesaikan penulisan tesis ini.

Malang, Agustus 2019

Poppy Alvianolita Sanistasya



MOTTO :

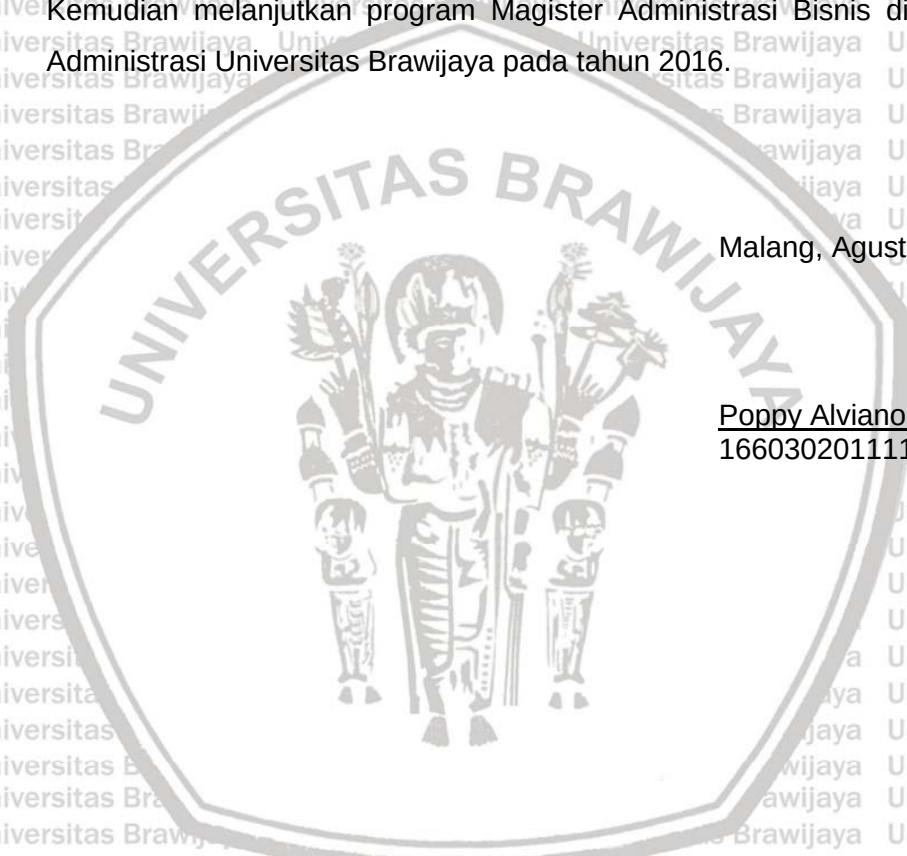
“ YOU SAY I THINK TOO BIG, I SAY YOU THINK TOO SMALL ”

RIWAYAT HIDUP

Poppy Alvianolita Sanistasya, Banjarnegara, 10 September 1991. Anak Pertama dari ayah Sulistiyono Singgih dan ibu Ulyy Erbariyani. Menyelesaikan sekolah SD hingga SMP di Kabupaten Banjarnegara. Lulus SMK Telekomunikasi Tunas Harapan Kab. Semarang pada tahun 2009, lulus sebagai Ahli Madya Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Samarida tahun 2012, lulus sebagai Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Mulawarman pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan program Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya pada tahun 2016.

Malang, Agustus, 2019

Poppy Alvianolita Sanistasya
166030201111010



SUMMARY

Poppy Alvianolita Sanistasya, Postgraduate Program, University of Brawijaya, Malang. "The Effect of Entrepreneurial Motivation and Social Capital on Financial Literacy, Financial Inclusion and Enterprises Performance" (Study of Small Business on Entrepreneurship Training Participants in the KUMKM Business Clinic of East Kalimantan Province on the 3rd Period of July – September 2018). Supervisor : Dr. Kusdi Raharjo, DEA ; Co-Supervisor : Mohammad Iqbal, S.Sos., MIB, DBA.

There are synergies and methods needed to improve financial literacy and financial inclusion by increasing entrepreneurial motivation and through social capital. Through social capital, the community can build trust and financial knowledge each person. And another An antecedent factor that can increase financial literacy is entrepreneurial motivation. Someone who has entrepreneurial motivation is person who wants to know financial knowledge, financial activities carried out are related to financial practices in running their business. With good financial literacy and financial inclusion, it is necessary for businesses to be able to use finance in decision making.

This study aims to analyze and explain the effect of entrepreneurial motivation and social capital on financial literacy, financial inclusion and enterprises performance. This type of research is explanatory research. The unit of analysis are small business on entrepreneurship training participants in the KUMKM Business Clinic of East Kalimantan Province on the 3rd Period of July – September 2018. The location of this research are in Kutai Kartanegara, Kutai Timur, Samarinda and Balikpapan. The sampling technique used was saturated or census sampling method. The number of samples in this study were 100 respondents. The questionnaire was used as the primary data collection method in the study which was then processed using SPSS 17 and SmartPLS 3.0.

The results of this study indicate that (1) entrepreneurial motivation (X_1) has a positive and significant effect on financial literacy keuangan (Z_1); (2) entrepreneurial motivation (X_1) has a positive and significant effect on enterprises performance (Y_1); (3) social capital (X_2) has a positive and significant effect on financial literacy (Z_1); (4) social capital (X_2) has a positive and significant effect on enterprises performance (Y_1); (5) financial literacy (Z_1) has a positive and significant effect on financial inclusion (Z_2); (6) financial inclusion (Z_2) has a positive and significant effect on enterprises performance (Y_1).

In order to maintain and improve the business performance of small business participants in entrepreneurship training in the future, KUMKM Business Clinics must increase entrepreneurial motivation and social capital in order to achieve financial literacy and financial inclusiveness as needed.

Keywords: entrepreneurial motivation, social capital, financial literacy, financial inclusion, and enterprises performance.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul “Pengaruh motivasi berwirausaha dan modal sosial terhadap literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha (Studi pada Pelaku Usaha Kecil Peserta Pelatihan Kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur Periode Ketiga Bulan Juli – September 2018)” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tujuan penelitian Tesis ini adalah menguji dan menjelaskan pengaruh motivasi berwirausaha terhadap literasi keuangan, motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha, modal sosial terhadap literasi keuangan, modal sosial terhadap kinerja usaha, literasi keuangan terhadap inklusi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap kinerja usaha.

Diharapkan penulisan Tesis ini dapat memberikann manfaat teoritis serta manfaat praktis. Manfaaat teoritis penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran khususnya dalam bidang literasi keuangan dan inklusi pada kinerja usaha dengan menekankan pada modal sosial dan motivasi berwirausaha sedangkan manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku usaha kecil dalam meningkatkan kinerja yang berdampak pada keberhasilan kinerja usaha karena faktor-faktor penentu keberhasilan usaha mikro kecil menengah telah diketahui. Secara lebih luas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dalam usaha untuk menyusun program pemberdayaan UK yang akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Akhirnya, atas terselesaikannya penulisan tesis ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat terutama responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan baik pada teknis penulisan dan isi tesis. Untuk kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis demi penyempurnaan tulisan ini. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi pembaca, dengan kerendahan hati penulis haturkan terima kasih.

Malang, Agustus 2019

Poppy Alvianolita Sanistasya
166030201111010

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN JUDUL	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR GRAFIK	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	16

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1. <i>Grand Theory</i> dan <i>Supporting Theory</i>	20
2.1.1.1 <i>Knowledge Based View</i>	20
2.1.1.2 <i>Life Cycle Hypothesis</i>	23
2.1.1.3 <i>Social Exchange Theory</i>	24
2.1.1.4 <i>Theory of Innovation and Entrepreneurship</i>	25
2.1.2. <i>Middle Range Theory</i>	27
2.1.2.1 Motivasi Berwirausaha	27
2.1.2.1.1 Indikator Motivasi Berwirausaha.....	28
2.1.2.2 Modal Sosial	29
2.1.2.2.1 Unsur-unsur Modal Sosial.....	30
2.1.2.2.2 Bentuk- bentuk Modal Sosial	31
2.1.2.2.3 Indikator Modal Sosial.....	33
2.1.2.3 Literasi Keuangan.....	35
2.1.2.3.1 Tingkat Literasi Keuangan	38
2.1.2.3.2 Manfaat Literasi Keuangan	39
2.1.2.3.3 Indikator Literasi Keuangan	39

2.1.2.3.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan.....	41
2.1.2.3.5	Prinsip Dasar Literasi Keuangan.....	42
2.1.2.4	Inklusi Keuangan	42
2.1.2.4.1	Indikator Inklusi Keuangan.....	44
2.1.2.4.2	Peranan Bank Indonesia dalam Strategi Nasional Inklusi Keuangan	51
2.1.2.4.3	Prinsip Dasar Inklusi Keuangan.....	53
2.1.2.4.4	Keuangan Inklusif di Indonesia	55
2.1.2.4.5	Metode Pendekatan Kegiatan Literasi dan Inklusi Keuangan	58
2.1.2.5	Kinerja Usaha	59
2.1.2.5.1	Indikator Kinerja Usaha	60
2.1.2.5.2	Definisi UMKM	61
2.1.2.5.3	Karakteristik UMKM	63
2.1.2.5.4	Peran UMKM	64
2.1.2.5.5	Jenis-Jenis UMKM	65
2.1.2.5.6	Peluang dan Kendala UMKM	66
2.1.2.5.7	Risiko UMKM	70
2.1.2.5.8	Faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Saing UMKM	72
2.2.	Kajian Empiris (Penelitian Terdahulu yang Relevan)	76
2.2.1	Penelitian Lakovleva <i>et al</i> (2011).....	76
2.2.2	Penelitian Seghers <i>et al</i> (2012).....	78
2.2.3	Penelitian Okafor (2012).....	79
2.2.4	Penelitian Nyang'au <i>et al</i> (2014).....	80
2.2.5	Penelitian Raina (2014)	81
2.2.6	Penelitian Kalkan <i>et al</i> (2015).....	82
2.2.7	Penelitian Pangeran (2015)	85
2.2.8	Penelitian Ismail (2015)	86
2.2.9	Penelitian Eijdenberg <i>et al</i> (2015).....	87
2.2.10	Penelitian Rola <i>et al</i> (2016).....	88
2.2.11	Penelitian Clarke <i>et al</i> (2016).....	89
2.2.12	Penelitian Agarwal (2016).....	90
2.2.13	Penelitian agyapong (2017).....	91
2.2.14	Penelitian Machmud (2017)	92
2.2.15	Penelitian Hoq <i>et al</i> (2017)	94
2.2.16	Penelitian Bongomin <i>et al</i> (2017).....	94
2.2.17	Penelitian Bongomin <i>et al</i> (2017).....	95
2.2.18	Penelitian Bongomin <i>et al</i> (2017).....	97
2.2.19	Penelitian Riwayati (2017)	98
2.3.	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	106
BAB III. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN		
3.1	Kerangka Pemikiran	107
3.2	Kerangka Konseptual	109

3.2.1 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Literasi Keuangan	116
3.2.2 Pengaruh Modal Sosial terhadap Literasi Keuangan	116
3.2.3 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha	117
3.2.4 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha	118
3.2.5 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan	119
3.2.6 Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Usaha	121
3.3 Hipotesis Penelitian	122
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis Penelitian	124
4.2 Lokasi Penelitian	124
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian	125
4.3.1 Populasi	125
4.3.2 Sampel	126
4.4 Klasifikasi Variabel Penelitian	127
4.4.1 Variabel Eksogen	127
4.4.2 Variabel Endogen	128
4.5 Definisi Operasional Variabel	128
4.5.1 Motivasi Berwirausaha	128
4.5.2 Modal Sosial	130
4.5.3 Literasi Keuangan	131
4.5.4 Inklusi Keuangan	131
4.5.5 Kinerja Usaha	132
4.6 Jenis Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	139
4.6.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian	139
4.6.2 Metode Pengumpulan Data	139
4.7 Skala Pengukuran Data	140
4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	142
4.8.1 Uji Validitas Instrumen (<i>Test of Validity</i>)	143
4.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen (<i>Test of Reliability</i>)	147
4.9 Metode Analisis Data	149
4.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	150
4.9.2 Analisis Statistik Inferensial	150
4.9.2.1 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	152
4.9.2.2 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	152
4.10 Pengujian Hipotesis	156
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Hasil Penelitian	158
5.1.1 Profil Responden	158
5.2. Deskripsi Responden Penelitian	158
5.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	159
5.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	161

5.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	161
5.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	162
5.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	162
5.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha	163
5.2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	164
5.2.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Omset Penjualan.....	165
5.3. Analisis Deskriptif Variabel	165
5.3.1 Variabel Motivasi Berwirausaha (X1).....	166
5.3.2 Variabel Modal Sosial (X2).....	169
5.3.3 Variabel Literasi Keuangan (Z1)	171
5.3.4 Variabel Inklusi Keuangan (Z2).....	178
5.3.5 Variabel Kinerja Usaha (Y1)	183
5.4 Analisis Statistika Inferensial	187
5.4.1 Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model	187
5.4.1.1 <i>Convergent Validity</i>	188
5.4.1.2 <i>Discriminate Validity</i>	189
5.4.1.3 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	190
5.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	191
5.4.2.1 R-Square (R^2)	191
5.4.2.2 Predictive Relevance (Q^2)	192
5.4.2.3 Pengujian Hipotesis Penelitian	193
5.5 Pembahasan Hasil Penelitian	198
5.5.1 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Literasi Keuangan	199
5.5.2 Pengaruh Modal Sosial terhadap Literasi Keuangan	203
5.5.3 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha	206
5.5.4 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha.....	208
5.5.5 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan	212
5.5.6 Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Usaha.....	215
5.5.6 Pengaruh Tidak Langsung antara Motivasi Berwirausaha , Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan	219
5.5.6 Pengaruh Tidak Langsung antara Motivasi Berwirausaha , Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha	220
5.5.6 Pengaruh Tidak Langsung antara Modal Sosial , Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan	221
5.5.6 Pengaruh Tidak Langsung antara Modal Sosial , Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha	222
5.5.6 Pengaruh Tidak Langsung antara, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha	223
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	224

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	226
6.2. Saran	227

6.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	227
6.2.2 Saran untuk Usaha Kecil di Provinsi Kalimantan Timur	227

DAFTAR PUSTAKA	230
LAMPIRAN.....	247



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Indikator Keuangan Inklusif yang digunakan Bank Indonesia	47
Tabel 2.2 Kriteria UMKM	64
Tabel 2.3 Karakteristik UMKM dan Usaha Besar	63
Tabel 2.4 Aspek Lingkungan Strategis	68
Tabel 2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	100
Tabel 4.1 Jumlah Sampel Penelitian	127
Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel	134
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi Berwirausaha	144
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Modal Sosial	145
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Literasi Keuangan	145
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Inklusi Keuangan	146
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kinerja Usaha	146
Tabel 4.8 Kategori Koefisien Reliabilitas	148
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	148
Tabel 4.10 Kriteria <i>Inner Model</i>	152
Tabel 4.11 Kriteria <i>Outer Model</i>	153
Tabel 5.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	159
Tabel 5.2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia	160
Tabel 5.3 Deskripsi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	161
Tabel 5.4 Deskripsi Responden berdasarkan Umur Usaha	162
Tabel 5.5 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Usaha	163
Tabel 5.6 Deskripsi Responden berdasarkan Jumlah Karyawan	164
Tabel 5.7 Deskripsi Responden berdasarkan Omset Penjualan	165
Tabel 5.8 Kelompok Interval Penilaian	166
Tabel 5.9 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Motivasi Berwirausaha	167
Tabel 5.10 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Modal Sosial	170
Tabel 5.11 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Literasi Keuangan	173
Tabel 5.12 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Inklusi Keuangan	179
Tabel 5.13 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Kinerja Usaha	184
Tabel 5.14 <i>Outer Loading (Mean, STDEV, t-values)</i>	189
Tabel 5.15 <i>Cross Loading</i>	189
Tabel 5.16 <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	190
Tabel 5.17 Nilai R-Square (R^2)	192
Tabel 5.18 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	194
Tabel 5.19 Pengaruh Tidak Langsung	196

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1	<i>Global Entrepreneurship Monitor Model</i>	11
Gambar 2.1	Derivasi Terminologi <i>Knowledge Based View</i>	21
Gambar 2.2	<i>Knowledge creation as source of competitive advantage</i>	22
Gambar 2.3	<i>Intellectual Capital Framework</i>	22
Gambar 2.4	Level teori Modal Sosial	33
Gambar 2.5	Skor <i>Financial Literacy</i> Indonesia	50
Gambar 3.1	Kerangka Pemikiran	108
Gambar 3.2	Kerangka Konseptual Penelitian	123
Gambar 3.3	Kerangka Hipotesis Penelitian	123
Gambar 5.1	Tampilan Hasil <i>PLS Algorithm</i>	188
Gambar 5.2	Tampilan Hasil <i>PLS Bootstrapping</i>	191



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Indeks Inklusi Keuangan Tahun 2013 dan 2016	4
Grafik 1.2	Indeks Inklusi Keuangan Tahun 2016 Berdasarkan Provinsi	4
Grafik 1.3	Indeks Literasi Keuangan Tahun 2013 dan 2016	6
Grafik 1.4	Angkatan Kerja dan Pengangguran Terbuka Provinsi Kalimantan Timur tahun 2017	7



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	247
Lampiran 2	Daftar Nama Usaha	253
Lampiran 3	Output Validitas dan Reliabilitas	261
Lampiran 4	<i>Path Model</i>	277
Lampiran 5	Data Responden	278
Lampiran 6	Data Distribusi Responden	284
Lampiran 7	Hasil Uji Analisis SmartPLS	308
Lampiran 8	Tabulasi Data	315



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Gerakan kewirausahaan berperan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, oleh karena itu upaya mendukung UK (Usaha Kecil) merupakan strategi untuk mengembangkan kewirausahaan di Indonesia (Tambunan, 2006).

UK berkontribusi hingga 45% dari total lapangan kerja dan 33% dari pendapatan nasional di negara berkembang (*World Bank*, 2015). Namun, peran UK masih dibatasi oleh kurangnya akses ke layanan keuangan formal maupun non-formal (Bongomin *et al.*, 2017).

Data perbankan terkini menunjukkan dimana pangsa pasar kredit UK untuk akses pembiayaan terlihat masih rendah yaitu kurang dari 20% (www.bi.go.id). Akses terhadap layanan keuangan merupakan permasalahan yang kompleks sehingga perlu adanya pendekatan multi dimensi untuk mengurangi masyarakat *unbanked*. Data terkini menunjukkan bahwa hanya ada 36% atau sekitar 90 juta masyarakat usia dewasa Indonesia yang memiliki rekening di bank (World Bank Data, 2014). Jumlah ini tertinggal jauh dari Malaysia yang mencapai 81% , Cina 79%, India 53% (*Global Findex*, 2017).

Tingginya *unbanked people* di Indonesia menurut survei *world bank* pada tahun 2015 dapat dilihat dari dua sisi yaitu permintaan dan penawaran. Dari sisi penawaran terdapat beberapa faktor yang menghambat layanan keuangan untuk masyarakat yakni, institusi keuangan terlalu selektif memilih nasabah dikarenakan adanya informasi asimetris, pendirian kantor cabang yang cenderung mahal, persepsi terhadap ibu rumah tangga yang memiliki

pendapatan rendah sehingga tidak mempunyai akses terhadap jasa keuangan, proses pendirian yang terbentur birokrasi, formalitas yang tinggi dan masalah yang kompleks, pandangan terhadap nasabah yang *grassroot* dianggap tidak profitable, perlunya dukungan dari sistem IT seperti memperluas jaringan komunikasi (World Bank, 2015). Hal ini menyebabkan perbankan lebih memilih melakukan penetrasi ke daerah yang sudah mapan dan terpusat di pulau Jawa atau kota-kota besar lain di luar pulau Jawa (Rachman, 2016).

Adapun dari sisi permintaan yaitu disebabkan oleh rendahnya pendapatan rumah tangga sehingga tidak ada uang yang cukup untuk ditabung, biaya produk mahal, jarak lokasi bank yang jauh dari tempat tinggal, tidak ada dokumen resmi seperti kartu identitas, mengandalkan tabungan anggota keluarga, rendahnya tingkat kepercayaan pada bank, tidak mengetahui informasi atau pengetahuan bagaimana menyimpan uang di bank, alasan keagamaan, rumitnya persyaratan administrasi, rendahnya literasi keuangan (World Bank, 2015).

Masalah – masalah tersebut menunjukkan bahwa inklusi keuangan tidak akan muncul dengan sendirinya, Inklusi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mendapatkan akses terhadap produk dan jasa layanan sektor keuangan yang terjangkau dan sesuai kebutuhan (Riwayati, 2013). Inklusi keuangan mampu melakukan perubahan dalam pola berpikir para pelaku ekonomi dalam melihat uang dan keuntungan (Agarwal, 2016).

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap literasi keuangan telah dilakukan oleh Lakovleva *et al.*, (2011), motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja UK dilakukan oleh Eijdenberg *et al.* (2015), Machmud (2017), Nyang'au *et al.* (2014), modal sosial

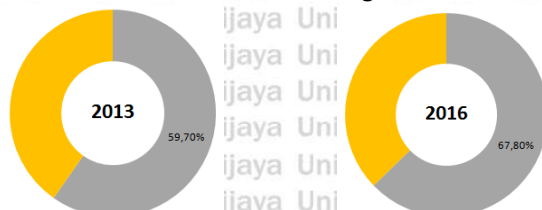
berpengaruh terhadap literasi keuangan dilakukan oleh Seghers *et al.* (2012), Pangeran (2015), pengaruh modal sosial terhadap kinerja UK dilakukan oleh Agyapong *et al.* (2017), Ismail (2015), Okafor (2012), Clarke *et al.* (2016), Kalkan *et al.* (2015), Hoq *et al.* (2017), pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan telah dilakukan oleh Bongomin *et al.* (2017), Agarwal (2016), Raina (2014), Rola *et al.* (2016), Bongomin *et al.* (2017), dan inklusi keuangan terhadap kinerja UK telah dilakukan oleh beberapa peneliti, yaitu: Riwayati (2017), Bongomin *et al.* (2017).

Penelitian Bongomin *et al.* (2017), Rola *et al.* (2016), Agarwal (2016), Raina (2014), Bongomin *et al.* (2017) menghasilkan pengaruh positif yang signifikan antara literasi keuangan terhadap inklusi keuangan yang dilakukan pada masyarakat miskin. Hal ini dikarenakan literasi keuangan memfasilitasi penggunaan produk secara efektif dan membantu rumah tangga miskin mengembangkan keterampilan dan produk keuangan terbaik sesuai dengan kebutuhan, kondisi tersebut sebagai syarat untuk meningkatkan inklusi keuangan. Penelitian sebelumnya dilakukan di negara berkembang yaitu India dan Uganda, melibatkan masyarakat atau rumah tangga miskin sebagai objek penelitian tetapi perbedaannya dengan penelitian selanjutnya adalah terletak pada kelompok UK yang masih memiliki tingkat literasi yang rendah dan keterbatasan dalam mengakses layanan jasa keuangan.

Kondisi inklusivitas keuangan di Indonesia berdasarkan hasil SNLIK atau Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan pada tahun 2016 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menunjukkan bahwa dari total penduduk masyarakat Indonesia yakni 250 juta, tingkat inklusi keuangan hanya sebesar

67,80% atau masih ada sekitar 81 juta masyarakat Indonesia yang belum memiliki akses layanan keuangan.

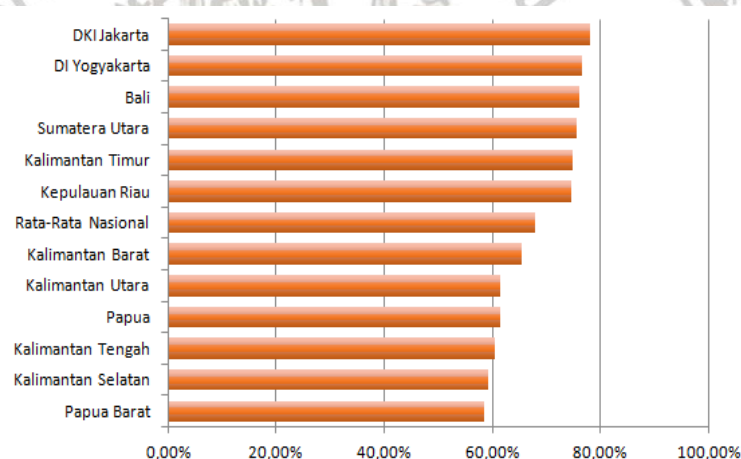
Grafik 1.1 Indeks Inklusi Keuangan Tahun 2013 dan 2016



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2013 dan 2016

Perolehan indeks inklusi keuangan – provinsi Kalimantan Timur tergolong cukup baik bila dilihat berdasarkan hasil SNLIK 2016, yakni berada pada posisi kelima dengan perolehan indeks sebesar 74,91%.

Grafik 1.2 Indeks Inklusi Keuangan Tahun 2016 Berdasarkan Provinsi



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2016

Terlepas dari pencapaian Kalimantan Timur dalam indeks inklusi keuangan diatas rata-rata nasional namun tingkat literasi masih cenderung rendah yakni sebesar 30,55%, dalam artian dari total 100 penduduk Kalimantan Timur hanya sekitar 31 orang yang masuk dalam kategori *well literate* (SNLKI Revisit, 2017). Kondisi ini dikhawatirkan dapat menghambat masyarakat daerah untuk memahami pilihan pembiayaan yang terjangkau dan sesuai kebutuhan.

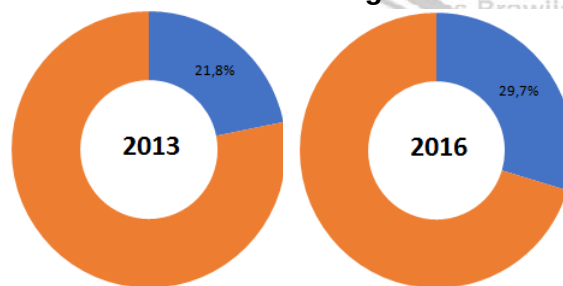
Sosialisasi OJK Kalimantan Timur guna meningkatkan inklusi keuangan salah satunya melalui program Laku Pandai (Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif) dan Layanan Keuangan Digital (LKD). Program Laku Pandai dan LKD ini dinilai sebagai alternatif dan menjadi solusi untuk wilayah Kalimantan Timur agar masyarakat di daerah terpencil, terdalu dan terluar dapat terlayani, serta membantu perbankan dalam menjangkau nasabah tanpa harus membuka kantor cabang baru.

Sampai pada tahun 2018, OJK Kaltim sudah memiliki 3789 agen Laku Pandai di Kaltim dan Kaltara. Namun dalam segi pelaksanaan strategi peningkatan inklusi keuangan hingga saat ini, masih ditemukan beberapa kendala seperti terbatasnya jumlah agen LKD yang masih didominasi mitra bank konvensional, banyaknya agen yang memiliki lokasi relatif dekat dengan Bank atau ATM, masih terkendala jaringan komunikasi di daerah. Kalimantan Timur masih memiliki banyak *blankspot* dimana sulit untuk menerapkan Laku Pandai. Layanan Laku Pandai yang mengandalkan jaringan telekomunikasi sulit terkoneksi internet yang stabil dan masih banyaknya wilayah di Kalimantan Timur yang belum teraliri listrik selama 24 jam dibarengi sulitnya mendapatkan akses lantaran jarak tempuh yang terlampau jauh (OJK, Kalimantan Timur).

Oleh karena itu, OJK Kalimantan Timur perlu membangun sistem yang terpadu guna menyiapkan materi literasi keuangan yang sesuai pada kebutuhan dan kondisi masyarakat yang berada di benua etam tersebut. Literasi keuangan membantu memberdayakan dan mendidik masyarakat miskin sehingga mereka memiliki pengetahuan dan mampu mengevaluasi berbagai produk dan layanan keuangan guna membuat keputusan keuangan dengan bijaksana (Lusardi, 2009).

Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia masih rendah yakni sebesar 29,7% dalam artian dari total 100 penduduk hanya sekitar 30 orang yang masuk dalam kategori *well literate* dan ditengarai belum sepenuhnya mempunyai pemahaman yang cukup bagaimana menerapkan pengetahuan keuangan secara optimal (SNLKI, 2017). Tingkat literasi keuangan Indonesia pun masih lebih rendah dibandingkan negara berkembang lainnya, seperti Malaysia 36%, Sri Lanka 35%, dan Afrika Selatan 42% (*Global Findex*, 2017).

Grafik 1.3 Indeks Literasi Keuangan Tahun 2013 dan 2016

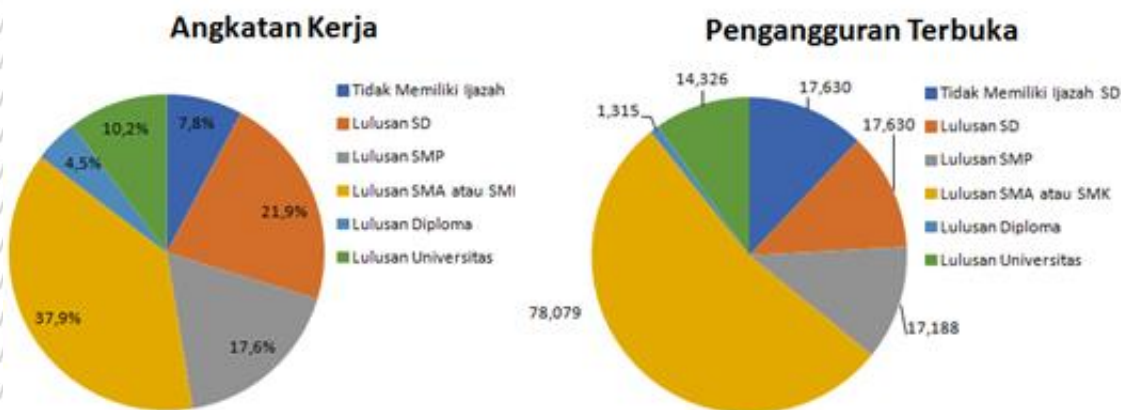


Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2013 dan 2016

Kondisi sosial ekonomi demografi Kalimantan Timur turut mempengaruhi tingkat literasi masyarakat. Jika dilihat dari tingkat ketersediaan angkatan kerja menurut tingkat pendidikan masih didominasi lulusan tingkat pendidikan SMA dan SD, kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan tenaga terampil yang mampu mengisi kebutuhan perusahaan masih rendah.

Sampai pada tahun 2017 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) provinsi Kalimantan Timur mencapai 8,55% melebihi TPT Nasional sebesar 5,33% dengan angka pengangguran terdidik tertinggi adalah lulusan SMA sehingga menunjukkan bahwa kurang terciptanya sektor yang padat dari konsumsi atau sektor perdagangan dan jasa dalam skala besar yang mampu menampung para lulusan SMA tersebut (BPS, 2017).

Grafik 1.4 Angkatan Kerja dan Pengangguran Terbuka Provinsi Kalimantan Timur tahun 2017



Sumber : kaltim.bps.go.id

Literasi keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat, namun dari penjabaran masalah-masalah sosial demografi yang terjadi di Kalimantan Timur dikhawatirkan dapat mempengaruhi kemampuan masyarakat daerah untuk memahami konsep dasar dari ilmu keuangan dan ekonomi hingga bagaimana menerapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, usaha pemerintah Indonesia dalam mendorong literasi keuangan adalah suatu bentuk upaya menjadikan literasi keuangan sebagai kunci utama dalam mewujudkan inklusi keuangan. Literasi keuangan memfasilitasi penggunaan produk yang efektif dengan membantu rumah tangga miskin dalam mengembangkan keterampilan untuk membandingkan dan memilih produk keuangan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga dapat meningkatkan inklusi keuangan (Bongomin et al., 2016).

Ada sinergi dan cara yang dibutuhkan untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan salah satunya melalui modal sosial dengan memanfaatkan jejaring dan melibatkan *Triple Helix*, yaitu akademisi, dunia usaha, dan

pemerintah terlibat dalam proses dan pelaksanaannya. Konsep model edukasi literasi keuangan yang memanfaatkan modal sosial adalah model edukasi non formal dengan membuat komunitas-komunitas literasi keuangan yang terselenggara secara terarah dan memiliki program-program yang jelas untuk meningkatkan literasi keuangan (Bongomin *et al.*, 2017).

Modal sosial diterapkan untuk mengeksplorasi varietas isu pertumbuhan dan perkembangan dibidang ekonomi dan pembiayaan dikalangan masyarakat miskin. Oleh karena itu, melalui modal sosial maka masyarakat dapat membangun pengaruh yang berlandaskan kepercayaan untuk memahami dan bertukar pengetahuan dasar keuangan. Sehingga diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat dan mengatasi masalah pada pengetahuan produk dan jasa keuangan dalam rangka meningkatkan inklusivitas keuangan.

Penelitian Seghers *et al.* (2012), Pangeran (2015) menyatakan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara modal sosial dan literasi keuangan, dimana masyarakat miskin belajar melalui interaksi sosial dan mereka mulai memahami serta membentuk nilai, pengetahuan dan sikap tentang produk dan jasa keuangan melalui modal sosial. Penelitian ini melibatkan pelaku industri kreatif batik dan *start-up* yang sudah memiliki jumlah aset lebih dari € 20.000 sampai €250.000. Sedangkan penelitian ini melibatkan pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang berdasarkan kriteria UMKM di Indonesia hanya memiliki aset sebanyak 50 juta – 500 juta.

Peningkatan literasi keuangan melalui modal sosial mampu mendorong akses terhadap keuangan yang diperlukan bagi pertumbuhan UK. Pelaku usaha

yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan membantu mereka dalam membuat keputusan dan memilih pilihan finansial dengan bijaksana.

Penelitian mengenai peran dari modal sosial terhadap kinerja UK telah dilakukan oleh Hoq *et al.* (2017), Agyapong *et al.* (2016), Ismail (2015), Okafor (2012), Clarke *et al.* (2016), Kalka *et al.* (2015). Hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan dimana gagasan modal sosial memainkan peran kunci dalam UK khususnya segi pembiayaan dalam rangka pencapaian tujuan bisnis. Modal sosial mampu mengidentifikasi prospek, inspeksi, proposal serta pencapaian sumber daya untuk UK. Keuntungan yang diperoleh pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 dari peningkatan kinerja dengan cara membangun modal sosial yaitu adanya ikatan yang dibentuk karyawan melalui usaha berbagi pengetahuan, informasi dan kepercayaan dapat mendorong pelaku usaha untuk berpikir inovatif dalam pengembangan suatu proses maupun produk yang pada akhirnya dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Faktor anteseden yang dapat meningkatkan literasi keuangan selain modal sosial adalah motivasi berwirausaha. Dalam pengembangan kewirausahaan dan UK, pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang memiliki motivasi untuk meningkatkan pemahaman keuangan dianggap sebagai upaya berkelanjutan untuk memperluas akses pembiayaan usahanya. Pelaku usaha yang memiliki motivasi yang kuat maka akan memiliki dorongan untuk menuju ke arah positif dalam mengelola keuangan (Rowley *et al.*, 2012). Kemampuan yang diperlukan dalam proses pengambilan

keputusan salah satunya adalah kecerdasan finansial, dengan kemampuan tersebut wirausaha dapat melepaskan diri dari ketergantungan kepada orang lain dan ketika fokus pada pengelolaan sumber daya berupa finansial maka dapat dijadikan sebagai modal awal dalam menjalankan usaha (Supriyono, 2009 h. 24).

Penelitian yang dilakukan oleh Lakovleva *et al.*, (2011) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap literasi keuangan. Motivasi berwirausaha seseorang merupakan dasar dari keinginan seseorang untuk memahami pengetahuan keuangan secara interaktif, perilaku keuangan yang dilakukan ini memiliki kaitan erat dengan praktek keuangan dalam menjalankan usaha bisnisnya. Aspek motivasi juga dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap harapan untuk memperoleh *output* sebagai akibat dari tercapainya kinerja atas usaha-usaha yang dilakukan, dalam artian pelaku usaha merasakan adanya tingkat valensi dan harapan yang tinggi maka pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan melakukan usaha yang lebih keras untuk meraih kinerja secara optimal dengan melibatkan modal sosial dan pemahaman literasi keuangan sebagai penunjang dari aktivitas kewirausahaan.

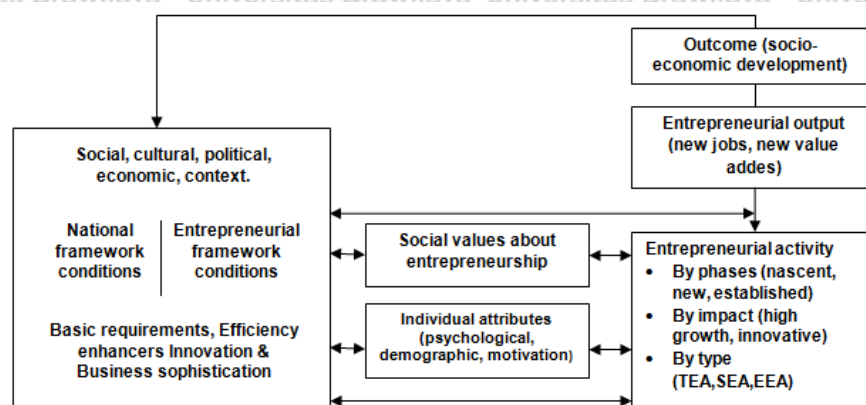
Penelitian Lakovleva *et al.*, (2011) menggunakan teori *signalling* dimana dalam konteks kewirausahaan, teori tersebut menggambarkan tanda – tanda kelangsungan hidup, kompetensi, dan nilai potensial usaha ditengah ketidakpastian bisnis. *Signalling theory* berkaitan dengan persepsi pengusaha untuk berhasil atau tidak dalam menjalankan usahanya melalui konteks sosial. Perbedaan dengan penelitian ini adalah, dalam penggunaan teori strategi kewirausahaan dengan melibatkan atribut individu guna memeriksa sejauh mana pengaruh motivasi berwirausaha menterjemahkan perbedaan dalam konfigurasi

sumber daya, pengenalan peluang, dan dampak dari faktor – faktor literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UK.

Hasil penelitian Nyang'au (2014), Machmud (2017), Eijdenberg *et al.* (2015) menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja UK. Oleh karena itu, perlu adanya lingkungan yang memfasilitasi pengembangan kewirausahaan melalui berbagai kegiatan yang dapat merangsang motivasi para pelaku usaha. Motivasi berwirausaha juga dianggap sebagai pendorong pertumbuhan kinerja yang perlu ditopang dengan beberapa modal termasuk akses terhadap ide-ide baru, adanya forum informal, terbentuknya jaringan yang luas, akses ke pasar bebas.

Dalam laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2016, menyatakan bahwa *entrepreneurial attitudes* dapat dilihat sebagai nilai sosial dan juga atribut dari setiap individu (Singerr *et al.*, 2015). Beberapa atribut individu adalah seperti faktor demografi, faktor psikologis dan aspek motivasi. Survei yang dilakukan oleh GEM melalui model konseptual, melibatkan *entrepreneurial attitudes* berupa motivasi berwirausaha dan *Entrepreneurial Framework Conditions* (EFCs) yang berupa dukungan aspek finansial terhadap wirausaha. (GEM,2016).

Gambar 1.1 Global Entrepreneurship Monitor Model



Sumber : *Global Entrepreneurship Monitor, Indonesia Report 2015/2016*

GEM memberikan pandangan komprehensif kewirausahaan untuk mengukur sikap masyarakat, serta kegiatan dan karakteristik individu yang terlibat dalam berbagai proses dan jenis aktivitas kewirausahaan. Kapasitas kewirausahaan ekonomi didasarkan pada individu dengan kemampuan finansial dan motivasi untuk memulai bisnis, dan dapat diperkuat dengan persepsi sosial yang positif mengenai kewirausahaan.

Hal tersebut didukung dengan kondisi masyarakat Indonesia, dimana hasil GEM 2016 menyatakan motivasi dalam penciptaan usaha rintisan dan kemampuan pelaku usaha jika dilihat dari *entrepreneurial pipelines* mengungkapkan sebanyak 31% dari masyarakat dewasa (18-64) memiliki niat untuk memulai bisnis dalam tiga tahun kedepan, 4% telah mendirikan sebuah bisnis, 10% menjalankan bisnis antara 3 hingga 42 bulan, dan 12% telah memiliki dan mengelola bisnis lebih dari 42 bulan.

Namun secara umum, besarnya motivasi pelaku usaha terutama di daerah tidak sebanding dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Karena pelaku usaha kerap menghadapi beberapa masalah seperti persaingan bisnis, akses pembiayaan, infrastruktur, pemasaran dan teknologi. Oleh karena itu, upaya pemerintah daerah melalui OJK dan lembaga keuangan dalam mendukung motivasi berwirausaha masyarakat dan mendorong pemerataan literasi keuangan, khususnya dalam segi pembiayaan merupakan bagian dari usaha untuk membangkitkan gairah kewirausahaan di daerah.

Hal ini menjadi penting karena mengoptimalkan sumber dana di daerah berarti ikut membantu UK lebih produktif dan berkembang. Analisis kelayakan keuangan menjadi pelengkap komponen bagi pelaku usaha menuju tahap proses usaha selanjutnya, secara lebih mendalam gambaran untuk membentuk strategi

keuangan menjadi elemen utama dalam membuat rencana bisnis yang baik (Iqbal dan Sanawiri, 2018). Pengelolaan manajemen keuangan memiliki peran dalam menentukan sejauh mana kinerja UK.

Penelitian yang dilakukan oleh Riwayati (2017), Bongomin *et al.*, (2017) menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UK. Penelitian tersebut menyatakan bahwa pada skala besar, literasi keuangan belum tercapai secara optimal apabila masih ada masalah informasi asimetris layanan keuangan sehingga dapat menghambat keberhasilan UK untuk bersaing.

Dalam meningkatkan kinerja UK perlu menggabungkan nilai, sifat utama, dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman dan keterampilan keuangan dimana prosesnya mengarah pada hal – hal yang dapat mencapai tujuan pelaku usaha dan membantu pelaku usaha untuk terus berkembang (Iqbal dan Sanawiri, 2018). Dengan literasi keuangan dan inklusi keuangan yang baik maka pelaku usaha mampu menggunakan kemampuan dibidang finansial dalam pengambilan berbagai keputusan. UK dengan literasi keuangan yang baik maka akan mampu menerapkan rencana strategis untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, memiliki akses keuangan yang memadai, serta merespon perubahan iklim bisnis yang tidak stabil, sehingga keputusan yang dibuat akan memberikan solusi inovatif dan terarah untuk peningkatan kinerja UK.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat gap yang menjadi dasar penelitian ini dilakukan, yaitu gap yang pertama adanya perbedaan pada penelitian Bongomin *et al.*, (2017), Rola *et al.*, (2016), Agarwal, (2016), Raina (2014), Bongomin *et al.* (2017), Hoq *et al.* (2017), Agyapong *et al.* (2016), Ismail (2015), Okafor (2012), Clarke *et al.* (2016), Kalkan *et al.* (2015)

yang menitikberatkan literasi keuangan dan inklusi keuangan yang terjadi dalam konteks *rural economic development*. Sedangkan penelitian ini menggunakan *level unit of analysis* yang memfokuskan pada eksplorasi terhadap perilaku kewirausahaan pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang mencakup motivasi, modal sosial yang dihubungkan dengan tingkat literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja UK. Selanjutnya gap kedua adanya perbedaan metode analisis yang digunakan dalam penelitian sebelumnya.

Dari uraian pada latar belakang tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Modal Sosial terhadap Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha (Studi Pada Pelaku Usaha Kecil Pelatihan Kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur Periode Ketiga Bulan Juli – September 2018)”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap literasi keuangan pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018?
2. Apakah modal sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018?

3. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018?
4. Apakah modal sosial berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018?
5. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap inklusi keuangan pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018?
6. Apakah inklusi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018?

1.3. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah dari penelitian ini mendasari adanya tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Mengkaji dan menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha terhadap literasi keuangan pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.
2. Mengkaji dan menganalisis pengaruh modal sosial terhadap literasi keuangan pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

3. Mengkaji dan menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

4. Mengkaji dan menganalisis pengaruh modal sosial terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

5. Mengkaji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

6. Mengkaji dan menganalisis pengaruh inklusi keuangan terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terbagi atas tiga hal, yaitu : secara teoritis, praktis, dan kebijakan.

1. Manfaat Teoritis

Beberapa manfaat teoritis yang diharapkan dapat dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

(1) Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat diperoleh penguatan dari hasil studi empiris sebelumnya, berkaitan dengan motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan, kinerja usaha.

(2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran khususnya dalam bidang literasi keuangan dan inklusi pada kinerja usaha dengan menekankan pada modal sosial dan motivasi berwirausaha.

(3) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan bagi penelitian selanjutnya melalui literasi keuangan, inklusi keuangan sebagai variabel mediasi dari peran motivasi berwirausaha, modal sosial terhadap kinerja usaha.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku usaha kecil dalam meningkatkan kinerja yang berdampak pada keberhasilan kinerja usaha karena faktor-faktor penentu keberhasilan usaha mikro kecil menengah telah diketahui. Secara lebih luas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dalam usaha untuk menyusun program pemberdayaan UK yang akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

3. Manfaat bagi Pembuat Kebijakan

Manfaat bagi pembuat kebijakan yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat memberi masukan untuk revisi peraturan terkait dengan kebijakan literasi keuangan dan inklusi keuangan di Indonesia yang diatur dan berada dibawah wewenang Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Selain itu pihak-pihak terkait bisa lebih memberikan perhatian pada pelaku UK

terutama dalam hal kemudahan mengakses layanan keuangan yang akan berdampak pada peningkatan kinerja UK.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga kelompok yaitu *grand theory*, *supporting theory* dan *middle range theory*. *Grand theory* dalam penelitian ini adalah *knowledge based view* (KBV) dan *life cycle hypothesis* dengan teori pendukung yaitu *social exchange theory* dan *theory of innovation and entrepreneurship* sedangkan *middle range theory* terdiri dari motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha.

Knowledge based view adalah pandangan berbasis pengetahuan dimana peran keunggulan dari sebuah organisasi terletak pada kemampuannya untuk mengintegrasikan pengetahuan individu dalam proses bisnis. *Knowledge based view theory* juga digunakan untuk memetakan mengenai sumber daya sebagai *intangible asset* dalam organisasi khususnya sebagai *intellectual capital*. *Life cycle hypothesis* digunakan untuk menjelaskan model ekonomi mikro yang mengasumsikan bahwa individu harus merumuskan dan melaksanakan rencana keuangan dan melakukan perhitungan ekonomi yang kompleks terkait pengetahuan keuangan.

Social exchange theory digunakan untuk menjelaskan bagaimana memperlihatkan perilaku individu ataupun kelompok dalam suatu organisasi. Sedangkan *theory of innovation and entrepreneurship* digunakan untuk menjelaskan bahwa untuk meningkatkan komplikasi ekonomi modern

menyebabkan perlunya tingkat interaksi inovasi yang lebih tinggi dan membutuhkan kemampuan kognitif yang mengarah pada kewirausahaan. Kajian lain yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah kajian empiris tentang motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan, dan kinerja usaha. Semua kajian tersebut selanjutnya dapat dijelaskan sebagai berikut.

2.1.1 Grand Theory dan Supporting Theory

2.1.1.1 Knowledge Based View

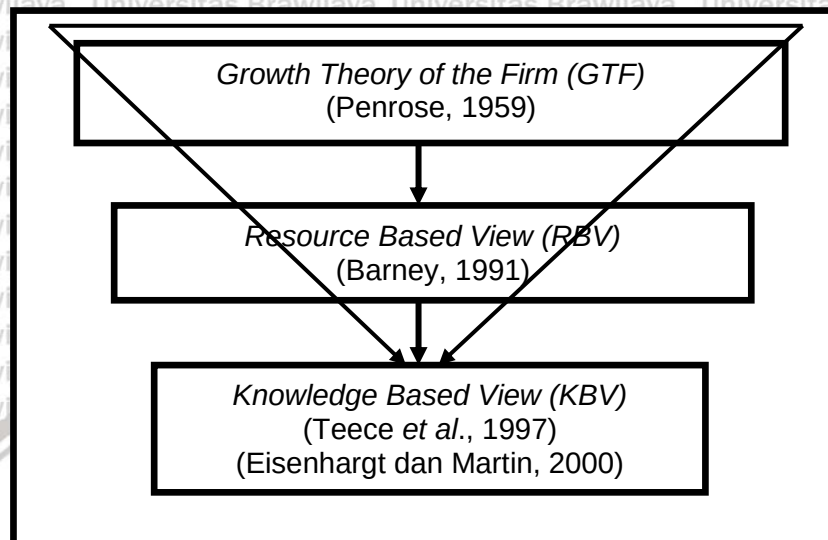
Knowledge based view merupakan ekstensi baru dari *resources based theory* dari organisasi dan memberikan pemahaman teoritis yang kuat dalam mendukung *intellectual capital*. Dalam istilah integrasi perspektif manajemen, gagasan holistik karya Penrose (1959) mengenai teori pertumbuhan perusahaan (*the growth theory of the firm* atau GTF) menjelaskan bahwa perusahaan merupakan kumpulan dari sumber daya produktif. Teori ini kemudian menjadi rujukan dasar bagi perkembangan teori perspektif berbasis sumber daya (*resource based view*) seperti yang telah dikemukakan oleh Barney (1991).

Basis pengetahuan yang unggul berhubungan erat dengan fleksibilitas strategis yang lebih tinggi dan reaksi yang cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis Grant (1996), Volberda (1996). Oleh karena itu pengetahuan merupakan salah satu aset paling penting untuk penciptaan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Umemoto, 2002).

Knowledge based view berasal dari *resource based view* dan memperlihatkan bahwa pengetahuan dalam berbagai bentuknya adalah kepentingan sumber daya (Grant, 1991). Asumsi dasar teori berbasis

pengetahuan merupakan derivasi dari teori pandangan berbasis sumber daya.

Gambar 2.1 menjelaskan terminologi *knowledge based view*.



Gambar 2.1 Derivasi Terminologi *Knowledge Based View*
Sumber : Kompilasi Literatur , 2016 -2018

Gambar 2.1 menjelaskan derivasi teori sehingga muncul teori berbasis pengetahuan dalam perusahaan atau organisasi yang diawali dari *growth theory of the firm* (Penrose, 1959) yang kemudian oleh Barney (1991) diderivasi menjadi *resource based view* sampai akhirnya oleh Teece et al. (1997) dikembangkan menjadi *knowledge based view*. Peran *knowledge based view* adalah membangun keterlibatan modal manusia sehingga memungkinkan sebuah perusahaan atau organisasi untuk beradaptasi dengan berbagai permasalahan dengan lebih efektif dan efisien (Chen et al., 2010).

Dalam pandangan berbasis pengetahuan, perusahaan mengembangkan pengetahuan baru yang penting untuk membangun *competitive advantage* dari kombinasi unik yang ada pada pengetahuan (Nelson and Winter, 1982). Sesuai dengan pendapat Nonaka dan Takeuchi (1994) bahwa konten *knowledge based view* adalah teori tentang penciptaan pengetahuan. Sesuai dengan alur diagram

pada gambar 2.2 yang menggambarkan *knowledge based view* sebagai penciptaan pengetahuan dalam rangka membangun keunggulan kompetitif.



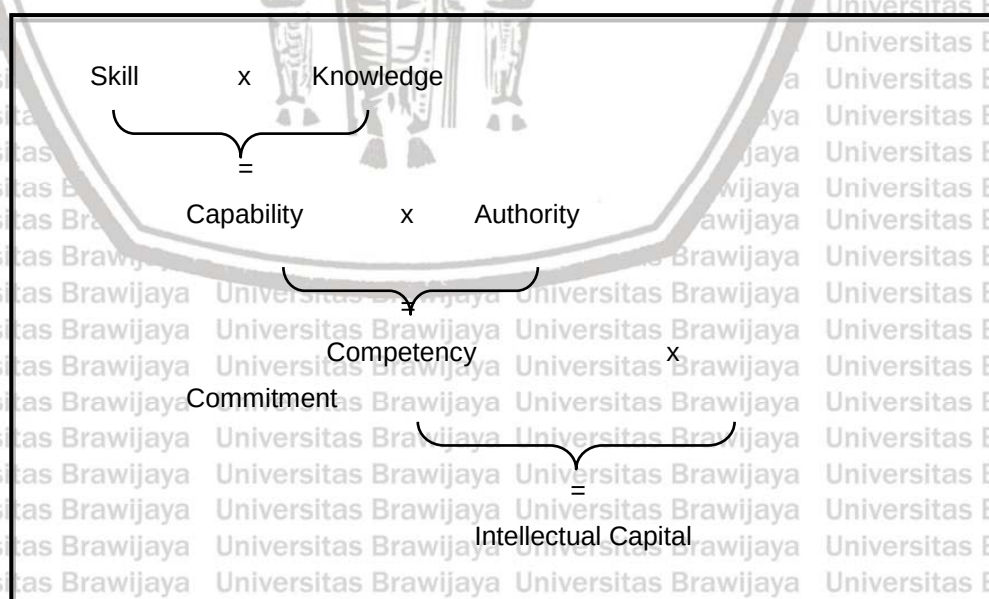
Gambar 2.2 Knowledge creation as source of competitive advantage

Sumber : Nonaka dan Takeuchi (1994)

Gambar 2.2 menunjukkan bahwa dalam penciptaan *knowledge based view* menekankan pembelajaran organisasi dan inovasi dalam rangka membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu organisasi harus membangun aset pengetahuan dengan mengelola proses pengetahuan yang relevan.

Intellectual capital merupakan sumber daya hasil dari pemetaan *knowledge based view*. Ide atau gagasan yang disertai dengan pengetahuan, keterampilan, komitmen dan tanggung jawab berasal dari *intellectual capital*.

Gambar 2.3 memberikan penjelasan tentang *intellectual capital framework*.



Gambar 2.3 Intellectual Capital Framework

Sumber : Iqbal dan Sanawiri, 2018

1. *Intellectual Capital = Competency x Commitment*, artinya, modal intelektual yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat digunakan jika pengetahuan yang tinggi harus disertai dengan komitmen yang tinggi.
2. *Competence = Capability x Authority*, artinya kemampuan dalam mengelola usaha sendiri merupakan kompetensi yang harus dimiliki pelaku usaha.
3. *Capability = Skill x knowledge*, artinya keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha sangat menentukan kapabilitasnya.

2.1.1.2 Life Cycle Hypothesis

Pendekatan mikroekonomi konvensional untuk keputusan menabung dan konsumsi mengandalkan bahwa seseorang atau individu sepenuhnya harus rasional dan berpengetahuan yang luas akan keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Teori ini dikemukakan oleh tiga ekonom yaitu : Albert Ando, Richard Brumberg dan Franco Modigliani dan mempelajari fungsi konsumsi berdasarkan model perilaku individu dimana konsumsi bergantung pada pendapatan seumur hidup seseorang. Modigliani dan Brumberg (1954) mengemukakan bahwa individu diposisikan untuk mengatur pola simpanan dan akumulasinya secara optimal untuk memperlancar utilitas marginal sepanjang hidupnya. Individu diharapkan mampu merumuskan dan melaksanakan rencana tabungan dan pengeluaran untuk memiliki kapasitas melakukan perhitungan ekonomi yang kompleks dan memiliki keahlian terkait pasar keuangan.

Asumsi dasar *life cycle hypothesis* adalah menganggap bahwa individu merencanakan perilaku konsumsi dan tabungan mereka selama periode yang panjang dengan tujuan mengalokasikan konsumsi mereka untuk membuat hidup mereka lebih baik (Sukirno, 2005). Beberapa penelitian telah muncul untuk membahas literasi keuangan dan mempelajari hubungan antara pengetahuan

keuangan dan perilaku keuangan yang dilakukann oleh Delavande *et al.* (2008), Jappelli dan Padula (2013), Hsu (2011), Lusardi *et al.* (2013). Dalam perolehan pengetahuan keuangan maka individu akan secara optimal menerapkan literasi keuangan untuk mendapatkan akses keuangan. Jappelli dan Padula (2013) mengemukakan bahwa pertimbangan sketsa model *life cycle hypothesis* dengan literasi keuangan berkaitan erat terhadap melek finansial. Studi sebelumnya tidak memasukkan fitur – fitur utama seperti kendala dalam hal akses pinjaman, faktor demografis, pengembalian investasi, pendapatan, dan lain-lain, dimana Lusardi *et al.* (2013) memperbaiki studi sebelumnya dengan mengkalibrasi dan menstimulasikan *life cycle model* dimana individu tidak hanya melakukan investasi, tetapi juga mampu memiliki literasi keuangan yang baik.

Proses optimalisasi *life cycle hypothesis theory* dapat dibentuk dari beberapa faktor, antara lain preferensi individu, lingkungan ekonomi, dan jaringan sosial. *Life cycle hypothesis theory* juga memasukkan aspek kunci seperti perilaku konsumen yang secara implisit menganggap bahwa orang dapat merumuskan dan melaksanakan rencana keuangan yang membutuhkan keahlian dalam pengetahuan keuangan.

2.1.1.3 Social Exchange Theory

Social exchange theory merupakan salah satu paradigma konseptual yang paling berpengaruh untuk memahami perilaku kerja. Studi empiris mengenai teori pertukaran muncul pada tahun 1920-an oleh Malinowski (1922), Mauss (1925) kemudian berkembang dan berkontribusi sebagai jembatan disiplin ilmu seperti antropologi Firth (1967), Sahlins (1972), psikologi sosial Gouldner (1960), Homans (1958), Thibault dan Kelley (1959) dan sosiologi Blau (1964).

Social exchange theory melibatkan negosiasi yang menghasilkan ketergantungan pada hubungan (Sabatelli dan Sheehan, 1993). Hubungan dipandang sebagai pertukaran sosial yang memiliki tujuan untuk diarahkan, menjadi pertimbangan dan dievaluasi secara terus-menerus. Dengan tujuan untuk menentukan apakah hubungan tersebut bisa berlanjut, dihentikan atau terjadi negosiasi ulang.

Dalam *social exchange theory*, melihat bahwa interaksi sebagai perilaku saling tergantung dan bergantung pada tindakan orang lain (Blau, 1964). *Social exchange theory* juga menekankan bahwa transaksi yang saling bergantung satu sama lain ini memiliki potensi untuk menghasilkan hubungan berkualitas tinggi sehingga pemahaman yang didapat adalah adanya saling mempengaruhi antar individu dalam organisasi. Tokoh –tokoh yang mengembangkan teori pertukaran sosial antara lain adalah psikolog Thibaut dan Kelley (1959), Homans (1961), Emerson (1962), Blau (1964).

2.1.1.4 Theory of Innovation and Entrepreneurship

Theory of innovation and Entrepreneurship merupakan konsep teori kontribusi yang dicetuskan oleh Schumpeter dimana pandangan sebelumnya teori ini berasal dari *theory of economic development* yang muncul pada tahun 1912. Schumpeter menyoroti fungsi dari pelaku usaha yang melakukan inovasi dan kewirausahaan disebut sebagai revolusioner dari pembangunan ekonomi yang merubah sistem ekonomi dari mode statis dan menempatkannya pada jalur dinamis sesuai dengan kondisi bisnis saat itu.

Inovasi merupakan proses mutasi industri yang tanpa henti merevolusi struktur ekonomi dari dalam, tanpa henti pula menghancurkan yang lama dan terus menciptakan sesuatu yang baru (Schumpeter, 1942). Menurutny, siapapun

yang mencari keuntungan harus berinovasi, hal ini karena inovasi dianggap sebagai pendorong penting bagi daya saing pelaku usaha. Inovasi adalah pusat perubahan ekonomi, Schumpeter menggambarkan perkembangan ekonomi sebagai proses histori dari perubahan struktural yang pada dasarnya didorong oleh inovasi. Inovasi di bagi menjadi empat dimensi, yaitu, penemuan, inovasi, difusi dan imitasi yang kemudian Schumpeter menempatkan wirausahawan yang dinamis ditengah analisisnya. Dalam analisis Schumpeter, fase penemuan atau inovasi dasar memiliki dampak yang lebih kecil, sedangkan proses difusi dan imitasi memiliki pengaruh yang jauh lebih besar dalam perkembangan ekonomi. Efek ekonomi makro dari setiap inovasi dasar hampir tidak terlihat, oleh karena itu yang terpenting dalam hal pertumbuhan ekonomi, investasi, dan lapangan kerja bukanlah penemuan inovasi dasar, melainkan difusi inovasi dasar yang merupakan periode ketika para pelaku usaha mulai menyadari potensi keuntungan dari produk atau proses dan mulai berinvestasi.

Menurut pendekatan Schumpeterian, kewirausahaan menunjukkan kemampuan untuk melakukan inovasi melalui kepemimpinan dan melihat wirausahawan sebagai sebuah proses destruktif yang kreatif. Kewirausahaan merupakan bagian integral dari perencanaan siklus hidup seseorang karena erat hubungannya antara keputusan tabungan dan investasi. Pendekatan ini juga mengacu pada *life cycle hypothesis theory* dari Modigliani dan Brumberg tentang konsumsi dimana individu memaksimalkan utilitas siklus hidup yang sesuai dengan batasan anggaran yang mencakup biaya dan pengembalian terkait dengan kewirausahaan.

Inovasi dan konsep kewirausahaan Schumpeter bersifat universal dan masih berkembang dalam prinsip – prinsip ekonomi. Dimana meningkatnya

komplikasi ekonomi modern menyebabkan perlunya interaksi ekonomi yang lebih tinggi pula. Ekonomi berbasis pengetahuan saat ini bergantung pada kemajuan teknologi yang dinamis. Generasi inovasi tidak lagi tergantung pada kepribadian individu tetapi melibatkan kerja sama berbagai pihak. Hal ini membutuhkan kemampuan kognitif yang meningkatkan difusi dan dengan demikian pemahaman inovasi mengarah pada kewirausahaan.

2.1.2 Middle Range theory

2.1.2.1 Motivasi Berwirausaha

Suatu keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong untuk melakukan kegiatan tertentu dalam rangka meraih tujuan usahanya adalah motivasi berwirausaha (Handoko, 2000:52). Didalam setiap proses usaha yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan pada keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, berani mengambil risiko didalam ketidakpastian bisnis, dan menjalin hubungan yang baik merupakan faktor penting dalam meraih keberhasilan usaha.

Motivasi menjadi alasan yang kuat untuk melatarbelakangi seseorang untuk meraih tujuan tertentu. Motivasi berwirausaha menjadi pendorong penting di balik kesuksesan dan pertumbuhan usaha. Intensitas kewirausahaan berkaitan dengan kinerja usaha (Gundry dan Welsh, 2001). Menurut Uno (2008:23), motivasi yang timbul karena faktor intrinstik dan faktor ekstrinstik memiliki indikator yaitu adanya hasrat dan keinginan berhasil, adanya minat berwirausaha, adanya harapan dan cita-cita masa depan, adanya penghargaan dalam berwirausaha, dan adanya kegiatan yang menarik dalam berwirausaha.

Motivasi yang datang karena kesadaran individu akan menimbulkan keinginan untuk sesuatu hal yang aktif dan dikembangkan sesuai dengan objek kesukaannya.

2.1.2.1.1 Indikator Motivasi Berwirausaha

Machmud (2017) mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator yang dapat mengukur motivasi berwirausaha, yaitu :

- a. *Motives of Achievement*, salah satu dorongan individu untuk menghasilkan kinerja adalah melalui pencapaian. Dorongan dalam melakukan pencapaian merupakan keinginan atau tekad seseorang untuk bekerja dengan baik atau melebihi standar pencapaian. Standar dapat menjadi tolak ukur prestasi diri di masa lalu dalam melakukan perbaikan, mengukur hasil secara obyektif. Ini menunjukkan dengan adanya dorongan bagi mereka untuk bertindak lebih baik dan lebih efisien, akan menimbulkan keinginan untuk membuat pencapaian yang signifikan, ingin menguasai keterampilan, mengendalikan proses bisnis. Keinginan untuk meningkatkan pencapaian menjadi salah satu prediktor yang kuat dalam kinerja bisnis.
- b. *Risk Propensity*, kondisi ini merupakan keberanian bagi pelaku usaha untuk mengambil risiko dan peluang didalam ketidakpastian dunia bisnis. Pelaku usaha mentransformasikan peluang tersebut menjadi hal baru, keberanian untuk mengambil risiko dalam bisnis dapat menjadi salah satu faktor keberhasilan bisnis karena proses inovasi dapat diperoleh dengan cara memiliki keberanian untuk menangani kegagalan risiko sebagai perwujudan cara-cara baru guna menunjang kinerja bisnis. Cara atau metode baru adalah proses inovasi yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berhasil dalam persaingan bisnis.

c. *Self-Efficacy*, berhubungan dengan persepsi seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas. Ketika adanya *self-efficacy* yang dikaitkan dengan pelaku usaha maka akan menghasilkan kepercayaan diri untuk menjalankan tujuan bisnis yang penuh dengan ketidakpastian. Ketidakpastian mengenai hasil yang diperoleh membutuhkan kepercayaan diri dan kompetensi yang berkaitan dengan peningkatan kinerja bisnis. Keyakinan seseorang akan mempengaruhi persepsi, motivasi, dan kinerja mereka. Dengan demikian, efektifitas dan efisiensi bisa tercapai, kebaruan dalam proses bisnis diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnis dan membangun kemandirian.

2.1.2.2 Modal Sosial

Pada umumnya, modal sosial merujuk pada serangkaian sumber daya tertentu yang melekat pada jaringan dan interaksi yang bertahan lama dan berguna untuk menciptakan nilai dan peningkatan produktivitas (Alder dan Kwon (2002), Antoldi et al. (2011)).

(Coleman,1999) mendefinisikan modal sosial sebagai :

[.....] a variety of different entities, with two elements in common: they all consist of some aspect of social structure, and they facilitate certain actions of actors – whether persons or corporate actors – within the structure. Like other forms of capital, social capital is productive, making possible the achievement of certain ends that in its absence would not be possible. Like physical capital and human capital, social capital is not completely fungible but may be specific to certain activities. A given form of social capital that is valuable in facilitating certain actions may be useless or even harmful for others.

Modal sosial dianggap menjadi pengorbanan individu (waktu, tenaga, dan pikiran) yang dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan hubungan kerjasama dengan orang lain (Oxoby,2009). Selanjutnya Felicio et.al. (2014) juga berpendapat bahwa modal sosial adalah tentang solidaritas, kepercayaan diri,

dan memfasilitasi dalam menjalankan suatu bisnis yang merupakan faktor yang bersala dari hubungan sosial yang melibatkan keluarga, teman, rekan kerja.

Social exchange theory dari George C. Homans menjadi dasar teori dari modal sosial. *Social exchange theory* membantu dinamika pertukaran satu individu dengan yang lain dilakukan secara sukarela menyediakan keuntungan bagi orang lain dalam hubungan timbal balik.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa modal sosial merupakan kemampuan masyarakat dalam menjalin hubungan dan kerjasama berdasarkan tujuan dan rencana yang sama. Dalam sebuah UMKM, modal sosial diperlukan demi terciptanya hubungan antara konsumen dan *stakeholder*. Dalam lingkup masyarakat modal sosial menyajikan suatu energi dalam suatu kumpulan untuk menghadapi tantangan bisnis.

2.1.2.2.1 Unsur-Unsur Modal Sosial

Modal sosial merupakan keseluruhan sumber daya yang dimiliki oleh sekelompok masyarakat. Menurut Hasbullah (2006) (dalam Suryono, 2012) terdapat beberapa unsur – unsur penyusun yang saling mengisi sehingga terciptalah suatu modal sosial yang kuat yaitu keluarga dan kerabat, kehidupan asosiasi yang bersifat horizontal (kelompok), jaringan sosial, masyarakat politik, institusi dan norma atau nilai-nilai sosial.

Selanjutnya Suryono (2012) menjelaskan pengertian keluarga atau kerabat adalah dalam konteks seberapa jauh hubungan sosial yang terjadi antara anggota keluarga dan dengan para kerabat. Hubungan tersebut termasuk dalam hal saling bersilaturahmi, diskusi melalui telepon, saling memperhatikan dalam kesulitan, saling memperkaya ide, saling memberi pertolongan dalam mengembangkan potensi, saling berkirim makanan atau ucapan selamat dan

berbagai bentuk interaksi lainnya. Sedangkan kelompok merupakan salah satu inti dari konsep modal sosial. Kecenderungan suatu entitas sosial dengan masyarakatnya untuk membentuk perkumpulan-perkumpulan akan sangat menentukan kuat tidaknya modal sosial yang terbentuk.

Gerakan-gerakan sosial yang terorganisir dalam suatu perkumpulan dengan tujuan mensejahterakan dan memberikan keuntungan bagi anggotanya akan menentukan kecepatan perkembangan masyarakat untuk tumbuh. Semakin aktif masyarakat terlibat dalam suatu perkumpulan dan semakin banyak perkumpulan atau kelompok-kelompok sosial yang ada, maka akan memberikan dampak positif yang lebih banyak pada masyarakat tersebut dan juga memberikan pengaruh positif pada lingkungan diluar komunitas tersebut. Jaringan sosial adalah hubungan-hubungan yang terbentuk antar satu kelompok dengan kelompok lain. Hubungan antara banyak individu dalam suatu kelompok juga disebut sebagai jaringan. Kelompok yang dimaksud mulai dari yang terkecil yaitu keluarga, kelompok kekerabatan, komunitas tetangga, kelompok-kelompok asosiasi, organisasi formal, dsb. Hubungan –hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk formal maupun informal.

2.1.2.2.2 Bentuk – bentuk Modal Sosial

Terdapat tiga bentuk modal sosial menurut Akdere (2005), yaitu *macro level*, *meso level* dan *micro level*.

- (1) *Social Capital Macro Level*, pada level ini adalah langkah dimana modal sosial dimanfaatkan pada jangkauan yang lebih luas. Penggunaan modal sosial meliputi pemerintah, penegakan kepastian hukum sipil, kebebasan berpolitik, berdampak pada pencapaian ekonomi suatu negara penentuan suatu fungsi pemerintah, dan menentukan arah pengembangan ekonomi

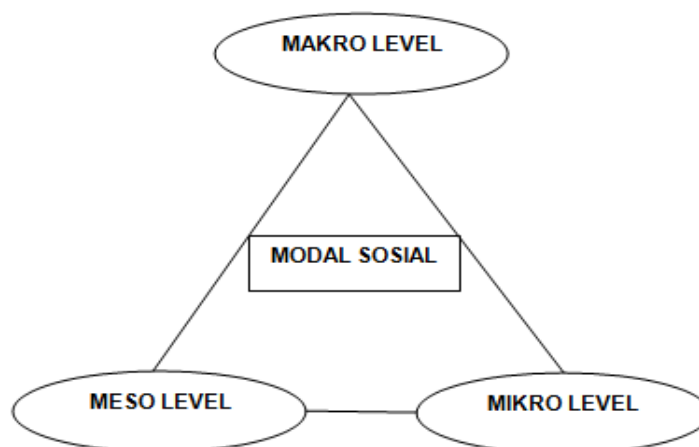
sektor publik. Pada tingkatan makro, modal sosial dihadapkan pada keefektifan pemerintah, akuntabilitas, dan kemampuan untuk menegakkan hukum dan peraturan secara adil, pertumbuhan ekonomi yang berkaitan untuk memungkinkan pengembangan produk pasar domestik (Fukuyama, 1999). Dalam sebuah organisasi, modal sosial pada level makro berhadapan dengan keseluruhan stabilitas lingkungan dan kesuksesan yang dicapai terkait dengan pertumbuhan ekonomi.

(2) *Social Capital Meso Level*, tingkatan ini digambarkan seperti suatu perspektif struktural dimana jaringan modal sosial terstruktur dan sumber daya mengalir di lingkaran jaringan kerja. Dalam lingkup sosial dan organisasi, tingkat meso ini melibatkan sifat alami dan kerja sama baik homogen atau heterogen dalam jangka waktu yang lama. Secara singkat, modal sosial pada level meso berhubungan dengan pengembangan dan pertumbuhan organisasi lokal atau dalam organisasi itu sendiri. Pendekatan meso juga menekankan pada struktur – struktur yang lebih bersifat instrumental dan memudahkan terjadinya kerjasama.

(3) *Social Capital Micro Level*, modal sosial pada tingkatan mikro menekankan kemampuan individu untuk mengerahkan sumber daya melalui institusi jaringan seperti organisasi sosial kemasyarakatan yang didasarkan pada kekeluargaan. Kegiatan pada level mikro pada sebuah organisasi berhubungan dengan pengenalan, koperasi dan kerjasama, kesetiakawanan, kesetiaan, reputasi dan akses informasi yang informatif. Secara singkat, modal sosial pada tingkatan mikro berhubungan dengan ego orang lain, pengembangan individu dan pertumbuhan pada karakter pribadi.

Berikut Gambar 2.4 model yang menunjukkan interaksi dan hubungan *social capital*.

Gambar 2.4 Level Teori Modal Sosial



Sumber : Akdere (2005)

2.1.2.2.3 Indikator Modal Sosial

Putman (dalam Suryono, 2012) menyatakan bahwa secara institusional, interaksi dapat terlahir pada saat tujuan organisasi memiliki kesamaan dengan organisasi lainnya. Untuk mengukur interaksi tersebut, terdapat tiga parameter modal sosial yang dapat digunakan untuk mengukur modal sosial, yaitu

- a. *Social Bonding*, merupakan tipe modal sosial dengan karakteristik adanya ikatan yang kuat dalam suatu sistem kemasyarakatan. Hubungan kekerabatan ini bisa menumbuhkan rasa kebersamaan yang diwujudkan melalui rasa empati, rasa simpati, rasa berkewajiban, rasa percaya, resiprositas, pengakuan timbal balik, dan nilai kebudayaan yang mereka percaya. *Social bonding* seperti yang dikemukakan Hasbullah (2006) dibagi lagi kedalam beberapa bentuk dengan karakter pembeda seperti *sacred society*, *heterodocy*, dan *orthodoxy*. Secara keseluruhan, *social bonding*, tercipta ketika suatu kelompok masyarakat memiliki hubungan keterikatan

yang kuat, tetapi dalam hal ini kemampuan masyarakat tersebut belum bisa mewakili kondisi modal sosial yang kuat. Tetapi hal ini mampu memberikan dampak peningkatan kesejahteraan bersama dan saling membantu kepada anggota yang berada dalam kemiskinan.

b. *Social Bridging*, merupakan suatu ikatan sosial yang timbul sebagai reaksi atas berbagai macam perbedaan karakteristik dalam kelompok. Ia bisa muncul karena adanya berbagai macam kelemahan yang ada disekitarnya sehingga akan memberikan pilihan untuk membangun kekuatan baru dari kelemahan yang ada. Hasbullah (2006) mengatakan ada tiga prinsip yang dianut dalam *social bridging* yang didasari pada prinsip universal mengenai persamaan, kebebasan, nilai-nilai kemajemukan dan kemanusiaan. Prinsip persamaan bahwasannya setiap anggota dalam suatu kelompok memiliki hak dan kewajiban yang sama. Prinsip kebebasan yaitu setiap anggota kelompok bebas berbicara, mengemukakan pendapat dan ide yang dapat mengembangkan kelompok tersebut. Prinsip kemajemukan adalah bahwa nilai-nilai kemanusiaan, penghormatan terhadap hak asasi setiap anggota dan orang lain merupakan prinsip-prinsip dasar dalam mengembangkan asosiasi, grup, kelompok atau suatu masyarakat tertentu.

c. *Social Linking*, Woolcock (dalam Mefi dan Hesti, 2003) mendefinisikan *social linking* sebagai suatu hubungan sosial yang dikarakteristikan dengan adanya hubungan di antara beberapa jejaring sosial, yang muncul dari kekuatan sosial maupun status sosial yang ada dalam masyarakat.

Secara keseluruhan ketiga indikator tersebut merupakan cerminan dari kehidupan masyarakat dalam sebuah kelompok. Perbedaan prinsip yang ada tidak saling mempengaruhi, justru bisa saling menguntungkan dan tergantung

dari kemampuan masyarakat dalam menyikapi perubahan-perubahan yang terjadi.

2.1.2.3 Literasi Keuangan

Menurut Wachira dan Kihii (2012) literasi keuangan akan menjadi isu yang menarik baik dinegara maju maupun negara berkembang, dan telah memunculkan perubahan yang cepat dalam sektor keuangan. Bukti yang menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman literasi keuangan cenderung akan menghadapi tantangan yang lebih besar terkait pengelolaan hutang, tabungan dan kredit, dan cenderung kurang mempersiapkan untuk masa depan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa ada hubungan antara melek finansial dan akses terhadap kredit. Literasi keuangan adalah sebuah kondisi yang perlu dimiliki setiap orang untuk mengelola pendapatan yang diperoleh guna menjamin kesejahteraan. Oleh karena itu demi menunjang kesejahteraan yang baik diperlukan pemahaman dalam pengelolaan finansial yang baik.

Ada beberapa istilah literasi keuangan yang ditemukan dan memiliki definisi menurut sejumlah ahli, sebagai berikut :

Xu dan Zia (2012) mendefinisikan literasi keuangan mencakup konsep yang dimulai dari kesadaran dan pemahaman tentang produk-produk keuangan, institusi keuangan , dan konsep mengenai keterampilan keuangan seperti kemampuan untuk menghitung pembayaran bunga majemuk serta kemampuan keuangan yang lebih umum seperti pengelolaan uang dan perencanaan keuangan. Menurut Xu dan Zia (2012), literasi keuangan memiliki implikasi yang berbeda tergantung dari tingkat pendapatan di negara tersebut. Pada negara-negara berpenghasilan tinggi, literasi keuangan dianggap sebagai pelengkap dari perlindungan konsumen. Sedangkan pada negara berpenghasilan rendah,

jangkauan keuangan jauh lebih terbatas. Peranan literasi keuangan pada negara berkembang juga akan lebih fokus untuk meningkatkan akses keuangan serta pelayanan keuangan. Selain itu, yang menjadi perbedaan antara negara berkembang dengan negara maju adalah masyarakat pada negara berkembang lebih banyak menggantungkan hidupnya pada usaha mikro sebagai sumber penghasilan mereka, maka dari itu masyarakat di negara berkembang lebih relevan terhadap kemampuan finansial seperti pengelolaan modal, keterampilan bisnis dan pemahaman daripada tipe masyarakat seperti para pekerja di negara maju yang menerima gaji.

Otoritas Jasa Keuangan (*Revisit* 2017) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Alasan yang mendasari perlunya aspek sikap dan perilaku keuangan dalam literasi keuangan adalah program literasi keuangan yang hanya mengandalkan pendekatan pengetahuan saja tidak dapat mengubah perilaku seseorang apabila mereka tidak memiliki sikap dan motivasi yang sesuai (*World Bank*, 2016). Perilaku merupakan realisasi dari sikap. Sikap dan perilaku keuangan yang dimaksud adalah bisa mendorong seseorang untuk menentukan tujuan keuangan, memiliki perencanaan keuangan, mengambil keputusan keuangan dan mengelola keuangan dengan lebih baik guna mencapai kesejahteraan.

Ruang lingkup dalam rangka peningkatan literasi keuangan meliputi perencanaan dan pelaksanaan atas edukasi keuangan, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung literasi keuangan bagi konsumen dan / atau masyarakat. Definisi selanjutnya dijelaskan oleh Vitt *et al.* (dalam Huston, 2010)

Personal financial literacy is the ability to read, analyze, manage and communicate about the personal financial condition that affect material well-being. It includes the ability to discern financial choices, discuss money and financial issues without (or despite) discomfort, plan for the future and respond competently to life events that affect everyday financial decisions, including events in the general economy.

Huston (2010) berpendapat bahwa pengetahuan tentang finansial merupakan dimensi yang tidak terpisahkan dari literasi finansial, namun belum dapat menggambarkan literasi finansial. Konsep literasi keuangan mencakup pengetahuan mengenai konsep keuangan, kemampuan memahami komunikasi mengenai konsep keuangan, kecakapan mengelola keuangan pribadi atau perusahaan dan kemampuan melakukan keputusan keuangan dalam situasi tertentu (*The Association of Chartered Certified Accountants* (2014). Lusardi (2012) berpendapat bahwa literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya.

Literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016)).

Literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi masyarakat supaya terhindar dari kesulitan keuangan yang tidak hanya pada rendahnya pendapatan, tetapi dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan berguna untuk memperoleh kesejahteraan hidup.

Berdasarkan definisi dan pendapat para ahli mengenai literasi keuangan, dapat disimpulkan bahwa konsep dari literasi keuangan adalah metode yang dapat membantu, mengarahkan, dan memberi pemahaman mengenai pengetahuan pengelolaan keuangan maupun produk atau jasa keuangan sehingga dapat memperoleh kesejahteraan hidup dimasa depan. Literasi keuangan bisa dijadikan alat instrumen bagi seseorang memanfaatkan sumber daya yang diperoleh.

2.1.2.3.1 Tingkat Literasi keuangan

Dalam rangka meningkatkan akses keuangan masyarakat, diperlukan pelaksanaan edukasi, oleh karena itu hasil survei yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dilansir dari laman website OJK (www.ojk.go.id) terbagi menjadi empat tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia, yakni :

- (1) *Well literate*, yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- (2) *Sufficient literate*, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
- (3) *Less literate*, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- (4) *Not literate*, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa gerakan literasi keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh lapisan masyarakat, yaitu meningkatkan literasi masyarakat yang awalnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate* dan meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan.

Semakin baik atau tinggi tingkat literasi seseorang maka semakin paham pula masyarakat dalam menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, paham tentang manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban, serta sadar akan produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan.

2.1.2.3.2 Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan memberikan manfaat yang besar bagi pihak-pihak yang terlibat dalam strategi dan gerakan literasi keuangan nasional yang menjadi sasaran Otoritas Jasa Keuangan (www.ojk.go.id), yakni :

- (1) Bagi Masyarakat, mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik, terhindar dari aktivitas pada instrumen keuangan yang tidak jelas.
- (2) Bagi Sektor Jasa Keuangan, lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.

2.1.2.3.3 Indikator Literasi Keuangan

Kempson (2008) mengemukakan bahwa literasi keuangan dinilai dari segi komponen fungsional dan waktu yang digunakan lebih banyak untuk

mentransformasikan *from knowledge to skills to attitudes to behaviour*.

Pengetahuan mencakup tujuan menabung dan penggunaan instrumen keuangan, keterampilan dapat meningkatkan kapasitas dalam membuat perencanaan tabungan, memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan diri, dan perilaku untuk menerapkan informasi keuangan.

Literasi keuangan secara konseptual yang dikemukakan oleh Bongomin, *et al.* (2016) berdasarkan empat dimensi yaitu:

- a. *Behaviour*, merupakan cara dimana individu bertindak atas dirinya sendiri untuk merencanakan keuangan pribadi sesuai dengan kebutuhan dari berbagai produk yang ditawarkan lembaga keuangan. Perilaku merupakan penentuan individu dalam mengelola sumber dana untuk digunakan sebagai keputusan penggunaan dana, penentuan sumber dana, serta keputusan untuk perencanaan pensiun (Gitman, 2002)
- b. *Skills*, kemampuan untuk menterjemahkan pengetahuan keuangan ke dalam praktik aplikasi keuangan.
- c. *Knowledge*, untuk mencapai tingkat literasi yang tinggi maka diperlukan pengetahuan keuangan. Pengetahuan keuangan mencakup bagaimana seseorang dapat mengelola keuangan serta mengetahui teknik penggunaan aplikasi keuangan untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap keuangan.
- d. *Attitude*. Sikap menjadi salah satu kontributor yang strategis dalam kesuksesan atau kegagalan individu. Sikap mencakup mental dan tingkat dari kesiapan yang mengatur respon individu pada semua objek dan situasi yang berkaitan dengan keuangan melalui pengalaman keuangan (*Financial experiences*).

2.1.2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang Monticone (2010), yaitu :

- (1) Karakteristik Sosio-demografi, perempuan dan etnis minoritas memiliki pengetahuan yang rendah, sementara individu yang berpendidikan memiliki pengetahuan finansial atau melek keuangan yang lebih besar. Pengetahuan tentang keuangan berkorelasi positif dengan kekayaan atau penghasilan.
- (2) Latar Belakang Keluarga, selain faktor sosio-demografis dan kemampuan kognitif, melek finansial atau pengetahuan tentang keuangan adalah dipengaruhi oleh latar belakang keluarga, terutama pendidikan orang tua. Bahwasannya pendidikan orangtua dan mempengaruhi pengetahuan seseorang tentang keuangan.
- (3) Kekayaan, Menurut Delavande dalam Penelitian Monticone (2010), pengetahuan keuangan memungkinkan investor untuk harga yang lebih tinggi dari laba aset mereka dalam setiap risiko dan merupakan investasi model manusia. Dalam kerangka ini, manfaat dari investasi dalam pengetahuan finansial juga tergantung pada jumlah aset yang diinvestasikan, karena semakin tinggi bekal pengetahuan keuangan yang dimiliki semakin tinggi pengembalian yang diperoleh aset. Maka dari itu, individu yang kaya harus memiliki insentif yang lebih besar untuk memiliki pengetahuan finansial (*financial literacy*).
- (4) Preferensi Waktu, menurut Meier dan Sprenger (2010) memberikan hasil studi lapangan yang menghubungkan keputusan individu untuk memperoleh informasi keuangan pribadi dengan preferensi waktu. Dalam

penelitannya, menyatakan bahwa preferensi waktu, individu dapat menjelaskan siapa yang akan dan siapa yang tidak akan memilih untuk memiliki pengetahuan finansial.

2.1.2.3.5 Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Ada beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan dalam menerapkan kegiatan dalam rangka meningkatkan literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam *Revisit 2017*, yaitu:

- (1) Terencana dan terukur, kegiatan yang dilakukan memiliki konsep yang sesuai dengan sasaran, strategi, kebijakan otoritas dan kebijakan pelaku usaha jasa keuangan serta memiliki indikator untuk memperoleh informasi peningkatan literasi keuangan.
- (2) Berorientasi pada pencapaian, kegiatan yang dilakukan mampu mencapai tujuan peningkatan literasi keuangan dengan mengoptimalkan sumber yang ada.
- (3) Berkelanjutan, kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan yang direncanakan serta memiliki aspek jangka panjang. Dalam penerapan prinsip berkelanjutan, pelaku usaha jasa keuangan perlu mengutamakan pemahaman terhadap pengelolaan keuangan, lembaga, produk dan/ atau layanan jasa keuangan.
- (4) Kolaborasi, kegiatan yang dilakukan melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan secara bersama-sama.

2.1.2.4 Inklusi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, dalam *Revisit 2017*) mendefinisikan inklusi keuangan sebagai ketersediaan akses pada berbagai

lembaga, produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ketersediaan tersebut bukan hanya dilihat dari akses yang dapat dimanfaatkan namun juga ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kesesuaian produk dan layanan jasa keuangan tersebut dapat memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat dan dapat digunakan secara optimal. Sementara ruang lingkup dalam rangka peningkatan inklusi keuangan meliputi perluasan akses terhadap lembaga, produk dan layanan jasa keuangan kepada target konsumen, dan penyediaan produk dan layanan jasa keuangan, termasuk penciptaan skema atau pengembangan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan masyarakat.

Sarma (2008) mendefinisikan inklusi keuangan sebagai proses yang memastikan kemudahan akses, ketersediaan, dan penggunaan sistem keuangan formal oleh masyarakat sebagai anggota ekonomi. *Center for Financial Inclusion* (CFI, 2016) mendefinisikan inklusi keuangan sebagai akses terhadap akses produk keuangan yang sesuai termasuk kredit, tabungan, asuransi, dan pembayaran, tersedianya akses yang berkualitas termasuk kenyamanan, keterjangkauan, kesesuaian dan dengan memperhatikan perlindungan konsumen, serta ketersediaan tersebut juga diberikan kepada semua orang.

Berbagai institusi pun mencoba untuk mendefinisikannya sebagai berikut :

“state in which all working age adults have effective access to credit, savings, payments, and insurance from formal service providers. Effective access involves convenient and responsible service delivery, at a cost affordable to the customer and sustainable for the provider, with the result that financially excluded customers use formal financial services rather than existing informal options” (CGAP-GPFI).

Sementara *Financial Action Task Force* (FATF) mendefinisikan keuangan inklusif sebagai berikut :

“financial inclusion involves providing access to an adequate range of safe, convenient and affordable financial services to disadvantaged and other vulnerable groups, including low income, rural and undocumented persons, who have been underserved or excluded from the formal financial sector. Sedangkan Reserve Bank of India (RBI) mendefinisikan inklusi keuangan sebagai “process of ensuring access to appropriate financial products and services needed by all sections of the society in general and vulnerable groups such as weaker sections and low income groups in particular, at an affordable cost in a fair and transparent manner by regulated , mainstream institutional players”.

Dari beberapa definisi dan konsep inklusi keuangan yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan dianggap sebagai keadaan atau kondisi seseorang memiliki akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan secara tepat waktu, aman dan biaya yang terjangkau. Layanan keuangan yang diterima oleh masyarakat adalah yang terlindungi hak dan kewajiban dari risiko yang mungkin muncul.

2.1.2.4.1 Indikator Inklusi Keuangan

Indeks Keuangan Inklusif (IKI) merupakan cara alternatif untuk mengukur inklusi keuangan dengan menggunakan indeks multidimensional berdasarkan data makro ekonomi. Ada beberapa indikator yang berperan dalam pengukuran inklusi keuangan (OJK dalam *Revisit*, 2017) , yaitu :

- (1) Akses adalah infrastruktur yang disediakan oleh lembaga jasa keuangan agar masyarakat dapat menjangkau baik lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang bersifat formal. Contohnya perluasan akses keuangan antara lain:
 - a. Penambahan jaringan kantor,
 - b. Penambahan jumlah agen,
 - c. Penambahan jumlah ATM,

- d. Penambahan *point of access* melalui layanan digital,
- e. Persiapan infrastruktur berbentuk fasilitas nir kantor (*branchless*),
- f. Penambahan kerja sama dengan pihak lain, dan
- g. Pengembangan *delivery channel* atau saluran distribusi produk dan layanan jasa keuangan.

(2) Ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh seluruh golongan masyarakat agar setiap golongan tersebut mampu memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dalam hal ini lembaga jasa keuangan perlu menyediakan produk dan layanan jasa keuangan untuk seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan perlu disesuaikan dengan karakter dan kebutuhan yang dapat dijangkau baik dari segi harga maupun aksesnya.

(3) Penggunaan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat merupakan tujuan akhir dari inklusi keuangan sehingga diharapkan masyarakat bukan hanya menikmati produk dan layanan jasa keuangan yang digunakannya, melainkan juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

(4) Kualitas merupakan kondisi dimana produk dan layanan jasa keuangan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat yang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan tersebut. Kualitas dalam hal ini, dapat diartikan pula penggunaan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat secara aktif yang berarti produk dan layanan jasa keuangan "*fit*" dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga frekuensi penggunaannya relatif tinggi.

Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM, Bank Indonesia (www.bi.go.id) menyatakan bahwa untuk mengetahui sejauh mana perkembangan kegiatan keuangan inklusif maka diperlukan suatu ukuran kinerja.

Dari beberapa referensi, indikator yang dapat dijadikan ukuran dalam mengembangkan inklusi keuangan adalah :

- (1) **Ketersediaan atau akses** : mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal dalam hal keterjangkauan fisik dan harga.
- (2) **Penggunaan** : mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan (keteraturan, frekuensi, dan lama penggunaan).
- (3) **Kualitas** : mengukur apakah atribut produk dan jasa keuangan telah memenuhi kebutuhan pelanggan.
- (4) **Kesejahteraan** : mengukur dampak layanan keuangan terhadap tingkat kehidupan pengguna jasa.

Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM Bank Indonesia mengemukakan bahwa untuk mengetahui sejauh mana perkembangan kegiatan keuangan inklusif diperlukan suatu ukuran kinerja. Dari beberapa referensi, indikator yang dapat dijadikan ukuran sebuah negara dalam mengembangkan keuangan inklusif adalah :

- 1) **Ketersediaan atau akses** : mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal dalam hal keterjangkauan fisik dan harga.
- 2) **Penggunaan** : mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan (keteraturan, frekuensi dan lama penggunaan)
- 3) **Kualitas** : mengukur apakah atribut produk dan jasa keuangan telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

- 4) **Kesejahteraan** : mengukur dampak layanan keuangan terhadap tingkat kehidupan pengguna jasa.

Tabel 2.1 Indikator Keuangan Inklusif yang digunakan Bank Indonesia

Dimensi	Indikator	Keterangan
Akses	Jumlah akses poin per 10.000 penduduk dewasa di level nasional dan terbagi berdasarkan jenis dan unit administratif	a) Akses poin : Tempat melakukan transaksi <i>cash in / cash out</i> (Bank, ATM, agen / UPLK)
		b) Unit administratif : provinsi dan kabupaten.
		c) Jumlah penduduk dewasa adalah penduduk usia produktif (20 tahun ke atas).
	Persentase jumlah unit administratif yang memiliki minimal 1 (satu) akses poin.	a) Unit administratif : provinsi dan kabupaten
	Persentase dari total populasi yang tinggal di suatu unit administratif yang memiliki minimal 1 (satu) akses poin	a) Total populasi dalam provinsi dan kabupaten
Penggunaan	Jumlah akses poin per 10 km ²	a) Akses poin : tempat melakukan transaksi <i>cash in/ cash out</i> (Bank, ATM, agen / UPLK)
	Persentase jumlah penduduk dewasa yang memiliki minimal satu jenis rekening simpanan (untuk negara yang tidak memiliki data ini dapat menggunakan jumlah rekening simpanan per 10.000 penduduk dewasa)	a) Jumlah rekening simpanan per 10.000 penduduk dewasa. b) Rekening simpanan: giro, tabungan, deposito berjangka.
	Persentase jumlah penduduk yang memiliki minimal satu jenis rekening pinjaman (untuk negara yang tidak memiliki data ini dapat menggunakan jumlah rekening pinjaman per 10.000 penduduk dewasa)	a) Jumlah rekening pinjaman per 10.000 penduduk dewasa

Sumber : *Alliance For Financial Inclusion Set of Indicators*

Bank Indonesia menjelaskan bahwa Indeks Keuangan Inklusif (IKI) adalah salah satu cara alternatif untuk pengukuran keuangan inklusif yang

menggunakan indeks multidimensional berdasarkan data makroekonomi, terutama pada jangkauan layanan sektor perbankan. Pengukuran IKI pada dasarnya merupakan upaya yang dilakukan Bank Indonesia untuk mengkombinasikan berbagai indikator sektor perbankan, sehingga pada akhirnya IKI dapat menggabungkan beberapa informasi mengenai berbagai dimensi dari sebuah sistem keuangan yang inklusif, yaitu akses (*access*), penggunaan (*usage*), kualitas (*quality*) dari layanan perbankan. (www.bi.go.id).

- 1) **Dimensi Akses** adalah dimensi yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal, sehingga dapat dilihat terjadinya potensi hambatan untuk membuka dan mempergunakan rekening bank, seperti biaya atau keterjangkauan fisik layanan jasa keuangan (kantor bank, ATM, dll). Bank Indonesia menyatakan bahwa penentuan ukuran pada dimensi akses adalah dilihat dari Jumlah Kantor Bank per 100.000 penduduk dewasa; Jumlah ATM per 100.000 penduduk dewasa; Jumlah kantor bank per 1.000km² ; Jumlah ATM per 1.000 km².

Kantor Bank adalah sebagai seluruh jaringan atau unit kantor bank yang tercatat dapat memberikan layanan keuangan kepada nasabah (melakukan kegiatan operasional) dan terpisah secara fisik dengan kantor utamanya, antara lain meliputi : Kantor Cabang (KC), Kantor Cabang Pembantu (KCP), Kantor Kas, Unit Usaha Syariah, Kas Mobil, *Payment Point*, *Agency*, dan *Deposit Taking Company* (DTC). Yang dimaksud dengan jaringan kantor adalah Jaringan Kantor Bank sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia mengenai Bank Umum dan Ketentuan Bank Indonesia mengenai Bank Umum Syariah. **ATM** adalah mesin dengan sistem komputer yang diaktifkan dengan kartu magnetik bank yang

berkode atau bersandi, dengan mesin tersebut nasabah dapat menabung, mengambil uang tunai, transfer dana antar-rekening, dan transaksi rutin lainnya. **Penduduk Dewasa** adalah semua penduduk di suatu negara atau provinsi atau kabupaten atau kota yang berusia di atas 15 tahun. **Luas Wilayah (km²)** adalah seluruh luas daratan yang merupakan wilayah administratif negara provinsi dan kabupaten atau kota.

2) **Dimensi Penggunaan** adalah dimensi yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan, antara lain terkait keteraturan, frekuensi dan lama penggunaan. Indikator yang dipergunakan dalam mengukur dimensi penggunaan meliputi :

- a. Jumlah rekening dana pihak ketiga (Deposito, Giro, Tabungan) per 1.000 Penduduk Dewasa
- b. Jumlah Rekening Kredit per 1.000 Penduduk Dewasa

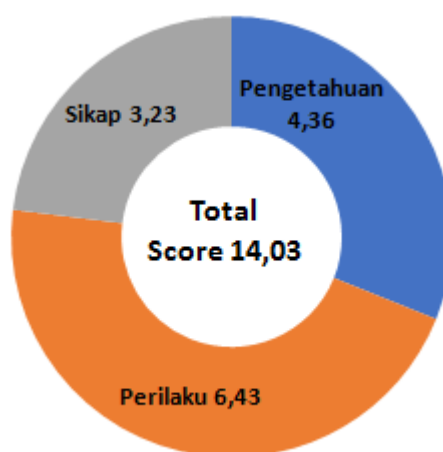
Data yang dipergunakan dalam pengukuran dimensi akses dan dimensi penggunaan di atas, diperoleh dari *supply-side data* yang disediakan oleh lembaga keuangan dan instansi pemerintah lainnya, terdiri dari :

- a. Data jumlah Kantor dan ATM bersumber dari Laporan Kantor Pusat Bank Umum (LKPBU)
- b. Data jumlah rekening Dana Pihak Ketiga (Deposito, Tabungan dan Giro) bersumber dari Laporan Bank Umum (LBU)
- c. Data Penduduk Dewasa bersumber dari BPS
- d. Data Luas Wilayah bersumber dari Kementerian Dalam Negeri.

3) **Dimensi Kualitas** adalah dimensi yang digunakan untuk mengetahui apakah ketersediaan atribut produk dan jasa keuangan telah memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengukuran terhadap dimensi ini masih sukar untuk

dilakukan dan saat ini beberapa lembaga internasional yang *concern* dalam pengembangan keuangan inklusif sedang menyusun indikator dari dimensi kualitas beserta *tools* yang dipergunakan. Secara umum *The Alliance for Financial Inclusion* (AFI) telah menyepakati prinsip-prinsip yang dipergunakan dalam menyusun indikator dari dimensi kualitas, meliputi ringkas (*conciseness*), spesifik (*specifity*), sederhana (*simplicity*), adanya perbaikan (*improvement*) dan *client perspective*.

Gambar 2.5 Skor *Financial Literacy* Indonesia



Pengetahuan	Sikap	Perilaku
- Berdasarkan survey ini, skor pengetahuan tertinggi di Indonesia sebesar 6 (sama halnya dengan Albania, Armenia, Hungaria, Malaysia, Norwegia, Peru, Polandia, Inggris dan Britis Virgin Island)* - Republik Czesnia dan Estoria mampu mencapai skor pengetahuan sebesar 7* - Jerman adalah Negara yang berhasil mencapai skor pengetahuan maksimum yaitu 8*	60,37% responden memiliki skor sikap terhadap keuangan di atas rata-rata 3,23 - Albania dan Peru memiliki skor sikap tertinggi yaitu sebesar 3,2* - Skor yang tinggi mengindikasikan bahwa responden memiliki orientasi keuangan jangka panjang yang dianggap berkaitan dengan sikap positif	90% responden mendapatkan skor cukup tinggi yaitu 5 sampai 9 - Hanya kurang dari 10% responden yang memperlihatkan perilaku keuangan yang cenderung negatif (yang hanya mendapatkan skor perilaku keuangan dari 5)
Rata-rata total skor dinegara-negara OECD bervariasi antara 12,4 dan 15,1*.		

Sumber : Survey Financial Literacy Baseline 2012 oleh Bank Indonesia dan LD-FEUI mengacu pada OECD

Pengukuran dimensi kualitas dapat didekati salah satunya melalui pengukuran tingkat *financial literacy*. Bank Indonesia bekerja sama dengan Lembaga Demografi FEUI melakukan survei skor *financial literacy* pada

tahun 2012. Skor *financial literacy* pada survei ini mengacu pada skor yang dibangun oleh OECD. Skor *financial literacy* dibangun dari 3 dimensi, yaitu pengetahuan keuangan, sikap terhadap keuangan dan perilaku keuangan yang kemudian diagregasi menjadi skor total untuk menggambarkan tingkat melek keuangan suatu negara.

2.1.2.4.2 Peranan Bank Indonesia dalam Strategi Nasional Inklusi Keuangan

Bank Indonesia melalui Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM mendukung pelaksanaan implementasi Strategi Nasional Keuangan Inklusif melalui peranan sebagai berikut:

- 1) **Mengkoordinasikan kegiatan keuangan inklusif dengan kementerian atau lembaga terkait.** Melakukan koordinasi dengan kementerian atau lembaga terkait dalam perencanaan dan pelaksanaan program keuangan inklusif.
- 2) **Melakukan pemetaan potensi daerah sebagai dasar penetapan program dan prioritas kegiatan keuangan inklusif.** Pemetaan potensi daerah antara lain dilakukan terhadap sektor ekonomi, pihak penerima program dan stakeholder terkait.
- 3) **Menetapkan program dan prioritas kegiatan keuangan inklusif yang akan dilakukan setelah berkoordinasi dengan kementerian atau lembaga terkait.** Penetapan program dan prioritas kegiatan dilakukan sesuai dengan hasil pemetaan potensi daerah yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Selanjutnya untuk mempermudah pelaksanaannya, dibuat pedoman program keuangan inklusif.
- 4) **Sebagai *focal point* untuk kegiatan tertentu yang menjadi kewenangan Bank Indonesia dalam rangka pelaksanaan Strategi Nasional Keuangan**

Inklusif. Bank Indonesia menjadi *focal point* dengan fokus pada edukasi, perlindungan konsumen, pengaturan dan pengawasan di bidang sistem pembayaran; edukasi perencanaan keuangan; pengaturan dan pemetaan sistem informasi untuk keuangan inklusif; serta pengembangan akses keuangan UMKM.

5) **Mensosialisasikan program keuangan inklusif.** Mensosialisasikan program kegiatan keuangan inklusif, khususnya kepada kantor perwakilan Wilayah Bank Indonesia serta pemangku kepentingan terkait.

6) **Membangun kerjasama dengan pemangku kepentingan terkait di luar Bank Indonesia.** Dalam rangka memperluas pengembangan keuangan inklusif diperlukan kerjasama dengan berbagai lembaga baik di tingkat nasional, regional maupun internasional.

7) **Melaksanakan kegiatan keuangan inklusif.** Melaksanakan kegiatan keuangan inklusif yang relevan dengan tugas dan wewenang Bank Indonesia.

8) **Mengevaluasi program kegiatan keuangan inklusif.** Bersama dengan kementerian atau lembaga terkait melakukan evaluasi perkembangan keuangan inklusif untuk bahan perbaikan dan penyempurnaan kegiatan di masa datang.

Keuangan inklusif sangat relevan untuk mendukung efektivitas fungsi dan tugas Bank Indonesia baik dari sisi moneter, sistem pembayaran dan terutama makroprudensial. (www.bi.go.id)

1) **Stabilitas Sistem Keuangan.** Keuangan inklusif membantu menurunkan tekanan dari sisi likuiditas (*liquidity risk*) dan risiko kredit (*credit risk*) di sektor perbankan. Dari sisi likuiditas, perbankan memperoleh sumber dana retail yang relatif lebih stabil meskipun dalam kondisi shock. Dari sisi kredit,

terbukanya pasar retail baru, khususnya kredit mikro dan kecil sehingga membantu diversifikasi portofolio dan risiko kredit. Selanjutnya program-program keuangan inklusif juga membantu meningkatkan kapabilitas masyarakat dengan munculnya *responsible finance* karena adanya program edukasi keuangan dan perlingungan konsumen.

2) **Kebijakan moneter.** Dengan keuangan inklusif, *policy rate* dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat dimanapun berada mengingat transmisi *policy rate* utamanya dilakukan melalui bank, sehingga membantu efektivitas kebijakan moneter dan tidak ada lagi masyarakat yang terkena *secound round effect* dari kebijakan dimaksud.

3) **Sistem pembayaran.** Semakin lancarnya sistem pembayaran ke seluruh pelosok daerah dan digunakan oleh seluruh penduduk dimanapun berada. Disamping itu juga membantu pelaksanaan program *less cash society* yang mempunyai nilai tambah bagi masyarakat dan perekonomian.

2.1.2.4.3 Prinsip Dasar Inklusi Keuangan

Dilansir dari laman website Bank Indonesia mengenai keuangan inklusi menyatakan ada berbagai alasan yang menyebabkan beberapa kelompok masyarakat dinyatakan *unbanked*, baik dari sisi *supply* (penyedia jasa) maupun *demand* (masyarakat), yaitu karena *price barrier* mahal, *information barrier* (tidak mengetahui), *design product barrier* (produk yang cocok) dan *channel barrier* (sarana yang sesuai). Keuangan inklusif mampu menjawab alasan tersebut dengan memberikan banyak manfaat yang dapat dinikmati oleh masyarakat, regulator, pemerintah dan pihak swasta, antara lain sebagai berikut :

- (1) Meningkatkan efisiensi ekonomi
- (2) Mendukung stabilitas sistem keuangan

- (3) Mengurangi *shadow banking* atau *irresponsible finance*
- (4) Mendukung pendalaman pasar keuangan
- (5) Memberikan potensi pasar baru bagi perbankan
- (6) Mendukung peningkatan *Human Development Index* (HDI) Indonesia
- (7) Berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional yang sustain dan berkelanjutan
- (8) Mengurangi kesenjangan (*inequality*) dan rigiditas *low income trap*, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang pada akhirnya berujung pada penurunan tingkat kemiskinan..

Ada beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan dalam menerapkan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam *Revisit* 2017, yaitu:

- (1) Terukur, perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan mempertimbangkan jangkauan wilayah, biaya, waktu, sistem teknologi, dan memiliki mitigasi terhadap potensi risiko yang timbul dari transaksi produk dan/ atau layanan jasa keuangan sehingga akses yang disediakan dan produk dan/atau layanan jasa keuangan yang dikembangkan memiliki karakteristik yang sesuai dengan sasaran dari kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan.
- (2) Terjangkau, pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan dapat diakses oleh seluruh golongan masyarakat dengan biaya murah atau tanpa biaya, serta pemanfaatan teknologi.
- (3) Tepat sasaran, pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat yang menjadi sasaran.

(4) Berkelanjutan, pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan dilakukan secara berkesinambungan untuk mencapai target yang direncanakan serta memiliki aspek jangka panjang yang mengutamakan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat.

Strategi keuangan inklusif bukanlah sebuah inisiatif yang terisolasi, sehingga keterlibatan dalam keuangan inklusif tidak hanya terkait dengan tugas Bank Indonesia, namun juga regulator, kementerian dan lembaga lainnya dalam upaya pelayanan keuangan kepada masyarakat luas. Melalui strategi nasional keuangan inklusif diharapkan kolaborasi antar lembaga pemerintah dan pemangku kepentingan tercipta secara baik dan terstruktur.

Pada dasarnya, kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*financial service deepening*) yang ditunjukkan kepada masyarakat *in the bottom of pyramid*.

Untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti sarana menyimpan uang yang aman, transfer, menabung maupun pinjaman dan asuransi. Hal ini dilakukan tidak saja menyediakan produk dengan cara yang sesuai tapi dikombinasikan dengan berbagai aspek.

2.1.2.4.4 Keuangan Inklusif di Indonesia

World Bank (2010) menyatakan bahwa setidaknya ada empat jenis layanan jasa keuangan yang dianggap vital bagi kehidupan masyarakat yaitu layanan penyimpanan dana, layanan kredit, layanan sistem pembayaran dan asuransi termasuk didalamnya dana pensiun. Keempat aspek inilah yang menjadi persyaratan mendasar yang harus dimiliki setiap masyarakat untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik. Peningkatan akses masyarakat kepada

lembaga keuangan tersebut tentunya merupakan masalah kompleksitas yang memerlukan koordinasi lintas sektoral yang melibatkan otoritas perbankan, jasa keuangan non bank dan kementerian atau lembaga lain yang menaruh perhatian pada upaya pengentasan kemiskinan, sehingga diperlukan kebijakan komprehensif serta menyeluruh dalam suatu Strategi Nasional Keuangan Inklusif. (Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM, Bank Indonesia).

Kerangka kerja umum keuangan inklusif dibangun di atas enam pilar sebagai berikut :

- 1) **Pilar 1 Edukasi Keuangan.** Merupakan strategi kebijakan untuk meningkatkan kapabilitas dalam mengelola keuangan yang dimulai dengan peningkatan pemahaman (pengetahuan) dan kesadaran masyarakat mengenai produk dan jasa keuangan. Ruang lingkup edukasi keuangan ini meliputi : a) pengetahuan dan kesadaran tentang ragam produk dan jasa keuangan, b) pengetahuan dan kesadaran tentang risiko terkait dengan produk keuangan, c) perlindungan nasabah, dan d) keterampilan mengelola keuangan.
- 2) **Pilar 2 Fasilitas Keuangan Publik.** Strategi pada pilar ini mengacu pada kemampuan dan peran pemerintah dalam penyediaan pembiayaan keuangan publik baik secara langsung maupun bersyarat guna mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Beberapa inisiatif dalam pilar ini meliputi : a) subsidi dan bantuan sosial, b) pemberdayaan masyarakat, dan c) pemberdayaan UMKM.
- 3) **Pilar 3 Pemetaan Informasi Keuangan.** Pilar ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, terutama yang tadinya dikategorikan

tidak layak untuk menjadi layak atau dari *unbankable* menjadi *bankable* dalam memperoleh layanan keuangan oleh institusi keuangan formal. Inisiatif yang dilakukan di pilar ini meliputi : a) peningkatan kapasitas (melalui penyediaan pelatihan dan bantuan teknis), b) sistem jaminan alternatif (lebih sederhana namun tetap memperhatikan risiko terkait), c) penyediaan layanan kredit yang lebih sederhana , dan d) identifikasi nasabah potensial.

4) Pilar 4 Kebijakan atau Peraturan Pendukung. Pelaksanaan program

keuangan inklusif membutuhkan dukungan kebijakan baik oleh pemerintah maupun Bank Indonesia guna meningkatkan akses akan layanan jasa keuangan. Inisiatif untuk mendukung pilar ini antara lain meliputi : a) kebijakan mendorong sosialisasi produk jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, b) menyusun skema produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, c) mendorong perubahan ketentuan dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian secara proporsional, d) menyusun peraturan mekanisme penyaluran dana bantuan melalui perbankan, e) memperkuat landasan hukum untuk meningkatkan perlindungan konsumen jasa keuangan, dan f) menyusun kajian yang berkaitan dengan keuangan inklusif untuk menentukan arah kebijakan secara berkelanjutan.

5) Pilar 5 Fasilitasi Intermediasi dan Distribusi. Pilar ini ditunjukkan untuk

meningkatkan kesadaran lembaga keuangan akan keberadaan segmen yang potensial di masyarakat sekaligus mencari beberapa metode alternatif untuk meningkatkan distribusi produk dan jasa keuangan. Beberapa aspek pada pilar ini meliputi: a) fasilitasi forum intermediasi dengan

mempertemukan lembaga keuangan dengan kelompok masyarakat produktif (layak dan *unbanked*) untuk mengatasi masalah informasi yang asimetris, b) peningkatan kerjasama antar lembaga keuangan untuk meningkatkan skala usaha, dan c) eksplorasi berbagai kemungkinan produk, layanan, jasa dan saluran distribusi inovatif dengan tetap memberikan perhatian pada prinsip kehati-hatian

6) Pilar 6 Perlindungan Konsumen. Pilar ini bertujuan agar masyarakat memiliki jaminan rasa aman dalam berinteraksi dengan institusi keuangan dalam memafaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan. Komponen yang berada pada pilar ini meliputi : a) transparansi produk, b) penanganan keluhan nasabah, c) mediasi, d) edukasi konsumen.

Keenam pilar tersebut selanjutnya dijabarkan kedalam program-program yang telah disesuaikan dengan kategori penduduk yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia dan Kementerian Terkait.

2.1.2.4.5 Metode Pendekatan Kegiatan Literasi dan Inklusi Keuangan

Upaya untuk meningkatkan gerakan literasi dan inklusi keuangan maka diperlukan strategi yang komprehensif dan menggunakan metode pendekatan yang sesuai dengan saat ini dan apa yang dibutuhkan masyarakat.

Otoritas Jasa Keuangan dalam *Revisit 2017* merangkum pendekatan dalam melakukan kegiatan literasi dan inklusi keuangan yang berdasarkann pada :

(1) Pendekatan Geografis, pendekatan ini dilakukan dengan memperhatikan karekteristik keunggulan daerah yang dikombinasikan dengan indeks literasi dan inklusi keuangan wilayah tersebut sehingga dapat diidentifikasi program kegiatan literasi keuangan serta penyediaan produk dan layanan jasa

keuangan apa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di daerah tersebut.

- (2) Pendekatan Sasaran, dengan melihat indeks literasi dan inklusi keuangan berdasarkan kelompok masyarakat tertentu misalnya perempuan, pelajar dan lain-lain. Dengan pendekatan ini, maka dapat diketahui kesesuaian materi dan metode penyampaian yang tepat bagi kelompok masyarakat tertentu. Dalam hal inklusi keuangan, pendekatan sasaran sangat dibutuhkan untuk mengidentifikasi bentuk akses yang diminati dan sesuai untuk kelompok masyarakat tertentu serta produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dimaksud.

- (3) Pendekatan Sektorial, melalui pendekatan sektoral maka akan dipetakan aspek-aspek pembentuk indeks literasi dan inklusi keuangan masing-masing industri jasa keuangan, yaitu Perbankan, Pasar Modal, Perasuransian, Lembaga Pembiayaan, Dana Pensiun, dan Pegadaian. Dengan melakukan pemetaan maka dapat diketahui industri jasa keuangan mana yang masih memerlukan upaya peningkatan yang lebih optimal dalam rangka meningkatkan literasi keuangan dan memperluas akses keuangan.

2.1.2.5 Kinerja Usaha

Pada dasarnya, setiap perusahaan senantiasa berupaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pada aktivitas-aktivitas operasinya. Tujuannya adalah hasil akhir yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui eksistensi dan operasinya, misalnya : kesinambungan, keuntungan, efisiensi, kepuasan dan pembinaan karyawan, mutu produk atau pelayanan bagi konsumen, pertanggung-jawaban sosial, kepemimpinan pasar (Glueck & Jauch, 1988).

Kinerja mengacu pada tingkat pencapaian prestasi dari usaha dalam periode waktu tertentu. Kinerja menentukan bagaimana sebuah usaha dapat berkembang dimana memiliki tujuan untuk memperoleh laba atau benefit dan hal ini dapat tercapai apabila usaha mempunyai kinerja yang baik.

Penilaian kinerja memiliki nilai penting bagi perusahaan, karena selain digunakan sebagai ukuran keberhasilan dalam periode tertentu, dapat pula dijadikan perbaikan dan peningkatan kinerja perusahaan di masa depan. Pada kondisi persaingan, globalisasi dan ledakan teknologi, kapabilitas inovasi dan penciptaan pengetahuan muncul sebagai faktor-faktor dari keunggulan bersaing.

Menurut Carton and Hofer (2006) kinerja merupakan konstruk multi-dimensi, yang meliputi dimensi : *profitability, operational, market-based, growth, efficiency, liquidity, size, survival*, dan lainnya, dimana masing-masing dimensi mengandung sejumlah indikator.

2.1.2.5.1 Indikator Kinerja Usaha

Dalam kajian Widener (2006), pengukuran kinerja dilakukan dengan mengkombinasikan ukuran finansial dan non-finansial. Widener (2006) juga menyampaikan bahwa pengukuran kinerja pada

- 1) Aspek finansial menggunakan ukuran : pertumbuhan laba, pertumbuhan pendapatan, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian penjualan. Ukuran finansial ini umumnya lebih obyektif, mudah dipahami, sederhana dan dihitug. Namun banyak kasus data keuangan sulit didapat maupun diakses, serta cenderung tidak lengkap dan akurat.
- 2) Aspek non-finansial memungkinkan digunakan sebagai suplemen ukuran-ukuran finansial. Kombinasi diantara kedua dimensi ukuran tersebut dapat membantu para pengambil keputusan mendapatkan perspektif yang lebih

luas dalam mengukur kinerja usahanya, terutama dalam efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya, dan keunggulan kompetitif. Ukuran-ukuran non-finansial yang bisa digunakan adalah: pemenuhan permintaan pelanggan, kemampuan untuk menawarkan kualitas produk atau jasa, kapasitas untuk mengembangkan proses dan produk baru, kemampuan mengelola dan mengembangkan tenaga kerja, produktivitas tenaga kerja.

Dalam penelitian-penelitian UMKM, penilaian kinerja usaha biasanya menggunakan pendekatan campuran (finansial dan non-finansial) untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana suatu usaha mencapai tujuannya (Chong, 2008). Namun, kesulitan muncul ketika manajer atau pemilik UMKM tidak bersedia atau keberatan memberikan informasi data kinerja keuangannya (Beal, 2000). Untuk mengantisipasi tidak tersedianya data kinerja yang memadai, memungkinkan digali dengan pendekatan persepsi dari pemilik atau pengelola UMKM (Dess and Beard, 1984). Situasi tersebut relevan untuk mengukur kinerja suatu UMKM dengan menggunakan pendekatan persepsi, apalagi usaha kecil biasanya jarang membuat laporan keuangan dengan benar yang memungkinkan tidak pernah dipublikasikan (Dess *et al.*, 1999).

2.1.2.5.2 Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia UMKM masuk kedalam kelompok usaha yang tahan akan terpaan krisis ekonomi pada tahun 1998. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM.

- (1) Usaha Mikro, adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang

(2) Usaha Kecil, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perseorangan 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 memiliki kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang

(3) Usaha Menengah, 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 sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Rahmana (2008) menyatakan bahwa ada beberapa instansi yang mendefinisikan UMKM, seperti Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), dimana Usaha Kecil dan Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk aset tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. sedangkan Usaha Menengah (UM) adalah usaha milik orang perseorangan yang memiliki aset dan kekayaan bersih $\geq$ Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 10.000.000.000.

Scot and Bruce (1987) mendefinisikan UMKM adalah salah satu yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

1) Manajemen yang bersifat independen sehingga cenderung pemilik adalah manajer.

2) Modal milik bersama dan disimpan dalam satu orang atau sebuah kelompok yang kecil.

3) Di lokasi usaha, pemilik dan pekerja biasanya berasal dari latar belakang yang sama.

2.1.2.5.3 Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Rahmana (2008) ada beberapa kriteria berdasarkan perkembangannya, yaitu:

- a) *Livelihood Activities*, UMKM sektor informal dimana Usaha Kecil Menengah yang dianggap sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya : pedagang kaki lima
- b) *Micro Enterprise*, Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- c) *Small Dynamic Enterprise*, Usaha Kecil dan Menengah yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- d) *Fast Moving Enterprise*, Usaha Kecil dan Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar.

Menurut Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dimana menjelaskan posisi UMKM sebagai sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

- (1) Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 dikategorikan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki UMKM.

Tabel 2.2 Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria	
		Aset	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
4	Usaha Besar	>10 Miliar	>50 Miliar

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah , 2012)

2.1.2.5.4 Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 menjelaskan tujuan dari keberadaan UMKM dimana perkembangan UMKM dapat membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Jadi sudah jelas peran UMKM adalah menjadi katalisator pemerataan ekonomi kerakyatan di Indonesia walaupun masuk dalam kategori usaha kecil namun dampak yang dapat dirasakan begitu besar terhadap lapangan pekerjaan. UMKM diawali dengan modal dan investasi yang tidak begitu besar sehingga lebih fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi global yang tidak stabil. UMKM sudah terbukti memiliki potensi besar dalam membangun perekonomian nasional ditunjukkan melalui rincian data sebagai berikut :

- (1) Posisi UMKM masih menempati peringkat pertama sebagai sektor dengan jumlah besar. Tahun 2018 tercatat sebanyak 59,69 juta UMKM atau 99,9% dari jumlah total unit usaha.
- (2) Kontribusi sektor UMKM pada tahun 2016 meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen.

- (3) UMKM juga membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri tumbuh dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir.

Dari sisi serapan tenaga kerja, sektor ini mampu menyerap hingga 57,9 juta pekerja.

2.1.2.5.5 Jenis-Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berikut adalah jenis-jenis UMKM yang ada di Indonesia (Lupiyoadi, 2004) :

- (1) Bisnis Jasa, merupakan yang terbesar dan cepat pertumbuhannya dalam dunia bisnis kecil. Jasa membawa keuntungan yang sangat besar bagi usaha kecil yang mampu berinovasi tinggi. Misalnya : persewaan mobil, konsultan manajemen, jasa layanan internet, dan lain-lain.
- (2) Bisnis Eceran adalah bentuk bisnis kecil yang ditekuni oleh wirausaha kecil dan menengah. Bisnis eceran adalah satu-satunya usaha yang menjual produk manufaktur yang langsung kepada toko konsumen.
- (3) Bisnis Distribusi sama seperti bisnis jasa dan eceran yang sudah mulai mendominasi seluruh penjualan dalam jumlah besar. Bisnis ini adalah satu-satunya bisnis yang membeli barang dari pabrik atau produsen dan menjual kepada pedagang eceran.
- (4) Pertanian barangkali adalah bentuk usaha kecil yang tertua. Pada awalnya hasil pertanian digunakan untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan keluarga, namun lama kelamaan menjadi usaha yang cukup besar karena adanya ketergantungan satu sama lain. Contoh dari hal ini adalah sebagian petani membutuhkan tanah dan sebagian lagi membutuhkan alat-alat dan sebagian lagi ada yang membutuhkan pekerja.

- (5) Bisnis Manufaktur adalah suatu bisnis kecil yang memerlukan modal untuk investasi yang cukup besar dibanding empat jenis usaha lainnya karena memerlukan tenaga kerja, teknologi, dan bahan mentah untuk mengoperasikannya. Contohnya : Kerajinan tangan, percetakan, dan lain-lain.

2.1.2.5.6 Peluang dan Kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

(1) Peluang Bisnis UMKM

Peran krusial dari sektor UMKM memberikan dampak tidak hanya pada masyarakat yang berada di kota-kota besar tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi di daerah. (www.bi.go.id)

- a. UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional.
- b. Krisis moneter 1998 dan krisis 2008-2009 membuktikan bahwa UMKM tetap bertahan dari guncangan dan tekanan krisis.
- c. UMKM juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja dan melalui UMKM banyak tercipta unit-unit yang membutuhkan tenaga-tenaga baru.
- d. UMKM memiliki fleksibilitas tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar, sehingga UMKM perlu perhatian khusus yang didukung oleh informasi akurat, agar terjadi *link* bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.
- e. UMKM di Indonesia, sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, ketimpangan

distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan perdesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut diatas.

Selain penjelasan mengenai peluang adanya UMKM, pernyataan diatas juga didukung oleh beberapa kontribusi positif UMKM yang tidak dapat diragukan lagi. BI merangkum kedalam profil bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

- a. Tulang punggung perekonomian nasional karena merupakan populasi pelaku usaha dominan (99,9%).
- b. Menghasilkan PDB sebesar 60,34%.
- c. Menyumbang volume ekspor mencapai 14,06% (Rp. 166,63 triliun) dari total ekspor nasional.
- d. Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) nasional sebesar 52,33% (Rp. 830,9 triliun).
- e. Secara geografis tersebar di seluruh tanah air, di semua sektor. Memberikan layanan kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat. *Multiplier effect*-nya tinggi. Merupakan instrumen pemerataan pendapatan dan mengurangi ketimpangan kesejahteraan masyarakat.
- f. Wadah untuk penciptaan wirausaha baru.
- g. Ketergantungan pada komponen impor yang minimal. Memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal yang mudah ditemukan dan tersedia di sekitar sehingga menghemat devisa.

Tabel. 2.3 Aspek Lingkungan Strategis

Aspek Politik	Aspek Ekonomi	Aspek Sosial
Pesatnya kerjasama ekonomi antar negara terutama dalam konteks ASEAN dan APEC yang menciptakan peluang baru bagi UMKM	a) Kontribusi UMKM terhadap pembentukan PDB b) Pengembangan UMKM hanya membutuhkan tingkat investasi yang lebih rendah c) Kontribusi UMKM dalam ekspor non migas	a) Sektor UMKM telah menjamin stabilitas pasar tenaga kerja b) Penekanan pengangguran menjadi wahana bangkitnya wirausaha baru

Sumber : Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UMKM

Oleh karena itu, sektor tersebut sampai saat ini masih mempunyai peran yang vital untuk mendorong perekonomian nasional, hal ini disebabkan keberadaannya sebagai peran utama dalam kegiatan ekonomi dalam berbagai sektor, penyerap tenaga kerja terbanyak, katalisator pemerataan pendapatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat di daerah, dianggap sebagai *market creator* dan Inovator, penyumbang neraca pembayaran dalam kegiatan ekspor.

(2) Kendala Bisnis UMKM

Peran strategis dari sektor UMKM sudah tidak bisa diragukan lagi, namun dalam awal dimulai usaha sampai dengan proses kegiatan terdapat beberapa kendala yang terjadi baik secara internal maupun eksternal. (www.bi.go.id)

Berikut adalah beberapa kendala atau hambatan yang kerap terjadi dalam proses kegiatan UMKM:

a. Internal

- 1) Modal, sekitar 60-70 % UMKM belum mendapat akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Diantara penyebabnya adalah hambatan geografis. Belum banyak bank yang membuka unit-unit atau cabang yang mampu menjangkau hingga ke pelosok dan daerah terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara

manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan. Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

- 2) Sumber Daya Manusia, dimana kurangnya pemahaman mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan *quality control* terhadap produk. Kemampuan membaca kebutuhan pasar yang masih belum terasah, sehingga belum mampu menangkap peluang dan keinginan pasar. Kegiatan pemasaran yang masih mengandalkan cara tradisional seperti *mouth to mouth* dan belum menggunakan media sosial sebagai instrumen pemasaran. Dari sisi jumlah tenaga kerja, belum mampu memperkerjakan banyak tenaga kerja karena keterbatasan dana. Pemilik UMKM terkadang terlibat persoalan teknis, sehingga cenderung tidak memiliki tujuan dan rencana usaha dalam jangka panjang.
- 3) Hukum, belum ada legalitas hukum dan kurangnya kesadaran dalam mendaftarkan jenis usahanya sehingga posisi masih berbadan hukum perorangan.
- 4) Akuntabilitas, belum ada neraca keuangan baik dari sistem administrasi keuangan dan manajemen keuangan yang memadai.

b. Eksternal

- 1) Iklim usaha masih belum kondusif, perlunya menjaga komunikasi antar *stakeholder* UMKM. Lembaga pemerintah, insitusi pendidikan, lembaga keuangan dan asosiasi usaha untuk lebih menjaga koordinasi. Belum lancarnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya registrasi usaha yang masih tinggi, infrastruktur di daerah, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UMKM.

2) Infrastruktur, masih terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan digitalisasi dan teknologi.

3) Akses, terbatasnya akses terhadap bahan baku sehingga terkadang UMKM mendapatkan bahan baku berkualitas rendah. Kurangnya akses terhadap teknologi, terutama bila pangsa pasar dikuasai oleh perusahaan besar. Selera konsumen yang cepat berubah dan UMKM dirasa belum mampu mengimbangi sehingga tersaingi oleh usaha yang memiliki modal besar.

2.1.2.5.7 Risiko Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam rangka memberikan pendanaan pada sektor UMKM, lembaga keuangan perlu melihat informasi dari beberapa risiko yang dimiliki UMKM, sebagai berikut (www.bi.go.id) :

- 1) Belum adanya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik sehingga perlu adanya pemisahan kepemilikan dan pengelolaan usaha, hal ini menyulitkan pihak bank untuk mengetahui informasi mengenai rincian usaha secara mendetail.
- 2) Sulitnya menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman lembaga keuangan formal maupun modal ventura.
- 3) Kendala dalam menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat.
- 4) Pengusaha UMKM belum memiliki strategi pemasaran produk yang baik.
- 5) Kurangnya pemahaman dalam mengakses teknologi.
- 6) Kurang peka dan memahami selera konsumen yang tidak stabil.
- 7) Kualitas produk dan produktivitas masih rendah.
- 8) Ketebatasan dalam mendapatkan pasokan bahan baku.
- 9) Tenaga pengelola dan produksi kurang terampil.

10) Terkadang UMKM dikelola oleh satu keluarga dan biasanya *one man show*, artinya sangat bergantung pada orang-orang tertentu, sehingga keberlangsungan usaha tergantung peran seseorang bukan berdasarkan sistem.

11) Bisnis UMKM seringkali masih sederhana dalam mengelola keuangan dan lemah dalam sistem pengedaliannya, sehingga rawan terhadap penyelewengan.

12) Pelaku UMKM kesulitan dalam menyediakan agunan yang dibutuhkan ketika pengajuan pinjaman ke Bank.

13) Pelaku UMKM belum mendaftarkan usahanya sebagai badan usaha resmi.

Walaupun demikian, bagi *startup financial technology* tetap memiliki peluang untuk memberikan dana terhadap UMKM karena akan mendapatkan keuntungan berupa (www.bi.go.id) :

a. Dari sisi risiko kemacetan pinjaman, tingkat kemacetannya relatif kecil, dikarenakan pelaku UMKM memiliki tingkat kepatuhan yang relatif tinggi dibandingkan dengan usaha besar.

b. Pemberian kredit kepada UMKM merupakan strategi penyebaran risiko, karena biasanya nominal kredit yang diberikan relatif lebih kecil dengan jumlah nasabah yang lain sehingga pemberian kredit tidak terkonsentrasi pada satu sektor usaha.

c. Suku bunga kredit yang cenderung lebih tinggi dari tingkat bunga pasar memungkinkan bank-bank memperoleh pendapatan bunga yang memadai.

2.1.2.5.8 Faktor –faktor yang mempengaruhi Daya Saing UMKM di Indonesia

Performa UMKM di Indonesia masih relatif dibawah UMKM di beberapa negara tetangga. Berdasarkan analisa literatur, data sekunder dan masukan dari beberapa kementerian terkait sebagai pelaksana kebijakan, asosiasi pengusaha, industri perbankan nasional dan pihak swasta lainnya melakukan kajian penelitian mengenai faktor yang berpengaruh pada tingkat produktivitas dan inovasi UMKM. Kajian tersebut dirilis oleh Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia , 2016. Faktor-faktor tersebut terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Aswicahyono dan Hill (2014) menyatakan bahwa produktivitas pekerja di Indonesia relatif rendah, hal serupa juga terjadi pada tingkat inovasi yang diukur melalui ranking indeks inovasi global, dimana Indonesia tingkat inovasinya berada pada posisi 87 dari 143 negara yang disurvei Cornell University, INSEAD, dan WIPO (2014). Berikut adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi daya saing UMKM di Indonesia.

1) Faktor Internal : Produktivitas dan Inovasi. Sumber daya manusia pada UMKM di Indonesia menjadi salah satu kendala yang menghambat kinerja UMKM. Beberapa hal yang memperlihatkan lemahnya sumber daya manusia di sektor UMKM yaitu :

a. Pemahaman teknologi yang rendah, UMKM dapat menguasai cakupan pasar secara luas jika melibatkan penggunaan media internet dan kepemilikan *website* sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan volumen penjualan UMKM.

b. Rendahnya kepemilikan sertifikasi internasional atau nasional (SNI), sertifikasi umumnya terkait dengan proses produksi dan kemasan suatu

produk. Adanya standarisasi yang sesuai dengan sertifikasi terkait dapat meningkatkan produktivitas dan mendorong inovasi UMKM. Keterkaitan antara keahlian yang rendah antara kebutuhan (*demand*) tenaga kerja UMKM dengan output (*supply*) menimbulkan ketidaksesuaian kriteria tenaga kerja yang banyak dihadapi oleh pelaku UMKM. UMKM memerlukan keahlian khusus untuk menjalankan usahanya sehingga harus ada tindak lanjut memberikan pelatihan tersendiri agar lulusan yang dapat terlibat langsung dalam proses produksi dan operasional perusahaan.

2) Faktor Eksternal (Faktor Pendukung),

a. Kemudahan Berusaha (*Ease of Doing Business*) Selain dalam bentuk usaha informal perorangan, untuk melakukan usaha di Indonesia UMKM dapat memilih beberapa bentuk badan usaha (*legal entity*) seperti badan usaha perseorangan, persekutuan komanditer (CV), firma atau Perseoraan Terbatas (PT). Sebagai contoh, pada umumnya UMKM di Indonesia merupakan usaha atau perusahaan perseorangan dalam bentuk usaha dagang (UD). Namun demikian, pelaku UMKM di Indonesia lebih memilih untuk tidak melakukan formalisasi atau legalisasi usahanya. Pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

Banyaknya prosedur dan waktu yang harus dilewati, tingginya biaya yang harus dikeluarkan, terbatasnya modal untuk membentuk badan usaha formal, dan kekhawatiran terhadap pelaporan dan pembayaran pajak.

b. Akses Permodalan (*Access to Finance*), banyak UMKM yang mengandalkan permodalan sendiri atau dari bantuan orang terdekat.

Ketika UMKM ingin melakukan ekspansi perlu mendapatkan sumber dana

dari eksternal. Lembaga keuangan formal seperti Bank memberikan persyaratan yang harus dipenuhi oleh UMKM, berikut adalah terkait aspek prudensial perbankan : Agunan tambahan atas pinjaman yang disalurkan dimana jaminan harus berupa aset tetap atau aset dari usaha itu sendiri. Kedua adalah legalitas perusahaan yang tujuannya untuk melihat prospek UMKM dan kepatuhan usaha tersebut terhadap hukum.

c. Akses Pasar, UMKM perlu diberi kemudahan dalam akses pasar baik domestik maupun internasional hal ini sangat mendukung peningkatan daya saing UMKM. Pemanfaatan teknologi yang cenderung rendah dan letak geografis di Indonesia yang kurang menjangkau sampai ke pelosok sehingga lingkup pemasaran cenderung *localized* di satu wilayah tertentu.

d. Dukungan Infrastruktur, *hard and soft infrastructure* dan kualitas mahalny layanan logistik menjadi kendala pertumbuhan UMKM sehingga biaya transaksi UMKM akan lebih besar daripada usaha besar dikarenakan skala transaksi bisnis UMKM yang relatif lebih kecil. Indonesia belum memiliki kluster industri yang secara efektif bisa bersinergi dengan strategi pengembangan UMKM. Pengembangan kluster tersebut perlu didukung dengan infrastruktur dan fasilitas yang memadai. Dukungan dari peraturan, regulasi, dan lembaga yang secara efektif mengimplementasikan kluster tersebut merupakan prasyarat untuk mensinergikan UMKM dengan industri skala yang lebih besar. Saat ini, desain pengembangan kluster industri di Indonesia lebih dititikberatkan pada Kawasan Ekonomi Khusus (*Special Economic Zone*), yang implementasinya lebih memprioritaskan perusahaan besar.

e. Siklus Bisnis, dampak dari krisis keuangan yang menyebabkan turunnya permintaan global berdampak pada melambatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga dipastikan akan mempengaruhi kinerja UMKM.

Siklus bisnis yang sedang tidak baik ini dapat dimanfaatkan untuk mempersiapkan menghadapi perbaikan ekonomi yang akan datang.

Dalam kondisi saat ini UMKM seringkali mengalami kondisi yang tidak stabil dan tidak berkembang. Menurut Isnaeni Rokhayati (2015), UMKM menghadapi masalah yang membatasi UMKM untuk bisa memperoleh daya saing. Yaitu antara lain :

- 1) Keterbatasan keahlian atau kemampuan pemilik usaha UMKM.
- 2) Akses keuangan atau modal yang terbatas.
- 3) Keterbatasan informasi pasar atau ketidaktahuan pemilik usaha untuk melakukan pemasaran global.
- 4) Kualitas produk yang rendah.
- 5) Keterbatasan teknologi yang digunakan.

Sektor UMKM diharapkan dapat menunjukkan perkembangan yang baik agar tetap terus menjadi pelopor dalam inovasi, memiliki fleksibilitas tinggi dan menjadi katup pengaman bagi dampak krisis, seperti pengangguran dan PHK.

Secara tradisional kewirausahaan mendasari sebuah kegiatan atau proses organisasi profit maupun organisasi nonprofit. Robert D. Hisrich et al. (2005) mendefinisikan kewirausahaan sebagai berikut

“Entrepreneurship is the process of creating something new with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risk, and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction and independence”.

Dari pernyataan diatas ada beberapa kata kunci yang terdapat dari definisi kewirausahaan tersebut, yakni kewirausahaan dapat membuat sesuatu

yang tidak bernilai menjadi bernilai, untuk mencapai tujuannya, seorang pelaku usaha mengerahkan sumber-sumber bisnis yang diperlukan seperti tempat usaha, modal, material, metode produksi dan layanan, teknologi dan sebagainya untuk memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat. Jadi wirausaha sebetulnya bekerja untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

Selanjutnya wirausaha memahami bahwa segala proses dan upaya dalam kegiatan wirausaha memiliki risiko finansial- kerugian, kebangkrutan, mereka juga harus memahami risiko kejiwaan –misalnya mengalami konflik dan stres dan risiko sosial – misalnya ketika memulai usaha, wirausaha sering mengabaikan keluarga. Yang terakhir adalah percaya akan mendapatkan imbalan, wirausaha percaya bahwa jika ia bekerja keras dan barang jasanya dikonsumsi oleh masyarakat, ia akan menerima sejumlah imbalan berupa keuntungan finansial, kepuasan jiwa dan independensi.

2.2 Kajian Empiris (Penelitian Terdahulu Yang Relevan)

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai sumber referensi dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan isu-isu motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan, dan kinerja usaha dapat disimpulkan seperti dibawah ini:

2.2.1 Penelitian Lakovleva et al. (2011)

Penelitian Lakovleva et al. (2011) yang berjudul *“Beyond social capital : the role of perceived legitimacy and entrepreneurial intensity in achieving funding success and superior venture performance in women-led Russian SMEs”* bertujuan untuk mengetahui pentingnya sumber daya yang terkait individu seperti

motivasi berwirausaha, modal sosial dalam meningkatkan pengetahuan keuangan dan meningkatkan kinerja perusahaan yang lebih unggul.

Penelitian Lakovleva *et al.* (2011) menekankan proses menuju kinerja dan pertumbuhan yang berkelanjutan termasuk interaksi berbagai sumber daya, motivator, dan niat. Kontribusi penting bagi pemahaman pelaku usaha adalah bagaimana menyelaraskan faktor-faktor tersebut dan menekankan intensitas wirausaha terhadap bisnis dikaitkan dengan persepsi mereka tentang pengetahuan keuangan dan kinerja usaha melalui peran dari modal sosial dan motivasi berwirausaha. Penelitian ini memberikan pemahaman yang sangat dibutuhkan dan penggambaran faktor dinamik untuk mendorong kinerja perusahaan dalam konteks gender dalam ekonomi di Rusia. Dalam penelitian lanjutan diharapkan adanya analisis tambahan yang menggabungkan preferensi risiko, modal sosial untuk mengetahui peran unik dan diferensial dalam memberikan kontribusi terhadap kinerja dan pertumbuhan usaha yang dipimpin pelaku usaha tanpa melihat gender, terutama dalam negara berkembang.

Variabel *Social capital* diukur dengan *structural*, *relational* dan *cognitive dimensions*. Kinerja usaha diukur melalui *survival of the firm*, *firm growth*, dan *firm profitability*. Hasil penelitian dari Lakovleva *et al.* (2011) menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha dan modal sosial berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi pelaku usaha tentang pengetahuan keuangan guna meningkatkan kinerja wirausaha perempuan. Modal sosial berkontribusi langsung pada aksesibilitas sumber daya keuangan sementara motivasi berwirausaha mampu merubah persepsi tentang perilaku keuangan melalui pengetahuan keuangan. Hal ini menjadi penting karena wirausaha terus mengidentifikasi peluang pasar,

menghadapi perubahan industri dan lingkungan dan mencari inovasi baru untuk bisnis mereka.

2.2.2 Penelitian Seghers et al. (2012)

Penelitian Seghers et al. (2012) yang berjudul "*The Impact of Human and social Capital on Entrepreneurs' Knowledge of Finance Alternatives*" bertujuan untuk menguji bagaimana modal sosial memengaruhi pengetahuan mereka tentang sektor keuangan.

Secara luas diakui bahwa akuisisi sumber daya keuangan adalah kunci proses dalam memulai dan menumbuhkan bisnis baru. Teori keuangan tradisional menekankan pemaksimalan kekayaan sebagai tujuan bisnis, namun pada prakteknya, proses memperoleh pendanaan yang memadai cukup sulit, terutama untuk usaha kecil sehingga timbul informasi asimetris antara pemberi modal dan pelaku usaha yang dapat menghambat operasional usaha. Latar belakang pelaku usaha seperti pendidikan, pengalaman akuntansi memiliki dampak yang lebih sederhana dan kurang konsisten. Oleh karena itu modal sosial masuk sebagai alternatif pemenuhan pengetahuan keuangan bagi pelaku usaha melalui program-program pemerintah, komunitas, agen keuangan, maupun gerakan *bottom-up* dari masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh secara signifikan terhadap literasi keuangan pelaku usaha. Memiliki jaringan yang kuat dalam sebuah komunitas finansial secara positif membangun hubungan terkait dengan pengetahuan alternatif-alternatif keuangan. Peran kunci karakteristik kewirausahaan pada pengetahuan pelaku usaha tentang alternatif keuangan di perusahaan rintisan menjadi penting karena sebagai dasar untuk membuat keputusan keuangan yang baik.

2.2.3 Penelitian Okafor (2012)

Penelitian Okafor (2012) yang berjudul "*The role of Human, Financial and Social Capital in the Performance of Small Businesses in Nigeria*" bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *human capital*, *financial capital* *social* terhadap kinerja usaha. Dalam penelitian ini memilih dua objek yaitu industri jasa dan manufaktur. Modal sosial merupakan dimensi yang penting dalam menentukan keberhasilan kedua jenis usaha terutama di negara dengan iklim bisnis yang sangat kompetitif. Karakteristik kedua jenis usaha ini mempengaruhi dampak terhadap *human capital*, *financial capital* dan *social capital* terhadap kinerja kedua usaha tersebut. Selanjutnya, dampak dari tiga jenis modal dianggap sebagai penentu kinerja usaha.

Variabel kinerja usaha diukur melalui indikator ukuran pendapatan, aset dan laba. *Human capital* diukur dengan indikator pendidikan, pengalaman, latar belakang keluarga, hubungan kemitraan. *Financial capital* diukur melalui *equity infusion* dan *debt capital*. *Social capital* diukur dengan *structural ties*, *trusted relationship* dan *value systems*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja usaha didorong oleh ketiga faktor yaitu *human capital*, *financial capital*, *social capital*. Temuan ini juga menggarisbawahi peran yang dimainkan ketiga modal tersebut dalam kinerja dan keberhasilan usaha kecil yang menekankan bahwa usaha kecil yang diberikan akses pendidikan, pengalaman, dan pelatihan manajemen dapat membantu wirausaha menciptakan bisnis yang lebih menguntungkan dan dalam prosesnya bisa berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi.

2.2.4 Penelitian Nyang'au et al. (2014)

Penelitian Nyang'au et al. (2014) yang berjudul *"The Influence of Entrepreneurs's Motivation on Growth of Micro and Small Enterprises in Thika Town, Kenya"* bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha mikro dan kecil di Industri tekstil, di kota Thika. Dalam penelitian ini mengumpulkan data primer melalui kuesioner semi-terstruktur yang disebar sebanyak 226 sampel dari populasi sejumlah 526 UK. Penelitian ini juga menganalisis pertumbuhan usaha kecil di kota Thika yang dilakukan melalui penilaian perbandingan pertumbuhan usaha di awal bisnis sampai saat ini. Indikator kinerja usaha yang digunakan adalah penjualan, jumlah karyawan, dan modal.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara variabel motivasi berwirausaha dengan pertumbuhan usaha mikro dan kecil di kota Thika dimana perusahaan-perusahaan melaporkan adanya peningkatan penjualan, jumlah karyawan, serta modal mereka. Guna mempertahankan pertumbuhan, pemilik usaha harus mengembangkan program berkelanjutan untuk memotivasi karyawan atas kerja keras mereka. Melihat peran ekonomi yang dilakukan oleh UK meningkat secara signifikan, diharapkan pelaku usaha mikro dan kecil dapat mendorong keseluruhan peningkatan output dan tingkat pendapatan. Tingkat pertumbuhan UK tinggi karena didorong oleh motivasi dari pelaku usaha walaupun mayoritas pelaku usaha pendidikan menengah kebawah. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu mengatur program pelatihan reguler untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para wirausahawan.

Di sisi lain, pengembangan kewirausahaan dan UK harus menjadi salah satu tujuan paling penting dari setiap negara-negara berkembang dan menjadi

prioritas tinggi dalam mengalokasikan belanja anggaran. Hal ini dapat dicapai dengan menciptakan lingkungan yang akan memfasilitasi pengembangan kewirausahaan melalui berbagai kegiatan yang merangsang gerakan tersebut, seperti ; insentif yang akan memfasilitasi kerjasama UK dan perusahaan besar dan penciptaan kelompok, membangun organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelaku usaha (misalnya: asosiasi pengusaha, lembaga pemerintah untuk pengembangan UK, inkubator bisnis, taman industri, dll) dan menyediakan akses layanan pembiayaan dengan mudah. Pelaku usaha juga harus bekerja sama dengan saling mendukung pada saat dibutuhkan, dan hal ini bisa dicapai dengan membentuk berbagai aliansi dan jaringan.

2.2.5 Penelitian Raina (2014)

Penelitian Raina (2014) yang berjudul *"Financial Literacy and Credit Counselling a Demand-side Solution to Financial Inclusion (A Study of Initiatives by Select Scheduled Commercial Banks in India)* bertujuan untuk mengetahui peran literasi keuangan dalam alokasi penghematan rumah tangga yang efisien dan kemampuan individu dalam memenuhi tujuan keuangan dan menyajikan penyediaan informasi produk dan jasa keuangan. Penelitian ini didasarkan pada analisis data sekunder mengenai inisiatif literasi keuangan dan konseling kredit dalam periode 2010-2011 sampai 2012-2013, data dikumpulkan dari publikasi *Reserve Bank of India* dan laporan tahunan dengan sampel bank sebanyak 10 Bank Umum yaitu ALB (Bank Allahabad), AB (Andhara Bank), BOB (Bank of Baroda), BOI (Bank of India), BOM (Bank of Maharashtra), Bank CB (Canara Bank) IB (Indian Bank), PNB (Punjab National Banks), SB (Syndicate Bank), UB (Union Bank of India). Analisis juga mencakup penelitian kepustakaan dan studi intensif terhadap berbagai jurnal.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa literasi keuangan memungkinkan untuk membangun kemampuan finansial yang merupakan komponen utama dari inklusi keuangan dengan menyediakan pendidikan keuangan bagi individu agar dapat mengidentifikasi dan menggunakan produk atau layanan jasa keuangan yang sesuai dan mempertahankan aset mereka dari waktu ke waktu.

Literasi keuangan membangun kepercayaan diri seseorang, membuat masyarakat lebih tahu dan terdidik sehingga mampu mengambil tanggung jawab lebih besar untuk masalah keuangan dan mampu memainkan peran lebih aktif di pasar untuk layanan keuangan. Penelitian Raina (2014) juga menyatakan bahwa ketika tidak adanya hubungan perbankan yang memadai, maka masyarakat miskin yang tidak berpendidikan terdorong untuk menuju alternatif pembiayaan yang ilegal dan mahal, proses literasi keuangan bisa menguntungkan bank karena memiliki keunggulan sebagai pusat interaksi dengan pencari modal. Sosialisasi untuk menyebarkan kesadaran tentang inklusi keuangan dan literasi keuangan perlu diintensifkan, hal ini dapat dilakukan melalui saluran diseminasi yang inovatif termasuk film, dokumenter, pamflet, dan *road show* atau *talkshow*. Stakeholder termasuk regulator, dapat meluncurkan program kesadaran berskala besar. Inisiatif ini perlu dilakukan untuk menerapkan literasi keuangan sebagai kurikulum reguler dalam silabus sekolah dan perguruan tinggi. Program pelatihan untuk staf bank ,terutama untuk *frontline staff*, yang berkaitan dengan literasi keuangan pelanggan.

2.2.6 Penelitian Kalkan et al. (2015)

Penelitian Kalkan et al. (2015) yang berjudul "*The Effects of Human Capital , Social Capital and Financial Capital on the Performance of SMEs*" bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal manusia, modal sosial dan modal

keuangan terhadap kinerja usaha. Peran UK sangat penting karena dari 98,9% perusahaan di Turki terdapat 76,7% UK di dalamnya. Dengan demikian, penting untuk menyoediki faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha. Dalam penelitian ini, kinerja usaha diukur dari skala keuangan dan non-keuangan. Tiga indikator kinerja yang berbeda telah diperhitungkan, antara lain pertumbuhan penjualan, pertumbuhan profitabilitas dan peningkatan lapangan kerja. Meskipun kontribusi UK tercatat sangat baik peran dalam perekonomian di Turki, namun banyak UK yang memiliki tingkat kegagalan yang tinggi. Menurut TIUK (2008), diperkirakan bahwa tingkat kegagalan UK (dalam lima tahun pertama) di Turki adalah 60%.

Banyak UK yang tidak dapat mencapai potensi secara penuh dan mengalami kegagalan untuk tumbuh. Oleh karena itu, sangat penting untuk menentukan faktor-faktor yang diperlukan untuk membantu UK bertahan hidup. UK menghadapi beberapa masalah seperti aspek lingkungan, keuangan dan manajerial. Keberhasilan atau kegagalan UK sangat dipengaruhi oleh keterampilan dan kemampuan pelaku usaha. Kurangnya pendidikan dan pelatihan menjadi penyebab kegagalan tertinggi, dan didalam proses kewirausahaan terdapat tiga kategori dasar modal yang berkontribusi pada usaha yang sukses yaitu modal manusia, modal sosial dan modal keuangan. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa modal manusia, modal sosial, dan modal keuangan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja usaha. Hal ini sejalan dengan teori modal manusia oleh Schultz (1961) dan Becker (1964) bahwa investasi dalam modal manusia mengarah pada peningkatan kinerja pada manusia. Selain itu, teori ketergantungan sumber daya modal sosial yang dikembangkan oleh Pfeffer dan Salanick (1978)

menunjukkan bahwa keberhasilan kinerja usaha bergantung pada jaringan eksternal mereka. Modigliani dan Miller (1963) dan Myers (1984) menyatakan bahwa perusahaan harus menggunakan hutang sebelum ekuitas eksternal. Carpenter dan Peterson (2002) menunjukkan bahwa pertumbuhan UK dibatasi oleh ketergantungan pada keuangan internal. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan pembiayaan utang luar dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Keberhasilan kinerja usaha bergantung pada modal sosial mereka. Oleh karena itu, untuk meningkatkan modal sosial maka pelaku usaha harus selalu memastikan bahwa mereka mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan, pemasok, bank konvensional dan lembaga pemerintah. Hal ini perlu dilakukan karena dalam penelitian ini nilai signifikansi modal sosial terhadap kinerja usaha cenderung rendah. Selain itu pelaku usaha perlu menghadiri seminar dan pameran perdagangan dan juga bergabung dengan asosiasi perdagangan. Instansi pemerintah seperti Organisasi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (KOSGEB) perlu menyelenggarakan pelatihan untuk UK baru. Kesadaran harus diciptakan untuk program pelatihan melalui iklan media lokal dan nasional. Investasi dalam sumber daya manusia mengarah pada peningkatan kinerja usaha. Untuk alasan ini, ada kebutuhan untuk pengembangan pribadi oleh pemilik UK di bidang keterampilan manajemen bisnis dan keuangan melalui pelatihan. Pemerintah memperluas upaya untuk memastikan tingkat literasi keuangan yang tinggi dan bersifat universal. Untuk meningkatkan pencapaian modal finansial, UK perlu menyiapkan investasi dengan memberikan jaminan dengan lembaga pemerintah. Bank-bank komersial dapat menciptakan kesadaran akan kebutuhan pendanaan bagi pelaku UK, terutama pentingnya komunikasi dengan asosiasi perdagangan.

Variabel modal manusia diukur melalui indikator *education, working experience, related experience and managerial experience*. Modal sosial diukur melalui indikator *social interaction, relationship with customers*. Modal keuangan diukur melalui indikator *external debts capital and equity*. Kinerja usaha diukur melalui indikator *financial and non-financial*, dimana indikator *financial* diukur oleh *satisfaction with growth of sales and profitability*. *Non-financial* diukur melalui *increase in number of employees and satisfaction with overall business performance*.

2.2.7 Penelitian Pangeran (2015)

Penelitian Pangeran (2015) yang berjudul *“Entrepreneurs’ Social and Human Capital on Their Knowledge of Finance Alternatives : Evidence from Indonesia”* bertujuan untuk menguji dampak modal sosial terhadap pengetahuan keuangan. Lokasi penelitian dilakukan di Yogyakarta, Indonesia melibatkan 90 pengusaha bisnis kreatif.

Proporsi utama dalam teori modal sosial mengacu pada kemampuan pengusaha untuk mencari berbagai manfaat, seperti informasi, struktur sosial, jaringan dan anggota. Jaringan yang lebih luas memungkinkan pengusaha untuk memperoleh informasi alternatif keuangan. Modal sosial dianggap sebagai pengikat antara pelaku usaha dan seseorang dengan pengetahuan keuangan yang lebih luas. Ahli keuangan didefinisikan sebagai individu dengan informasi yang benar dan kredibel tentang alternatif keuangan.

Variabel modal sosial diukur dengan *structural, relational* dan *cognitive dimensions*. Penelitian Pangeran (2015) menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan positif antara modal sosial pada pengetahuan keuangan. Hasil penelitian Pangeran (2015) juga mendukung argumen dari Seghers et al. (2012)

yang menyatakan bahwa hubungan yang banyak dan matang dengan komunitas keuangan, sebelum memulai bisnis baru, dapat mengurangi masalah informasi asimetris yang kerap dialami pengusaha. Transfer informasi inilah yang berkaitan dengan alternatif pembiayaan yang dapat disesuaikan dengan karakteristik mereka melalui diskusi.

2.2.8 Penelitian Ismail et al. (2015)

Penelitian Ismail et al. (2015) yang berjudul "*Cultural Control, Creativity, Social Capital and Organizational Performance :Empirical Study of Small to Medium Sized Enterprises (SME) in Indonesia*" bertujuan untuk menguji hubungan antara kontrol budaya, kemampuan terhadap kinerja usaha. Variabel kemampuan dalam penelitian ini diwakili oleh variabel kreatifitas organisasi dan modal sosial. Penelitian ini meneliti hubungan antara kontrol budaya dan kinerja industri batik yang berbasis budaya indonesia sebagai negara berkembang.

Variabel modal sosial diukur dengan *the ability to build social relationship, the ability to build business based social relationship, the ability to build social closednees with employee, the ability to build social closedness with customers, the ability to build social closedness with supplier*. Kinerja usahaM diukur melalui *the worker amount development, the sales development, the market development, dan income development*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kontrol budaya dengan kemampuan yang diwakili dengan modal sosial dan kreativitas organisasi. Kemampuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian Ismail et al. (2015) menyebutkan bahwa modal sosial yang diterapkan sebagai jaringan dan kepercayaan antar individu memiliki peran penting dalam peningkatan kinerja, hal ini karena modal sosial mendorong kemampuan perusahaan dalam

menggunakan dan mendistribusikan sumber daya internal dalam suatu organisasi. Komponen modal sosial seperti kepercayaan dan interaksi antar sesama cenderung meningkatkan minat anggota untuk berbagi sumber dan informasi. Keuntungan lain dari pengembangan modal sosial adalah pengurangan biaya transaksional.

2.2.9 Penelitian Eijdenberg et al. (2015)

Penelitian Eijdenberg et al. (2015) yang berjudul "*Entrepreneurial Motivation and Small Business Growth in Rwanda*" bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motivasi berwirausaha dan pertumbuhan usaha kecil di salah satu negara berkembang termiskin (LDC), Rwanda. Penelitian Eijdenberg et al. (2015) melibatkan 1313 pemilik usaha kecil di Rwanda.

Penelitian Eijdenberg et al. (2015) ingin menyelidiki sejauh mana motivasi berwirausaha menentukan pertumbuhan bisnis kecil di Rwanda dengan melihat pembagian yang jelas antara motivasi kebutuhan dan motivasi peluang. Faktor *mix of motivations* yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor mana yang dianggap sebagai pendorong pertumbuhan bisnis kecil. Oleh karena itu untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara bersama-sama, terkait dengan pengetasan kemiskinan, maka para praktisi lebih fokus pada item-item dalam *Mix of Motivations*, seperti keadaan yang didukung oleh *government (incentives); the availability of loans; support by the family in terms of customers and finance; and factor of employers discriminating against their employees and blocking them from job promotion*.

Variabel motivasi berwirausaha fokus pada *mix of motivations* yaitu *government (incentives); the availability of loans; support by the family in terms of customers and finance, and factor of employers discriminating against their*

employees and blocking them from job promotion. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukan satu prediktor yang memengaruhi pertumbuhan bisnis kecil, yaitu usia dari pelaku usaha. Oleh karena itu praktik pembuat kebijakan harus fokus mendorong usia muda, dibandingkan dengan yang lebih tua dalam hal potensi wirausaha bisnis di Rwanda. Penelitian Eijdenberg *et al.* (2015) menghasilkan hubungan yang positif signifikan antara motivasi berwirausaha dengan pertumbuhan usaha kecil. Pertumbuhan usaha kecil ditentukan oleh *Mix of Motivations* dan dikotomi motivasi kebutuhan dan motivasi peluang tidak berlaku sebagai prediktor untuk pertumbuhan bisnis kecil.

2.2.10 Penelitian Rola *et al.* (2016)

Penelitian Rola *et al.* (2016) yang berjudul "*Financial Inclusion- A Reality Check*" bertujuan menunjukkan bahwa literasi keuangan diperlukan dan sudah menjadi bagian masyarakat yang terpinggirkan dan sangat dibutuhkan untuk mencapai inklusi keuangan. Inklusi keuangan menjadi perhatian utama negara manapun mengingat perannya dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Inklusi keuangan juga membuka jalur arus uang ke sistem keuangan dan ini memastikan akses layanan keuangan kesemua tingkat ekonomi merata. Masyarakat miskin di India sebagian besar diabaikan dari sistem keuangan formal. Bahkan banyak industri kecil merasa sulit mengakses sumber keuangan formal, oleh karena itu sebuah misi nasional diluncurkan dengan skema "PRADHANMANTRI JAN DHAN YOJNA (PMJDY)" yang direncanakan sebuah alternatif untuk mencapai inklusi keuangan dengan menyediakan rekening perbankan dasar dengan kartu debit dan asuransi.

Penelitian ini mempelajari tantangan yang muncul pada inklusi keuangan di India. Studi utama dilakukan di daerah pedesaan Gujarat, data sekunder

dikumpulkan dari situs *Reserve Bank India* (RBI) , literatur , dan kuesioner yang berkaitan dengan informasi latar belakang keluarga, informasi akses bank, layanan perbankan, penggunaan pendapatan, pinjaman, dan harapan. Data dikumpulkan dari bulan Mei 2015 – bulan September 2015 secara khusus setelah skema “PRADHANMANTRI JAN DHAN YOJNA” telah diluncurkan. Kemudian data yang berasal dari 500 responden diterjemahkan dalam bahasa vernakular dengan bantuan ahli bahasa.

Hasil yang dapat disimpulkan melalui responden di wilayah Gujarat menunjukkan bahwa ada literasi keuangan masyarakat yang terpinggirkan atau diabaikan sangat dibutuhkan untuk mencapai inklusi keuangan, dalam artian literasi keuangan memiliki efek positif pada inklusi keuangan. Lembaga keuangan formal mempunyai tanggung jawab secara sosial untuk mencapai inklusi keuangan secara mutlak.

2.2.11 Penelitian Clarke et al. (2016)

Penelitian Clarke et al.(2016) yang berjudul “*SMEs and Social Capital : Exploring the Brazilian Context*” bertujuan untuk mengetahui sejauh mana modal sosial berperan dalam perkembangan perusahaan mencapai taraf internasional dan pertumbuhan pangsa pasar pesaing di Brazil. Peneliti menyajikan konteks dan perspektif baru mengenai peran modal sosial terhadap inovasi dan pertumbuhan UK di pasar yang sedang berkembang. Penelitian ini adalah studi eksploratif, data empiris yang diambil adalah dari industri komoditas, industri batu di Brazil, yang merupakan sektor kompetitif dan mapan di negara ini. Dengan menggunakan kuesioner yang telah divalidasi sebelumnya dari Bank Dunia maka tingkat modal sosial yang dimiliki dan digunakan oleh perusahaan-perusahaan berkorelasi dengan pertumbuhan dan kinerjanya.

Variabel dependen yaitu *firm-level outcomes* diukur dengan menggunakan indikator *Growth, Internationalization, dan Competitiveness*.

Kemudian variabel independen, dimensi modal sosial yang diukur dalam penelitian ini melalui indikator *Networks, Trust, Information and Communication, Collective Action, Social Cohesion, Political Empowerment*. Peneliti memilih untuk menguji instrumen pada sampel industri berbasis komoditas dengan menggunakan sampel survei pemilik UMKM Brasil yang diakses selama pameran dagang *Vitoria Stone Fair Trade Show* tahunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan dan kinerja usaha, namun tingkat perkembangan modal sosial dalam penelitian ini cukup rendah dikarenakan keterbatasan ukuran sampel dan homogenitas sampel yang membatasi generalisasi. Dukungan terbatas untuk modal sosial terhadap kinerja usaha dikarenakan ada rendahnya peran pemberdayaan politik di Brasil yang mengakibatkan lemahnya tingkat kepercayaan di institusi formal sehingga menghambat UMKM untuk berkembang.

2.2.12 Penelitian Agarwal (2016)

Penelitian Agarwal (2016) yang berjudul "*An Analysis of the Twin of the Banking in India : Financial Literacy and Financial Inclusion*" bertujuan untuk mengetahui kebutuhan akan literasi keuangan dan pentingnya inklusi keuangan. Penelitian ini menganalisis sebuah dimensi atau korelasi antara literasi keuangan dan inklusi keuangan dan bagaimana menerapkan program literasi keuangan di India sesuai dengan tahapan kehidupan individu yang menjadi sasaran demi tercapainya penetrasi inklusi keuangan secara efektif dan lebih baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan asumsi untuk mempelajari siklus hidup keuangan

atau kebutuhan layanan masyarakat, kedua melalui pengumpulan data sekunder dari situs *Reserve Bank India* (RBI) mengenai statistik negara-negara terkait.

Penelitian mengungkapkan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan menjadi agenda penting bagi pemerintah, pembuat kebijakan para pemangku kepentingan. Pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan berpengaruh dan saling melengkapi sebagai pilar ganda perbankan di India.

2.2.13 Penelitian Agyapong et al. (2017)

Penelitian Agyapong et al. (2017) yang berjudul "*Nexus between Social Capital and Performance of Micro and Small Firms in an Emerging Economy : The Mediating role of Innovation*" bertujuan untuk mengetahui hubungan antara modal sosial, inovasi terhadap kinerja UMKM di negara berkembang yang menggunakan data dari *Sub-Sahara African Country –Ghana*. Penelitian ini menganalisis peran mediasi inovasi dalam hubungan antara modal sosial dan kinerja. Penelitian ini melibatkan 500 SMEs yang beroperasi di wilayah Ashanti di Ghana.

Hasil penelitian menunjukkan modal sosial berpengaruh positif terhadap kinerja, ada hubungan positif signifikan antara inovasi terhadap kinerja, modal sosial berpengaruh positif terhadap inovasi, dan selanjutnya variabel inovasi diamati untuk memediasi hubungan antara modal sosial dan kinerja, dan hasilnya peran penting modal sosial dan inovasi dalam keberhasilan SMEs di negara berkembang. Dalam penelitian Agyapong et al. (2017) memberikan kontribusi empiris dan teoritis terhadap konsep modal sosial, inovasi dan kinerja usaha.

Secara teoritis, temuan mengenai peran mediasi berbagai dimensi inovasi menengahi hubungan antara modal sosial dan kinerja, dalam penelitian ini berpendapat bahwa UK dapat memperoleh keuntungan dari peningkatan kinerja

dengan membangun modal sosial mereka, selain itu ikatan yang dibentuk karyawan, pengetahuan, berbagi informasi dan kepercayaan yang dibutuhkan karena modal sosial dapat mendorong karyawan untuk berpikir inovatif dalam pengembangan produk yang pada akhirnya dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Secara kontekstual, penelitian ini berkontribusi pada literatur dengan meneliti bagaimana inovasi memediasi hubungan antara modal sosial dan kinerja di negara Afrika Sub-Sahara. Selain itu, temuan penelitian ini dapat membantu manajer SMEs di Ghana menemukan kecocokan dalam strategi lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, karena masuknya produk asing yang lebih murah dan terbilang bagus, terutama dari China dan merasa sulit bertahan karena adanya kondisi tersebut. Oleh karena itu SMEs harus mengeksplorasi hubungan sosial, pengetahuan, informasi dan kepercayaan karena modal sosial dapat membangun kapasitas inovatif pelaku usaha dan mengungguli usaha mereka dari pesaing asing.

2.2.14 Penelitian Machmud (2017)

Penelitian Machmud (2017) yang berjudul *“the effect of motivational entrepreneurship on business performance of SMEs Moderated by Process Innovation”* bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap proses inovasi dan kinerja usaha. Secara umum, UK yang menjadi obyek penelitian tersebut menghadapi beberapa masalah seperti persaingan bisnis, akses ke modal atau pembiayaan, infrastruktur, biaya akses bahan baku yang cenderung tinggi, cuaca, pemasaran dan teknologi sehingga hal tersebut perlu ditopang dengan pengetahuan, kemampuan dan kemauan untuk meraih kesuksesan. Tentunya dibutuhkan kreativitas untuk menghasilkan inovasi yang

mengarah pada daya saing. Oleh karena itu, beberapa upaya untuk mempertahankan kelangsungan bisnis dan keberhasilan dalam kegiatan industri dapat dicapai dengan beberapa pendekatan strategis, fokus pada pasar, mengembangkan rencana pemasaran, mengelola tenaga kerja secara efektif, membuat catatan keuangan yang jelas, dan pahami seluruh fase bisnis. Pengembangan kewirausahaan berkaitan dengan kreativitas dan inovasi dan menjadi fokus pada penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan motivasi berwirausaha mampu menghasilkan proses inovasi yang baik dan meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja bisnis dapat dilakukan dengan meningkatkan inovasi yang didukung oleh *the achievement motivation*, *willingness to take risks*, dan *self-efficacy*. Inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan dan merupakan kunci untuk pengembangan ekonomi dari setiap organisasi dan struktur perkembangan di masa depan. ketika perusahaan ingin menghasilkan kinerja yang baik, maka perlu untuk meningkatkan tujuh modal termasuk akses terhadap ide-ide baru, model peran, forum informal, jaringan yang luas, akses ke pasar bebas dan kepemimpinan yang eksklusif. Faktor tersebut mampu menjadi modal bagi perusahaan yang menyiratkan bahwa peran kreativitas yang dapat menghasilkan inovasi adalah hal penting bagi kemajuan perusahaan. Hal ini relevan dengan upaya UK untuk meningkatkan inovasi dalam menghasilkan proses, metode maupun sesuatu yang baru secara optimal. Motivasi berwirausaha diukur melalui indikator *the achievement motivation*, *willingness to take risks*, dan *self-efficacy*.

2.2.15 Penelitian Hoq et al. (2017)

Penelitian Hoq et al. (2017) yang berjudul *“Social Capital and Small Medium Enterprise (SME) Performance”* bertujuan untuk mengetahui hubungan antara modal sosial dan kinerja organisasi dalam konteks Usaha Kecil (UK) di negara berkembang. Gagasan modal sosial menunjukkan bahwa individu atau organisasi yang berkaitan dengan orang lain dan berdasarkan kepercayaan memainkan peran kunci dalam UK untuk mencapai tujuan bisnis. Modal sosial memiliki hubungan substansial dengan kinerja usaha, dalam penelitian ini menemukan bahwa modal sosial mampu mendorong, membangun dan menjalin jaringan sosial yang layak untuk mengembangkan laba yang lebih tinggi. Disatu sisi modal sosial mampu meningkatkan kepercayaan antar sesama anggota dan disisi lain dapat mengurangi biaya produksi. Modal sosial dapat menghubungkan sistem perdagangan dan mendukung dalam pencapaian keunggulan kompetitif, inilah mengapa modal sosial dapat membedakan keadaan kewirausahaan dalam konteks UK. Hal ini dikarenakan modal sosial bisa mengidentifikasikan prospek, inspeksi, proposal serta pencapaian sumber daya untuk UK.

Hasil temuan penelitian ini bahwa terdapat hubungan positif antara modal sosial dan kinerja usaha. Modal sosial diukur melalui dimensi struktural dan dimensi konten. Dalam dimensi struktural yaitu meliputi *assets, association, social affiliation, social arrangement, linkages, intended relationships*. Pada dimensi konten meliputi *reputation, companionship, trust, collaboration, compassion, patience skills exchange, empathy*.

2.2.16 Penelitian Bongomin et al. (2017)

Penelitian Bongomin et al. (2017) yang berjudul *“The Relationship between Access to Finance and Growth of SMEs in Developing Economies-*

Financial Literacy as a Moderator” bertujuan untuk mengetahui efek moderasi dari literasi keuangan dalam hubungan akses terhadap keuangan dan pertumbuhan UK di negara berkembang. Penelitian ini menggunakan *cross-sectional* dan data dikumpulkan dari 169 UK yang berada di Pasar Utama Jinja dan Iganda. *ModGraph (excel programme)* digunakan untuk menguji efek moderasi dari literasi keuangan dalam hubungan antara akses terhadap keuangan dan pertumbuhan UMKM di negara berkembang.

Hasil analisis mengungkapkan efek moderasi positif dan signifikan terhadap literasi keuangan dan pertumbuhan UK di negara berkembang. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi keuangan dalam mendorong akses terhadap keuangan yang diperlukan bagi pertumbuhan UK di Negara-negara berkembang. Pelaku usaha dapat mengikuti program literasi keuangan yang ditawarkan oleh organisasi pengembangan keterampilan kewirausahaan agar mereka dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan untuk membantu membuat keputusan dan memilih pilihan finansial dengan bijaksana dan lebih baik.

2.2.17 Penelitian Bongomin et al. (2017)

Penelitian Bongomin et al. (2017) yang berjudul *“Financial Literacy in Emerging Economies : Do All Components Matter for Financial Inclusion of Poor Households in Rural Uganda?”* bertujuan untuk menguji dampak dari komponen individu dari literasi keuangan dalam meningkatkan inklusi keuangan rumah tangga miskin di pedesaan, Uganda. Kriteria pemilihan untuk rumah tangga miskin didasarkan pada tiga indikator kemiskinan dilihat dari utilitas rumah tangga, kondisi rumah, dan kesejahteraan rumah tangga menurut Uganda

Bureau of Statistics (2012).

Di Negara berkembang, dimana mayoritas penduduknya tidak memiliki akses ke layanan keuangan formal. Program dan intervensi literasi keuangan diharapkan dapat meningkatkan pemilihan produk seperti rekening tabungan dan asuransi. Literasi keuangan bukan hanya sekedar pengetahuan dan pemahaman keuangan namun juga melibatkan keterampilan dan kompetensi keuangan, sikap dan perilaku. Selain itu, sebagian besar studi literasi keuangan telah dilakukan dengan berbagai konseptualisasi, dimensi, dan ukuran konsep yang berbeda-beda, dengan kurangnya penggunaan metode standar untuk mengukur valid atau tidaknya serta komponen-komponen yang dapat diandalkan, penelitian ini melibatkan komponen-komponen individual dari literasi keuangan dalam mengukur inklusi keuangan rumah tangga miskin pedesaan di Uganda.

Penelitian Bongomin *et al.* (2017) bertujuan menguji kekuatan prediktif dari komponen individu literasi keuangan pada inklusi keuangan. Komponen tersebut meliputi *skills, knowledge, behavior, attitude*. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa hanya *attitude* sebagai komponen individu dari literasi keuangan yang secara signifikan memengaruhi inklusi keuangan di rumah tangga pedesaan di Uganda, sedangkan komponen, *behavior, knowledge* dan *skills* bukanlah prediktor signifikan. Temuan ini dapat dijelaskan oleh faktor-faktor psikologis dan sifat-sifat yang tertanam dalam norma-norma rumah tangga miskin yang menentukan tindakan mereka dalam lingkungan tertentu. Bongomin *et al.* (2017) juga mengamati bahwa penyebab utama pengabaian keuangan di kalangan rumah tangga miskin disebabkan kurangnya kesadaran terkait dengan berbagai jenis produk keuangan dan persepsi tentang pemenuhan persyaratan tertentu, kemudian terdapat rendahnya tingkat kepercayaan, dan perilaku tertentu yang menghambat penggunaan dan kepercayaan dalam produk

keuangan formal sehingga menciptakan hambatan dalam mengakses layanan keuangan. Oleh karena itu, pembuat kebijakan maupun pemerintah harus mencatat bahwa program literasi keuangan saja tidak cukup untuk mempromosikan inklusi keuangan namun ada kebutuhan untuk merancang dan melaksanakan program literasi keuangan, yang juga sebagai pendorong dalam perubahan perilaku agar pengetahuan dan keterampilan keuangan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh rumah tangga miskin.

2.2.18 Penelitian Bongomin et al. (2017)

Penelitian Bongomin et al. (2017) yang berjudul "*Institutional Framing and Financial Inclusion : Testing the Mediating Effect of Financial Literacy Usine SEM Bootstrap Approach*" bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan terhadap inklusi keuangan di rumah tangga miskin Kabupaten Mokono, Uganda. Level unit analisis dalam penelitian ini adalah kepala rumah tangga miskin kemudian data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*, yang mengadopsi analisis struktur momen untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan. Penggunaan SEM melihat dari kontribusi masing-masing variabel indikator dalam merepresentasikan konstruk dan ukurannya yang saling berkaitan, dan seberapa baik gabungan variabel tersebut merepresentasikan konstruk (kendalan dan validitas).

Literasi keuangan mengamati bahwa kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang terinformasi memainkan peran penting bagi individu miskin untuk mengelola permasalahan dan urusan keuangan mereka. Literasi keuangan juga memfasilitasi akses dan jika perlu mampu mendorong penggunaan layanan keuangan yang relevan serta menawarkan pemahaman

yang lebih baik dalam proses pengambilan keputusan, penggunaan tabungan, dan kelayakan kredit dari peminjam miskin yang potensial sehingga secara ekonomi dan sosial memberdayakan mereka dalam rangka pengentasan kemiskinan.

Hasil penelitian Bongomin et al. (2017) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap inklusi keuangan. Keterlibatan lembaga keuangan yang menyusun cara atau metode bagaimana rumah tangga miskin menafsirkan, mengevaluasi, memahami dan membuat keputusan dan pilihan keuangan yang baik akan ditingkatkan melalui pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui literasi keuangan. Oleh karena itu lembaga keuangan harus memahami bahwa permintaan dan konsumsi produk atau jasa keuangan sudah ditentukan melalui pengulangan desain produk dan penciptaan kepedulian yang menentukan pola pikir dan sikap rumah tangga miskin terhadap produk dan jasa keuangan yang ditawarkan.

2.2.19 Penelitian Riwayati (2017)

Penelitian Riwayati (2017) yang berjudul *"Financial Inclusion of Business Players in Mediating the Success of Small and Medium Enterprises in Indonesia"* bertujuan untuk mengetahui pengaruh inklusi keuangan terhadap pertumbuhan UKM. Penelitian Riwayati (2017) dimensi faktor internal yang digunakan untuk menganalisis keberhasilan UKM terdiri dari aspek sumberdaya manusia, aspek keuangan, aspek teknis, produksi dan operasional, dan aspek pasar dan pemasaran. Sedangkan faktor eksternal yang digunakan terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, dan peran instansi terkait. Faktor internal mempengaruhi keberhasilan UK baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengaruh tidak langsung akan dimediasi oleh variabel

inklusi keuangan pelaku UK yang terdiri dari ketersediaan atau akses terhadap layanan keuangan, penggunaan produk dan layanan keuangan, kualitas produk dan layanan keuangan, dan kesejahteraan pengguna produk dan layanan keuangan. Sedangkan keberhasilan UK diukur dengan menggunakan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan lapangan kerja, pertumbuhan pasar, dan pertumbuhan laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh positif langsung terhadap keberhasilan UK. Inklusi keuangan secara langsung juga dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Dalam penelitian ini juga memperoleh hasil bahwa inklusi keuangan dapat memediasi pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap keberhasilan UK. Pada skala yang lebih besar, penelitian ini dilakukan karena sampai pada saat ini literasi keuangan untuk UK belum tercapai secara optimal, masalah penggunaan fasilitas lembaga keuangan dapat menghambat keberhasilan UK untuk bersaing dalam ekonomi global sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi masyarakat yang masih tergolong *unbanked*.

Tabel 2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Lakovleva et al. (2011)	<i>Beyond Social Capital : The Role of Perceived Legitimacy and Entrepreneurial Intensity in Achieving Funding Success and Superior Venture Performance in Women Led Russian SMEs</i>	Variabel bebas : 1) Modal Sosial 2) Motivasi berwirausaha Variabel terikat: 1) Literasi Keuangan	Regresi	1) Terdapat pengaruh yang signifikan pada hubungan modal sosial terhadap literasi keuangan
2	Seghers et al. (2012)	<i>The Impact of Human and Social Capital on Entrepreneurs' Knowledge of Finance Alternatives</i>	Variabel bebas : 1) Modal Manusia 2) Modal Sosial Variabel terikat : 1) Literasi Keuangan	Regresi	1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap literasi keuangan.
3	Okafor (2012)	<i>The Role of Human , Financial and Social Capital in the Performance of Small Business in Nigeria</i>	Variabel bebas : 1) <i>Human Capital</i> 2) <i>Financial Capital</i> 3) <i>Social Capital</i> Variabel terikat : 1) Kinerja usahaM	The Kruskal-Wallis Analysis	1) <i>Human capital</i> melalui indikator pendidikan dan pengalaman kerja memiliki hubungan secara signifikan terhadap kinerja usaha 2) <i>Financial capital</i> melalui indikator keinginan untuk meminjam berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha 3) <i>Social capital</i> melalui komponen relasional berpengaruh terhadap kinerja usaha
4	Nyang'au et al. (2014)	<i>The Influence of Entrepreneurs's Motivation on Growth of Micro and Small Enterprises in Thika Town, Kenya</i>	Variabel bebas : 1) Motivasi Berwirausaha Variabel terikat : 1) Kinerja UMKM	Regresi	1) Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dimana perusahaan-perusahaan melaporkan adanya peningkatan penjualan, jumlah karyawan, serta modal.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
5	Raina (2014)	<i>Financial Literacy and Credit Counselling a Demand –Side Solution to Financial Inclusion (A Study of Innitiatives by Select Scheduled Commercial Banks In India)</i>	Variabel bebas : 1) Literasi Keuangan Variabel terikat : 1) Inklusi Keuangan	Analisis Data Kualitatif	1) Literasi keuangan berpengaruh terhadap inklusi keuangan, yang berarti tingkat literasi masyarakat mampu membangun kemampuan keuangan yang merupakan komponen utama dari inklusi keuangan
6	Kalkan et al. (2015)	<i>The Effects of Human Capital, Social Capital and Financial Capital on the Performance of SMEs"</i>	Variabel bebas : 1) <i>Human Capital</i> 2) <i>Social Capital</i> 3) <i>Financial Capital</i> Variabel terikat: 1) Kinerja UMKM	Regresi	1) <i>Human capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja usaha 2) <i>Social capital</i> berpengaruh positif terhadap Kinerja usaha 3) <i>Financial capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja usaha
7	Pangeran (2015)	<i>Entrepreneurs' Social and Human Capital on Their Knowledge of Finance Alternatives : Evidence from Indonesia</i>	Variabel bebas : 1) Modal Sosial 2) Modal Manusia Variabel terikat : 1) Literasi Keuangan	Regresi	1) Terdapat pengaruh signifikan antara modal sosial terhadap literasi keuangan. Pelaku usaha yang memiliki hubungan yang matang dengan komunitas keuangan, sebelum memulai bisnis baru, dapat mengurangi masalah informasi asimetris yang kerap dialami pengusaha. Transfer informasi inilah yang berkaitan dengan alternatif pembiayaan yang dapat disesuaikan dengan karakteristik mereka melalui diskusi.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
8	Ismail et al. (2015)	<i>Cultural Control, Creativity, Social Capital and Organizational Performance : Empirical Study of Small to Medium Sized Enterprises (SME) in Indonesia</i>	Variabel bebas : 1) Kontrol Budaya 2) Modal Sosial 3) Kreativitas Organisasi Variabel terikat : 1) Kinerja UMKM	SEM	1) Modal sosial berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha, yang berarti bahwa modal sosial dapat meningkatkan kemampuan UK dengan menggunakan dan mendistribusikan sumber daya internal dalam suatu organisasi. Komponen modal sosial seperti kepercayaan, dan interaksi cenderung meningkatkan minat anggota untuk berbagi sumber dan informasi.
9	Eijdenberg et al. (2015)	<i>Entrepreneurial Motivation and Small Business Growth in Rwanda</i>	Variabel bebas : 1) Motivasi berwirausaha Variabel terikat : 1) Kinerja usahaM	Regresi	1) Terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi berwirausaha dengan kinerja usaha. Faktor prediktor dari motivasi berwirausaha terbagi menjadi tiga faktor yaitu melalui <i>mix of motivation, necessity motivation</i> , dan <i>opportunity motivation</i> .
10	Rola et al. (2016)	<i>Financial Inclusion – A Reality Check</i>	Variabel bebas : 1) Literasi Keuangan Variabel terikat : 1) Inklusi Keuangan	Analisis Data Kualitatif	1) Tingkat literasi keuangan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap inklusi keuangan.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
11	Clarke et al. (2016)	<i>SMEs and Social Capital : Exploring the Brazilian Context</i>	Variabel bebas : 1) Modal Sosial Variabel terikat : 1) Kinerja UMKM	Regresi	1) Modal sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja usaha, yang berarti dukungan terbatas pada modal sosial dikarenakan rendahnya peran pemberdayaan yang mengakibatkan lemahnya tingkat kepercayaan dan menghambat UK untuk berkembang.
12	Agarwal (2016)	<i>An Analysis of the Twin of the Banking in India : Financial Literacy and Financial Inclusion</i>	Variabel bebas : 1) Literasi Keuangan Variabel terikat : 1) Inklusi Keuangan	Regresi	1) Literasi keuangan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan.
13	Agyapong et al. (2016)	<i>Nexus between Social Capital and Performance of Micro and Small Firms in Emerging Economy : The Mediating Role of Innovation</i>	Variabel bebas : 1) Modal Sosial Variabel Mediasi : 1) Inovasi Variabel Terikat : 1) Kinerja UMKM	Regresi	1) Modal sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha , yang berarti bahwa modal sosial bisa meningkatkan kinerja usaha melalui pengurangan biaya dalam transaksi yang pada akhirnya menghasilkan hasil yang lebih efisien. Membangun modal sosial membutuhkan waktu investasi dan sumber daya lainnya, oleh karena itu pelaku usaha fokus dan berusaha menciptakan tingkat hubungan sosial yang cukup besar didalam lingkungan usaha.

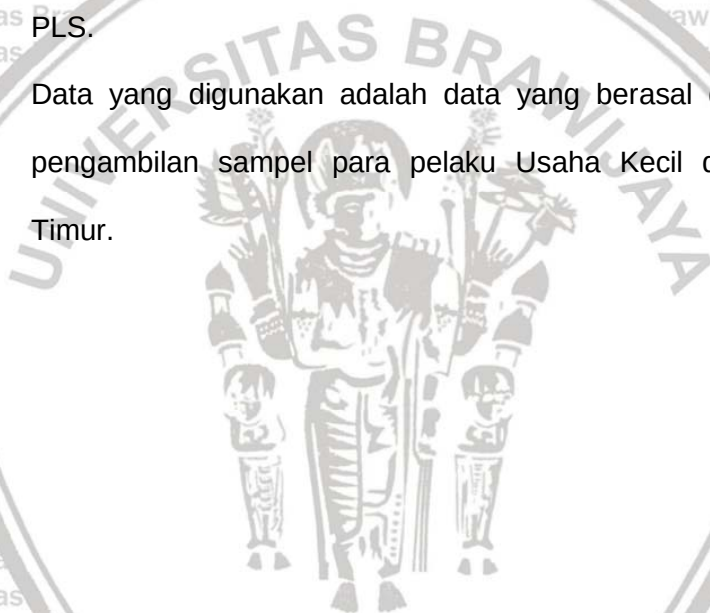
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
14	Machmud (2017)	<i>The Effect of Motivational Entrepreneurshion Business Performance of SMEs Moderated by Process Innovation</i>	Variabel bebas : 1) Motivasi Berwirausaha Variabel Mediasi : 1) Proses Inovasi Variabel terikat : 1) Kinerja UMKM	PLS & SEM	1) Terdapat pengaruh secara signifikan antara motivasi berwirausaha melalui <i>the achievement motivation, willingness to take risks</i> , dan <i>self-efficacy</i> terhadap kinerja usaha melalui proses inovasi
15	Hoq et al. (2017)	<i>Social Capital and Small Medium Enterprise (SME) Performance</i>	Variabel bebas : 1) Modal Sosial Variabel Terikat : 1) Kinerja usahaM	Qualitative Data analysis	1) Terdapat hubungan positif antara modal sosial dan kinerja usaha di negara berkembang.
16	Bongomin et al. (2017)	<i>The Relationship between Access to Finance and Growth of SMEs in Developing Economies Financial Literacy as a Moderator</i>	Variabel bebas : 1) Akses keuangan Variabel Mediasi : 1) Literasi Keuangan Variabel terikat : 1) Pertumbuhan UMKM	Regresi	1) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UK, dalam artian gerakan literasi keuangan mendorong akses terhadap keuangan yang diperlukan bagi pertumbuhan UK. Pemerataan literasi keuangan memberikan pemahaman pengetahuan produk dan jasa keuangan serta keterampilan pengelolaan keuangan untuk membantu pelaku usaha membuat keputusan dalam memilih pilihan finansial dengan bijaksana

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
17	Bongomin et al. (2017)	<i>Financial Literacy in Emerging Economies – Do All Components Matter for Financial Inclusion of Poor Households in Rural Uganda?</i>	Variabel bebas : 1) Literasi Keuangan Variabel terikat : 1) Inklusi Keuangan	Regresi	1) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan, dari keempat komponen seperti <i>skills, behavior, knowledge, attitude</i> . Hanya <i>attitude</i> yang menjadi faktor prediktor signifikan yang memengaruhi inklusi keuangan.
18	Bongomin et al. (2017)	<i>Institutional Framing and Financial Inclusion – Testing the Mediating Effect of Financial Literacy using SEM bootstrap Approach</i>	Variabel bebas : 1) <i>Institutional Framing</i> Variabel Mediasi : 1) Literasi Keuangan Variabel terikat : 1) Inklusi Keuangan	SEM	1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan. Keterlibatan lembaga keuangan yang menyusun cara atau metode bagaimana rumah tangga miskin menafsirkan, mengevaluasi, memahami dan membuat keputusan dan pilihan keuangan yang baik akan ditingkatkan melalui pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui literasi keuangan.
19	Riwayati (2017)	<i>Financial Inclusion of Business players in Mediating the Success of Small and Medium Enterprises in Indonesia</i>	Variabel bebas : 1) <i>Internal Factor</i> 2) <i>External Factor</i> Variabel mediasi : 1) <i>Financial Inclusion</i> Variabel terikat : 1) <i>Small and Medium Enterprises</i>	PLS	1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap pertumbuhan UK 2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel inklusi keuangan terhadap pertumbuhan UK

2.3 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian yang akan dilaksanakan ini dengan penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

- (1) Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Motivasi berwirausaha dan Modal Sosial. Sedangkan variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja usaha dan Variabel Intervening (Z) yaitu Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan
- (2) Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode PLS.
- (3) Data yang digunakan adalah data yang berasal dari kuesioner dengan pengambilan sampel para pelaku Usaha Kecil di Provinsi Kalimantan Timur.



BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) memberikan gambaran komprehensif kewirausahaan untuk mengukur perilaku dan karakteristik masyarakat yang terlibat dalam berbagai jenis dan proses aktivitas kewirausahaan. Kapasitas dari kewirausahaan ekonomi didasarkan pada individu dengan kemampuan finansial dan motivasi bisnis yang diperkuat dengan persepsi sosial yang positif terhadap kewirausahaan. Hasil survei yang dilakukan oleh GEM melalui model konseptual, melibatkan *entrepreneurial attitudes* berupa motivasi berwirausaha dan *entrepreneurial framework conditions* yang berupa dukungan aspek finansial terhadap wirausaha. Motivasi berwirausaha dianggap sebagai pendorong pertumbuhan kinerja yang perlu ditopang beberapa modal termasuk akses terhadap inovasi, terbentuknya jaringan yang luas, akses pembiayaan, dll.

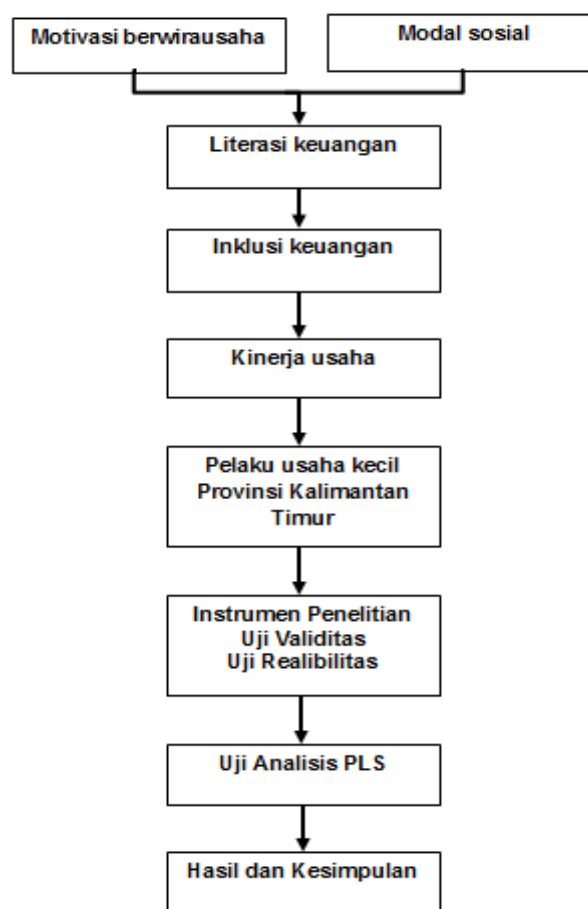
Pengetahuan keuangan merupakan kepentingan sumber daya bagi sebuah organisasi usaha. Dengan melibatkan *entrepreneurial attitudes* berupa motivasi dan modal sosial berupa jaringan yang terbentuk dalam sebuah kelompok atau komunitas, diharapkan dapat membantu sebuah usaha untuk menghadapi masalah akses pembiayaan. Proses dalam perolehan pengetahuan keuangan dapat dibentuk dari beberapa faktor, diantaranya adalah preferensi individu, lingkungan ekonomi, jaringan sosial yang berkaitan erat terhadap melek finansial.

Melalui upaya pendekatan multi dimensi untuk mendukung motivasi berwirausaha masyarakat dan mendorong pemerataan literasi keuangan melalui

akses pembiayaan, merupakan usaha untuk membangkitkan gairah kewirausahaan khususnya di daerah. Oleh karena itu dengan literasi keuangan dan inklusi keuangan yang baik maka dapat menerapkan rencana strategis guna peningkatan kinerja usaha masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis menguji variabel motivasi berwirausaha dan modal sosial terhadap literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

Dari variabel – variabel tersebut maka dapat diperoleh kerangka pemikiran sebagai berikut :



Sumber : Diolah Penulis, 2018

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran

3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan ilmiah mengenai preposisi antar konsep atau antar konstruk variabel – variabel penelitian, dimana hubungan antar variabel ini ditunjukkan sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis. Dengan kata lain bahwa hipotesis hanya boleh dikemukakan apabila terdapat penjelasan ilmiah mengenai hubungan antar variabel yang diteliti (Juliandi, 2014:109).

Ada dua jenis teori yang menjadi dasar perumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu teori utama dan teori pendukung. Teori utama dalam penelitian ini adalah *knowledge based view* dan *life cycle hypothesis*. Teori pendukung dalam penelitian ini ada dua yaitu : *social exchange theory* dan *theory of innovation and entrepreneurship*. Dalam penelitian ini menggunakan lima variabel yaitu motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, dianalisis untuk menguji hipotesis dan ditarik kesimpulan.

Knowledge based view atau pandangan berbasis pengetahuan merupakan perpanjangan dari *resource based view* oleh Grant (1996), Roos (1998), Hoskisson et al. (1999), Sveiby (2001), Bontis (2002). *Knowledge based view* menganggap pengetahuan sebagai sumber daya strategis dimana persaingan dalam organisasi saat ini didasarkan pada kemampuan dan gagasan peningkatan pengetahuan yang kemudian dieksplorasi lebih lanjut. Sumber daya pengetahuan sangat penting untuk memastikan bahwa organisasi mampu mencapai keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Perspektif *knowledge based view* sudah menjadi bagian dari budaya organisasi (Balogun dan Jenkins, 2003). Pembelajaran organisasi

memungkinkan perusahaan untuk memperoleh, mengubah dan melestarikan kemampuan organisasinya (Cook dan Yanow, 1995). Dalam artian yang sama, pengetahuan menjadi literatur sebuah manajemen organisasi yang menghubungkan basis pengetahuan yang unggul yang didapat dari pembelajaran organisasi guna meraih kinerja perusahaan yang unggul pula (Senge, 1990). Basis pengetahuan yang unggul berhubungan erat dengan fleksibilitas strategis yang lebih tinggi dan reaksi yang cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis (Grant, 1996). Oleh karena itu pengetahuan merupakan salah satu aset paling penting untuk penciptaan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Umemoto, 2002)

Life cycle hypothesis merupakan kerangka kerja yang dikembangkan oleh Modigliani dan Brumber (1954). Model ini mengatur pola simpanan dan akumulasinya secara optimal guna merumuskan dan melaksanakan perhitungan ekonomi yang kompleks terkait keuangan. Asumsi dasar *life cycle hypothesis* adalah menganggap bahwa individu merencanakan perilaku konsumsi dan tabungan mereka selama periode yang panjang dengan tujuan mengalokasikan konsumsi mereka untuk membuat hidup mereka lebih baik (Sukirno, 2005).

Beberapa penelitian telah muncul untuk membahas literasi keuangan dan mempelajari hubungan antara pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan (Delavande et al. 2008, Jappelli dan Padula, 2013, Hsu, 2011, Lusardi et al. 2013). Dalam perolehan pengetahuan keuangan maka individu akan secara optimal menerapkan literasi keuangan untuk mendapatkan akses keuangan. Jappelli dan Padula (2013) mengemukakan bahwa pertimbangan sketsa model *life cycle hypothesis* dengan literasi keuangan berkaitan erat terhadap melek finansial. Studi sebelumnya tidak memasukkan fitur – fitur utama seperti kendala

dalam hal akses pinjaman, faktor demografis, pengembalian investasi, pendapatan, dan lain-lain, dimana Lusardi *et al.* (2013) memperbaiki studi sebelumnya dengan mengkalibrasi dan menstimulasikan *life cycle model* dimana individu tidak hanya melakukan investasi, tetapi juga mampu memiliki literasi keuangan yang baik.

Social exchange theory merupakan salah satu paradigma konseptual yang luas, yang mencakup sejumlah disiplin ilmu sosial seperti manajemen, psikologi sosial dan antropologi. *Social exchange theory* melibatkan serangkaian kegiatan antara dua pihak atau lebih (Mitchell *et al.*, 2012). *Social exchange theory* menjadi kerangka kerja konseptual yang paling banyak digunakan (Cropanzano and Mitchell, 2005). Beberapa penelitian banyak mengaitkan perilaku anggota organisasi (Organ, 1988), komitmen (Uskup *et al.* 2000), kepercayaan (Konovsky dan Pugh, 1994), keadilan (Tepper dan Taylor, 2003) dan dukungan organisasi (Ladd dan Hensry, 2000) yang dieksplorasi melalui lensa *social exchange theory*.

Dalam *social exchange theory*, melihat bahwa interaksi sebagai perilaku saling tergantung dan bergantung pada tindakan orang lain (Blau, 1964). *Social exchange theory* juga menekankan bahwa transaksi yang saling bergantung satu sama lain ini memiliki potensi untuk menghasilkan hubungan berkualitas tinggi sehingga pemahaman yang didapat adalah adanya saling mempengaruhi antar individu dalam organisasi.

Theory of innovation and Entrepreneurship merupakan konsep teori kontribusi yang dicetuskan oleh Schumpeter dimana pandangan sebelumnya teori ini berasal dari *theory of economic development* yang muncul pada tahun 1912. Schumpeter menyoroti fungsi dari pelaku usaha yang melakukan inovasi dan kewirausahaan disebut sebagai revolusioner dari pembangunan ekonomi

yang merubah sistem ekonomi dari mode statis dan menempatkannya pada jalur dinamis sesuai dengan kondisi bisnis saat itu.

Kombinasi kewirausahaan dan inovasi memegang kunci bagi organisasi secara berkelanjutan sehingga dapat menyesuaikan kondisi bisnis yang berubah secara cepat (Zhao, 2005). Menurutnya, ada tiga proposisi utama yaitu : inovasi dan kewirausahaan saling melengkapi dimana inovasi adalah sumber dari kewirausahaan, dan kewirausahaan memungkinkan inovasi untuk berkembang dan membantu untuk merealisasikan nilai ekonomisnya; kewirausahaan menggunakan inovasi untuk memperluas ruang lingkup bisnis dan mendorong pertumbuhan, oleh karena itu kewirausahaan dan inovasi adalah proses yang dinamis dan holistik yang tidak terbatas pada tahap awal usaha baru; pengembangan kewirausahaan dan inovasi menjadi budaya organisasi dan sebuah gaya dari manajemen tersebut. Lebih lanjut Zhao (2005) menunjukkan bahwa kewirausahaan dan inovasi adalah proses berkelanjutan dalam organisasi dimana keduanya saling melengkapi dan mampu meningkatkan kinerja bisnis.

Motivasi berwirausaha muncul karena adanya keinginan untuk berprestasi, didalam motivasi berwirausaha diperlukan daya dan usaha untuk sukses , mau belajar melihat keberhasilan orang lain, dan memiliki dorongan yang kuat untuk mengatasi semua kendala dalam proses kewirausahaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa variasi yang mendorong motivasi seseorang, diantaranya adanya peluang Amit *et al.* (1995), akses pembiayaan Evans dan Leighton (1989).

Motivasi berwirausaha melibatkan motivasi yang diarahkan pada tujuan kewirausahaan (tujuan yang melibatkan kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis). Gartner *et al.* (1992) mengkarakterisasikan motivasi berwirausaha

sebagai kekuatan dalam diri seseorang yang mendorong pelaku usaha baru untuk melewati proses munculnya maupun tumbuhnya sebuah usaha. Motivasi berwirausaha kerap dipelajari karena ada kaitannya dengan hasil atau kinerja pribadi atau perusahaan seperti realisasi diri dan pengakuan (Edelmanetal, 2010). Pelaku usaha yang memiliki motivasi mampu meraih pencapaian keberhasilan melalui pemanfaatan peluang untuk sebuah keuntungan ekonomi (Acs dan Varga, 2005).

Modal sosial merupakan kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi (berhubungan) satu sama lain dan kemudian menjadi sebuah kekuatan penting yang tidak hanya bagi kehidupan ekonomi tetapi juga setiap aspek eksistensi sosial yang lain (Burt, 1992). Modal sosial merujuk pada koneksi dengan beberapa pihak yang menyediakan akses ke sumber daya dan mencakup dimensi struktural, relasional, dan kognitif. Dalam ketiga dimensi ini, posisi wirausaha dalam sebuah kelompok memberikan berbagai keuntungan ke berbagai bidang (Granovotter, 1983). Dimana inovasi dan akses dalam sebuah jaringan menawarkan banyak manfaat bagi wirausaha seperti penguasaan dan transfer teknologi, kecepatan komunikasi, kerja sama (Powell, 1990).

Dengan menggunakan hubungan sosial, wirausahawan membangun pola harapan, norma, struktur dalam kelompok, dan sumber daya lainnya dalam sebuah interaksi (Ben-porath (1980), Granovotter (1985), Johannisson (1987), Starr dan MacMillan (1990)). Biaya dan risiko dalam sebuah aktivitas bisnis dapat berkurang dengan menggunakan aset sosial berupa persahabatan, kepercayaan, rasa terimakasih dan kewajiban yang dibangun (Starr dan MacMillan, 1990).

Konsep modal sosial muncul dari adanya pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak dapat mengatasi berbagai masalah yang dihadapi secara

individu. Modal sosial dinilai sebagai potensi yang dapat meningkatkan kesadaran bersama tentang banyaknya peluang yang dapat dimanfaatkan bersama. Interaksi semacam ini melahirkan modal sosial yang berupa ikatan – ikatan emosional yang menyatukan orang untuk mencapai tujuan bersama, dan kemudian menumbuhkan kepercayaan dan keamanan yang tercipta dari adanya relasi yang relatif panjang.

Literasi keuangan merupakan kemampuan bagi seseorang untuk membaca, menganalisis, mengelola dan mengkomunikasikan kondisi keuangan yang mempengaruhi kesejahteraannya (Lusardi, 2008). Pemahaman mengenai konsep – konsep dasar keuangan yang baik maka ketika membuat keputusan tentang keuangan tidak mengalami masalah dimasa depan sehingga mampu menunjukkan perilaku keuangan yang sehat untuk menentukan prioritas kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan.

Xu dan Zia (2012) dalam Adib Agusta (2016) mendefinisikan literasi keuangan mencakup konsep yang dimulai dari kesadaran dan pemahaman tentang produk-produk keuangan, institusi keuangan, dan konsep mengenai keterampilan keuangan seperti kemampuan untuk menghitung pembayaran bunga majemuk serta kemampuan keuangan yang lebih umum seperti pengelolaan uang dan perencanaan keuangan.

Literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi masyarakat supaya terhindar dari kesulitan keuangan yang tidak hanya pada rendahnya pendapatan, tetapi dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan berguna untuk memperoleh kesejahteraan hidup.

Inklusi keuangan merupakan proses yang memastikan kemudahan akses, ketersediaan dan penggunaan keuangan formal oleh masyarakat sebagai

anggota ekonomi (Sarma, 2008). Inklusi keuangan dianggap sebagai upaya untuk mengurangi segala bentuk hambatan terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa dan produk keuangan. Dalam prosesnya, inklusi keuangan mempromosikan penghematan dan mengembangkan budaya menabung, meningkatkan akses kredit, baik kewirausahaan maupun konsumsi dan juga memungkinkan mekanisme pembayaran yang efisien (Chakrobarty, 2011). Inklusi keuangan masuk dalam program literasi keuangan terutama dalam rangka meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan dan mendapatkan dampak langsung dari lembaga keuangan (Terzi, 2015). Menurutnya, semakin tinggi peningkatan inklusi keuangan pada UKM maka pada akhirnya akan meningkatkan stabilitas keuangan suatu negara. Inklusi keuangan adalah perubahan dalam pola pikir agen ekonomi tentang cara melihat uang dan laba.

Inklusi keuangan memiliki tujuan untuk mendorong pertumbuhan inklusif melalui penurunan angka kemiskinan, pemerataan distribusi keuangan, serta peningkatan stabilitas sistem keuangan. Inklusi keuangan juga menggambarkan keadaan dimana semua orang memiliki akses terhadap layanan jasa keuangan yang berkualitas dengan biaya yang terjangkau dan cara yang nyaman dan mudah, serta menjunjung harga diri dan keadilan khususnya untuk masyarakat miskin, buruh, dan penduduk di wilayah terpencil (Radyati, 2012:25).

Kinerja usaha merupakan suatu kondisi yang menunjukkan pertumbuhan bisnis. Pertumbuhan bisnis ini dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan, modal, tenaga kerja, pertumbuhan pasar dan laba (Hudson *et al.* (2001), Munizu, (2010), Subhan *et al.* (2014); Folorunso *et al* (2015), Ndesaulwa, 2016). Purwaningsih dan Kusuma (2015) menganggap bahwa setiap tahapan

pertumbuhan kinerja usaha termasuk UKM adalah hasil dari dua lingkungan dimana perusahaan menjalankan bisnisnya, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Kinerja usaha yang sukses tergantung pada kinerja ekonomi yang baik, dan cara para pelaku usaha dan karyawan bekerja bersama serta melakukan kegiatan dan tujuan mereka secara bersama dan terkoordinasi.

3.2.1 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Literasi Keuangan

Motivasi berwirausaha memiliki peran penting pada perilaku individu untuk menentukan keputusan atau tindakan dalam aplikasi keuangan. Motivasi menjadi dasar dari keinginan seseorang untuk menambah informasi terkait pengetahuan keuangan. Penelitian Lakovleva *et al.* (2011) menguji peran motivasi terhadap peningkatan literasi keuangan.

Variabel dalam penelitian yang diadopsi dari Penelitian Lakovleva *et al.* (2011) menghasilkan beberapa sub-variabel. Variabel motivasi berwirausaha dilihat dari faktor *socioeconomic*, *demographic*, dan *aspirational characteristics*. Variabel literasi keuangan terbagi menjadi empat sub variabel, yakni *income*, *financial management*, *spending and credit*, and *saving and investing*. Hasilnya motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap literasi keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

H1: Motivasi berwirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap Literasi Keuangan

3.2.2 Pengaruh Modal Sosial terhadap Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kesadaran dan sikap seseorang tentang pemahaman keuangan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan berdasarkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan.

Peranan literasi keuangan adalah sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, serta keyakinan untuk menerapkan pemahaman demi meningkatkan kesejahteraan finansial di masa depan. Eksistensi modal sosial mampu meningkatkan literasi keuangan karena timbulnya gerakan dalam kelompok masyarakat yang peduli terhadap rendahnya tingkat melek finansial.

Penelitian Seghers *et al.* (2012), Pangeran (2015) menguji peran modal sosial dalam hubungan literasi dan inklusi keuangan. Modal sosial memfasilitasi edukasi keuangan berupa pengetahuan dan keterampilan dalam sebuah jaringan dalam pengelolaan keuangan. Modal sosial menekankan pada pembelajaran dengan mengamati orang lain yang mereka percaya, melalui hal tersebut timbul pengetahuan dan keterampilan yang diharapkan dan mengubah perilaku dan pemahaman untuk memecahkan masalah di sekitar. Literasi keuangan diukur dengan *behaviour, skill, attitude, dan knowledge*. Modal sosial diukur dengan *collective action, bonding, bridging dan trust*. Hasilnya modal sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

H2: Modal Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Literasi Keuangan

3.2.3 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha

Pengembangan kewirausahaan berkaitan dengan kreativitas dan inovasi, hal inilah yang menjadi fokus dalam penelitian Machmud (2017), Eijdenberg *et al.* (2015), Nyang'au *et al.* (2014). Motivasi berwirausaha mampu menghasilkan proses inovasi yang baik dan dapat meningkatkan kinerja bisnis. Inovasi produk menjadi kunci untuk perkembangan dari setiap organisasi dan struktur perkembangan saat ini dan masa depan. Alasan tersebut relevan dengan upaya

UK untuk meningkatkan inovasi dalam menghasilkan proses, metode maupun

sesuatu yang baru untuk meraih keunggulan kompetitif. Penelitian Machmud (2017) menguji peran motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha.

Motivasi berwirausaha diukur melalui indikator *the achievement motivation*, *willingness to take risks*, dan *self-efficacy*. Penelitian Nyang'au et al. (2014) menguji hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha mikro dan kecil, keberlanjutan pertumbuhan UK sangat penting karena melihat peran ekonomi yang dilakukan oleh UK secara signifikan mendorong keseluruhan peningkatan output dan tingkat pendapatan. Tingkat pertumbuhan UK akan meningkat karena didorong oleh motivasi dari pelaku usaha sehingga dorongan tidak hanya cukup dari para pengusaha tetapi dari pihak-pihak lain seperti pemerintah. Pengembangan kewirausahaan dan UK menjadi salah satu prioritas dan tujuan bagi negara berkembang termasuk Indonesia dengan mengalokasikan belanja anggaran. Indikator kinerja usaha yang digunakan adalah penjualan, jumlah karyawan, dan modal

Hasilnya motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

H3: Motivasi Berwirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha

3.2.4 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha

Gagasan modal sosial menunjukkan bahwa individu atau organisasi yang berkaitan dengan orang lain dan berdasarkan pada rasa kepercayaan memainkan peran penting dalam UK untuk mencapai tujuan bisnis. Hal ini karena modal sosial mampu mendorong, membangun dan menjalin jaringan sosial yang layak antar sesama anggota dalam suatu kelompok atau komunitas. Disatu sisi modal sosial mampu meningkatkan kepercayaan antar sesama dan disisi lain

dapat mengurangi biaya produksi. Penelitian Clarke *et al.* (2016) menguji sejauh mana modal sosial berperan dalam perkembangan perusahaan mencapai taraf internasional dan pertumbuhan UK. Modal Sosial diukur dengan *networks, trust, information and communication, collective action, social cohesion*, dan *political empowerment*. Kinerja usaha diukur dengan *growth (growth rate dan revenue)*, *internationalization, competitiveness*

Penelitian Ismail (2015) bertujuan untuk menguji hubungan antara kontrol budaya, kemampuan terhadap kinerja usaha. Variabel kemampuan dalam penelitian ini diwakili oleh variabel kreatifitas organisasi dan modal sosial. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kontrol budaya dengan kemampuan yang diwakili dengan modal sosial dan kreativitas organisasi.

Penelitian Hoq *et al.* (2017) menguji peran modal sosial terhadap kinerja usaha. Modal sosial diukur melalui dimensi struktural dan dimensi konten. Dalam dimensi struktural yaitu meliputi *assets, association, social affiliation, social arrangement, linkages, intended relationships*. Pada dimensi konten meliputi *reputation, companionship, trust, collaboration compassion, patience skills exchange, empathy*. Hasilnya modal sosial berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

H4: Modal Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha

3.2.5 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi keuangan

Hubungan antara literasi keuangan dan inklusi keuangan memiliki ikatan yang kuat, OECD (2013) menjelaskan bahwa pengetahuan akan produk yang tersedia dalam suatu negara adalah prasyarat bagi inklusi keuangan. *World Bank* (2008) mendukung adanya kapasitas seseorang untuk memperoleh keuntungan

dari jasa atau produk keuangan yang ditawarkan tergantung pada pemahaman pendidikan keuangan yang baik. Literasi keuangan merupakan alat instrumen untuk mengatasi kesenjangan dan membantu masyarakat untuk memilih dan menggunakan produk atau layanan jasa guna mempermudah aksesibilitas mereka.

Penelitian Raina (2014) mengungkapkan bahwa literasi keuangan memungkinkan untuk membangun kemampuan finansial yang merupakan komponen utama dari inklusi keuangan dengan menyediakan pendidikan keuangan bagi individu agar dapat mengidentifikasi dan menggunakan produk atau layanan jasa keuangan yang sesuai dan mempertahankan aset mereka dari waktu ke waktu.

Variabel dalam penelitian yang diadopsi dari Penelitian Bongomin *et al.* (2017) menghasilkan beberapa sub-variabel. Variabel literasi keuangan terbagi menjadi empat sub variabel, yakni *behaviour*, *skill*, *attitude*, dan *knowledge*. Inklusi keuangan diukur dengan empat sub-variabel yaitu *welfare*, *quality*, *usage*, dan *access*

Penelitian Rola *et al.* (2016) menyatakan literasi keuangan diperlukan dan sudah menjadi bagian masyarakat yang terpinggirkan dan sangat dibutuhkan untuk mencapai inklusi keuangan. Literasi keuangan memfasilitasi penggunaan produk dan jasa keuangan secara efektif dengan membantu masyarakat untuk mengembangkan keterampilan untuk membandingkan dan memilih produk keuangan terbaik sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga mendorong peningkatan inklusi keuangan. Hasilnya literasi keuangan berpengaruh terhadap inklusi keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

H5: Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap inklusi keuangan

3.2.6 Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Usaha

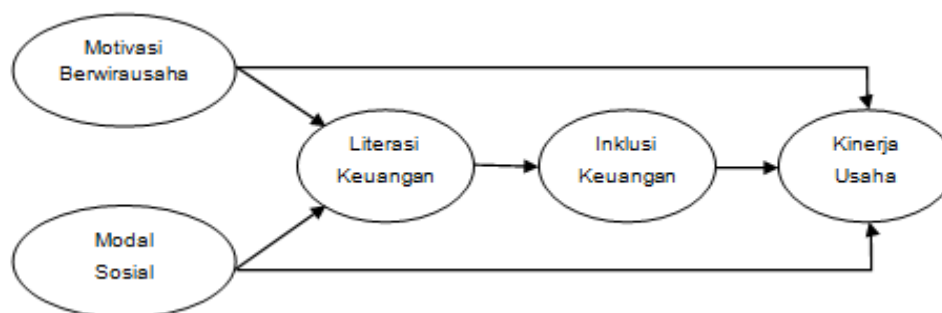
Penelitian Riwayati (2017) menguji inklusi keuangan terhadap kinerja usaha. Inklusi keuangan yang diukur dengan *availability or access to financial services, the use of financial products and services, quality of financial products and services*, dan *the welfare of users of financial product and services*. Kinerja usaha diukur dengan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan lapangan kerja, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba. Hasilnya inklusi keuangan berpengaruh terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

H6: Inklusi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha

Berdasarkan uraian sebelumnya mengenai model konseptual penelitian-penelitian terdahulu serta mengenai pemilihan variabel dan sub-variabel penelitian, penelitian ini bertujuan untuk melanjutkan penelitian Lakovleva *et al.* (2011), Seghers *et al.* (2012), Pangeran (2015), Eijdenberg *et al.* (2015), Machmud (2017), Nyang'au *et al.* (2014), Agyapong *et al.* (2017), Ismail (2015), Okafor (2012), Clarke *et al.* (2016), Kalkan *et al.* (2015), Hoq *et al.* (2017), Bongomin *et al.* (2017), Agarwal (2016), Raina (2014), Rola *et al.* (2016), Bongomin *et al.* (2017), Riwayati (2017), Bongomin *et al.* (2017) tentang pengaruh motivasi berwirausaha dan modal sosial terhadap literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha.

Kerangka konseptual penelitian dapat dijelaskan sebagai sebuah hubungan atau keterkaitan antara konsep yang satu dengan konsep yang lain

dari suatu permasalahan yang ingin diteliti. Gambar kerangka konseptual model penelitian secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Kerangka Konseptual Penelitian

3.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian penjelasan secara teoritis dan temuan penelitian terdahulu, secara keseluruhan terdapat enam hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini. Keenam hipotesis penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.3.

H1 : Motivasi berwirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap literasi keuangan

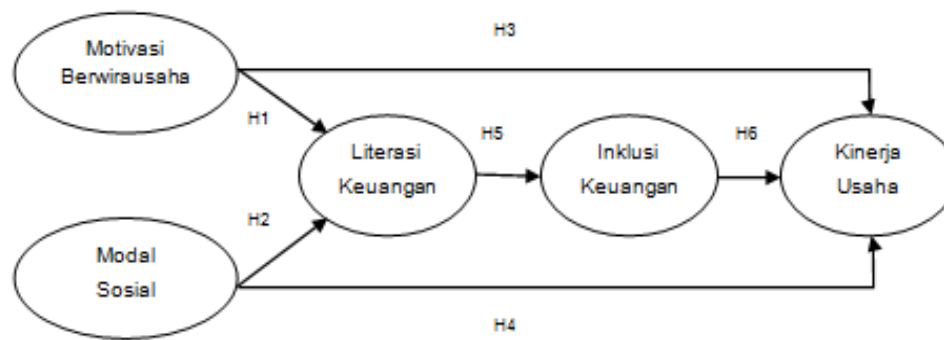
H2 : Modal Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap literasi keuangan

H3 : Motivasi berwirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha

H4 : Modal sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha

H5 : Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap Inklusi Keuangan

H6 : Inklusi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha



Gambar 3.3 Kerangka hipotesis Penelitian



BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini disebut penelitian explanatory dimana peneliti menjelaskan hubungan kausalitas melalui variabel-variabel dengan pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) untuk menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian (Singarimbun dan Effendi, 1989). Penelitian eksplanasi (*explanatory*) adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan dan memberikan gambaran posisi variabel – variabel yang diteliti serta korelasi antara variabel satu dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2005) . Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat dipertanggungjawabkan dan dibuktikan secara ilmiah.

Penelitian ini juga menggunakan metode survei (Survey method) yang dilakukan guna mendapatkan data dan informasi serta mencari keterangan secara faktual. Berdasarkan metode yang digunakan , penelitian ini mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu yang pokok (Singarimbun *dalam* Singarimbun dan Effendi, 1989). Metode ini disebut juga *questionnaire method* , karena untuk memperoleh data tersebut diajukan serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dalam suatu daftar.

4.2 Lokasi Penelitian

Guna mendapatkan data yang dibutuhkan, penulis melakukan penelitian di Provinsi Kalimantan Timur dan objek dalam penelitian adalah pelaku usaha kecil

peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur.

4.3 Populasi dan Sampel Penelitian

4.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari kumpulan atau kelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang menarik yang ingin diteliti dan dibuat kesimpulan oleh peneliti (Sekaran, 2011). Adapun Unit analisis dari penelitian ini adalah pelaku UK yang menjadi bagian dari kelompok pendidikan dan mengikuti pelatihan kewirausahaan di Klinik Bisnis KUMKM Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM (Disperindagkop) Kalimantan Timur yang tersebar di Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Kutai Timur, Kota Samarinda, Kota Balikpapan pada periode ketiga (Bulan Juli – September 2018) sebanyak 100 unit.

Dalam penelitian ini penulis menentukan karakteristik populasi atau target sasaran dengan menetapkan kriteria sebagai berikut :

1. Pelaku UK yang memiliki legalitas usaha. Pelaku usaha yang sudah mempunyai legalitas hukum atas usahanya bisa menjadi acuan dan bahan pertimbangan pihak lembaga keuangan dalam memberikan akses pembiayaan. Upaya ini mendorong pelaku UK agar lebih profesional dengan mendaftarkan usahanya.
2. Pelaku UK yang memiliki rekening Bank. Terpenuhinya pengetahuan keuangan pelaku usaha kecil ditunjukkan dengan adanya kepemilikan rekening bank sebagai bukti telah melek finansial.
3. Pelaku UK yang berada di empat kota atau kabupaten di Provinsi Kalimantan Timur, yaitu Kota Samarinda, Kota Balikpapan, Kabupaten

Kutai Timur dan Kabupaten Kutai Kartanegara. Pemilihan empat lokasi karena atas pertimbangan keterbatasan waktu penelitian dan kabupaten dan kota tersebut memiliki jarak yang cukup mudah untuk dijangkau dan memiliki jarak yang dekat antara kota dan kabupaten.

4. Pelaku UK yang mengikuti pelatihan dan pendidikan kewirausahaan pada periode ketiga bulan Juli, Agustus dan September 2018 di Kota Balikpapan, Kota Samarinda, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Kutai Timur.

Pemilihan kelompok ini karena merupakan salah satu kelompok UK yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dan tidak hanya memberikan program pelatihan dan pendidikan namun juga pendampingan yang menyediakan kebutuhan – kebutuhan pelaku UK secara gratis. Klinik Bisnis memberikan kesempatan para pelaku UK belajar, menambah motivasi, menghimpun jejaring melalui Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur.

4.3.2 Sampel

Sampel terdiri dari beberapa anggota yang terpilih dari populasi (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015: 84). Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yakni menggunakan metode sensus atau sampling jenuh berdasarkan ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2002 : 61 – 63), bahwa “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel atau dengan istilah salin dari sampel jenuh adalah sensus.”

Berdasarkan penjelasan diatas sampel yang menjadi responden pada penelitian ini adalah 100 pelaku UK yang selanjutnya peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada seluruh pelaku UK yang mengikuti pelatihan dan pendidikan kewirausahaan di periode ketiga bulan Juli – September 2018 di empat kota atau kabupaten di Provinsi Kalimantan Timur. Data sampel penelitian ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Jumlah Sampel Penelitian

No	Kabupaten atau Kota	Jumlah Sampel
1	Kutai Kartanegara	25
2	Kutai Timur	25
3	Samarinda	25
4	Balikpapan	25
Jumlah		100

Sumber : Data diolah, 2018

4.4 Klasifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu :modal sosial, motivasi berwirausaha, literasi keuangan, inklusi keuangan, dan kinerja UK.

Variabel penelitian merupakan atribut atau nilai dari obyek yang memiliki suatu variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012 : 9). Dalam variabel penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yakni variabel eksogen dan variabel endogen.

4.4.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap nilai variabel lain dalam model (Ferdinand, 2006). Variabel eksogen juga dikenal sebagai variabel independen. Variabel eksogen dalam penelitian ini menggunakan variabel dengan jenis anteseden , yang merupakan variabel yang mendahului variabel lain yang artinya, variabel lain tidak akan pernah terjadi apabila tidak tersedia anteseden yang mendahuluinya (Jamiluddin, 2005 : 23).

Adapun variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu motivasi berwirausaha (X1) dan modal sosial (X2).

4.4.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen dalam model tersebut baik secara tidak langsung maupun langsung (Ferdinand, 2006). Fungsi variabel endogen adalah memahami dan membuat variabel terikat, menjelaskan variabilitasnya atau memprediksinya. Variabel endogen juga dikenal dengan variabel dependen. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan (Z1), inklusi keuangan (Z2), dan kinerja usaha kecil (Y1).

4.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk dalam mengukur suatu variabel.

Menurut Wisadirana (2005 : 58) , untuk memperoleh kejelasan dari variabel yang akan diukur, maka perlu dirumuskan definisi operasional dari setiap variabel

Definisi operasional dari variabel-variabel adalah sebagai berikut:

4.5.1 Motivasi Berwirausaha

Motivasi berwirausaha merupakan proses psikologis yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku seseorang menuju pencapaian tujuan, dimana motivasi dianggap sebagai proses yang memainkan peran dalam intensitas, arah dan durasi individu dalam menjalankan rencana yang ditetapkan sebelumnya (Machmud, 2017). Penelitian ini dikembangkan dari penelitian Machmud (2017) dan terdapat tiga indikator yang dapat mengukur motivasi berwirausaha, yaitu :

a. *Motives of Achievement*, salah satu dorongan individu untuk menghasilkan kinerja adalah melalui pencapaian. Dorongan dalam melakukan pencapaian merupakan keinginan atau tekad seseorang untuk bekerja dengan baik atau melebihi standar pencapaian. Standar dapat menjadi tolak ukur prestasi diri di masa lalu dalam melakukan perbaikan, mengukur hasil secara obyektif. Ini menunjukkan dengan adanya dorongan bagi mereka untuk bertindak lebih baik dan lebih efisien, akan menimbulkan keinginan untuk membuat pencapaian yang signifikan, ingin menguasai keterampilan, mengendalikan proses bisnis. Keinginan untuk meningkatkan pencapaian menjadi salah satu prediktor yang kuat dalam kinerja bisnis.

b. *Risk propensity*, kondisi ini merupakan keberanian bagi pelaku usaha untuk mengambil risiko dan peluang didalam ketidakpastian dunia bisnis. Pelaku usaha mentransformasikan peluang tersebut menjadi hal baru, keberanian untuk mengambil risiko dalam bisnis dapat menjadi salah satu faktor keberhasilan bisnis karena proses inovasi dapat diperoleh dengan cara memiliki keberanian untuk menangani kegagalan risiko sebagai perwujudan cara-cara baru guna menunjang kinerja bisnis. Cara atau metode baru adalah proses inovasi yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berhasil dalam persaingan bisnis.

c. *Self-Efficacy*, berhubungan dengan persepsi seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas. Ketika adanya *self-efficacy* yang dikaitkan dengan pelaku usaha maka akan menghasilkan kepercayaan diri untuk menjalankan tujuan bisnis yang penuh dengan ketidakpastian. Ketidakpastian mengenai hasil yang diperoleh membutuhkan kepercayaan diri dan kompetensi yang berkaitan dengan peningkatan kinerja bisnis. Keyakinan

seseorang akan mempengaruhi persepsi, motivasi, dan kinerja mereka.

Dengan demikian, efektifitas dan efisiensi bisa tercapai, kebaruan dalam proses bisnis diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnis dan membangun kemandirian.

4.5.2 Modal Sosial

Modal sosial adalah hubungan yang dibangun atas kebersamaan masyarakat dalam berbagi informasi dan pengetahuan untuk mencapai tujuan dengan melibatkan norma - norma dan nilai - nilai yang mendukung dalam melakukan perubahan dan penyesuaian secara bertahap dan konsisten (Andriani, 2009). Modal sosial mampu memfasilitasi proses belajar melalui pengetahuan dan interaksi dengan jaringan yang memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan. Penelitian ini dikembangkan dari penelitian Bongomin *et al.* (2016), Munene *et al.* (2005), Heikkila *et al.* (2009) dan terdapat tiga indikator yang dapat mengukur modal sosial, yaitu :

- a. *Trust*, keadaan dimana masyarakat percaya terhadap suatu gerakan atau seseorang yang mengakomodir dan memperjuangkan kepentingan orang banyak tanpa memandang latar belakang keluarga, etnis, agama, pendidikan, organisasi kemasyarakatan.
- b. *Bonding*, merupakan tipe modal sosial dengan karakteristik ikatan atau perekat sosial yang kuat dalam sebuah sistem kemasyarakatan. Keadaan ini mampu menyajikan dampak peningkatan kesejahteraan bersama dan saling membantu.
- c. *Bridging*, merupakan kondisi yang timbul sebagai reaksi dari beberapa perbedaan karakteristik dalam suatu kelompok. Tipe model sosial ini mendorong kelompok untuk memiliki sikap dan pikiran terbuka dan

membangun pola-pola interaksi saling menguntungkan bukan bergantung diri kepada yang lain.

4.5.3 Literasi Keuangan

Literasi keuangan terdiri atas beberapa pengetahuan dan kemampuan terkait keuangan yang dimiliki oleh individu agar mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya (Lusardi, 2012). Penelitian ini dikembangkan dari temuan penelitian Bongomin *et al.* (2016), Atkinson dan Messy (2013), Lusardi dan Mitchell (2009) dan terdapat empat indikator yang dapat mengukur literasi keuangan yaitu :

- a. *Behaviour*, berhubungan dengan besarnya dampak yang ditimbulkan oleh seseorang dalam pemenuhan kebutuhan sesuai dengan tingkat pendapatan yang diterima.
- b. *Skills*, kemampuan untuk menterjemahkan pengetahuan keuangan ke dalam praktik aplikasi keuangan .
- c. *Knowledge*, mengacu pada informasi apa yang telah diketahui oleh seseorang mengenai masalah keuangan.
- d. *Attitude*, keadaan pikiran, pendapat serta penilaian seseorang mengenai aplikasi keuangan.

4.5.4 Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan melihat dan mengacu pada keadaan seseorang dimana dapat mengakses berbagai lembaga, produk dan layanan jasa keuangan sesuai kebutuhan dan memberikan manfaat untuk peningkatan kesejahteraan dimasa depan (Bongomin *et al.*, 2016). Penelitian ini dikembangkan dari penelitian Bongomin *et al.* (2016), Cihak *et al.* (2012), Claessens (2006) dan ada empat pengukuran inklusi keuangan yaitu

a. *Access*, merupakan infrastruktur yang disediakan oleh lembaga jasa keuangan agar masyarakat dapat menjangkau baik lembaga, layanan jasa dan produk keuangan yang bersifat formal dan non formal. Indikator ini mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal dalam hal keterjangkauan fisik dan harga.

b. *Usage*, berhubungan dengan ketersediaan produk dan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh seluruh golongan masyarakat agar setiap golongan tersebut mampu memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Indikator ini mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan (keteraturan, frekuensi, dan lama penggunaan).

c. *Welfare*, penggunaan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat merupakan tujuan akhir dari inklusi keuangan sehingga diharapkan masyarakat tidak hanya menikmati produk dan layanan jasa keuangan yang digunakan, melainkan juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Indikator ini mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan (keteraturan, frekuensi, dan lama penggunaan).

d. *Quality*, merupakan kondisi dimana produk dan layanan jasa keuangan dapat memberikan manfaat yang besar kepada masyarakat yang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan tersebut. Indikator ini mengukur apakah atribut produk dan jasa keuangan telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

4.5.5 Kinerja Usaha

Kinerja Usaha merupakan hasil akhir dari kegiatan usaha yang diraih oleh pelaku usaha kecil selama periode waktu tertentu. Kinerja usaha yang digunakan dalam penelitian ini diukur secara komprehensif, baik menggunakan perspektif

finansial dan non-finansial dengan mengadaptasi ukuran dari Sanchez dan Camison (2005) yang meninjau dari tiga aspek, yaitu profitabilitas, produktivitas dan pasar.

a. Profitabilitas merupakan hasil akhir yang diraih oleh UK dari sudut pencapaian target keuangan selama kegiatan usaha dalam waktu periode waktu tertentu.

b. Produktivitas merupakan hasil akhir yang diperoleh UK dalam waktu periode tertentu terkait dengan aktivitas-aktivitas usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, serta produktivitas karyawan.

c. Pasar merupakan hasil akhir yang dicapai UK dari pasar yang menjadi target atau dituju dalam waktu periode tertentu ditinjau dari posisi pasar, pencapaian penjualan produk, serta pangsa pasar.



Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
1	Motivasi Berwirausaha (X1)	<i>Motives of achievement</i> (X1.1)	a) Memiliki keinginan untuk belajar dari orang yang sudah memiliki usaha terlebih dahulu dan orang yang lebih ahli b) Melihat dan menemukan masalah sebagai peluang c) Memiliki cukup pengalaman sehingga terdorong untuk membuka dan menjalankan bisnis baru Sumber : Machmud (2017)
		<i>Risk propensity</i> (X1.2)	a) Mampu menghadapi situasi yang tidak pasti b) Meyakini keberanian bertindak sebagai upaya untuk meraih tujuan usaha c) Memiliki ketertarikan pada usaha yang memiliki risiko rendah Sumber : Machmud (2017)
		<i>Self –efficacy</i> (X1.3)	a) Memiliki rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi b) Mau menciptakan sesuatu atau hal-hal baru c) Tidak mudah menyerah dalam pencapaian tujuan hidup Sumber : Machmud (2017)
2	Modal Sosial (X2)	<i>Trust</i> (X2.1)	a) Orang-orang yang berada pada komunitas atau suatu kelompok dapat dipercaya b) Menjalin kerjasama dengan pelaku usaha lainnya dapat membuat usaha semakin kuat c) Dengan adanya jaringan bisnis dapat membantu usaha berjalan lancar Sumber : Bongomin et al. (2016)

No	Variabel	Indikator	Item
		<i>Bonding</i> (X2.2)	a) Sesama anggota saling jujur dalam perkataan maupun tingkah laku b) Sesama anggota saling memiliki rasa percaya diri c) Sesama anggota saling memperlakukan secara adil Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)
		<i>Bridging</i> (X2.3)	a) Sesama anggota saling berbagi rencana yang berkaitan dengan tujuan hajat hidup orang lain b) Sesama anggota saling berbagi ide dan pemikiran dan menularkan ke masyarakat c) Sesama anggota saling tolong-menolong dan berbagi kemampuan yang dimiliki dan diterapkan terhadap orang lain diluar suatu kelompok atau komunitas Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)
		Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016), Munene <i>et al.</i> (2005), Heikkila <i>et al.</i> (2009)	
3	Literasi Keuangan (Z1)	<i>Behaviour</i> (Z1.1)	a) Bagaimana mengatur anggaran agar dapat disesuaikan selama periode tertentu b) Memiliki simpanan yang dapat digunakan saat ada kebutuhan mendesak c) Pengeluaran yang dilakukan melebihi pemasukan yang diperoleh Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)

No	Variabel	Indikator	Item
		<i>Skills (Z1.2)</i>	a) Memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan manfaat dari transaksi keuangan b) Memiliki keterampilan yang memadai dalam manajemen keuangan c) Memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan biaya dari transaksi keuangan Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)
		<i>Knowledge (Z1.3)</i>	a) Pengetahuan individu tentang dasar keuangan b) Faktor utama keuangan yang akan digunakan seseorang di masa yang akan datang c) Pengetahuan individu terhadap kebutuhan investasi yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)
		<i>Attitude (Z1.4)</i>	a) Memiliki kebiasaan untuk merencanakan anggaran keuangan b) Merasa aman dengan kondisi keuangan c) Memiliki kepekaan ketika keamanan keuangan terbatas Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016), Atkinson dan Messy (2013), Lusardi dan Mitchell (2009)
4	Inklusi Keuangan (Z2)	<i>Access (Z2.1)</i>	a) Layanan pembayaran yang disediakan oleh lembaga keuangan aman b) Biaya pembukaan rekening awal yang dibebankan oleh lembaga keuangan terjangkau c) Biaya transportasi ke bank terjangkau Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)

No	Variabel	Indikator	Item
		Quality (Z2.2)	a) Produk tabungan atau kredit yang disediakan oleh lembaga keuangan cocok b) Produk tabungan yang ditawarkan oleh bank aman c) Produk pinjaman yang disediakan oleh bank sesuai dengan kebutuhan Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)
		Usage(Z2.3)	a) Syarat dan ketentuan tentang penggunaan pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan menguntungkan bagi pelaku usaha b) Layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan aman bagi pelaku usaha c) Produk pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan sesuai dengan kebutuhan Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)
		Welfare (Z2.4)	a) Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan meningkatkan akses layanan keuangan pelaku usaha b) Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah meningkatkan akses pelaku usaha secara utilitas dan fasilitas c) Produk tabungan yang disediakan oleh lembaga keuangan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016), Cihak <i>et al.</i> (2012), Claessens (2006) Sumber : Bongomin <i>et al.</i> (2016)

No	Variabel	Indikator	Item
5	Kinerja UK (Y1)	Profitabilitas (Y1.1)	a) Keuntungan b) Modal usaha c) Aset usaha
		Produktivitas (Y1.2)	a) Kualitas produk dan target produksi b) Produk baru c) Produktivitas pegawai
		Pasar (Y1.3)	a) Volume penjualan b) Pencapaian posisi pasar c) Pertumbuhan pangsa pasar
		Sumber : Camison dalam (Sanchez dan Marin ,2005)	Sumber : Camison dalam (Sanchez dan Marin ,2005)

4.6 Jenis Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

4.6.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah data primer yang meliputi data yang berhubungan dengan pernyataan responden terhadap motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja UK.

Data primer ini diperoleh atau bersumber dari para responden (pelaku UK) dengan menyebar angket kuesioner secara langsung. Selain itu penelitian ini didukung dengan data sekunder yaitu mengumpulkan data melalui dokumen yang relevan dengan kajian penelitian ini yang bersumber dari perusahaan, web site, dan instansi terkait.

4.6.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian yang tepat adalah dengan mempertimbangkan penggunaannya berdasarkan jenis data dan sumbernya. Data yang obyektif dan relevan dengan pokok permasalahan penelitian merupakan indikator keberhasilan suatu penelitian. Penulis menggunakan suatu instrumen untuk pengambilan data agar proses penelitian lebih mudah, hasilnya baik dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Tahap teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi :

1. Penyusunan kuesioner berdasarkan pertanyaan tentang karakteristik responden dan pertanyaan sesuai dengan item dalam penelitian.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh peneliti dan menanyakan kesesuaian responden sesuai dengan kriteria populasi penelitian, apabila sesuai kriteria penelitian maka peneliti menyerahkan kuesioner untuk diisi.

3. Melakukan uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden terlebih dahulu.
4. Setelah hasil uji instrumen penelitian menunjukkan hasil yang valid maka dilanjutkan penelitian dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 responden untuk memperoleh data penelitian.
5. Pengisian kuesioner dilakukan pada saat peserta pelaku UK mengikuti pelatihan kewirausahaan periode bulan Juli, Agustus, dan September 2018.
6. Setelah data dari pengisian kuesioner diperoleh kemudian dilakukan analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) untuk ditarik kesimpulan sebagai hasil penelitian.

4.7 Skala Pengukuran Data

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 (Irianto, 2004:18).

Jenis – jenis skala pengukuran ada lima yaitu :

(1) Skala Nominal

Skala nominal yaitu skala paling sederhana disusun menurut jenis (kategorinya) atau fungsi bilangan sebagai simbol untuk membedakan sebuah karakteristik dengan karakteristik lainnya (Irianto, 2004:18).

(2) Skala Ordinal

Skala ordinal yaitu skala yang didasarkan pada rangking diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang terendah atau sebaliknya.

(3) Skala Interval

Skala interval yaitu suatu skala yang memiliki rentangan konstan antara tingkat satu dengan yang aslinya, tetapi tidak memiliki angka 0 mutlak (Irianto, 2004:19). Skala interval adalah suatu skala dimana objek atau kategori dapat diurutkan berdasarkan suatu atribut tertentu, dimana jarak atau interval antara tiap objek atau kategori sama. Besarnya interval dapat ditambah atau dikurangi, dan juga urutan kategori data memiliki jarak yang sama. Pada skala ini yang dijumlahkan bukanlah kuantitas atau besaran, melainkan interval dan tidak terdapat nilai nol.

(4) Skala Rasio

Skala rasio yaitu skala pengukuran yang memiliki nilai nol mutlak dan memiliki jarak yang sama.

(5) Skala Likert

Pengukuran data menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden terhadap obyek Nazir (2009).

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. Jenis skala yang akan dipakai peneliti adalah Skala Likert.

Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Penggunaan skala Likert karena pertimbangan sebagai berikut:

- (1) Mempunyai banyak kemudahan
- (2) Mempunyai reliabilitas yang tinggi dalam mengurutkan subyek berdasarkan persepsi
- (3) Fleksibel dibanding teknik yang lain
- (4) Aplikatif pada berbagai situasi

Pedoman pada pengukuran variabel adalah dengan menggunakan 5 poin skala Likert, dimana jika terdapat jawaban dengan bobot tinggi maka diberikan skor 5 (lima) dan seterusnya sehingga jawaban yang berbobot rendah diberi skor 1 (satu). Dari masing-masing jawaban memiliki kategori dengan suatu kriteria sebagai berikut : Sangat Tidak Baik atau Sangat Tidak Setuju (skor 1); Tidak Baik atau Tidak Setuju (skor 2); Cukup baik atau Netral (skor 3); Baik atau Setuju (skor 4); Sangat Baik atau Sangat Setuju (skor 5). (Malhotra, 2010), (Cooper dan Sehindler. 2003).

4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat – syarat alat ukur yang baik atau sesuai dengan standar metode penelitian. Melihat pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket kuesioner, maka keabsahan jawaban dari responden merupakan unsur yang sangat penting dan kesahihan data hasil penelitian sangat ditentukan oleh instrumen yang digunakan.

Instrumen dikatakan baik apabila memenuhi tiga persyaratan utama yaitu :

valid atau sahih, reliabel atau andal, dan praktis (Cooper dan Sehindler, 2003).

Apabila alat ukur yang digunakan tidak valid dan tidak reliabel, maka hasil penelitian tidak menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, untuk menguji kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian ini maka digunakan terlebih dahulu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

4.8.1 Uji Validitas Instrumen (*Test of Validity*)

Instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan data dan variabel-variabel yang diteliti secara konsisten. Uji validitas adalah ketepatan skala atas pengukuran instrumen yang digunakan dengan maksud untuk menjamin bahwa alat ukur (kuesioner) yang digunakan sesuai dengan obyek yang diukur. Dengan kata lain instrumen dapat dikatakan mempunyai validitas dapat dikatakan tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai. Pengujian validitas instrumen yaitu menghitung koefisien korelasi skor item dan skor totalnya dengan metode korelasi *product moment pearson*. Kriteria pengujian pada instrumen yang dikatakan valid yaitu nilai $r \geq 0,30$ dan nilai signifikansi korelasi $\leq$ dari 95% atau $\alpha=0,05$ (Sugiyono,2010).

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2014) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka item – item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
- b. Jika $r \leq 0,30$, maka item – item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

- c. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber : Sugiyono, 2014

Keterangan :

r = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya koresponden

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah Skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah Skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing – masing X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing – masing Y

Untuk mempermudah perhitungan uji validitas dan reliabilitas, maka digunakan *software Excel for windows* dan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*.

- a. Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi Berwirausaha (X_1)

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi Berwirausaha

Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
X1.1.1	0,806	0,30	0,000	Valid
X1.1.2	0,863	0,30	0,000	Valid
X1.1.3	0,791	0,30	0,000	Valid
X1.2.1	0,781	0,30	0,000	Valid
X1.2.2	0,794	0,30	0,000	Valid
X1.2.3	0,802	0,30	0,000	Valid
X1.3.1	0,808	0,30	0,000	Valid
X1.3.2	0,810	0,30	0,000	Valid
X1.3.3	0,847	0,30	0,000	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2018

Tabel 4.3 menunjukkan validitas item instrumen motivasi berwirausaha dengan seluruh nilai r hitung $> r$ tabel yaitu $0,781 - 0,863 > 0,30$ dan signifikansi seluruh item lebih kecil dari 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa item dalam instrumen penelitian dari variabel motivasi berwirausaha adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

b. Hasil Uji Validitas Instrumen Modal Sosial (X2)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Modal Sosial

Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
X2.1.1	0,836	0,30	0,000	Valid
X2.1.2	0,844	0,30	0,000	Valid
X2.1.3	0,798	0,30	0,000	Valid
X2.2.1	0,785	0,30	0,000	Valid
X2.2.2	0,783	0,30	0,000	Valid
X2.2.3	0,769	0,30	0,000	Valid
X2.3.1	0,842	0,30	0,000	Valid
X2.3.2	0,870	0,30	0,000	Valid
X2.3.3	0,773	0,30	0,000	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2018

Tabel 4.4 menunjukkan validitas item instrumen modal sosial dengan seluruh nilai r hitung $> r$ tabel yaitu $0,769 - 0,870 > 0,30$ dan signifikansi seluruh item lebih kecil dari 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa item dalam instrumen penelitian dari variabel modal sosial adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

c. Hasil Uji Validitas Instrumen Literasi Keuangan (Z1)

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Literasi Keuangan

Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
Z1.1.1	0,776	0,30	0,000	Valid
Z1.1.2	0,710	0,30	0,000	Valid
Z1.1.3	0,715	0,30	0,000	Valid
Z1.2.1	0,733	0,30	0,000	Valid
Z1.2.2	0,712	0,30	0,000	Valid
Z1.2.3	0,799	0,30	0,000	Valid

Z1.3.1	0,670	0,30	0,000	Valid
Z1.3.2	0,727	0,30	0,000	Valid
Z1.3.3	0,791	0,30	0,000	Valid
Z1.4.1	0,765	0,30	0,000	Valid
Z1.4.2	0,783	0,30	0,000	Valid
Z1.4.3	0,769	0,30	0,000	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2018

Tabel 4.5 menunjukkan validitas item instrumen literasi keuangan dengan seluruh nilai r hitung $> r$ tabel yaitu $0,670 - 0,799 > 0,30$ dan signifikansi seluruh item lebih kecil dari 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa item dalam instrumen penelitian dari variabel literasi keuangan adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

d. Hasil Uji Validitas Instrumen Inklusi Keuangan (Z2)

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Inklusi Keuangan

Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
Z2.1.1	0,821	0,30	0,000	Valid
Z2.1.2	0,819	0,30	0,000	Valid
Z2.1.3	0,788	0,30	0,000	Valid
Z2.2.1	0,797	0,30	0,000	Valid
Z2.2.2	0,802	0,30	0,000	Valid
Z2.2.3	0,843	0,30	0,000	Valid
Z2.3.1	0,829	0,30	0,000	Valid
Z2.3.2	0,801	0,30	0,000	Valid
Z2.3.3	0,806	0,30	0,000	Valid
Z2.4.1	0,715	0,30	0,000	Valid
Z2.4.2	0,817	0,30	0,000	Valid
Z2.4.3	0,826	0,30	0,000	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2018

Tabel 4.6 menunjukkan validitas item instrumen inklusi keuangan dengan seluruh nilai r hitung $> r$ tabel yaitu $0,715 - 0,843 > 0,30$ dan signifikansi seluruh item lebih kecil dari 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa item dalam instrumen penelitian dari variabel inklusi keuangan adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

e. Hasil Uji Validitas Instrumen Kinerja Usaha Kecil (Y1)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kinerja Usaha

Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
Y1.1.1	0,875	0,30	0,000	Valid
Y1.1.2	0,826	0,30	0,000	Valid
Y1.1.3	0,789	0,30	0,000	Valid
Y1.2.1	0,832	0,30	0,000	Valid
Y1.2.2	0,839	0,30	0,000	Valid
Y1.2.3	0,815	0,30	0,000	Valid
Y1.3.1	0,759	0,30	0,000	Valid
Y1.3.2	0,778	0,30	0,000	Valid
Y1.3.3	0,811	0,30	0,000	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2018

Tabel 4.7 menunjukkan validitas item instrumen kinerja usaha dengan seluruh nilai r hitung $> r$ tabel yaitu $0,759 - 0,875 > 0,30$ dan signifikansi seluruh item lebih kecil dari 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa item dalam instrumen penelitian dari variabel kinerja usaha adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

4.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen (*Test of Reliability*)

Uji reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan sampai dimana masing-masing indikator dari variabel dapat mengidentifikasi sebuah faktor laten. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui keandalan alat ukur atau untuk mengetahui konsistensi alat ukur jika digunakan untuk mengukur obyek yang selama lebih dari satu kali. Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap item-item pernyataan yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach* dengan nilai batas (*cut of poin*) adalah $\geq 0,60$ walaupun ini bukan standar *absolut*. Instrumen dianggap telah memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima, jika nilai koefisien reliabilitas yang terukur adalah $\geq 0,60$ (Sugiyono, 2003).

Uji reliabilitas instrumen penelitian ini akan menggunakan *reliability analysis* dengan teknik *Alpha Cronbach* yang mempunyai rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[\frac{S^2 - \sum_{i=1}^n Si^2}{S^2} \right]$$

Keterangan :

α = Koefisien reliabilitas instrumen *Alpha Cronbach*

n = Jumlah butir pertanyaan

S^2 = Varian skor secara keseluruhan

Jumlah varian dicari terlebih dahulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir

dengan persamaan sebagai berikut :

$$S = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

S = Varian

X = Nilai skor yang dipilih

n = jumlah sampel

Suatu instrumen alat ukur dikatakan reliabel dan bisa diproses pada tahap selanjutnya jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Jika instrumen alat ukur memiliki nilai *Cronbach Alpha* < 0,6, maka alat ukur tersebut tidak reliabel. Sedangkan kategori koefisien reliabilitas menurut Guilford (1956 :145) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8 Kategori Koefisien Reliabilitas

Cronbach Alpha	Kategori
0,80 – 1,00	Sangat tinggi
0,60 – 0,80	Tinggi
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,10 – 0,20	Tidak reliabel

Sumber : Gullford (1956:145)

Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas , maka digunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Dibawah ini hasil uji reliabilitas setiap variabel dengan nilai Alpha harus > 0,6 maka kuesioner tersebut dinyatakan *reliable*. Dibawah ini hasil uji reliabilitas pada seluruh sampel (100) dalam penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Motivasi berwirausaha	0,786	Reliabel
Modal sosial	0,786	Reliabel
Literasi keuangan	0,772	Reliabel
Inklusi keuangan	0,778	Reliabel
Kinerja usaha	0,787	Reliabel

Sumber : data diolah SPSS, 2018

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa reliabilitas instrumen pada variabel motivasi berwirausaha yang terdiri dari 9 item pertanyaan yang tersedia mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yakni $0,786 > 0,6$ dan termasuk kategori “tinggi” dalam koefisien reliabilitas, yang berarti bahwa pernyataan motivasi berwirausaha memiliki kehandalan yang tinggi dalam ukuran jawaban responden.

Hasil uji reliabilitas instrumen pada pernyataan dari modal sosial yang terdiri dari 9 item mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yakni $0,786 > 0,6$ dan termasuk kategori “tinggi” dalam koefisien reliabilitas, yang berarti bahwa pernyataan variabel modal sosial memiliki kehandalan yang tinggi dalam ukuran jawaban responden.

Hasil uji reliabilitas instrumen pada pernyataan dari literasi keuangan yang terdiri dari 12 item mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yakni $0,772 > 0,6$ dan termasuk kategori “tinggi” dalam koefisien reliabilitas, yang berarti bahwa pernyataan variabel literasi keuangan memiliki kehandalan yang tinggi dalam ukuran jawaban responden.

Hasil uji reliabilitas instrumen pada pernyataan dari inklusi keuangan yang terdiri dari 12 item mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yakni $0,778 > 0,6$ dan termasuk kategori “tinggi” dalam koefisien reliabilitas, yang

berarti bahwa pernyataan variabel inklusi keuangan memiliki kehandalan yang tinggi dalam ukuran jawaban responden.

Hasil uji reliabilitas instrumen pada pernyataan dari kinerja usaha yang terdiri dari 9 item mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yakni $0,787 > 0,6$ dan termasuk kategori “tinggi” dalam koefisien reliabilitas, yang berarti bahwa pernyataan variabel kinerja usaha memiliki kehandalan yang tinggi dalam ukuran jawaban responden.

4.9 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : (a) mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden; (b) mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden ; (c) menyajikan data tiap variabel yang diteliti ; (d) melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah ; (e) melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Untuk melakukan analisis terhadap data penelitian yang diperoleh di lapangan digunakan dua macam metode, yakni analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial.

4.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2008). Antara lain dengan penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, *pictogram*, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data

melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan prosentase.

Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang diteliti serta masing – masing variabel dalam bentuk jumlah responden maupun angka prosentase.

4.9.2 Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial digunakan untuk mengetahui tingkat kuat atau lemahnya pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat, dengan cara menganalisis data yang telah diberi skor sesuai dengan skala pengukuran yang telah ditentukan, dengan menggunakan rumus – rumus statistik.

Pola pengaruh antar variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) merupakan pengaruh kausalitas (sebab-akibat), sehingga bentuk model yang digunakan menjadi tidak sederhana, mengingat adanya variabel yang berperan ganda, yakni sebagai variabel independen pada suatu kasus, namun juga menjadi variabel dependen pada kasus lain. Bentuk pengaruh antar variabel semacam ini memerlukan alat analisis yang mampu menjelaskan secara simultan pengaruh tersebut, yakni *PLS (Partial Least Square)* dimana pengolahannya menggunakan *Smart PLS*.

PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2008 :17) , pendekatan PLS adalah *distribution free* (tidak menghasilkan data berdistribusi tertentu, dapat berupa nominal, ordinal, interval dan rasio).

Menurut Ghazali (2008 :17) PLS merupakan *factor indeterminacy* metode analisis yang powerful oleh karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu dan jumlah sampel kecil. PLS digunakan untuk konfirmasi teori, jika dibandingkan dengan *covariant based SEM* , komponen

yang berdasarkan PLS mampu menghindarkan dua masalah besar yang dihadapi oleh *covariance based* SEM. Perbedaan antara *covariance based* SEM dengan *component based* PLS adalah apakah kita akan menggunakan model persamaan struktural untuk menguji teori atau pengembangan teori untuk tujuan prediksi.

Menurut Ghozali (2008 :19) cara kerja PLS adalah membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya.

PLS memiliki dua spesifikasi model, yaitu *inner model* dan *outer model*.

Inner model merupakan model yang menggambarkan hubungan antara sesama variabel laten yang akan dievaluasi, sedangkan *outer model* yang dikenal sebagai model pengukuran merupakan model yang menggambarkan hubungan antara indikator dengan variabel laten. *Outer model* merupakan salah satu bagian penting dalam pengolahan PLS, karena hipotesis hubungan yang terjadi di *inner model* bergantung pada validitas dan reliabilitas dari *outer model* (Hair et al, 2014). Metode PLS dalam penelitian ini menggunakan software SmartPLS 3.

4.9.2.1 Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model (*inner relation*, *structural model*, dan *substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantif theory. Ghozali (2008 : 26) menyatakan bahwa model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk *dependen*, Stone –Geisser *Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. *Inner model* PLS menggambarkan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya. *Inner model* digunakan untuk uji hipotesis penelitian. Nilai t-statistik lebih dari 1,96 (>1,96) menunjukkan pengaruh antar

variabel adalah signifikan. Sebaliknya, jika nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($<1,96$) menunjukkan pengaruh antar variabel tidak signifikan (Ghozali, 2014).

Tabel 4.10 Kriteria Inner model

Evaluasi	Kriteria
Antar variabel laten endogen	R ² baik (0,67) R ² moderat (0,33) R ² lemah (0,19)
Effect size	Semakin besar F ² semakin besar pengaruhnya
Relevansi prediksi	Q ² semakin mendekati 1, maka model dapat memprediksi berdasarkan data

Sumber: Ghozali (2014)

4.9.2.2 Model Pengukuran atau Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score* atau *component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dinyatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

Menurut Ghozali, (2008 : 25) metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas

component score variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50.

Composite reability blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha*.

Tabel 4.11 Kriteria Outer Model

Evaluasi	Kriteria
1. <i>Convergent validity</i> Loading factor Average Variance Extracted (AVE)	<i>Outer loading</i> $\geq 0,50$
2. <i>Discriminant validity</i> Akar AVE > korelasi antar variable	≥ 0.50
3. Uji reliabilitas <i>Composite reliability</i>	$\geq 0,50$

Sumber: Ghazali (2008)

a. Konversi Diagram Path ke Sistem Persamaan

1) *Outer model* menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan masing-masing indikatornya.

a) Motivasi berwirausaha (ξ_1)

$$X_{1.1} = \lambda X_{1.1} \xi_1 + \delta_1$$

$$X_{1.2} = \lambda x_{1.2} \xi_1 + \delta_2$$

$$X_{1.3} = \lambda X_{1.3} \xi_1 + \delta_3$$

b) Modal Sosial (ξ_2)

$$X_{2.1} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_4$$

$$X_{2.2} = \lambda X_{2.2} \xi_2 + \delta_5$$

$$X_{2.3} = \lambda X_{2.3} \xi_2 + \delta_6$$

c) Literasi Keuangan (η_1)

$$Y_{1.1} = \lambda Y_{1.1} \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$Y_{1.2} = \lambda Y_{1.2} \eta_1 + \varepsilon_2$$

$$Y_{1.3} = \lambda Y_{1.3} \eta_1 + \varepsilon_3$$

$$Y_{1.4} = \lambda Y_{1.4} \eta_1 + \varepsilon_4$$

d) Inklusi Keuangan (η_2)

$$Y_{2.1} = \lambda Y_{2.1} \eta_2 + \varepsilon_4$$

$$Y_{2.2} = \lambda Y_{2.2} \eta_2 + \varepsilon_5$$

$$Y_{2.3} = \lambda Y_{2.3} \eta_2 + \varepsilon_6$$

$$Y_{2.4} = \lambda Y_{2.4} \eta_2 + \varepsilon_7$$

e) Kinerja Usaha (η_3)

$$Y_{3.1} = \lambda Y_{3.1} \eta_2 + \varepsilon_8$$

$$Y_{3.2} = \lambda Y_{3.2} \eta_2 + \varepsilon_9$$

$$Y_{3.3} = \lambda Y_{3.3} \eta_2 + \varepsilon_{10}$$

2) *Inner model* menjelaskan hubungan antara variabel laten berdasarkan teori

a) Literasi Keuangan

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \zeta_1$$

b) Inklusi Keuangan

$$\eta_2 = \gamma_3 \xi_3 + \gamma_4 \xi_4 + \beta_1 \eta_1 \zeta_2$$

c) Kinerja Usaha

$$\eta_3 = \gamma_5 \xi_5 + \gamma_6 \xi_6 + \beta_1 \eta_1 \zeta_2$$

Keterangan (Haenlein dan Kaplan, 2004) :

η (eta) = variabel laten endogen (dependen)

ξ (xi) = variabel laten eksogen (independen)

ζ (zeta) = galat model

γ (gamma) = koef. pengaruh var. eksogen terhadap endogen

β = koef. pengaruh var. endogen terhadap endogen

ϵ_i (epsilon) = galat pengukuran pada variabel laten endogen

λY_i (lambda y) = matriks loading faktor variabel laten endogen

δ_i (delta) = galat pengukuran pada variabel laten eksogen

λX_i (lambda X) = matriks loading faktor variabel laten eksogen

b. Evaluasi Model

Model pengukuran reflektif atau *outer model* dievaluasi melalui validitas konvergen dan diskriminan dari indikator dan reliabilitas komposit untuk tiap indikator. Sedangkan, *outer model* formatif dievaluasi berdasarkan konten substantif dengan membandingkan bobot relatif dan melihat signifikansi dari bobot tersebut.

c. Evaluasi *Goodness of Fit*

Goodness of fit diukur berdasarkan nilai R^2 (*R-square*) pada variabel dependen seperti halnya dalam metode regresi. Nilai R^2 menunjukkan kekuatan prediksi keseluruhan model dengan kriteria $R^2 > 0.10$ atau lebih dari 10% (Pirouz, 2006). *Goodness of fit* juga dapat digunakan untuk menghitung nilai Stone-Geisser Q^2 . Nilai Q^2 yang lebih dari 0 (nol) mengindikasikan bahwa prediksi model relevan, dimana nilai Q^2 lebih kecil dari 0 (nol) mengindikasikan prediksi model kurang relevan (Ghozali, 2014).

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots (1 - R_i^2).$$

4.10 Pengujian Hipotesis

Setelah selesai melakukan pengujian model dan model dinyatakan baik dan memenuhi syarat, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditetapkan. Uji hipotesis ini adalah sama dengan

melakukan uji terhadap *regression weight* atau *loading factor* atau *coefesien* (λ).

Uji ini dalam rangka menolak hipotesis nol yakni koefiesien $\lambda = 0$ (yakni bobot regresi *variabel latent* dengan variabel dependen tidak diterima).

$$H_0 : \lambda_i \leq 0$$

$$H_1 : \lambda_i > 0 \text{ (diterima secara signifikan)}$$

Kegunaanya untuk menguji dua kelompok hipotesis adalah :

1. Hipotesis mengenai dimensi dari variabel; apakah *loading factor* dari dimensi faktor (indikator or *variabel observer*) signifikan terhadap faktor (*variabel latent*);
2. Hipotesis mengenai pengaruh antar variabel; apakah *loading factor* dari variabel independen signifikan terhadap variabel dependen.

Uji hipotesis menggunakan *loading factor* dengan melihat besarnya nilai *Critical Ratio (CR)*, yang pada dasarnya identik dengan t hitung. Uji ini sama dengan uji t dalam *multiple regression*, dengan cara membandingkan nilai *Critical Ratio* (t hitung) dengan t Tabel dengan ketentuan , bahwa jika *Critical Ratio* (t hitung) $>$ t Tabel berarti variabel tersebut signifikan dan jika *Critical Ratio* (t hitung) $\leq$ t Tabel berarti variabel tersebut tidak signifikan ; yang diuji dengan probabilitas p, dimana jika nilai $p \leq 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan dan jika nilai $p \geq 0,05$ menunjukkan tidak signifikan. Pengujian ini dapat dilakukan dengan t-statistik , dikatakan signifikan ketika t-value diatas t-tabel (t-value $>$ t-tabel) ($\pm 1,98$ dalam tingkat kesalahan 5% atau $\pm 1,658$ dalam tingkat kesalahan 10%). Jika hasil pengujian model signifikan, maka berarti ada pengaruh antar variabel laten (Ghozali, 2014).

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

5.1.1 Profil Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha kecil yang menjadi bagian kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga (Juli – September 2018). Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku yang bergerak pada jenis usaha perdagangan, usaha pertanian, usaha perikanan, usaha industri, usaha jasa sejumlah 100 orang yang berasal dari Kota Samarinda, Kota Balikpapan, Kabupaten Kutai Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara dengan masing-masing memiliki jumlah sebanyak 25 unit, (sumber : lampiran 2).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diberikan secara berkala baik melalui media *online* (*google form*) dan *offline* dengan mendatangi langsung lokasi usaha maupun ketika acara pelatihan dan pendidikan kewirausahaan berlangsung pada rentang tanggal 16 Juli – 20 September 2018. Total kuesioner yang diedarkan berjumlah 100 kuesioner. Dari 100 (100%) kuesioner yang disebar, 100 (100%) kuesioner diterima kembali.

5.2 Deskripsi Responden Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengaruh motivasi berwirausaha dan modal sosial terhadap literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha (Studi pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018). Dalam karakteristik responden ini, yang menjadi sampel penelitian adalah jumlah pelaku

usaha kecil yang tergabung dalam kelompok atau komunitas pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh klinik bisnis Kalimantan Timur yakni 100 responden, sehingga dalam penentuan sampel ini maka responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, lokasi usaha, umur usaha kecil, jenis usaha kecil, jumlah karyawan yang dimiliki, omset penjualan perbulan.

Perhitungan jarak interval pada tabel distribusi frekuensi menggunakan rumus sturges sebagai berikut :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan :

c : perkiraan panjang interval kelas

k : banyaknya kelas

X_n : nilai skor tertinggi

X_1 : nilai skor terendah

Deskripsi distribusi responden secara terperinci adalah sebagai berikut :

5.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut penjelasan deskripsi responden pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berdasarkan jenis kelamin pada tabel 5.1.

Tabel 5.1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Wanita	64	64
2	Pria	36	36
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari Tabel 5.1 di atas tampak bahwa jenis kelamin responden paling banyak adalah wanita sebanyak 64%, sedangkan pria sebanyak 36%. Dari data

tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 adalah wanita, hal ini dikarenakan wanita yang berstatus menjadi ibu rumah tangga berani untuk mengambil risiko memulai usaha dan bukan sebagai mata pencaharian pokok atau utama didalam rumah tangga tetapi sebagai usaha sampingan untuk membantu perekonomian keluarga. Pelaku usaha wanita memutuskan untuk berani menjadi wirausaha juga karena didukung dengan peran pemerintah dalam hal ini klinik bisnis yang mampu menyediakan tempat untuk para wanita berkembang dan menggali potensi yang dimiliki untuk berwirausaha.

5.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Data distribusi responden berdasarkan usia disajikan sebagai berikut:

Tabel 5.2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 20 – < 26 tahun	20	20
2	≥ 26 – < 32 tahun	36	36
3	≥ 32 – < 44 tahun	19	19
4	≥ 44 – < 50 tahun	14	14
5	≥ 50 - < 56 tahun	11	11
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari Tabel 5.2 di atas dapat diketahui bahwa mengenai karakteristik responden dilihat dari usia, mayoritas yang menjadi pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 adalah rentang usia antara ≥ 20 tahun – 44 tahun sebesar 75%, hal ini menunjukkan bahwa UK di Provinsi Kalimantan Timur banyak diminati oleh usia produktif dimana UK bukan hanya menjadi profesi utama dan mata pencaharian pokok bagi pelaku usaha tersebut, tetapi juga sudah menjadi *life style*. Sejalan dengan tumbuhnya

generasi milenial yang memiliki pola pikir ingin bebas berekspresi dan berinovasi turut menuangkan ide-ide kreatif dan mengaktualisasikan diri menjadi wirausaha.

Selain itu pada umumnya usia pelaku usaha dalam tingkatan tersebut masih mampu bekerja dengan aktif dan kemampuan kerjanya akan lebih tinggi dibanding dengan pelaku usaha yang berada pada usia non produktif. Hal ini dikarenakan pada usia produktif pelaku usaha yang memiliki motivasi dan semangat serta tenaga yang kuat akan mampu melakukan kegiatan produksi dengan baik.

5.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berikut penjelasan deskripsi responden pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berdasarkan tingkat pendidikan pada tabel 5.3.

Tabel 5.3. Deskripsi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	-	-
2	SMP	4	4
3	SMA	53	53
4	Diploma	21	21
5	Sarjana/Pascasarjana	22	22
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Pendidikan terakhir sangat mempengaruhi kemampuan, wasasan dan tingkat pemahaman responden. Hal ini dikarenakan pendidikan sangat penting guna meningkatkan kemampuan responden dalam memahami dan menilai sesuatu. Berdasarkan Tabel 5.3 di atas, pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 didominasi dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas. Hal ini dikarenakan kualifikasi kerja pada perusahaan –

perusahaan di Kalimantan Timur menuntut adanya persyaratan tingkat pendidikan minimal Diploma atau Sarjana sehingga pada masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan akhir SMA memilih untuk menjadi pelaku usaha sebagai profesi utama.

5.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

Adapun lokasi usaha yang termasuk dalam penelitian ini terbagi menjadi empat kota dan kabupaten di Kalimantan Timur dengan masing-masing sampel 25, yakni Kota Samarinda, Kota Balikpapan, Kabupaten Kutai Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara dengan jumlah seluruhnya 100 pelaku usaha (100%)

5.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Usaha

Berikut penjelasan deskripsi responden pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berdasarkan umur usaha pada tabel 5.4.

Tabel 5.4. Deskripsi Responden berdasarkan Umur Usaha

No	Umur Usaha	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 1 - < 2 tahun	21	21
2	≥ 2 – < 3 tahun	26	26
3	≥ 3 – < 4 tahun	22	22
4	≥ 4 – < 5 tahun	31	31
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5.4 tampak bahwa umur usaha didominasi antara usia ≥ 4 – < 5 tahun sebesar 31% dan yang paling sedikit berada pada usia < 1 - < 2 tahun sebanyak 21%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa umur usaha kecil sangat beragam dan tidak jauh persentasenya, hal ini dikarenakan para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018

merupakan usaha rintisan yang masih perlu pendampingan dan dipersiapkan untuk berkembang ke skala usaha menengah, atau yang lebih tinggi atau besar.

5.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Berikut penjelasan deskripsi responden pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berdasarkan jenis usaha pada tabel 5.5.

Tabel 5.5. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Usaha

No	Umur Usaha	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Usaha Perdagangan	65	65
2	Usaha Pertanian	2	2
3	Usaha Perikanan	4	4
4	Usaha Industri	7	7
5	Usaha Jasa	12	12
6	Lainnya	10	10
	Total	100	100

Sumber : Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari Tabel 5.5 di atas tampak bahwa jenis usaha perdagangan adalah jenis usaha yang paling banyak dipilih oleh pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018, yakni sebesar 65%. Pelaku UK memilih jenis usaha perdagangan dikarenakan ketersediaan pasar masih cenderung besar dan kemudahan mendistribusikan produk ke konsumen. Adopsi teknologi yang memanfaatkan e-commerce juga turut menjadikan komoditas yang diperdagangkan mendorong pelaku usaha perdagangan lebih produktif dan mendapatkan manfaat yang besar. Untuk jenis usaha perikanan dan pertanian yang berlokasi di daerah pedesaan tumbuh kurang cepat daripada yang berlokasi di daerah perkotaan dan pada level agregat, UK dalam dua sektor tersebut tumbuh lebih rendah dari pada yang beroperasi di sektor jasa maupun perdagangan.

Dalam sumber akses permodalan, peningkatan kemampuan memanfaatkan modal, kemitraan usaha adalah beberapa kemudahan yang diberikan pemerintah untuk mendukung proses kegiatan perdagangan usaha kecil. Untuk usaha kecil dengan jenis usaha pertanian, perikanan masih cenderung terpusat pada daerah pesisir maupun daerah tingkat dua dan masih belum meratanya kemudahan dalam hal informasi pengembangan usaha, akses permodalan, dll

5.2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Berikut penjelasan deskripsi responden pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berdasarkan jumlah karyawan pada tabel 5.6.

Tabel 5.6. Deskripsi Responden berdasarkan Jumlah Karyawan

No	Jumlah Karyawan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 – < 18	10	10
2	≥ 18 – < 35	79	79
3	≥ 35 – < 53	6	6
4	≥ 53 – < 72	4	4
5	≥ 72 – < 90	1	1
	Total	100	100

Sumber : Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5.6 di atas, nampak bahwa jumlah karyawan usaha kecil yang dimiliki oleh responden, di dominasi dengan kisaran karyawan yang berjumlah ≥18 – <35 yaitu sebanyak 79%. Dari data diatas menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UK dalam mengelola aktivitas bisnisnya memiliki prospek yang bagus dan dalam keadaan baik dimana mampu mempekerjakan tenaga kerja dengan kisaran 18 sampai dengan 35 orang.

5.2.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Omset Penjualan Perbulan

Berikut penjelasan deskripsi responden pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berdasarkan omset penjualan perbulan pada tabel 5.7.

Tabel 5.7. Deskripsi Responden berdasarkan Omset Penjualan Perbulan

No	Omset Penjualan Perbulan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 10 Juta – < 58 Juta	78	78
2	≥ 58 Juta – < 117 Juta	14	14
3	≥ 117 Juta – < 177 Juta	5	5
4	≥ 177 Juta – < 238 Juta	3	3
5	≥ 238 Juta – < 300 Juta	-	-
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5.7 di atas, nampak bahwa omset penjualan perbulan usaha kecil mayoritas berada pada rentang < 10 Juta – < 58 Juta dengan persentase sebesar 78%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil yang tersebar di empat kota dan kabupaten di Provinsi Kalimantan Timur memiliki prospek yang baik dan menguntungkan.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskripsi variabel digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel penelitian sehingga dapat terlihat persepsi yang diberikan kepada para 100 responden terhadap variabel motivasi berwirausaha, modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha. Analisis deskripsi dilakukan berdasarkan hasil pernyataan responden yang kemudian dicari nilai rata-rata pada masing-masing item dan dihitung dengan rumus Sturges serta menggunakan software SPSS 22 untuk menghitung distribusi frekuensi.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Interval}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dari hasil perhitungan diatas maka didapat angkat 0,8 sebagai panjang kelas interval, yang akan dijelaskan dalam tabel 5.8 tentang dasar interpretasi skor item dalam variabel penelitian :

Tabel 5.8. Kelompok Interval Penilaian

Interval Rata-rata	Pernyataan
1 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,2 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber : Durianto (2001:43)

Tanggapan responden terhadap variabel penelitian secara lengkap disajikan pada lampiran, sedangkan secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut :

5.3.1 Variabel Motivasi Berwirausaha (X1)

Secara keseluruhan respon dari responden variabel motivasi berwirausaha menyatakan setuju. Hal ini mengindikasikan responden mempersepsikan bahwa motivasi berwirausaha positif atau baik dalam benak pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

Berdasarkan tabel 5.9 diperoleh rata-rata *mean* seluruh item dari variabel motivasi berwirausaha sebesar 3.82, yang artinya bahwa hampir seluruh responden memilih jawaban setuju pada pernyataan kuesioner variabel motivasi berwirausaha. Namun ada dua item dari indikator *motives of achievement* dimana jawaban responden pada item (X1.1.1) : Memiliki keinginan yang kuat untuk belajar terdapat 34% yang memiliki minat belajar yang rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan

Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli –

September 2018 sebanyak 34 orang perlu mendapatkan stimulasi agar kondisi tersebut tidak memengaruhi proses aktivitas pembelajaran anggota yang lain.

Tabel 5.9 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Motivasi Berwirausaha

Indikator atau Item	Skor Jawaban Responden										Total		Rata-rata
	1		2		3		4		5		f	%	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Memiliki keinginan yang kuat untuk belajar (X1.1.1)	1	1	12	12	21	21	47	47	19	19	100	100	3.71
Melihat masalah sebagai peluang (X1.1.2)	1	1	10	10	7	7	70	70	12	12	100	100	3.82
Cukup pengalaman untuk membuka bisnis baru (X1.1.3)	2	2	7	7	19	19	60	60	12	12	100	100	3.73
Mean Indicator													3.75
Mampu menghadapi situasi yang tidak pasti (X1.2.1)	1	1	10	10	16	16	57	57	16	16	100	100	3.77
Meyakini keberanian bertindak sebagai upaya untuk meraih tujuan usaha (X1.2.2)	2	2	6	6	17	17	58	58	17	17	100	100	3.83
Memiliki ketertarikan pada usaha yang memiliki risiko rendah (X1.2.3)	-	-	13	13	13	13	62	62	12	12	100	100	3.73
Mean Indicator													3.77
Memiliki rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi (X1.3.1)	2	2	7	7	7	7	56	56	28	28	100	100	4.01
Mau menciptakan sesuatu atau hal-hal baru (X1.3.2)	2	2	6	6	9	9	55	55	28	28	100	100	4.01
Tidak mudah menyerah dalam pencapaian tujuan bisnis (X1.3.3)	3	3	8	8	10	10	57	57	22	22	100	100	3.87
Mean Indicator													3.96
Rata-rata total													3.82

Sumber : Hasil data diolah, 2018

Selain itu pada item (X1.1.3) : Cukup pengalaman untuk membuka bisnis baru, terdapat 28 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang masih belum berani untuk melakukan ekspansi usaha dengan membuka cabang baru atau mendiversifikasi produk-produknya, hal ini dikarenakan masih ada bayangan kegagalan dan masih perlu merintis usaha yang sebelumnya dengan cukup matang. Klinik bisnis KUMKM dalam hal ini menjadi fasilitator atau tempat belajar bagi usaha kecil perlu melihat kondisi

usaha-usaha kecil yang sudah dirasa mampu untuk membuka bisnis cabang baru dan naik kelas ke skala menengah dengan tetap dilakukan pendampingan.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *risk of propensity* (X.1.2) adalah sebesar 3.77, hal tersebut berarti bahwa responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju. Adapun nilai item pada (X1.2.1) : Mampu menghadapi situasi yang tidak pasti terdapat 27 pelaku usaha yang merasa belum mampu menghadapi kondisi usaha yang belum pasti dan cepat berubah, hal ini dikarenakan pelaku usaha masih memiliki kekhawatiran terhadap kelangsungan usaha mereka yang dirasa belum sepenuhnya stabil, beberapa faktor seperti perlunya perluasan jangkauan bisnis yang memerlukan tambahan dana, pengetahuan keuangan, informasi, jaringan dan keberadaan teknologi yang menuntut pelaku usaha untuk semakin mandiri. Oleh karena itu klinik bisnis KUMKM perlu memberikan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha saat ini dengan tetap menyesuaikan kondisi lokal daerah.

Kemudian dari masing-masing indikator dan nilai *mean* yang paling besar dari X1 adalah X1.3 yakni tentang *self-efficacy* dengan skor 3.96 yang artinya seluruh responden setuju bahwa pelaku usaha yang memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan tidak mudah menyerah didalam proses aktivitas bisnis serta mau untuk berinovasi atau menciptakan sesuatu yang baru akan mampu merencanakan tindakan-tindakan yang prospektif dan menggunakan pemikiran-pemikirannya guna mendukung motivasi dalam berbagai proses aktivitas usaha yang secara langsung akan berpengaruh terhadap kegiatan usaha yang dijalankan. *Self-efficacy* merupakan penentu bagaimana pelaku usaha berfikir, memotivasi diri, dan berperilaku. Hal ini dikarenakan *Self-efficacy* yang dimiliki dalam diri pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis

KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018

ikut memiliki pengaruh dalam menentukan keputusan atau tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan bisnis termasuk didalam proses berbagai tantangan yang akan dihadapi.

Nilai terendah dari variabel motivasi berwirausaha adalah terletak pada indikator X1 yaitu *motives of achievement* dengan skor 3.75 yang artinya bahwa rata-rata seluruh pelaku usaha kecil setuju dengan pelaku usaha yang memiliki dorongan atau kekuatan untuk menggerakkan pelaku usaha yang menunjukkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan usaha. Hal ini dirasakan pelaku usaha cukup baik namun yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil yang memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan mengenai segala aspek usaha yang akan ditekuni sehingga dorongan untuk belajar, dan melihat masalah sebagai peluang bisnis dapat terbangun dengan baik.

5.3.2 Variabel Modal Sosial (X2)

Untuk mengetahui jawaban responden sehubungan dengan variabel modal sosial sesuai dengan kuesioner yang telah disebarakan adalah dapat disajikan dalam tabel 5.10.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *social trust* (X2.2) adalah sebesar 3.77, hal tersebut berarti bahwa responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju pada pernyataan mengenai *social trust*. Adapun nilai item pada (X2.2.1) : Sesama anggota saling jujur dalam perkataan maupun tingkah laku terdapat 29 pelaku usaha yang merasa antar anggota masih belum semua terbuka satu sama lain, hal ini dikarenakan masih kurangnya komunikasi sehingga belum terbinanya hubungan yang dekat antar pelaku usaha. Apabila

situasi ini berlanjut dikhawatirkan akan mengurangi kekompakan yang sudah terjalin dan memengaruhi proses pelatihan dan pendidikan. Klinik bisnis KUMKM harus lebih peka terhadap para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 dengan melakukan kegiatan-kegiatan di luar proses belajar yang melibatkan para pelaku usaha sehingga diharapkan terbentuk suatu komunikasi yang lebih erat dan pertemuan dengan frekuensi yang tinggi. Hal ini diharapkan dapat mengurangi rasa curiga satu sama lain dan anggota lebih mampu membuka diri dalam berinteraksi.

Tabel 5.10 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Modal Sosial

Indikator atau Item	Skor Jawaban Responden										Total		Rata-rata
	1		2		3		4		5				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Orang – orang yang berada pada komunitas atau suatu kelompok dapat dipercaya (X2.1.1)	-	-	11	11	10	10	73	73	6	6	100	100	3.74
Dengan menjalin kerjasama dengan pelaku usaha didalam komunitas dapat memajukan usaha (X2.1.2)	2	2	9	9	9	9	69	69	11	11	100	100	3.78
Jaringan bisnis yang kuat dapat membantu usaha berjalan lancar (X2.1.3)	1	1	9	9	8	8	53	53	29	29	100	100	4.00
Mean Indicator													3.84
Sesama anggota saling jujur dalam perkataan maupun tingkat laku (X2.2.1)	-	-	9	9	20	20	56	56	15	15	100	100	3.77
Sesama anggota saling memiliki rasa kepercayaan satu dan lainnya (X2.2.2)	1	1	7	7	17	17	69	69	6	6	100	100	3.72
Sesama anggota saling memperlakukan secara adil (X2.2.3)	-	-	7	7	15	15	66	66	12	12	100	100	3.83
Mean Indicator													3.77
Sesama anggota saling berbagi rencana yang berkaitan dengan tujuan hajat hidup orang lain (X2.3.1)	3	3	8	8	14	14	61	61	14	14	100	100	3.75
Sesama anggota saling berbagi ide dan pemikiran dan menularkan ke masyarakat (X2.3.2)	1	1	10	10	7	7	70	70	12	12	100	100	3.82
Sesama anggota saling tolong – menolong dan berbagi kemampuan yang dimiliki (X2.3.3)	-	-	8	8	16	16	58	58	18	18	100	100	3.86
Mean Indicator													3.81
Rata-rata total													3.80

Sumber : Hasil data diolah, 2018

Nilai terendah dari variabel modal sosial adalah terletak pada indikator X2 yaitu *bonding* dengan skor 3.77 yang artinya rata-rata seluruh pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 setuju bahwa sesama anggota kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan saling jujur dalam perkataan maupun tingkah laku dan saling memperlakukan secara adil. Modal sosial *bonding* memiliki peranan walaupun tidak sekuat *trust*, hal ini terjadi pada anggota – anggota yang tergabung dalam kelompok pendidikan dan pelatihan. Meskipun terjadi hubungan sosial yang memiliki kohesifitas cukup kuat, akan tetapi kurang merefleksikan kemampuan para anggota untuk menciptakan dan memiliki modal sosial *bonding* yang tinggi. Hal ini dikarenakan kondisi demografi masyarakat Provinsi Kalimantan Timur yang beragam sehingga kohesifitas kelompok yang terbentuk disebabkan oleh pola nilai yang melekat dalam setiap proses interaksi yang juga berpola tradisional. Sesama anggota masih membawa prinsip – prinsip kehidupan masyarakat yang tradisional dimana tidak mengutamakan efisiensi produktivitas dan kompetisi yang dibangun atas prinsip hubungan yang terbuka.

5.3.3 Variabel Literasi Keuangan (Z1)

Untuk mengetahui jawaban responden sehubungan dengan variabel literasi keuangan sesuai dengan kuesioner yang telah disebarkan adalah dapat disajikan dalam tabel 5.11.

Berdasarkan tabel 5.11 diperoleh rata-rata *mean* seluruh item dari variabel literasi keuangan sebesar 3,76. Kemudian dari masing-masing indikator dan nilai *mean* yang paling besar dari Z1 adalah Z1.3 yakni tentang *knowledge* dengan skor 3.89 yang artinya seluruh responden setuju bahwa pelaku usaha

kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan

Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 menganggap penting

pengetahuan keuangan masing-masing individu dan merupakan sumber daya

yang akan digunakan pelaku usaha dalam proses aktivitas usahanya.

Pengetahuan keuangan mencakup segala sesuatu tentang keuangan yang

menjadi kebutuhan dasar bagi kehidupan sehari-hari. Para pelaku usaha kecil

peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan

Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 mendapatkan pengetahuan

keuangan dari program dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Klinik Bisnis

KUMKM Provinsi Kalimantan Timur, sedangkan sumber lainnya diperoleh melalui

jejaring yang terbentuk melalui kelompok pendidikan dan pelatihan

kewirausahaan. Mayoritas pelaku usaha kecil memiliki pemikiran untuk tidak

merasa puas dengan kinerja yang ada dan berinisiatif untuk melakukan

peningkatan kemampuan dibidang keuangan. Berawal dari pengetahuan

keuangan itulah pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik

Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September

2018 sadar akan penguasaan atas berbagai hal tentang dunia keuangan yang

memadai maka akan memengaruhi perilaku manajemen keuangan yang lebih

baik lagi.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *behaviour* (Z1.1) adalah

sebesar 3.77, hal tersebut berarti bahwa sebagian responden memilih alternatif

jawaban setuju pada pernyataan mengenai *behaviour*. Adapun nilai item pada

(Z1.1.3) : Pengeluaran yang dilakukan melebihi pemasukan yang diperoleh,

terdapat 38 pelaku usaha yang merasa bahwa alur pemasukan dan pengeluaran

pada keuangan usahanya masih belum seimbang, hal ini dikarenakan banyak

pelaku usaha yang masih menggabungkan simpanan atau pendapatan keluarga dengan usaha. Klinik bisnis KUMKM memiliki program yang mengedukasi pelaku usaha agar dapat melek finansial dan pengetahuan keuangan yang dapat membantu pelaku usaha kecil mengatur buku besar keuangan usaha mereka.

Tabel 5.11 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Literasi Keuangan

Item atau Indikator	Skor Jawaban Responden										Total		Rata-rata
	1		2		3		4		5				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Mampu mengatur anggaran agar dapat disesuaikan selama periode tertentu (Z1.1.1)	-	-	8	8	14	14	65	65	13	13	100	100	3.83
Memiliki simpanan yang dapat digunakan saat ada kebutuhan mendesak (Z1.1.2)	-	-	7	7	17	17	62	62	14	14	100	100	3.83
Pengeluaran yang dilakukan melebihi pemasukan yang diperoleh (Z1.1.3)	-	-	10	10	28	28	48	48	14	14	100	100	3.66
Mean Indicator													3.77
Memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan manfaat dari transaksi keuangan (Z1.2.1)	1	1	6	6	23	23	62	62	8	8	100	100	3.70
Memiliki keterampilan yang memadai dalam manajemen keuangan (Z1.2.2)	1	1	6	6	24	24	59	59	10	10	100	100	3.71
Memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan biaya dari transaksi keuangan (Z1.2.3)	1	1	9	9	25	25	56	56	9	9	100	100	3.63
Mean Indicator													3.68
Pengetahuan individu tentang dasar keuangan (Z1.3.1)	2	2	6	6	14	14	43	43	35	35	100	100	4.03
Faktor utama keuangan yang akan digunakan seseorang dimasa yang akan datang adalah keuangan (Z1.3.2)	2	2	4	4	17	17	51	51	26	26	100	100	3.95
Pengetahuan individu terhadap kebutuhan investasi yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang (Z1.3.3)	3	3	7	7	18	18	60	60	12	12	100	100	3.71
Mean Indicator													3.89
Memiliki kebiasaan untuk merencanakan anggaran keuangan (Z1.4.1)	-	-	9	9	24	24	58	58	9	9	100	100	3.67
Merasa aman dengan kondisi keuangan saat ini (Z1.4.2)	1	1	9	9	21	21	59	59	10	10	100	100	3.68
Memiliki kepekaan ketika keamanan keuangan terbatas (Z1.4.3)	1	1	7	7	21	21	58	58	13	13	100	100	3.75
Mean Indicator													3.70
Rata-rata total													3.76

Sumber : Hasil data diolah, 2018

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *skills* (Z1.2) adalah sebesar 3.68, hal tersebut berarti bahwa sebagian responden memilih alternatif jawaban setuju pada pernyataan mengenai *skills*. Adapun dari keseluruhan indikator – indikator variabel literasi keuangan, nilai *mean indicator* indikator *skills*

adalah yang terendah apabila dibandingkan dengan nilai *mean indicator* indikator *behaviour, knowledge, attitude*. Nilai *mean indicator* menyatakan sebagian responden menjawab setuju pada pernyataan mengenai *skills*, namun pada item kuesioner (Z1.2.1) : Memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan manfaat dari transaksi keuangan terdapat 38 responden yang mengakui minimnya keterampilan untuk menentukan manfaat dan risiko dari transaksi keuangan khususnya yang berkaitan dengan aktivitas usaha mereka. Hal ini dikarenakan belum terpenuhinya informasi pengetahuan keuangan yang diberikan, hal ini menjadi tugas bersama khususnya klinik bisnis KUMKM yang menjadi fasilitator dan penghubung antara pihak lembaga keuangan bank dan non bank dalam rangka mengedukasi pelaku usaha dalam sektor keuangan. Selanjutnya pada item kuesioner (Z1.2.2) : Memiliki keterampilan yang memadai dalam manajemen keuangan, terdapat 31 pelaku usaha yang masih belum mampu mengatur transaksi keuangan usahanya. Hal ini dikarenakan 31 responden masih menggabungkan sistem keuangan usahanya ke dalam pemasukan atau pengeluaran keluarga. Pentingnya pemisahan transaksi keuangan ini membantu pelaku usaha dalam mengukur kondisi finansial usahanya dan menjadi pertimbangan ketika pengajuan pendanaan pada lembaga bank dan non bank. Klinik Bisnis KUMKM melakukan edukasi terkait kondisi ini karena melihat pentingnya sistem keuangan terpisah yang dapat membantu pelaku usaha mendapatkan akses pembiayaan guna meningkatkan aktivitas usahanya.

Adapun pada item kuesioner (Z1.2.3): Memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan biaya dari transaksi keuangan, terdapat 35 responden yang masih belum mampu menentukan biaya dari transaksi keuangan terkait usaha.

Hal ini dikarenakan masih terdapat informasi asimetris yang terjadi di Kalimantan Timur, khususnya daerah tingkat dua. Kondisi geografis daerah-daerah ini menjadi tantangan bagi para *stakeholders* terutama lembaga keuangan bank dan non bank untuk melakukan sosialisasi produk dan layanan jasa keuangan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Kondisi ini yang menjadikan Klinik Bisnis KUMKM semakin terdorong untuk melakukan edukasi terhadap pelaku usaha di daerah dan menstimulasi keaktifan anggota untuk mencari informasi sektor keuangan pada tempatnya. Hal ini menghindari adanya laporan penipuan yang kerap terjadi pada pelaku usaha kecil, yang tertarik akan lembaga keuangan yang tidak resmi yang menawarkan pinjaman secara mudah namun dengan bunga yang tinggi ataupun penawaran investasi-investasi palsu.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *knowledge* (Z1.3) adalah sebesar 3.89, hal tersebut berarti bahwa sebagian responden memilih alternatif jawaban setuju pada pernyataan mengenai *knowledge*. Adapun nilai item pada (Z1.3.3): Pengetahuan individu terhadap kebutuhan investasi yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang, terdapat 28 responden yang masih merasa kurang mengetahui pengetahuan keuangan yang dapat menunjang keputusan-keputusan terkait usahanya dimasa yang akan datang. Hal ini karena pelaku usaha masih berada pada *status quo* dimana belum timbul minat untuk melakukan ekspansi usaha dan mencari informasi mengenai keputusan keuangan yang tepat untuk masa depan. Klinik bisnis sebagai penghubung antara pelaku usaha dan pihak ketiga dalam hal ini lembaga keuangan bank dan non bank harus lebih aktif lagi berkoordinasi untuk melakukan edukasi ke pelaku usaha mengenai rencana-rencana yang perlu diterapkan. Langkah ini bisa membantu pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis

KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018

agar tidak salah mengambil keputusan dan terhindar dari investasi-investasi yang tidak resmi.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *attitude* (Z1.4) adalah sebesar 3.70, hal tersebut berarti bahwa responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju. Adapun nilai item pada (Z1.4.1): Memiliki kebiasaan untuk merencanakan anggaran keuangan, terdapat 33 pelaku usaha yang masih belum terbiasa untuk merencanakan rencana keuangan mereka. Hal ini dikarenakan masih belum terpisahnya sistem transaksi keuangan usaha dengan keluarga, sehingga belum timbul minat untuk merencanakan keuangan guna menunjang aktivitas bisnisnya. Klinik bisnis KUMKM memiliki program yang mengedukasi agar pelaku usaha dapat melek finansial dan memperoleh informasi yang bisa memengaruhi keputusan keuangan usahanya. Selanjutnya pada nilai item (Z1.4.2): Merasa aman dengan kondisi keuangan saat ini, terdapat 31 responden yang belum memiliki rasa aman terhadap kondisi finansial mereka saat ini. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 belum menerapkan rencana anggaran usaha yang sesuai dengan produk dan layanan jasa keuangan bank dan non bank. Pelaku usaha masih memiliki kekhawatiran untuk melakukan ekspansi usaha atau cukup dengan kondisi saat ini, sehingga transaksi keuangan pun tidak cukup berkembang. Klinik bisnis KUMKM selalu terbuka mengenai informasi keuangan dan berusaha untuk menjadi penghubung antara pelaku usaha dengan pihak pemegang modal, hal ini adalah sebagai upaya agar pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur

periode ketiga bulan Juli – September 2018 bisa dengan nyaman memilih dan menentukan keputusan keuangan untuk meningkatkan kondisi finansialnya.

Adapun nilai item pada (Z1.4.3): Memiliki kepekaan ketika keamanan keuangan terbatas, terdapat 29 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang belum mempunyai rasa aman pada terbatasnya kondisi finansial mereka. Informasi yang dimiliki oleh pelaku usaha masih belum bisa cukup menunjang dalam perencanaan keuangan, sehingga ketika ada penurunan keseimbangan pada sistem keuangan, maka pelaku usaha masih belum paham bagaimana menghadapi situasi tersebut. Oleh karena itu, klinik bisnis KUMKM dengan terbuka melakukan pendampingan baik ketika pada saat proses pendidikan dan pelatihan ataupun diluar proses kegiatan belajar.

Nilai terendah dari variabel literasi keuangan adalah terletak pada indikator Z1 yaitu *skills* dengan skor 3.68 yang artinya rata-rata seluruh pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 setuju bahwa sesama anggota kelompok pendidikan dan pelatihan memiliki cukup kemampuan secara akurat untuk menentukan manfaat dari transaksi keuangan dan memiliki keterampilan dalam manajemen keuangan. *Skills* memiliki peranan walaupun tidak sekuat *Knowledge*, hal ini terjadi karena pelaku usaha kecil masih minimnya keterampilan pelaku usaha kecil dalam melakukan penganggaran untuk usahanya. Kategori belum cukup baik memiliki arti bahwa pelaku usaha kecil tidak cukup hanya mengandalkan pengetahuan keuangan tentang lembaga jasa keuangan bank dan non bank, produk dan jasa keuangan namun masih perlu memahami fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban yang berkaitan produk

dan jasa keuangan serta keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. Pemahaman mengenai keuangan juga perlu ditunjang dengan keterampilan agar pelaku usaha memiliki kecerdasan finansial yang baik sehingga tercipta pengelolaan keuangan usaha yang baik dan efisien.

5.3.4 Variabel Inklusi Keuangan (Z2)

Berikut adalah jawaban responden sehubungan dengan variabel inklusi keuangan sesuai dengan kuesioner dalam tabel 5.12.

Berdasarkan tabel 5.12 diperoleh rata-rata *mean* seluruh item dari variabel inklusi keuangan sebesar 3,75. Kemudian dari masing-masing indikator dan nilai *mean* yang paling besar dari Z2 adalah Z2.4 yakni tentang *welfare* dengan skor 3.76 yang artinya seluruh responden setuju bahwa pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 memahami bahwa produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan dapat meningkatkan akses layanan keuangan secara utilitas dan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan. Pelaku usaha kecil sadar akan hubungan lembaga keuangan dan masyarakat mampu meningkatkan efisiensi sistem finansial terhadap pengembangan usaha kecil. Pelaku usaha memiliki kepercayaan terhadap bank dan lembaga keuangan non bank sebagai landasan berpijak bagi keuangan inklusif terutama dalam hal pengadaan sumber modal. Pihak lembaga keuangan non bank dalam hal ini lembaga yang berfokus pada keuangan mikro mampu menerapkan fungsinya bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah serta memaksimalkan eksistensinya demi mewujudkan gerakan keuangan inklusif didaerah.

Tabel 5.12 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Inklusi Keuangan

Item atau Indikator	Skor Jawaban Responden										Total		Rata-rata
	1		2		3		4		5				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Layanan pembayaran yang disediakan oleh lembaga keuangan aman (Z2.1.1)	4	4	6	6	16	16	60	60	14	14	100	100	3.74
Biaya pembukaan rekening awal yang dibebankan oleh lembaga keuangan terjangkau (Z2.1.2)	2	2	8	8	14	14	61	61	15	15	100	100	3.79
Biaya transportasi ke bank terjangkau (Z2.1.3)	-	-	11	11	20	20	57	57	12	12	100	100	3.70
Mean Indicator													3.74
Produk tabungan atau kredit yang disediakan oleh lembaga keuangan cocok (Z2.2.1)	2	2	6	6	12	12	72	72	8	8	100	100	3.78
Produk tabungan yang ditawarkan oleh bank aman (Z2.2.2)	-	-	11	11	14	14	61	61	14	14	100	100	3.78
Produk pinjaman yang disediakan oleh bank sesuai dengan kebutuhan (Z2.2.3)	2	2	9	9	15	15	64	64	10	10	100	100	3.71
Mean Indicator													3.75
Syarat dan ketentuan tentang penggunaan pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan menguntungkan bagi pelaku usaha (Z2.3.1)	0	0	10	10	11	11	71	71	8	8	100	100	3.77
Layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan aman (Z2.3.2)	2	2	8	8	20	20	57	57	13	13	100	100	3.71
Produk pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan sesuai dengan kebutuhan (Z2.3.3)	1	1	9	9	14	14	63	63	13	13	100	100	3.78
Mean Indicator													3.75
Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan meningkatkan akses layanan keuangan pelaku usaha (Z2.4.1)	-	-	7	7	25	25	55	55	13	13	100	100	3.74
Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah meningkatkan akses pelaku usaha secara kegunaan dan fasilitas (Z2.4.2)	-	-	13	13	17	17	58	58	12	12	100	100	3.69
Produk tabungan yang disediakan oleh lembaga keuangan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha (Z2.4.3)	-	-	9	9	7	7	72	72	12	12	100	100	3.87
Mean Indicator													3.76
Rata-rata skor													3.75

Sumber : Hasil data diolah, 2018

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *access* (Z2.1) adalah sebesar 3.74, artinya responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju. Nilai item terendah pada indikator *access* (Z2.1) adalah item (Z2.1.3) dengan *mean score* 3.70, hal ini sejalan dengan hasil pada item : Biaya transportasi ke bank terjangkau, terdapat 31 pelaku usaha kecil peserta pelatihan

kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang merasa bahwa jarak antara tempat usaha dengan bank relatif jauh dan tidak mudah sehingga timbul biaya transportasi ke bank yang cukup tinggi. Apabila dilihat dari kondisi geografis Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki wilayah yang luas maka pelaku usaha harus menempuh jarak yang jauh untuk sampai ke lembaga keuangan bank dan non bank tersebut, tentunya dengan pengeluaran ongkos yang tinggi pula. Pada daerah tingkat dua, lembaga keuangan bank dan non bank belum mampu menjangkau ke area atau daerah terpencil dan terdalam, sehingga akses tersebut kerap terhambat. Klinik bisnis perlu melakukan kerjasama dengan pemerintah provinsi dalam hal ini Disperindagkop, lembaga keuangan bank dan non bank ataupun lembaga pemerintah seperti Otoritas Jasa Keuangan untuk melakukan sosialisasi terhadap layanan keuangan tanpa kantor sebagai kunci peningkatan akses pembiayaan dan inklusivitas keuangan pelaku usaha.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *usage* (Z2.3) adalah sebesar 3.75, artinya responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju. Adapun nilai item (Z2.3.2) : Layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan aman bagi pelaku usaha, terdapat 30 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang merasa belum timbul rasa aman terkait layanan jasa maupun produk keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Lembaga keuangan saat ini sedang giat melakukan sosialisasi terkait dukungan terhadap pelaku usaha yang akan mengembangkan ekspansi bisnis namun masih terhambat pada akses pembiayaan, penawaran plafon yang tinggi dengan bunga yang rendah, program KUR (Kredit Usaha

Rakyat) Kredit yang bekerjasama dengan pemerintah adalah menjadi bukti bahwa informasi – informasi tersebut adalah suatu dukungan yang ditujukan kepada pelaku usaha. Namun untuk kondisi didaerah, masih ada oknum-oknum yang menawarkan pembiayaan kredit atau pinjaman dengan sangat mudah sehingga menarik minat pelaku usaha. Hal ini sering terjadi ketika para anggota pendidikan dan pelatihan klinik bisnis KUMKM menjalani proses belajar, oleh karena itu menjadi pekerjaan rumah yang besar untuk klinik bisnis KUMKM mengedukasi dan bekerjasama melakukan sosialisasi mengenai layanan keuangan yang dapat mengurangi kekhawatiran pelaku usaha terhadap citra lembaga keuangan bank dan non bank.

Nilai rata-rata *mean* seluruh item dari indikator *welfare* (Z2.4) adalah sebesar 3.76, artinya responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju. Adapun pada item (Z2.4.1) : Produk dan layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan meningkatkan akses layanan keuangan pelaku usaha, terdapat 32 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang merasa masih terhambat dalam akses pembiayaan yang ditawarkan oleh pihak lembaga keuangan. Hal ini dikarenakan dari sekian informasi layanan dan produk keuangan terbaru belum sampai ke pelaku usaha, sehingga penawaran yang khusus ditujukan kepada pelaku usaha belum sepenuhnya tersampaikan dengan merata. Klinik bisnis KUMKM perlu meningkatkan komunikasi dengan responden dalam mengedukasi produk dan layanan keuangan serta bekerja sama dengan lembaga keuangan bank untuk senantiasa menjangkau area lokasi usaha yang terpencil dan jauh dari kota agar informasi tersebut dapat terdistribusi dengan merata.

Adapun pada item (Z2.4.2) : Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah meningkatkan akses pelaku usaha secara kegunaan dan fasilitas, terdapat 30 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang belum merasa terpenuhi akses keuangan baik dari sisi kegunaan maupun fasilitas yang ditawarkan. Hambatan ini masih sering terjadi pada pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang pasif dalam mencari informasi berbagai produk dan jasa layanan keuangan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan aktivitas usahanya, sehingga masih belum menerapkan rencana-rencana yang berkaitan dengan keputusan keuangan. Klinik bisnis KUMKM sebagai fasilitator perlu mengerti situasi ini dapat mengganggu aktivitas program dimana literasi keuangan adalah salah satu bagian dari pendidikan dan pelatihan yang diberikan kepada pelaku usaha.

Nilai terendah dari variabel inklusi keuangan adalah terletak pada indikator Z2 yaitu access dengan skor 3.74 yang artinya rata-rata seluruh pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 setuju bahwa layanan transaksi yang disediakan oleh lembaga keuangan aman serta biaya transportasi ke bank terjangkau. Access memiliki peranan walaupun tidak sekuat *welfare*, hal ini terjadi karena besar dan luasnya geografis Provinsi Kalimantan Timur yang menyebabkan ada beberapa daerah yang belum tereksplorasi secara maksimal baik dalam sumber daya atau optimalisasi lembaga keuangan. Implementasi layanan keuangan digital sebagai upaya gerakan keuangan inklusif masih terhalang kondisi lapangan yang dirasa belum memenuhi kebutuhan

modal bagi pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis

KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

Faktor fasilitas kemudahan bertransaksi yang ditawarkan belum seimbang

dengan konsep penerapan teknologi yang berkaitan dengan aktivitas perbankan

yang dapat diterima oleh pelaku usaha didaerah. Usaha kecil belum cukup

tersentuh oleh pelayanan lembaga keuangan formal (bank), sehingga tidak

sedikit dari usaha kecil terpaksa memanfaatkan jasa lembaga keuangan mikro

yang tradisional walaupun dengan beban dan resiko yang cukup memberatkan

demis mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Pola pikir masyarakat

tradisional yang masih khawatir akan penipuan pun menimbulkan keengganan

untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan oleh pihak lembaga keuangan

mengakibatkan akses layanan keuangan menjadi terbatas. Secara umum akses

akan layanan keuangan menjadi titik kebutuhan bagi para pelaku usaha namun

karakteristik suatu daerah menjadi bagian dari pertimbangan bagi Klinik Bisnis

KUMKM Provinsi Kalimantan Timur sebagai perantara pihak lembaga keuangan

dengan pelaku usaha kecil. Sosialisasi yang terus dilakukan melalui program dan

kegiatan diharapkan mampu mengembalikan manfaat dari keberadaan lembaga

keuangan dan meningkatkan akses layanan keuangan bagi pelaku usaha kecil

peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan

Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

5.3.5 Variabel Kinerja Usaha (Y1)

Untuk mengetahui jawaban responden sehubungan dengan variabel

kinerja usaha sesuai dengan kuesioner yang telah disebarkan adalah dapat

disajikan dalam tabel 5.13.

Tabel 5.13 Distribusi persepsi Responden terhadap Item dan Rata-rata Skor pada variabel Kinerja Usaha

Item atau Indikator	Skor Jawaban Responden										Total		Rata-rata
	1		2		3		4		5				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Keuntungan yang diperoleh (Y1.1.1)	2	2	10	10	2	2	74	74	12	12	100	100	3.84
Modal usaha yang diraih (Y1.1.2)	-	-	10	10	11	11	62	62	17	17	100	100	3.86
Aset usaha yang dimiliki (Y1.1.3)	1	1	7	7	16	16	64	64	12	12	100	100	3.79
Mean Indicator													3.83
Peningkatan kualitas produk dan target produksi (Y1.2.1)	1	1	8	8	7	7	71	71	13	13	100	100	3.87
Pengembangan produk baru (Y1.2.2)	1	1	10	10	4	4	66	66	19	19	100	100	3.92
Peningkatan produktivitas pegawai (Y1.2.3)	2	2	9	9	14	14	65	65	10	10	100	100	3.72
Mean Indicator													3.84
Volume penjualan meningkat (Y1.3.1)	-	-	8	8	22	22	59	59	11	11	100	100	3.73
Pencapaian posisi pasar (Y1.3.2)	1	1	8	8	19	19	64	64	8	8	100	100	3.70
Pertumbuhan pangsa pasar (Y1.3.3)	2	2	8	8	21	21	55	55	14	14	100	100	3.71
Mean Indicator													3.71
Rata-rata skor													3.79

Sumber : Hasil data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 5.13 diperoleh rata-rata *mean* seluruh item dari variabel kinerja usaha sebesar 3,79. Kemudian dari masing-masing indikator dan nilai *mean* yang paling besar dari Y1 adalah Y1.2 yakni tentang produktivitas dengan skor 3.84 yang artinya seluruh responden setuju bahwa pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 mampu meningkatkan kualitas produk dan produktivitas pegawai, menjaga eksistensi target produksi serta senantiasa berinovasi terhadap produk-produk baru. Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur melalui kegiatan dan program rutinnya bertujuan agar usaha kecil di daerah terus tumbuh dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lain baik lokal, nasional ataupun internasional. Berkaitan dengan hal itu, penguatan kelembagaan dan usahanya melalui kegiatan tentang advokasi

manajemen dan keuangan serta kegiatan temu mitra menunjukkan hasil yang baik, seiring dengan implementasi teknologi dan dukungan dari pemerintah melalui klinik bisnis, pelaku usaha kecil mampu menunjukkan kompetensi kewirausahaan dengan bekal pengetahuan yang dimiliki untuk meningkatkan produktivitas usaha dan tenaga kerja. Motivasi berwirausaha yang timbul dari pelaku usaha membawa mereka belajar untuk menguasai teknologi, manajemen, informasi dan pasar sehingga dapat menunjang proses inovasi usaha.

Nilai rata-rata *mean* seluruh indikator profitabilitas (Y1.3.1) adalah sebesar 3.71, hal tersebut berarti bahwa responden cenderung memilih alternatif jawaban kuesioner setuju. Adapun nilai pada item (Y1.3.1) : Volume penjualan meningkat, terdapat 30 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang merasa bahwa peningkatan volume penjualan masih belum mencapai target yang diinginkan. Kondisi ini dirasakan khususnya bagi usaha kecil yang masih dalam proses merintis sehingga masih ada peluang-peluang untuk mengalami penurunan penjualan atau bisa gagal. Klinik bisnis KUMKM disarankan untuk membedakan kelompok pendidikan dan pelatihan berdasarkan usia usaha, hal ini dikarenakan kebutuhan pengetahuan dan informasi perlu dibedakan melihat tantangan yang dihadapi juga tidak sama.

Adapun nilai pada item (Y1.3.2) : Pencapaian posisi pasar, terdapat 28 pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 merasa bahwa usahanya belum menempati pasar yang dikehendaki. Usaha kecil yang masih dalam tahap rintisan walaupun kebanyakan berada pada pasar persaingan sempurna, namun dituntut untuk memiliki inovasi yang terus berlanjut. Hal ini

juga menjadi tugas dari Klinik Bisnis KUMKM untuk mengenalkan metode-metode mengenai pembaharuan produk, diversifikasi dan diferensiasi produk, dimana agar usaha kecil mendapat stimulasi dari fasilitatornya yaitu Klinik Bisnis KUMKM.

Adapun nilai pada item (Y1.3.3) : Pertumbuhan pangsa pasar, terdapat 31 responden yang masih berusaha mengembangkan jangkauan produk atau jasanya agar dapat diterima oleh pasar. Pelaku usaha kecil masih berada pada posisi bagaimana produk dan jasanya dapat laku terjual tanpa merencanakan langkah-langkah untuk mengembangkan usahanya secara holistik dengan menerapkan modernisasi sistem usaha yang sesuai dengan kondisi atau iklim bisnis saat ini.

Nilai terendah dari variabel kinerja usaha adalah terletak pada indikator Y1 yaitu pasar dengan skor 3.71 yang artinya rata-rata seluruh pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 setuju bahwa pelaku usaha yang tergabung dalam kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan mengalami perkembangan yang cukup berarti untuk volume penjualan dan meraih posisi pasar maupun pangsa pasar dari usaha yang dijalankan. Indikator pasar memiliki peranan walaupun tidak sekuat produktivitas, hal ini terjadi karena ketersediaan sumber daya yang belum sesuai dengan permintaan dan kondisi pasar global. Klinik bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur melalui kegiatan dan program yang dilakukan berusaha mengembangkan usaha kecil secara holistik dimana pelaku usaha dirangkul untuk melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih baik dan luas bagi daerah operasinya, yang sebelumnya

berorientasi pada lokal meningkat menjadi nasional, internasional berupa ekspor ke negara-negara mitra perdagangan. Pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 masih dalam proses untuk peka terhadap kemampuan penelitian dan pengembangan yang memadai sehingga tercipta strategi usaha yang tepat untuk menciptakan produk – produk bernilai dan unggul di pasar.

5.4 Analisis Statistika Inferensial

Metode SEM berbasis *Partial Least Square* digunakan sebagai teknik pengolahan data analisis statistika inferensial dengan menggunakan software SMARTPLS versi 3.0. Dalam analisis PLS terdapat tiga tahapan menurut Husein (2015). Tahap pertama yakni evaluasi *measurement outer model* atau model pengukuran, selanjutnya evaluasi terhadap model struktural atau *inner model* dan tahap ketiga dalam analisis PLS yaitu pengujian pada hipotesis penelitian.

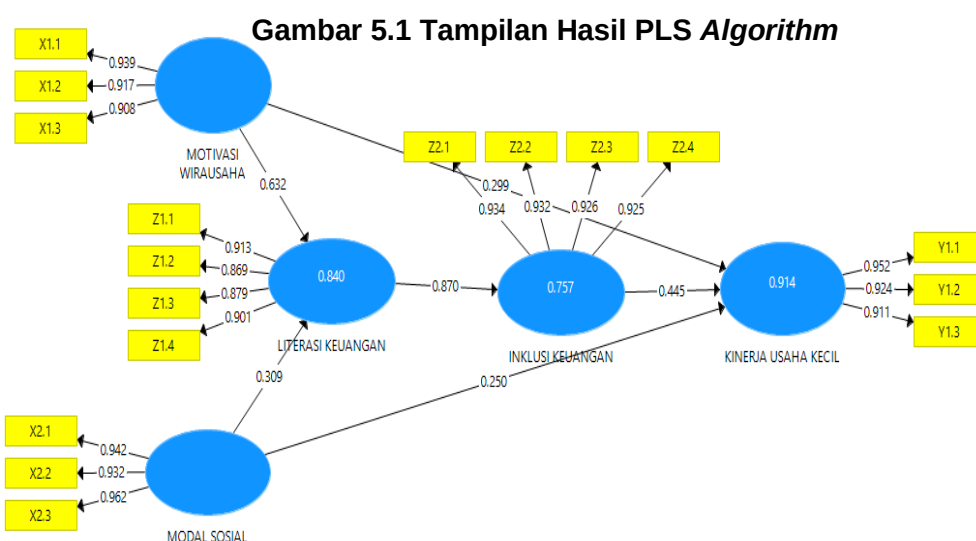
Outer model terdiri dari hubungan antara item-item variabel yang dapat diobservasi, dan konstruk laten yang diukur dengan masing-masing item, sedangkan *inner model* terdiri dari konstruk laten yang tidak dapat diobservasi.

Pada pengujian ini juga dilakukan estimasi koefisien jalur yang mengidentifikasi kekuatan dari hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis statistika inferensial secara rinci dapat diuraikan sebagai berikut:

5.4.1 Evaluasi *Measurement (Outer)* Model

Evaluasi outer model digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran untuk uji validitas dan realibilitas. Evaluasi pengukuran outer model dapat dilihat berdasarkan hasil nilai convergent validity, discriminant validity dan composite

reability yang secara rinci dapat dilihat pada gambar 5.1 dan diuraikan sebagai berikut:



Gambar 5.1 tampilan *output* model pengukuran, 2018

5.4.1.1 Convergent Validity

Validitas konvergen dari model pengukuran dengan menggunakan indikator reflektif dinilai berdasarkan hubungan antar *component score* dengan *construct score*. Tabel 5.14 merupakan hasil dari nilai *loading factor* nilai konvergen dari setiap indikator. Nilai *loading factor* $> 0,7$ dapat dinyatakan valid dan berkorelasi dengan konstruk yang diukur, namun menurut Ghozali (2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan, skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai.

Dalam penelitian ini terdapat 5 konstruk dengan jumlah indikator masing – masing 3 dengan skala 1 sampai 5. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa semua nilai *loading factor* dari indikator motivasi berwirausaha (X1) , modal sosial (X2) , literasi keuangan (Z1) , inklusi keuangan (Z2) , kinerja usaha kecil (Y1) $> 0,70$ dan nilai *t*-statistik $> 1,96$ atau memiliki nilai *p values* $< 0,05$,

sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki nilai konvergensi yang valid dan signifikan.

Tabel 5.14 Outer Loading (Mean, STDEV, t-values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1 <- MOTIVASI BERWIRUSAHA	0,939	0,937	0,016	58,111	0,000
X1.2 <- MOTIVASI BERWIRUSAHA	0,917	0,915	0,021	43,490	0,000
X1.3 <- MOTIVASI BERWIRUSAHA	0,908	0,906	0,024	37,751	0,000
X2.1 <- MODAL SOSIAL	0,942	0,942	0,014	69,033	0,000
X2.2 <- MODAL SOSIAL	0,932	0,932	0,016	59,459	0,000
X2.3 <- MODAL SOSIAL	0,962	0,961	0,034	28,337	0,000
Z1.1 <- LITERASI KEUANGAN	0,913	0,913	0,020	45,539	0,000
Z1.2 <- LITERASI KEUANGAN	0,869	0,869	0,032	26,890	0,000
Z1.3 <- LITERASI KEUANGAN	0,879	0,877	0,031	28,677	0,000
Z1.4 <- LITERASI KEUANGAN	0,901	0,900	0,027	33,648	0,000
Z2.1 <- INKLUSI KEUANGAN	0,934	0,932	0,018	53,251	0,000
Z2.2 <- INKLUSI KEUANGAN	0,932	0,930	0,018	50,974	0,000
Z2.3 <- INKLUSI KEUANGAN	0,926	0,924	0,020	47,396	0,000
Z2.4 <- INKLUSI KEUANGAN	0,925	0,924	0,019	48,050	0,000
Y1.1 <- KINERJA USAHA KECIL	0,952	0,951	0,012	79,502	0,000
Y1.2 <- KINERJA USAHA KECIL	0,924	0,922	0,019	49,088	0,000
Y1.3 <- KINERJA USAHA KECIL	0,911	0,908	0,024	37,296	0,000

Sumber : Hasil analisis data PLS, 2018

5.4.1.2 Discriminate Validity

Pengujian *discriminant validity* dilakukan untuk membuktikan apakah suatu konstruk akan memiliki *loading factor* terbesar pada konstruk yang dibentuknya dari pada *loading factor* dengan konstruk yang lain. Indikator dinyatakan valid jika nilai loading pada konstruk yang dituju lebih besar dibandingkan nilai loading dengan konstruk lain (Hussein, 2015). Berikut adalah *cross loading* pada tabel 5.15

Tabel 5.15 Cross loading

	Motivasi berwirausaha	Modal Sosial	Literasi Keuangan	Inklusi Keuangan	Kinerja Usaha
X1.1	0,939	0,823	0,836	0,810	0,841
X1.2	0,917	0,822	0,830	0,852	0,854
X1.3	0,908	0,801	0,835	0,787	0,833
X2.1	0,878	0,942	0,841	0,843	0,895
X2.2	0,824	0,932	0,826	0,826	0,827
X2.3	0,805	0,962	0,793	0,823	0,845
Z1.1	0,835	0,790	0,913	0,816	0,830
Z1.2	0,758	0,786	0,869	0,745	0,803
Z1.3	0,837	0,790	0,879	0,776	0,792
Z1.4	0,791	0,725	0,901	0,759	0,789
Z2.1	0,818	0,832	0,810	0,934	0,860
Z2.2	0,818	0,795	0,801	0,932	0,859
Z2.3	0,829	0,804	0,785	0,926	0,862
Z2.4	0,828	0,838	0,836	0,925	0,875
Y1.1	0,882	0,878	0,866	0,880	0,952
Y1.2	0,883	0,854	0,861	0,875	0,924
Y1.3	0,781	0,793	0,784	0,837	0,911

Sumber : Hasil analisis data PLS, 2018

Berdasarkan tabel 5.15 diatas, menunjukkan nilai *cross loading* dan adanya *discriminate validity* yang baik sehingga nilai korelasi indikator terhadap konstraknya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Oleh karena itu, semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*.

5.4.1.3 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas konstruk diukur dengan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Selain itu *composite reliability* juga membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk dimana apabila nilai akar AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi di antara konstruk, maka *discriminant validity* yang baik tercapai. Selain itu, nilai AVE lebih besar dari 0,5 sangat direkomendasikan (Tasha Hoover, 2005 dalam Ghozali, 2011). Disamping itu konstruk yang dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70. Berikut adalah hasil pengujian *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Tabel 5.16. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Construct	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Motivasi berwirausaha	0,911	0,911	0,944	0,848
Modal sosial	0,940	0,941	0,962	0,893
Literasi keuangan	0,913	0,914	0,939	0,793
Inklusi keuangan	0,947	0,947	0,962	0,863
Kinerja usaha	0,921	0,923	0,950	0,864

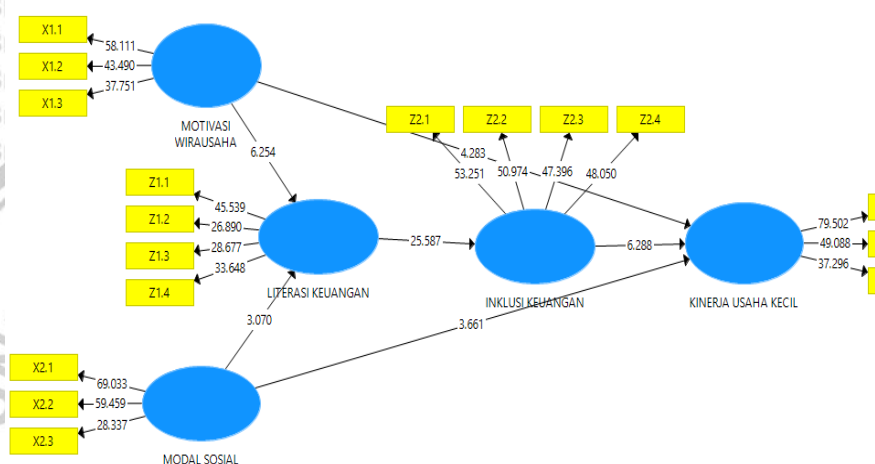
Sumber : Hasil analisis data PLS, 2018

Dari hasil output di atas semua konstruk memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* diatas 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik. Nilai AVE untuk 5 konstruk lebih besar dari 0,5 oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa evaluasi pengukuran model memiliki *discriminant validity* yang baik.

5.4.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi inner model ini digunakan untuk mengukur dan menjelaskan hubungan antar variabel yang satu dengan yang lain. Evaluasi inner model dapat dievaluasi dengan menggunakan R^2 dan nilai *predictive relevance* (Q^2). Adapun model struktural penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 5.2 Tampilan Hasil PLS *Boothstrapping*



Sumber : Hasil output model struktural, 2018

5.4.2.1 R-Square (R^2)

Nilai R-Square (R^2) berfungsi untuk menguji model struktural dengan melihat nilai R-Square (R^2) yang merupakan *uji goodness –fit model*. Kekuatan prediksi dapat dilihat dengan menggunakan kriteria R-Square 0,67 kuat; 0,33 moderate ; 0,19 lemah (Ghozali dan Latan, 2015 h. 81). Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel terikat yaitu Literasi keuangan (Z1) yang dipengaruhi oleh variabel motivasi berwirausaha (X1) dan modal sosial (X2). Variabel inklusi keuangan (Z2) yang dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan (Z1), dan variabel kinerja usaha (Y1) yang dipengaruhi oleh variabel inklusi keuangan (Z2). Berikut adalah nilai R-Square (R^2) :

Tabel 5.17 Nilai R-Square (R^2)

	R-Square (R^2)
Literasi Keuangan	0,840
Inklusi Keuangan	0,757
Kinerja Usaha	0,914

Sumber : Hasil olah data PLS, 2018

Pada tabel 5.17 diatas menunjukkan hasil nilai R-Square (R^2) untuk variabel literasi keuangan (Z1) sebesar 0,840, sehingga menunjukkan bahwa 84% variabel literasi keuangan (Z1) dapat dipengaruhi oleh variabel motivasi berwirausaha (X1) dan variabel modal sosial (X2). Sedangkan sisanya 16% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Kemudian nilai R-Square (R^2) untuk variabel inklusi keuangan (Z2) adalah 0,757, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 75,7% variabel inklusi keuangan (Z2) dapat dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan (X1), sisanya 24,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Selanjutnya nilai nilai R-Square (R^2) untuk variabel kinerja usaha (Y1) diperoleh sebesar 0,914, dimana sebesar 91,4% variabel kinerja usaha (Y1) dapat dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan (Z1) melalui variabel inklusi keuangan (Z2), dan terdapat sisa sebesar 8,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

5.4.2.2 Predictive Relevance (Q^2)

Untuk mengetahui besarnya *inner model* dapat dilihat dari besarnya Q^2 dari masing-masing variabel endogen yaitu variabel yang keragamannya dipengaruhi oleh variabel lain, yang sifatnya bisa hanya dipengaruhi saja (dependen). Menurut Jaya dan Sumertajaya (2008) *Goodness of Fit Model* diukur menggunakan *R-square* variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi, *Q-Square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai konservasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana

semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur. Berdasarkan tabel 5.19 maka perhitungan *predictive relevance* adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) \times (1 - R_2^2) \times (1 - R_3^2)$$

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - 0,840) \times (1 - 0,757) \times (1 - 0,914) = 0,99666$$

Keterangan :

Q^2 : nilai *Predictive Relevance*

R_1^2 : nilai R-Square variabel Literasi Keuangan

R_2^2 : nilai R-Square variabel Inklusi Keuangan

R_3^2 : nilai R-Square variabel Kinerja Usaha

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui nilai Q^2 sebesar 0,99666 artinya adalah besarnya keragaman data dari penelitian yang didapat dijelaskan oleh model struktural yang dirancang adalah sebesar 99,66%, sedangkan sisanya 0,896 % dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Berdasarkan hasil ini dapat dikatakan model struktural pada penelitian ini cukup baik karena lebih mendekati nilai 1.

5.4.2.3 Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh antar masingmasing variabel. Setiap hubungan yang dihipotesiskan akan melalui simulasi menggunakan metode *bootstrapping*. Metode *bootstrapping* bertujuan untuk meminimalisir masalah data penelitian yang tidak normal. Hasil pengujian melalui metode *bootstrapping* adalah sebagai berikut :

Tabel 5.18 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Path Coefficients						
Hipotesis	Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
H1	MW -> LK	0,632	0,611	0,097	6,500	0,000
H2	MS -> LK	0,309	0,327	0,097	3,198	0,001
H3	MW -> KU	0,299	0,295	0,074	4,049	0,000
H4	MS -> KU	0,250	0,256	0,065	3,865	0,000
H5	LK -> IK	0,870	0,865	0,037	23,369	0,000
H6	IK -> KU	0,445	0,443	0,072	6,164	0,000

Sumber : Hasil olah data dengan PLS, 2018

Pada dasarnya dalam pengujian hipotesis terdapat nilai pada *output result for inner weight* yang memberikan informasi mengenai hubungan antara variabel – variabel penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t-tabel dan t-statistik. t-tabel dapat diperoleh dari jumlah 100 responden dengan nilai signifikansi 0,05 dan nilai t-tabel 1,960.

1. Pengujian Hipotesis H1

Dari tabel 5.19 dapat dilihat nilai *original sample estimate* variabel motivasi berwirausaha terhadap variabel literasi keuangan adalah sebesar 0,632 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 6,500 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,960. Nilai *original sample estimate* positif mengindikasikan bahwa variabel motivasi berwirausaha berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap variabel literasi keuangan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa **hipotesis pertama diterima.**

2. Pengujian Hipotesis H2

Pengujian hipotesis kedua ditunjukkan untuk melihat apakah pengaruh variabel modal sosial terhadap variabel literasi keuangan. Hasil pengujian terlihat dari tabel 5.19 diatas, variabel modal sosial memperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,309 dengan nilai t-statistik 3,198 > 1,960 yang berarti variabel modal sosial berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap literasi keuangan dengan tingkat signifikansi diatas 5%

(signifikan). Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 diterima.**

3. Pengujian Hipotesis H3

Nilai variabel motivasi berwirausaha terhadap variabel kinerja usaha dengan koefisien jalur sebesar 0,299 dan t-statistik sebesar $4,049 > 1,960$, serta memiliki nilai *p value* sebesar $0,00 < 0,005$. Sehingga variabel motivasi berwirausaha berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Hal ini dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3 diterima.**

4. Pengujian Hipotesis H4

Nilai variabel modal sosial terhadap variabel kinerja usaha dengan koefisien jalur sebesar 0,250 dan t-statistik sebesar $3,865 > 1,960$, serta memiliki nilai *p value* sebesar $0,000 < 0,00$. Sehingga variabel modal berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Hal ini berarti **hipotesis 4 diterima.**

5. Pengujian Hipotesis H5

Dari tabel 5.19 dapat dilihat nilai *original sample estimate* variabel literasi keuangan terhadap variabel inklusi keuangan adalah sebesar 0,870 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 23,369 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,960. Nilai *original sample estimate* positif mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap variabel inklusi keuangan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 5 diterima.**

6. Pengujian Hipotesis H6

Pengujian hipotesis keenam ditunjukkan untuk melihat apakah pengaruh variabel inklusi keuangan terhadap variabel kinerja usaha. Hasil pengujian terlihat dari tabel 5.19 diatas, variabel inklusi keuangan memperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,445 dengan nilai t-statistik 6,164 > 1,960 yang berarti variabel inklusi keuangan berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan tingkat signifikansi diatas 5% (signifikan). Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 6 diterima**.

7. Temuan Penelitian

Selain itu terdapat beberapa temuan penelitian mengenai pengaruh tidak langsung yang tidak dihipotesiskan dalam penelitian ini, hasil pengaruh tidak langsung dapat dilihat dari tabel 5.19 sebagai berikut :

Tabel 5.19. Pengaruh tidak langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Motivasi berwirausaha -> Literasi Keuangan -> Inklusi Keuangan	0,550	0,525	0,092	5,995	0,000
Motivasi berwirausaha -> Literasi Keuangan -> Inklusi Keuangan -> Kinerja Usaha	0,245	0,233	0,055	4,480	0,000
Modal Sosial -> Literasi Keuangan -> Inklusi Keuangan	0,269	0,288	0,089	3,030	0,003
Modal sosial -> Literasi Keuangan -> Inklusi Keuangan -> Kinerja Usaha	0,120	0,128	0,044	2,703	0,007
Literasi Keuangan -> Inklusi Keuangan -> Kinerja Usaha	0,388	0,384	0,063	6,154	0,000

Sumber : hasil pengolahan data PLS, 2018

Berdasarkan tabel 5.19 terdapat temuan penelitian mengenai pengaruh tidak langsung dengan penjabaran sebagai berikut :

- 1) Besar koefisien pengaruh tidak langsung variabel motivasi berwirausaha terhadap variabel inklusi keuangan melalui variabel literasi keuangan sebesar 0,550, dengan nilai t-statistik sebesar 5,995 > 1,960, dan nilai p values 0,000 < 0,05. Oleh karena itu variabel motivasi berwirausaha

berpengaruh positif signifikan terhadap variabel inklusi keuangan dan peran variabel literasi keuangan sebagai variabel mediasi dinyatakan sempurna.

Dari hasil tersebut ditemukan kesamaan hasil pada penelitian Mandell dan Klein (2007) dimana motivasi merupakan faktor kunci yang menentukan tinggi rendahnya literasi keuangan yang akan menentukan akses keuangan seseorang.

- 2) Besarnya koefisien pengaruh tidak langsung variabel motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha melalui variabel literasi keuangan dan variabel inklusi keuangan sebesar 0,245, dengan nilai t-statistik 4,480 > 1,960 dan nilai p values 0,000 < 0,05 sehingga mengartikan bahwa variabel motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja usaha melalui variabel literasi keuangan dan variabel inklusi keuangan yang sekaligus berperan sebagai variabel mediasi dinyatakan sempurna. Sedangkan temuan hubungan positif signifikan ditunjukkan pada penelitian Borgia dan Newman (2012) yang menguji pengaruh antara motivasi berwirausaha terhadap inklusi keuangan melalui literasi keuangan.

- 3) Nilai koefisien pengaruh tidak langsung variabel modal sosial terhadap variabel inklusi keuangan melalui variabel literasi keuangan sebesar 0,269 dan nilai t-statistik 3,030 > 1,960, nilai p values 0,003 < 0,05 sehingga temuan ketiga dalam penelitian ini adalah variabel modal sosial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel inklusi keuangan melalui variabel literasi keuangan dan dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna. Dari hasil tersebut ditemukan kesamaan hasil pada penelitian Kamukama dan Natamba (2013) dimana modal sosial pada literasi keuangan berdampak pada kemudahan inklusi keuangan.

4) Nilai koefisien pengaruh tidak langsung variabel modal sosial terhadap kinerja usaha melalui variabel literasi keuangan dan variabel inklusi keuangan adalah sebesar 0,120, nilai t-statistik $2,703 > 1,960$ dan nilai p values $0,007 < 0,05$ sehingga temuan keempat dalam penelitian ini adalah variabel modal sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha melalui variabel literasi keuangan dan variabel inklusi keuangan sehingga peran variabel literasi keuangan dan variabel inklusi keuangan dalam penelitian ini adalah sebagai variabel mediasi sempurna. Dari hasil tersebut ditemukan kesamaan hasil pada penelitian Macht (2016) dimana modal sosial pada kinerja usaha berdampak pada literasi keuangan dan inklusi keuangan.

5) Nilai koefisien pengaruh tidak langsung variabel literasi keuangan terhadap variabel kinerja usaha melalui variabel inklusi keuangan sebesar 0,388, nilai t-statistik $6,154 > 1,960$, dan p values $0,000 < 0,05$ sehingga temuan kelima dalam penelitian ini adalah variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja usaha melalui variabel inklusi keuangan sekaligus dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna. Dari hasil tersebut ditemukan kesamaan hasil pada penelitian Hussain *et al*, (2018); Bongomin *et al*, (2017) dimana peningkatan literasi keuangan berdampak pada kinerja usaha melalui kemudahan dalam mengakses keuangan.

5.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan dibuat dengan melihat hubungan kausalitas yang terjadi sebagai pembuktian hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini sesuai dengan data yang digunakan dan kajian secara teoritis. Teori-teori ataupun hasil

penelitian empirik yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya akan digunakan dalam melakukan pembahasan hasil penelitian, apakah teori atau hasil penelitian empirik tersebut mendukung, menolak atau bertentangan dengan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian serta akan dikemukakan pula keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini.

5.5.1 Pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap Literasi Keuangan

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H1) dapat dinyatakan bahwa variabel motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap variabel literasi Keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis pertama (H1) yakni hasil analisis diperoleh nilai estimasi sebesar 0,632 dan nilai C.R sebesar 6,500 lebih besar dari pada 1,960 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil ini mendukung *theory of innovation and entrepreneurship* (Schumpeter, 1912) dan *life cycle hypothesis theory* (Brumberg dan Modigliani, 1954) serta penelitian empiris terdahulu.

Theory of innovation and entrepreneurship yang dicetuskan oleh Schumpeter ini menyoroti fungsi dari pelaku usaha sebagai revolusioner dari pembangunan ekonomi. Schumpeter menggambarkan perkembangan ekonomi sebagai proses histori yang didorong oleh inovasi, oleh karena itu yang terpenting dalam hal pertumbuhan ekonomi pelaku usaha harus mulai menyadari potensi keuntungan dari produk atau proses dan mulai berinvestasi. Pendekatan ini juga mengacu pada *life cycle hypothesis theory* dari Modigliani dan Brumberg tentang konsumsi dimana individu memaksimalkan utilitas siklus hidup yang sesuai dengan batasan anggaran yang mencakup biaya dan pengembalian terkait dengan aktivitas kewirausahaan. Aktivitas kewirausahaan merupakan

bagian integral dari perencanaan siklus hidup pelaku usaha karena erat hubungannya antara keputusan tabungan dan investasi usahanya. Berdasarkan kedua teori tersebut, motivasi menjadi alasan yang kuat untuk melatarbelakangi seseorang dan menjadi pendorong penting dibalik kesuksesan dan pertumbuhan usaha. Ekonomi berbasis pengetahuan keuangan saat ini bergantung pada kemajuan teknologi yang dinamis, dalam hal ini teknologi keuangan berkembang sangat cepat, oleh karena itu motivasi yang datang karena kesadaran pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan menimbulkan keinginan untuk belajar dalam hal ini untuk memenuhi pengetahuan keuangan dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan aktivitas bisnisnya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel motivasi berwirausaha berpengaruh secara langsung dengan variabel literasi Keuangan. Artinya bahwa ketika variabel motivasi berwirausaha ditingkatkan maka literasi keuangan juga akan meningkat. Berdasarkan dari 3 Indikator yakni, *Motives of achievement*, *Risk Propensity*, *Self Efficacy* maka pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan memberikan respon untuk merasakan dorongan terhadap variabel motivasi berwirausaha. Pengaruh positif tersebut dikarenakan pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 memiliki keinginan yang kuat untuk belajar dalam proses berwirausaha sehingga aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Klinik Bisnis terkait literasi keuangan. Kehadiran kelompok tersebut semakin menghadirkan atmosfer bagi para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM

Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 untuk saling belajar dan membantu dalam meningkatkan pengetahuan yang dibutuhkan mengenai keuangan. Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur juga memberikan pelayanan edukasi kepada para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 secara berkelanjutan, hal ini menjaga agar pelaku usaha kecil merasa diperhatikan dan paham akan kebutuhan sesuai dengan aktivitas bisnisnya.

Selain tinjauan literatur dan beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa karakteristik deskripsi responden yang mendukung hasil temuan penelitian. Faktor demografi memengaruhi keputusan penyimpanan dana pelaku usaha dimana dalam penelitian ini dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, umur usaha, jenis usaha, jumlah karyawan, dan omset penjualan perbulan. Hasil analisis deskriptif responden penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil yang memiliki jenis kelamin wanita lebih mendominasi sehingga motivasi dalam berwirausaha pelaku usaha kecil wanita lebih tinggi daripada laki – laki. Begitu pula untuk edukasi pengetahuan keuangan yang didapatkan dari Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur, pelaku usaha wanita cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengambil keputusan keuangan karena memiliki pengetahuan keuangan yang lebih luas yang berkaitan dengan pengetahuan atau informasi investasi, kredit dan asuransi yang diharapkan dapat menunjang akses pembiayaan dalam proses aktivitas usahanya.

Untuk faktor usia produktif dapat diartikan pelaku usaha memiliki usia aktif untuk lebih banyak memiliki motivasi untuk mencari informasi pengetahuan

keuangan yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Apabila dilihat dari tingkat pendidikan yang dimiliki pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan

Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 dimana sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan

menengah atas, sehingga kondisi ini sangat mempengaruhi kemampuan, wawasan dan tingkat pemahaman mengenai pengetahuan keuangan yang baik.

Usaha yang berkembang dalam kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur memiliki umur usaha yang beragam dan terpaut tidak terlalu jauh, hal ini dikarenakan para pelaku usaha kecil yang tergabung dalam komunitas merupakan usaha rintisan yang memang masih perlu pendampingan dan dipersiapkan untuk berkembang ke skala usaha menengah atau yang lebih besar.

Hasil penelitian mengenai hubungan positif signifikan antara variabel motivasi berwirausaha terhadap variabel literasi Keuangan dalam penelitian ini mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Lakovleva *et al.* (2011). Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel motivasi berwirausaha mampu merubah persepsi tentang perilaku keuangan melalui pengetahuan keuangan guna meningkatkan kinerja wirausaha perempuan, hal ini menjadi penting karena wirausaha terus mengidentifikasi peluang pasar, menghadapi perubahan industri dan lingkungan dan mencari inovasi baru untuk bisnis mereka. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian dilakukan oleh Lakovleva *et al.* (2011) dimana penelitian ini melibatkan pelaku usaha kecil berjenis pria dan wanita, sedangkan penelitian Lakovleva *et al.* (2011) hanya mengikutsertakan pelaku usaha wanita dimana terkait akses

pembiayaan, legalitas usaha apabila diterapkan di Kalimantan Timur masih belum bisa sepenuhnya diberikan tanpa didampingi oleh suami, orang tua, dll.

Selain mengkonfirmasi hasil dan memberikan keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan kontribusi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yakni penelitian dilakukan pada usaha kecil dengan beragam sektor usaha di Provinsi Kalimantan Timur.

5.5.2 Pengaruh Modal Sosial terhadap Literasi Keuangan

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua (H2) dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Literasi Keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis pertama (H2) yakni hasil analisis diperoleh nilai estimasi sebesar 0,309 dan nilai C.R sebesar 3,198 lebih besar dari pada 1,960 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian empiris yang menjadi dasar pengambilan hipotesis. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi dasar perumusan hipotesis.

Teori yang sesuai adalah *social exchange theory* (Blau, 1964) dan *life cycle hypothesis theory* (Brumberg dan Mondigliani, 1954). Pertama, menurut *social exchange theory*, seharusnya dalam sebuah interaksi pada hubungan terbangun perilaku saling tergantung dan bergantung pada tindakan orang lain. Tujuan transaksi yang saling bergantung satu sama lain ini memiliki potensi untuk menghasilkan hubungan berkualitas tinggi sehingga proses pembelajaran yang tercipta pada suatu kelompok atau komunitas dan pengetahuan keuangan yang didapat dapat saling memengaruhi dan melengkapi kebutuhan akan informasi keuangan masing-masing anggota (Sabatelli dan Sheehan, 1993).

Generasi inovasi tidak lagi tergantung pada kepribadian individu tetapi melibatkan kerja sama berbagai pihak, dimana inovasi dan akses dalam sebuah jaringan menawarkan banyak manfaat bagi pelaku usaha seperti penguasaan pengetahuan keuangan dan transfer teknologi, kecepatan berkomunikasi (Powell, 1990).

Kedua, *life cycle hypothesis* menjadi dasar bahwa dalam perolehan pengetahuan keuangan maka individu akan secara optimal menerapkan literasi keuangan untuk mendapatkan akses keuangan. Proses optimalisasi *life cycle hypothesis theory* dapat dibentuk dari beberapa faktor, antara lain preferensi individu, lingkungan ekonomi dan jaringan sosial (Lusardi et al., 2013). Dengan adanya informasi yang mengalir pada sebuah kelompok atau komunitas maka akan memperkecil gap pengetahuan antar anggota, hal ini karena sesama anggota memiliki rencana dan tujuan yang sama yaitu menyeimbangkan antara perilaku konsumsi dan tabungan selama periode yang panjang dengan tujuan mengalokasikan konsumsi mereka untuk membuat hidup mereka lebih baik.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial berpengaruh secara langsung dengan variabel Literasi Keuangan. Artinya bahwa ketika variabel Modal Sosial ditingkatkan, maka variabel literasi keuangan juga akan meningkat. Berdasarkan dari 3 Indikator yakni, *Social Bonding*, *Social Trust*, *Social Bridging* maka pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan memberikan respon untuk merasakan dorongan terhadap variabel Modal Sosial. Pengaruh positif tersebut dikarenakan pelaku usaha kecil yang ada pada kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur menerima alur informasi yang baik mengenai

pengetahuan keuangan didalam kelompok. Hal ini terjadi pula pada perputaran kegiatan komunikasi dimana para pelaku usaha merangkul satu sama lain sehingga tercipta rasa saling percaya, saling berbagi ide, pikiran, dan informasi antar sesama anggota. Kebersamaan yang berasal dari kelompok menjadikan para pelaku usaha kecil menjadikan forum kelompok sebagai tempat untuk mencari informasi dan belajar mengenai literasi keuangan. Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur juga senantiasa melibatkan kelompok secara aktif dalam kegiatan edukasi literasi keuangan dan memberikan kesempatan serta ruang untuk pelaku usaha kecil belajar meningkatkan pengetahuan keuangan.

Selain tinjauan literatur dan beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa karakteristik deskripsi responden yang mendukung hasil temuan penelitian. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh menunjukkan bahwa lingkungan sebuah kelompok atau komunitas memiliki peranan penting dalam perkembangan individu. Melihat deskripsi responden berdasarkan omset penjualan perbulan bahwa usaha kecil yang tergabung di kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan memiliki prospek yang baik dan menguntungkan. Pelaku usaha kecil yang tumbuh di lingkungan komunitas ini secara relatif akan memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mendapatkan informasi pengetahuan keuangan sehingga apabila antara individu satu dengan yang lainnya memiliki hubungan erat dan saling mengenal baik maka lingkungan sosial yang demikian akan memiliki pengaruh yang mendalam terhadap perkembangan individu dalam belajar dan menjalankan proses usahanya.

Hasil penelitian mengenai hubungan positif signifikan antara variabel Modal Sosial terhadap variabel Literasi Keuangan dalam penelitian ini mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Seghers *et al.* (2012),

Pangeran (2015). Hal ini menunjukkan bahwa peran modal sosial yang dimiliki pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan membantu dalam meningkatkan literasi keuangan, dimana melalui perantara komunitas atau kelompok maka jaringan akan alternatif keuangan akan cepat menyebar informasinya.

Selain mengkonfirmasi hasil dan memberikan keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan kontribusi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yakni penelitian dilakukan pada usaha kecil dengan beragam sektor usaha di Provinsi Kalimantan Timur.

5.5.3 Pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H3) dapat dinyatakan bahwa variabel Motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kinerja Usaha. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis pertama (H3) yakni hasil analisis diperoleh nilai estimasi sebesar 0,299 dan nilai C.R sebesar 4,049 lebih besar dari pada 1,960 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian empiris yang menjadi dasar pengambilan hipotesis. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi dasar perumusan hipotesis.

Teori yang sesuai dengan hasil penelitian ini adalah *theory of innovation and entrepreneurship* (Schumpeter, 1912). Berdasarkan teori tersebut, motivasi pelaku usaha menunjukkan kemampuan untuk melakukan inovasi melalui kepemimpinan dan proses inovasi. Didalam motivasi berwirausaha melibatkan motivasi yang diarahkan pada tujuan kewirausahaan (tujuan yang melibatkan

kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis), oleh karena itu pelaku usaha yang memiliki motivasi mampu meraih pencapaian keberhasilan melalui pemanfaatan peluang untuk sebuah keuntungan usahanya. Motivasi berwirausaha menjadi pendorong penting dibalik kesuksesan dan pertumbuhan usaha. Intensitas kewirausahaan berkaitan dengan kinerja usaha (Gundry dan Welsh, 2001).

Hasil ini juga menunjukkan bahwa variabel Motivasi berwirausaha berpengaruh secara langsung dengan variabel Kinerja Usaha. Artinya bahwa ketika variabel Motivasi berwirausaha ditingkatkan maka variabel kinerja usaha juga akan meningkat. Berdasarkan dari 3 Indikator yakni, *Motives of achievement*, *Risk Propersity*, *Self Efficacy* maka pelaku usaha kecil akan memberikan respon untuk merasakan dorongan terhadap variabel Motivasi berwirausaha. Pengaruh positif tersebut dikarenakan pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 merasakan ketidakpastian akan iklim bisnis yang tidak menentu, akses pembiayaan atau modal, teknologi, infrastruktur dan persaingan yang kerap terjadi mendorong pelaku usaha kecil senantiasa berinovasi dalam proses aktivitas bisnisnya demi mempertahankan kelangsungan usahanya.

Motivasi berwirausaha yang timbul berasal pula dari dalam kelompok karena sesama anggota saling mendukung dan memberi semangat antar pelaku usaha kecil, hal ini berdampak pada kemampuan menghasilkan proses inovasi yang baik dan meningkatkan kinerja usaha. Informasi dan jejaring yang kuat didalam kelompok mampu menopang pengetahuan, kemampuan dan kemauan dalam improvisasi proses bisnis. Hal inilah sekaligus menjadi tujuan dari diadakannya Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur sebagai perwakilan dari pemerintah untuk menjadi bagian dari kemajuan usaha kecil di Kalimantan Timur.

Kehadiran mereka menambah motivasi berwirausaha para pelaku usaha kecil agar usaha kecil mereka naik kelas.

Selain tinjauan literatur dan beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa karakteristik deskripsi responden yang mendukung hasil temuan penelitian. Hasil analisis deskriptif responden penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil yang memiliki jenis kelamin wanita lebih mendominasi sehingga motivasi dalam berwirausaha pelaku usaha kecil wanita lebih tinggi daripada laki – laki. Hal ini dikarenakan masih terdapat kesulitan bagi wanita untuk mendapatkan pekerjaan di pasar tenaga kerja formal sehingga mereka memilih untuk menjadi pelaku usaha, selain itu alasan utamanya adalah berdasarkan kebutuhan dan keinginan untuk membantu keuangan rumah tangga. Hal ini sejalan dengan pendapat Tulus Tambunan (2009) yang menyatakan bahwa tingkat kewirausahaan wanita lebih tinggi di negara berkembang daripada di negara maju dimana faktor kebutuhan adalah yang paling sering terjadi. Kesenjangan gender dalam kewirausahaan lebih sempit di negara-negara berpenghasilan rendah daripada di negara-negara berpenghasilan menengah. Kemudian pelaku usaha wanita di negara berpenghasilan rendah tidak terlalu takut gagal dan apabila dilihat dari akses kredit ke lembaga keuangan masih ditemukan sempitnya ruang gerak bagi mereka dalam hal permodalan terutama bagi pelaku usaha wanita yang tinggal di daerah pedesaan atau di luar daerah metropolitan.

Berdasarkan pengalaman pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 yang memiliki pengalaman usaha lebih dari satu tahun menunjukkan bahwa minat terhadap aktivitas kewirausahaan tetap terjaga

konsistensinya yang tidak terlepas juga dengan sikap positif terhadap sikap kegagalan ditengah proses usahanya, dan dianggap memiliki kemampuan-kemampuan seperti kemampuan untuk merumuskan tujuan usahanya, kemampuan memotivasi diri, kemampuan berinisiatif dan berinovasi, kemampuan untuk membentuk modal baik uang maupun barang yang dapat diselaraskan dengan kemampuan pelaku usaha kecil dalam bidang pemasaran, interpersonal, dasar – dasar manajemen usaha dan kepemimpinan. Kondisi – kondisi tersebut mampu menambah produktivitas pelaku usaha kecil untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Hasil penelitian mengenai hubungan positif signifikan antara variabel Motivasi berwirausaha terhadap variabel Kinerja Usaha dalam penelitian ini mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Eijdenberg *et al.* (2015), Machmud (2017), Nyang'au *et al.* (2014). Hal ini menunjukkan guna mempertahankan pertumbuhan, pemilik usaha harus mengembangkan program berkelanjutan untuk memotivasi diri sendiri. Peran ekonomi yang dilakukan oleh usaha kecil mampu meningkat apabila pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 dapat mendorong keseluruhan peningkatan output dan tingkat pendapatan. Kesamaan dalam penelitian Eijdenberg *et al.* (2015), Machmud (2017), Nyang'au *et al.* (2014) adalah pengembangan kewirausahaan dan usaha kecil menjadi prioritas yang dilakukan di negara-negara berkembang sehingga perlunya mengalokasikan belanja anggaran untuk menciptakan lingkungan yang akan memfasilitasi pengembangan kewirausahaan melalui berbagai kegiatan yang merangsang gerakan tersebut. Kehadiran Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur memfasilitasi kerjasama usaha kecil dengan

stakeholders dan penciptaan kelompok, membangun organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelaku usaha. Sehingga timbul motivasi berwirausaha pelaku usaha kecil untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Penelitian ini memberikan perluasan ragam hasil penelitian dari penelitian Eijdenberg *et al.* (2015), Machmud (2017), Nyang'au *et al.* (2014). Selain mengkonfirmasi hasil dan memberikan keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan kontribusi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yakni penelitian dilakukan pada usaha kecil dengan beragam sektor usaha di Provinsi Kalimantan Timur.

5.5.4 Pengaruh Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H4) dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kinerja Usaha. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis pertama (H4) yakni hasil analisis diperoleh nilai estimasi sebesar 0,250 dan nilai C.R sebesar 3,865 lebih besar dari pada 1,960 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian empiris yang menjadi dasar pengambilan hipotesis.

Teori yang sesuai dengan hasil penelitian ini adalah *social exchange theory* (Blau, 1964). Berdasarkan *social exchange theory*, muncul adanya pemikiran bahwa anggota dalam kelompok tidak dapat mengatasi berbagai masalah yang dihadapi secara individu sehingga hubungan sosial antar anggota yang terbangun akan menghasilkan pola harapan, norma, struktur dalam kelompok dan sumber daya lainnya dalam sebuah interaksi yang dihadirkan untuk mencapai tujuan bersama (Ben-porath (1980), Granovotter (1985), Johannisson (1987), Starr dan MacMillan (1990)). Dimana akses dalam sebuah

jaringan sosial menawarkan banyak manfaat bagi pelaku usaha kecil seperti kerja sama, pertukaran pengetahuan dan informasi, transfer teknologi dan meningkatkan kesadaran bersama tentang banyaknya peluang yang dapat dimanfaatkan guna meningkatkan kinerja usaha masing-masing anggota.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial berpengaruh secara langsung dengan variabel Kinerja Usaha. Artinya bahwa ketika variabel Modal Sosial ditingkatkan maka variabel kinerja usaha juga akan meningkat. Berdasarkan dari 3 Indikator yakni, *Social Trust*, *Social Bonding*, *Social Bridging* maka pelaku usaha kecil akan memberikan respon untuk merasakan dorongan terhadap variabel Modal Sosial. Pengaruh positif tersebut dikarenakan pelaku usaha kecil yang ada pada kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur menjalin komunikasi yang intens dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan jaringan yang ada pada kelompok. Keterlibatan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur ditengah-tengah aktivitas bisnis mereka menunjang keberhasilan dan kinerja usaha kecil karena memberikan akses pendidikan, pengalaman dan pelatihan manajemen yang dapat membantu pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 menciptakan usaha yang lebih menguntungkan dan dalam prosesnya bisa berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi di Kalimantan Timur.

Hasil penelitian mengenai hubungan positif signifikan antara variabel Modal Sosial terhadap variabel Kinerja Usaha dalam penelitian ini mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Okafor (2012), Ismail (2015), Kalkan et al. (2015), Agyapong et al. (2017), Hoq et al. (2017). Hasil dari

penelitian tersebut membuktikan bahwa gagasan modal sosial menunjukkan bahwa individu atau organisasi yang berkaitan dengan orang lain dan berdasarkan kepercayaan memainkan peran kunci dalam pertumbuhan usaha kecil untuk mencapai tujuan bisnis. Variabel modal sosial dapat menghubungkan sistem perdagangan dan mendukung dalam pencapaian keunggulan kompetitif, hal ini dikarenakan modal sosial bisa mengidentifikasi prospek, inspeksi, proposal serta pencapaian sumber daya untuk usaha kecil.

Hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian ini dilakukan oleh Clarke, *et al* (2016) dimana modal sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan dan kinerja usaha. Dukungan terbatas untuk peran modal sosial terhadap kinerja usaha dikarenakan ada rendahnya peran pemberdayaan politik di Brazil yang mengakibatkan lemahnya tingkat kepercayaan institusi formal sehingga menghambat usaha kecil untuk berkembang.

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi dari hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yakni penelitian Okafor (2012), Ismail (2015), Kalkan, *et al.* (2015), Agyapong *et al.* (2017), Hoq *et al.* (2017). Selain mengkonfirmasi hasil dan memberi keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan kontribusi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yakni penelitian dilakukan pada usaha kecil dengan beragam sektor usaha di Provinsi Kalimantan Timur.

5.5.5 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H5) dapat dinyatakan bahwa variabel Motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Literasi Keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis pertama (H5) yakni

hasil analisis diperoleh nilai estimasi sebesar 0,870 dan nilai C.R sebesar 23,369 lebih besar dari pada 1,960 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian empiris yang menjadi dasar pengambilan hipotesis.

Teori yang sesuai dengan hasil penelitian ini adalah *life cycle hypothesis theory* (Brumberg dan Mondigliani, 1954). Berdasarkan *life cycle hypothesis theory*, dalam perolehan pengetahuan keuangan maka pelaku usaha akan secara optimal menerapkan literasi keuangan untuk meningkatkan inklusi keuangan. Jappelli dan Padula (2013) mengemukakan bahwa pertimbangan sketsa model *life cycle hypothesis* dengan literasi keuangan berkaitan erat terhadap melek finansial. *Life cycle hypothesis theory* juga memasukkan aspek kunci seperti perilaku pelaku usaha yang secara implisit menganggap bahwa seseorang dapat merumuskan dan melaksanakan rencana keuangan yang membutuhkan keahlian dalam pengetahuan keuangan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara langsung dengan variabel Inklusi Keuangan. Artinya bahwa ketika variabel Literasi Keuangan ditingkatkan, maka variabel Inklusi Keuangan akan meningkat pula. Berdasarkan dari 4 Indikator yakni, *Behaviour, Skills, Knowledge, Attitude* maka pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan memberikan respon untuk merasakan dorongan terhadap variabel Literasi Keuangan. Pengaruh positif tersebut dikarenakan pelaku usaha kecil yang ada pada kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur yang sudah mendapatkan program

dan kegiatan edukasi keuangan akan mengetahui kebutuhan akan literasi keuangan dan pentingnya inklusi keuangan. Literasi keuangan sudah menjadi bagian dari pelaku usaha kecil untuk mencapai inklusi keuangan. Inklusi keuangan membuka jalur arus uang ke sistem keuangan dan memastikan akses layanan keuangan kesemua skala mikro, kecil dan menengah merata. Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur menjadi perantara antara lembaga keuangan bank dan non bank untuk mensosialisasikan gerakan-gerakan inklusi keuangan dan memberikan edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan. Pemerintah memiliki tanggung jawab secara sosial untuk mencapai inklusi keuangan yang mutlak bagi para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif responden jika dilihat dari tingkat pendidikan pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 menunjukkan bahwa mereka memiliki jenjang pendidikan atas dimana pada tingkatan ini pelaku usaha kecil dipandang memiliki kecerdasan finansial yang memadai dimana mampu meningkatkan wawasan yang memungkinkan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan maupun cara berperilaku dalam mengelola keuangan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori pendidikan progresivisme yang memiliki pandangan bahwa pelaku usaha kecil memiliki akan dan kecerdasan yang sifatnya dinamis dan kreatif sebagai bekal menghadapi dan memecahkan masalah keuangan.

Hasil penelitian mengenai hubungan positif signifikan antara variabel Literasi Keuangan terhadap variabel Inklusi Keuangan dalam penelitian ini

mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Bongomin *et al.* (2017), Bongomin *et al.* (2017), Agarwal (2016), Raina (2014), Rola *et al.* (2016). Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel Literasi Keuangan membangun kepercayaan diri seseorang, membuat masyarakat lebih tahu dan terdidik sehingga mampu mengambil tanggung jawab lebih besar untuk masalah keuangan dan mampu memainkan peran lebih aktif di pasar untuk layanan keuangan.

Selain mengkonfirmasi hasil dan memberikan keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan kontribusi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yakni penelitian dilakukan pada usaha kecil dengan beragam sektor usaha di Provinsi Kalimantan Timur.

5.5.6 Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H6) dapat dinyatakan bahwa variabel Inklusi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kinerja Usaha. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis pertama (H1) yakni hasil analisis diperoleh nilai estimasi sebesar 0,445 dan nilai C.R sebesar 6,614 lebih besar dari pada 1,960 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil ini sesuai dengan teori dan penelitian empiris yang menjadi dasar pengambilan hipotesis.

Pendekatan mikroekonomi konvensional untuk keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran menuntut pelaku usaha harus rasional dan berpengetahuan dan melek finansial sehingga mampu secara optimal memperlancar utilitas marginal usahanya. *Life cycle hypothesis theory* menunjukkan bahwa pelaku usaha diharapkan mampu merumuskan dan

melaksanakan sistem keuangan usahanya serta memiliki kapasitas melakukan perhitungan ekonomi yang kompleks terkait pasar keuangan (Delavande *et al.* 2008). Dalam perolehan pengetahuan keuangan maka pelaku usaha akan secara optimal menerapkan literasi keuangan untuk mendapatkan akses keuangan yang dapat menunjang keputusan keuangan dalam upaya meningkatkan kinerja usahanya. Semakin tinggi peningkatan inklusi keuangan pada pelaku usaha kecil maka pada akhirnya akan meningkatkan stabilitas keuangan dan melalui inklusi keuangan maka pelaku usaha mampu merubah pola pikir sebagai agen ekonomi tentang cara melihat uang dan laba.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Inklusi Keuangan berpengaruh secara langsung dengan variabel Kinerja Usaha. Artinya bahwa ketika variabel Inklusi Keuangan ditingkatkan sebesar, maka variabel Kinerja Usaha akan meningkat pula. Berdasarkan dari 4 Indikator yakni *Access, Quality, Usage, Welfare* maka pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 akan memberikan respon untuk merasakan dorongan terhadap variabel Inklusi Keuangan. Pengaruh positif tersebut dikarenakan pelaku usaha kecil yang ada pada kelompok pendidikan dan pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur telah diberikan program dan intervensi tidak hanya sekedar pengetahuan dan pemahaman keuangan namun juga melibatkan keterampilan dan kompetensi keuangan yang menunjang inklusi keuangan para pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018. Komponen – komponen itulah yang dapat diandalkan dalam mendorong dalam perubahan perilaku agar inklusi keuangan yang sudah baik dapat meningkatkan

kinerja usaha kecil di Provinsi Kalimantan Timur. Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur sadar akan pentingnya menganalisis keberhasilan dan kinerja usaha kecil sehingga disediakan program dan kegiatan yang meliputi proses kegiatan usaha salah satunya melalui aspek keuangan. Pada skala yang lebih besar, penggunaan fasilitas lembaga keuangan bank dan non bank dapat membantu keberhasilan usaha kecil untuk bersaing dalam ekonomi global sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi pelaku usaha yang masih tergolong *unbanked*.

Peningkatan kinerja usaha kecil salah satunya didukung dengan perilaku keuangan pelaku usaha yang baik. Perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan oleh aktivitas perencanaan, pengelolaan dan pembuat keputusan keuangan yang baik. Faktor demografi merupakan salah satu aspek yang dapat memengaruhi perilaku keuangan. Profil responden yang didominasi oleh wanita cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengambil keputusan keuangan dimana pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 berjenis kelamin wanita memiliki karakteristik yang memengaruhi langkah – langkah mereka dalam mengelola keuangan usaha, sehingga menghasilkan perbedaan opini dan cara pengambilan keputusan di masa depan. Pelaku usaha kecil wanita percaya bahwa mengelola keuangan yang baik akan berpengaruh pada masa depan mereka, dimana mereka menggunakan anggaran, membandingkan harga dan mendiskusikan uang dengan keluarga terlebih dahulu.

Selain tinjauan literatur dan beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa karakteristik deskripsi responden yang mendukung hasil temuan

penelitian. Apabila dilihat dari tingkat pendidikan pelaku usaha kecil peserta pelatihan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM Provinsi Kalimantan Timur periode ketiga bulan Juli – September 2018 dimana memiliki korelasi dengan produktivitas dan efisiensi kerja seseorang maka pelaku usaha kecil yang berada pada kelompok pendidikan dan pelatihan ini dirasa sudah cukup mampu untuk memiliki pemahaman, kecerdasan atau kemampuan keuangan yang memadai atau *well literate*. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan meningkatkan wawasan yang memungkinkan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan maupun cara berperilaku dalam mengelola keuangan terkait aktivitas bisnisnya.

Hasil penelitian mengenai hubungan positif signifikan antara variabel Inklusi Keuangan terhadap variabel Kinerja Usaha dalam penelitian ini mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Riwayati, (2017), Bongomin *et al.* (2017). Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel Inklusi Keuangan mampu meningkatkan pertumbuhan usaha kecil. Kinerja Usaha secara langsung juga dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal dimana inklusi keuangan dapat memediasi pengaruh kedua faktor terhadap keberhasilan usaha kecil. Faktor internal yang digunakan terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknis, produksi dan operasional, dan aspek pasar dan pemasaran. Sedangkan faktor eksternal yang digunakan terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya dan ekonomi, dan peran instansi terkait. Inklusi keuangan sebagai pembuka jalan bagi pelaku usaha untuk mengakses ketersediaan terhadap layanan keuangan, kesejahteraan pengguna produk dan layanan keuangan yang nantinya dapat

digunakan dan dimanfaatkan dalam proses kegiatan usaha untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan, modal, lapangan kerja, pasar dan pertumbuhan laba.

Selain mengkonfirmasi hasil dan memberikan keragaman hasil penelitian pada penelitian empiris, penelitian ini juga memberikan kontribusi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yakni penelitian dilakukan pada usaha kecil dengan beragam sektor usaha di Provinsi Kalimantan Timur.

5.5.7 Pengaruh Tidak Langsung antara Motivasi Berwirausaha, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan

Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung antara variabel motivasi berwirausaha, literasi keuangan dan inklusi keuangan. Hasil dari nilai koefisien adalah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila motivasi berwirausaha yang didapatkan sesuai dengan literasi keuangan yang diharapkan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan inklusi keuangan. Berdasarkan hal tersebut maka variabel literasi keuangan dapat dinyatakan sebagai variabel mediasi sebagian atau mediasi parsial (*partial mediation*). Untuk mengetahui bahwa literasi keuangan memediasi secara parsial pengaruh antara variabel motivasi berwirausaha dengan variabel inklusi keuangan dapat dilihat dari hasil nilai koefisien jalur masing-masing hubungan antara variabel sebagai berikut :

1. Nilai koefisien jalur variabel motivasi berwirausaha terhadap literasi keuangan sebesar 0,632 dan signifikan.
2. Nilai koefisien jalur variabel literasi keuangan terhadap inklusi keuangan sebesar 0,870 dan signifikan.

3. Nilai koefisien jalur variabel motivasi berwirausaha terhadap inklusi keuangan yang dimediasi oleh variabel literasi keuangan sebesar 0,550 dan signifikan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui secara pasti bahwa variabel literasi keuangan berperan penting dalam memediasi sebagian hubungan antara variabel motivasi berwirausaha terhadap inklusi keuangan. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mandell dan Klein (2007) dimana motivasi merupakan faktor kunci yang menentukan tinggi rendahnya literasi keuangan yang akan menentukan akses keuangan seseorang.

5.5.8 Pengaruh Tidak Langsung antara Motivasi Berwirausaha, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Kinerja Usaha

Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung antara variabel motivasi berwirausaha, literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha.

Hasil dari nilai koefisien adalah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila motivasi berwirausaha yang didapatkan sesuai dengan literasi keuangan yang diharapkan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja usaha.

Berdasarkan hal tersebut maka variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan dapat dinyatakan sebagai variabel mediasi sebagian atau mediasi parsial (*partial mediation*). Untuk mengetahui bahwa literasi keuangan memediasi secara

parsial pengaruh antara variabel motivasi berwirausaha dengan variabel kinerja usaha dapat dilihat dari hasil nilai koefisien jalur masing-masing hubungan antara variabel sebagai berikut :

1. Nilai koefisien jalur variabel motivasi berwirausaha terhadap literasi keuangan sebesar 0,632 dan signifikan.
2. Nilai koefisien jalur variabel literasi keuangan terhadap inklusi keuangan sebesar 0,870 dan signifikan.
3. Nilai koefisien jalur variabel inklusi keuangan terhadap kinerja usaha sebesar 0,445 dan signifikan
4. Nilai koefisien jalur variabel motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan sebesar 0,245 dan signifikan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui secara pasti bahwa variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan berperan penting dalam memediasi sebagian hubungan antara variabel motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian Borgia dan Newman (2012) bahwa hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha dimediasi oleh variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan.

5.5.9 Pengaruh Tidak Langsung antara Modal Sosial, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan

Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung antara variabel modal sosial, literasi keuangan dan inklusi keuangan. Hasil dari nilai koefisien adalah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila modal sosial yang didapatkan sesuai dengan literasi keuangan yang diharapkan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan inklusi keuangan. Berdasarkan hal tersebut maka variabel literasi keuangan dapat dinyatakan sebagai variabel mediasi

sebagian atau mediasi parsial (*partial mediation*). Untuk mengetahui bahwa literasi keuangan memediasi secara parsial pengaruh antara variabel modal sosial dengan variabel inklusi keuangan dapat dilihat dari hasil nilai koefisien jalur masing-masing hubungan antara variabel sebagai berikut :

1. Nilai koefisien jalur variabel modal sosial terhadap literasi keuangan sebesar 0,309 dan signifikan.
2. Nilai koefisien jalur variabel literasi keuangan terhadap inklusi keuangan sebesar 0,870 dan signifikan.
3. Nilai koefisien jalur variabel modal sosial terhadap inklusi keuangan yang dimediasi oleh variabel literasi keuangan sebesar 0,269 dan signifikan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui secara pasti bahwa variabel literasi keuangan berperan penting dalam memediasi sebagian hubungan antara variabel modal sosial terhadap inklusi keuangan. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kamukama dan Natamba (2013) dimana modal sosial pada literasi keuangan berdampak pada kemudahan inklusi keuangan.

5.5.10 Pengaruh Tidak Langsung antara Modal Sosial, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha

Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung antara variabel modal sosial, literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha. Hasil dari nilai koefisien adalah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila modal sosial yang didapatkan sesuai dengan literasi keuangan yang diharapkan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan hal

tersebut maka variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan dapat dinyatakan sebagai variabel mediasi sebagian atau mediasi parsial (*partial mediation*).

Untuk mengetahui bahwa literasi keuangan memediasi secara parsial pengaruh antara variabel modal sosial dengan variabel kinerja usaha dapat dilihat dari hasil nilai koefisien jalur masing-masing hubungan antara variabel sebagai berikut :

1. Nilai koefisien jalur variabel modal sosial terhadap literasi keuangan sebesar 0,309 dan signifikan.
2. Nilai koefisien jalur variabel literasi keuangan terhadap inklusi keuangan sebesar 0,870 dan signifikan.
3. Nilai koefisien jalur variabel inklusi keuangan terhadap kinerja usaha sebesar 0,445 dan signifikan.
4. Nilai koefisien jalur variabel modal sosial terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan sebesar 0,120 dan signifikan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui secara pasti bahwa variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan berperan penting dalam memediasi sebagian hubungan antara variabel modal sosial terhadap kinerja usaha. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian Macht (2016) bahwa hubungan antara modal sosial terhadap kinerja usaha dimediasi oleh variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan.

5.5.11 Pengaruh Tidak Langsung antara Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha

Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung antara variabel literasi keuangan, inklusi keuangan dan kinerja usaha. Hasil dari nilai koefisien

adalah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila literasi keuangan yang didapatkan sesuai dengan inklusi keuangan yang diharapkan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan hal tersebut maka variabel inklusi keuangan dapat dinyatakan sebagai variabel mediasi sebagian atau mediasi parsial (*partial mediation*). Untuk mengetahui bahwa inklusi keuangan memediasi secara parsial pengaruh antara variabel literasi keuangan dengan variabel kinerja usaha dapat dilihat dari hasil nilai koefisien jalur masing-masing hubungan antara variabel sebagai berikut :

1. Nilai koefisien jalur variabel literasi keuangan terhadap inklusi keuangan sebesar 0,870 dan signifikan.
2. Nilai koefisien jalur variabel inklusi keuangan terhadap kinerja usaha sebesar 0,445 dan signifikan.
3. Nilai koefisien jalur variabel literasi keuangan terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh variabel inklusi keuangan sebesar 0,388 dan signifikan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui secara pasti bahwa variabel inklusi keuangan berperan penting dalam memediasi sebagian hubungan antara variabel literasi keuangan terhadap kinerja usaha. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hussain et al. (2018), Bongomin et al. (2017) dimana peningkatan literasi keuangan berdampak pada kinerja usaha melalui kemudahan dalam mengakses keuangan.

5.6 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian ini fokus pada usaha kecil Provinsi Kalimantan Timur sehingga objek penelitian yang diteliti tidak melibatkan pada skala UMKM lainnya yakni skala mikro atau skala menengah dan cakupan wilayah dari lokasi penelitian tidak terlalu luas, yang juga tidak dapat mewakili usaha kecil secara menyeluruh.
2. Penelitian ini menggunakan sasaran pelaku usaha kecil yang menjadi peserta pelatihan dan pendidikan kewirausahaan Klinik Bisnis KUMKM yang mengikuti kegiatan belajar pada periode ketiga (Juli – September 2018) yang sudah melaksanakan program pembelajaran sehingga dianggap memiliki literasi keuangan yang baik.
3. Model penelitian hanya menguji pengaruh konstruk atau variabel secara linear, sehingga hasil masih memungkinkan untuk melakukan penelitian dengan menguji hubungan antar variabel dan menggambarkan pengaruh secara keseluruhan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan interpretasi beberapa teori yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat diperoleh enam kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi berwirausaha mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Literasi Keuangan. Nilai estimasi bertanda positif mengidentifikasikan bahwa semakin baik Motivasi berwirausaha yang dipahami oleh responden maka akan meningkatkan Literasi Keuangan para pelaku usaha kecil.
2. Motivasi berwirausaha mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha. Nilai estimasi bertanda positif mengidentifikasikan bahwa semakin baik Motivasi berwirausaha yang dipahami oleh responden maka akan meningkatkan Kinerja Usaha para pelaku usaha kecil.
3. Modal Sosial mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Literasi Keuangan. Nilai estimasi bertanda positif mengidentifikasikan bahwa semakin baik Modal Sosial yang dipahami oleh responden maka akan meningkatkan Literasi Keuangan para pelaku usaha kecil.
4. Modal Sosial mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha. Nilai estimasi bertanda positif mengidentifikasikan bahwa semakin baik Modal Sosial yang dipahami oleh responden maka akan meningkatkan Kinerja Usaha para pelaku usaha kecil.
5. Literasi Keuangan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Inklusi Keuangan. Nilai estimasi bertanda positif mengidentifikasikan bahwa

semakin baik Literasi Keuangan yang dipahami oleh responden maka akan meningkatkan Inklusi Keuangan para pelaku usaha kecil.

6. Inklusi Keuangan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha. Nilai estimasi bertanda positif mengidentifikasikan bahwa semakin baik Inklusi Keuangan yang dipahami oleh responden maka akan meningkatkan Kinerja Usaha para pelaku usaha kecil.

6.2 Saran

6.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Objek penelitian pada UMKM dapat diteliti pada tingkatan skala yang lainnya seperti skala mikro dan skala menengah dengan jenis usaha yang semakin beragam dan memperluas cakupan wilayah dari lokasi penelitian untuk memperkaya hasil temuan.
2. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengambil populasi dan sampel langsung pada pelaku usaha kecil di masyarakat sehingga didapatkan informasi mengenai tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil.
3. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat mengembangkan model yang telah ada dengan menambahkan variabel lain dan memperluas objek kajian.
4. Untuk memperdalam dan memperkaya hasil temuan penelitian, maka penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan penelitian maupun alat analisis yang berbeda.

6.2.2 Saran untuk Usaha Kecil di Provinsi Kalimantan Timur

1. Pelaku Usaha Kecil diharapkan tetap menjaga motivasi berwirausaha dalam proses pendidikan dan pelatihan melalui kehadiran kelompok yang

semakin menghadirkan atmosfer bagi para pelaku usaha kecil untuk saling belajar dan membantu dalam menambah pengetahuan keuangan dan meningkatkan literasi keuangan.

2. Pelaku Usaha Kecil diharapkan menjaga kebersamaan yang berasal dari kelompok dan menganggap sebagai tempat untuk mencari informasi dan belajar mengenai literasi keuangan. Melalui peran modal sosial yang dimiliki pelaku usaha kecil akan membantu dalam meningkatkan literasi keuangan, dimana melalui perantara komunitas atau kelompok maka jaringan akan alternatif keuangan akan cepat menyebar informasinya.

3. Pelaku Usaha Kecil diharapkan tetap memberikan respon positif terhadap motivasi berwirausaha yang berasal dari kelompok karena adanya dukungan dan saling memberi semangat antar pelaku usaha kecil inilah yang berdampak pada kemampuan menghasilkan proses inovasi yang baik dan meningkatkan kinerja usaha.

4. Pelaku Usaha Kecil diharapkan terus menjaga komunikasi yang intens dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan jaringan yang ada pada kelompok. Keterlibatan pelaku usaha kecil dalam sebuah kelompok didalam proses usaha akan menunjang keberhasilan dan kinerja usaha kecil karena adanya akses pendidikan, pengalaman dan pelatihan manajemen yang dapat membantu para pelaku usaha kecil menciptakan usaha yang lebih menguntungkan dan bisa berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi di daerah.

5. Pelaku Usaha Kecil diharapkan berusaha mengimplementasikan literasi keuangan agar dapat memperluas inklusifitas keuangan usaha dengan membangun kepercayaan diri pelaku usaha kecil sehingga mampu

mengambil tanggung – jawab lebih besar untuk masalah keuangan usaha dan mampu memainkan peran lebih aktif di pasar untuk layanan keuangan.

6. Pelaku Usaha Kecil dapat secara optimal menerapkan literasi keuangan untuk mendapatkan akses keuangan yang dapat menunjang keputusan keuangan dalam upaya meningkatkan kinerja usahanya. Inklusi keuangan sebagai pembuka jalan bagi pelaku usaha kecil untuk mengakses ketersediaan terhadap layanan keuangan, kesejahteraan pengguna produk dan layanan keuangan yang nantinya dapat digunakan dan dimanfaatkan dalam proses kegiatan usaha untuk meningkatkan penjualan, lapangan kerja dan pasar.



DAFTAR PUSTAKA

Aduda, J., & Kalunda, E. (2012). Financial inclusion and financial sector stability with reference to Kenya: a review of literature. *Journal of Applied Finance and Banking*, Vol. 2 No. 6, 95-120.

Agarwal, Tarun. (2016). An Analysis of the Twin Pillars of the Banking in India : Fianancial Literacy and Financial Inclusion. *Gavesana Journal of Management*, Vol.8. Issue 1&2. Januay-December 2016.

Agus, Irianto. (2004). Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: Kencana.

Agyapong, F. O & Ahmed, A. (2017). Nexus between Social Capital and Performance of Micro and Small Firms in an Emerging Economy : The Mediating Role of Innovation. *Cogent Business and Management Journal*, Vol.4.

Akdere, Mesut. (2005). Social Capital Theory and Implications for Human Resource Development. *Singapore Management Journal*, Vol. 27, No. 2.

Andriani, N. (2009). Modal Usaha, Kualitas Informasi dan Kompetensi Pemasaran dalam Hubungannya dengan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Kecil dan Menengah Garmen di Jawa Timur). Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.

Alder, P., & Kwon, S. (2002). Social capital: prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1, 17-40.

Allen, F., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Peria, M.S.M. (2016). The foundations of financial inclusion : understanding ownership and use of formal accounts. *J. Finance*. Vol.27, 1-30.

Antoldi, F., Cerrato, D., & Depperu, D. (2011). Export Consortia in Developing Countries: Successful Management of Corporation Among SMEs. *Springer*, New York, NY, pp. 19-34.

Ariyanto, Dwi. (2017, November 6). *Pantau Investasi Mencurigakan Lewat Patroli Cyber*. Retrieved from <http://kaltim.prokal.co>.

Ariyanto, Dwi. (2017, 24 November). *Ganti Peran Bank, Laku Pandai Kian Menjamur-10 Bulan, Tambah 2.244 Agen Baru*. Retrieved from <http://kaltim.prokal.co>.

Ardic, O.P., Heimann, M., & Mylenko, N. (2011). Access to financial services and the financial inclusion agenda around the world; a cross-country analysis with a

- new data set. *Policy Research Working Paper Series No. 5537*. The World Bank, Washington, DC.
- Asian Development Bank. (2014). *Asia SME Finance Monitor*. Mandaluyong City: ADB.
- Aswicahyono, H., & Hill, H. (2014). Survey of Recent Developments. *Bulletin of Indonesian Economic Studies Vol. 50, No. 3*, 319-346.
- Atemnkeng, J. T. (2009). Does social capital determine poverty? Evidence from Cameroon household survey. In Presentation at the GLOBELICS (Global Network for Economics of Learning, Innovation, and Competence Building Systems) Conference: UNU-MERIT (Maastricht, the Netherlands) CRES, UCAD (Dakar, Senegal), October 6–8.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2013). Promoting financial inclusion through financial education: OECD/INFE evidence, policies and practice. *OECD Working Paper on Finance, Insurance and Private Pensions No. 34*.
- Balogun, J., & Jenkins, M. (2003). Re-conceiving Change Management: A Knowledge-based Perspective. *European Management Journal*, pp. 247-257.
- Bank Indonesia. (2017, Oktober 3). Five Finger Philosophy: Upaya Memberdayakan UMKM. Retrieved from <http://www.bi.go.id/web/id/UMKMBI/Koordinasi/Filosofi+Lima+Jari>.
- Bank Indonesia. (2017, November 23). Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM, 2014, Buku Saku Keuangan Inklusif. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif>.
- Bank Indonesia. (2017, Desember 16). Kajian Stabilitas Keuangan No. 28 Maret 2017, Mitigasi Risiko Sistemik Melalui Penguatan Koordinasi Antar Institusi di Tengah Konsolidasi Perekonomian Domestik. Retrieved from <http://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankandanstabilitas/kajian/Documents/KS-K-Edisi-28-2017.pdf>.
- Bank Indonesia. (2018, April 16). Keuangan Inklusif. Retrieved From <https://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/Indonesia>.
- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, Vol. 17, 99-120.
- Ben-Porath, Y. (1967). The Production of Human Capital and the Life Cycle of Earnings. *The Journal of Political Economy*, Vol. 75, No. 4, Part 1, (Aug., 1967), pp. 352-365.

- Berry, A., E. Rodriguez, & H. Sandee. (2001). Small and Medium Enterprises Dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic studies*, 37 (3). 363-384.
- Blau, Peter M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*, Chicago: John Willey & Son, INC.
- Bongomin., Ntayi Joseph., Munene., & Malinga. (2016). Social Capital: Mediator of Financial Literacy and Financial Inclusion In rural Uganda. *review of International Business and Strategy*, Vol. 26 , No.2, pp.291-312.
- Bongomin., Ntayi Joseph., Munene., & Malinga. (2017). The Relationship Between Access to Finance and Growth if SMEs in Developing economies: Financial Literacy As A Moderator. *Review of International Business and Strategy*, Vol. 27, No.4, pp. 520-538.
- Bongomin., Ntayi Joseph., Munene., & Malinga. (2017). Financial Literacy in emerging economies : Do all components matter for financial inclusion of poor households in rural Uganda?. *Managerial Finance*, Vol. 43, No.12, pp.1310-1311.
- Bontis. (2002). Assessing Knowledge Assets: a Review of The Models Used to Measure Intellectual Capital. *International Journal of Technology Management*, Vol. 3 No. 1. pp. 41-60.
- Borgia., Daniel., & Alexander Newman. (2012). The influence of managerial factors on the capital structure of small and medium-sized enterprises in emerging economies: Evidence from China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, Vol. 4 Issue: 3, pp.180-205.
- Brodjonegoro, Bambang. (2017, November 14). Bapennas : Akses Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Masih Rendah. Retrieved from <http://finansial.bisnis.com/read/20170522/90/655895/bapennas-akses-masyarakat-terhadap-lembaga-keuangan-masih-rendah>.
- Braunstein, S., & Welch, C. (2002). Financial literacy: an overview of practice, research and policy. *Federal Reserve Bulletin*, Vol. 88, pp. 445-457.
- Burt. R.S. (1992). Excerpt from *The Social Structure of Competition*, in *Structure Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA and London: Harvard University. In Elinor Ostrom and T.K. Ahn. 2003. *Foundation of Social Capital*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.
- Cahya, Dea. (2017, Desember 1). Analisis Kependudukan : Pengaruh Ketersediaan Tenaga Kerja Terhadap Jumlah Pengangguran di Provinsi Kalimantan. Retrieved From www.kompasiana.com.

Carton, Robert B., & Hofer, Charles W. (2006). Measuring Organizational Performance Metrics for Entrepreneurship and Strategic Management Research. *Published by Edward Elgar Publishing Limited*, Glensanda House, United Kingdom.

Carpenter, Tina., Cindy Durtschi., & Lisa Milici Gaynor. (2002). The Role of Experience in Professional Skepticism, Knowledge Acquisition, and Fraud Detection. Jane Reimers, Greg Gerard and Accounting workshop at Florida State University.

Cihák, M., Demirgüç-Kunt, A., Erik, F., & Levine, R. (2012). Benchmarking financial systems around the world. *The World Bank Policy Research Working Paper* 6175, The World Bank, Washington, DC.

Claessens, S. (2006). Access to financial services: a review of the issues and public policy objectives. *Oxford Journals*, Vol. 21, pp. 207-240.

Clarke, Ruth., Ramdas Chandra., & Marcilio Machado. (2013). SMEs and Social Capital : Exploring the Brazilian Context. *European Business Review* Vol.28, No.1, 2016 pp.2-20.

Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, Vol. 94. S95-S120.

Cooper, D. R., & Schindler, P.S. (2003). Business Research Methods. Eight Edition. McGraw-Hill/Irwin, New York.

Craig & Grant. (1996). Manajemen Strategi. Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Cumming, D., Johan, S., & Zhang, M. (2014). The economic impact of entrepreneurship : comparing international datasets. *Corp. Gov. Int. Rev.* 22 (2), 162-178.

Delavande. (2008). Preparation for Retirement, Financial Literacy and Cognitive Resource. *Michigan Retirement Research Center Research Paper* No. 2008-190.

Demirguc-Kunt, A., & Klapper, L. (2012). Measuring financial inclusion : the Global Findex database. *Policy Research Working Paper* No. 6025, The World Bank, Washington, DC.

Dessler, Gary. (2001). Human Resources Management. Eight Edition. Prentice Hall International Inc.

- Eijdenberg, Emmiel L., Leonard J Paas., & Enno Masurel. (2015). Entrepreneurial motivation and small business growth in Rwanda. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 7 Issues: 3, pp. 212-240.
- Etzioni, Amitai., & Eva Etzioni-Halevy. (1973). *Sosial Change; Sources, Patterns, And Consequences*. New York: United States Of America.
- Esposito De Falco S., Sanchez A. V., & Cucari N. (2015). Social Innovation practices-focus on success factors for crowdfunding", in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. 9Eds). *Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for an New Service Agenda, Proceedings of the "2015 Naples Forum on Service"*.
- Fafchamps, M., & Minten, B. (2002). Returns to social network capital among traders. *Oxford Economic Papers*, 54, 173.
- Felicio, J Augusto. (2014). Human Capital, Social Capital, and Organizational Performance. *Management Decision*. 2(52). 350-364.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand. Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fuerlinger, G., Fandl, U., & Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. *Triple Helix*, 2(1), 1-26.
- Fukuyama F, (1999). Social Capital and the Global Economy. *Foreign Affairs*, Vol 74 No 5, pp.89-97.
- Galeri UKM. (2017, Oktober 1). Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Retrieved from <http://galeriukm.web.id/news/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm>.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Ghozali, Imam., & Hengky Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang.

Global Entrepreneurship Monitor. (2017, Oktober 23) GEM Global Entrepreneurship Monitor 2016. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org/>

Gomez, R., & Santor, E. (2001). Membership has its privileges: The effect of social capital and neighbourhood characteristics on the earnings of microfinance borrowers. *Canadian Journal of Economics/Revue Canadienne d'Économique*, 34, 943–966.

Granovetter, Mark. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91 (November): 481-510.

Grant, R.M. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*, pp. 375–387

Greenspan, A. (2002) . Financial literacy : a tool for economic progress. *The Futurist*, Vol. 36 No.4, pp 37-41

Grootaert, C. (2001). Does social capital help the poor? A synthesis of findings from the local level institutions studies in Bolivia, Burkina Faso and Indonesia. *World Bank Local Level Institutions Working Paper No. 10*. Washington, DC: World Bank.

Grootaert, C., & Bastelaer, V. T. (2002). Understanding and measuring social capital: A multidisciplinary tool for practitioners. Washington, DC: World Bank Publications.

Grootaert, C., Narayan, D., Veronica, N. J., & Woolcock, M. (2003). Measuring social capital—An integrated questionnaire. *World Bank Working Paper No. 18*. Washington, DC: The World Bank.

Guilford, J.P. (1956). *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.

Gundry, L.K., & Welsch. (2001). The ambitious entrepreneur : high-growth strategies of women –owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, No.5, pp.453-470.

Hanson, G., H. (2012). The rise of middle kingdoms : emerging economies in global trade. *The journal of economics perspectives*. 26 (2), 41-43

Hair, JR., Joseph F, Rolp E., Andeson, Ropnald L., Tathan., & William C. Black. (1995). *Multivariate Data Analysis with Reading*, Forth Ed, Prentice Hall Internatio, Inc.

Hasbullah J. (2006). *Social Capital : Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. MR-United Press Jakarta. Jakarta.

Heikkilä, A., Kalmi, P., & Ruuskanen, O.P. (2009). *Social Capital and Access to Credit: Evidence from Uganda*, Department of Economics, Helsinki School of Economics and HECER.

Heinrichs, Simon., & Walter, Sascha. (2017, Oktober 12). Who Becomes an Entrepreneur? A 30-Years Review of Individual-Level Research and Agenda for Future Research. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10419/68590>

Hidayat, Amin. (2017). Peran OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat terhadap lembaga jasa keuangan (Studi kasus di Kantor OJK Purwokerto). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi syariah, IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2017

Hillman, A.J., & Keim, G.D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?. *Strategic Manage. J.* 22, 125-139

Hisrich., Robert D. Peters., Peters, Michael P., & Sheherd, Dean A. (2005). *Entrepreneurship*, New York ;McGraw Hill.

Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane & Hoskisson, Robert E. (2001). *Strategic Manajement: Competitiveness and Globalization*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, Salemba Empat.

Hoq, Mohammad Ziaul., Asan Vernyuy Wirba., & Asif Baig. (2017). Social Capital and Small Medium Enterprise Performance. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*. Vol. 4, Issue 1, pp: (33-39).

Hsu Che-Hao., & Chung, Shu Hsia. (2008). The Antecedents and Consequences of Brand Equity in Service Markets. *Asia Pasific Management Review*, 13(3).

Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations and Production Management*, 21(8), 1096-1115

Hussein, Ananda Sabil. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Modul Ajar. Univeristas Brawijaya.

- Hussain, A., Ihsan, A., & Hussain, J. (2016). Risk Management and Bank Performance in Pakistan. *NUML International Journal of Business & Management*, 11, No.2, 68–80.
- Huston, S.J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs* Volume 44 Issue 2.
- Huo, B. (2012). The impact of supply chain integration on company performance: An organizational capability perspective. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17, 596–610.
- I Gede Nyoman Mindra Jaya & I Made Sumertajaya. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square”, Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika.
- Imam Ghazali & Fuad. (2008). Structural Equation Modeling. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- International Finance Corporation – World Bank. (2018, Januari 12). Doing Business 2009, Washington DC. Retrieved from www.worldbank.org
- Indriantoro, Nur & Supomo. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen, BPFE Yogyakarta.
- Inkpen, A., & Tsang, E. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30, 146–165.
- Iqbal, Mohammad dan Brillyanes, S. (2018). Kewirausahaan. UB Press. Malang
- Isenberg, D.J. (2010) How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review* 88(6): 41-50.
- Ismail, Tubagus. (2015). Cultural Control, Creativity, Social capital and Organizational Performance : Empirical Study of Small to Medium Sized Enterprises (SME) In Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, Vol 19, 2015
- Jappelli, T., Padula M. (2013). Investment in Financial Literacy and Saving Decisions. Elsevier. 37. 2779-2792
- Jarillo, J.C. (1988). On Strategic Networks. *Strategic Management Journal Executive* VOL.9 1988.
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1988). Business Policy and Strategic Management, McGraw- Hill, New York.

Johnson, S., & Nino- Zarazua, M. (2011). Financial access and exclusion in Kenya and Uganda. *The Journal of Development Studies*, Vol. 47 No. 3, pp. 475-496.

Juliandi A, Irfan., & Manurung S. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi. Medan: UMSU Press.

Kalkan, Adnan. (2015). The Effects of Human Capital, Social Capital and Financial Capital on the Performance of SMEs. *Global Journal for Research Analysis*, Volume-4, Issue-10, Oct 2015, ISSN No 2277.

Karlan, D. S. (2007). Social connections and group banking. *The Economic Journal*, 117, F52–F84.

Kamukama,Nixon., & Bazinzi Natamba. (2013). Social intermediation and financial services access in Uganda's microfinance industry. *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 4 Issue: 3, pp.358-371,

Katopo, F.X. Richard. (2015). Analisa Pengaruh Individual Factor terhadap Entrepreneur Motivation Mahasiswa Manajemen Bisnis Universitas Krister Petra Surabaya, Program Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, Agora, Vol. 3 , No 1

Keat, Yeng; Ahmad., & Ooi, Shuhymee. (2012). A Study Among University Students in Business Start-Ups in Malaysia: Motivation and Obstacles to Become Entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science*. Vol 3 No. 19

Kroll, Martin. (2007). An Integrative Concept for Technical, Personnel and Organizational Development for Professional Skill Enhancement. *Journal of European Industrial Training*

Lakovleva, Tatiana., & Jill Kickul. (2011). Beyond social capital : the role of perceived legitimacy and entrepreneurial intensity in achieving funding success and superior venture performance in women-led Russian SMEs. *International Journal Entrepreneurship and Small Business* , Vol.14, No.1, 2011

Lumpkin, G.T., Todd W. Moss., David M.Gras., & Shoko Kato. Alejandro S.M. (2011). Entrepreneurial Processes in Social Context: How are They different, if at all? *Small Business Econ.*

Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 97(1), 135-72.

Lusardi, A. (2012). Numeracy, financial literacy, and financial decision-making (No. w17821). *National Bureau of Economic Research*

Lusardi, A. (2009). US household savings behavior: the role of financial literacy, information and financial education programs, in Foote, C., Goette, L. and Meier, S. (Eds). *Policymaking Insights from Behavioural Economics*, Federal Reserve Bank of Boston, Boston, MA, pp.109-149.

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2009). How ordinary consumers make complex economic decisions: financial literacy and retirement readiness. *NBER Working Paper No. 15350*.

Machmud, Senen. (2017). The Effect of Motivational Entrepreneurship on Business Performance of SMEs Moderated by Process Innovation. *Archives of Business Research*, 5 (8), 142-150.

Malhotra, K Naresh. (2010). Marketing research 6th Edition., Prentice Hall, Inc, United States of America

Mandel, Lewis., & Klein, Linda Schmid. (2007). Motivation and Financial Literacy. *Financial Services Review*, Summer 2007; 16,2; pg 105.

Martin, R.L., & Osberg, S. (2007). Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*.

Martowardjojo, Agus, Gubernur Bank Indonesia (BI). (2017, November 10). UMKM dibayangi kemunduran tanpa literasi keuangan. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/565367>.

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, The Hague, Netherlands.

McGrath, R.G., & MacMillan, I. (2000). The entrepreneurial mindset. *Harvard Business School Press*: Boston, MA.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2017, November 03). Indikator Kinerja Utama Tahun 2016-2019. Retrieved from <http://www.depkop.go.id>

Migap, J.P., Okwanya, I., & Ojeka, G. (2015). Financial inclusion for inclusive growth: The Nigerian perspective. *International Journal of Information Technology and Business Management*, 37(1), 1-8.

- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791
- Modigliani, Franco., & Brumberg, Richard H. (1954). *Utility Analysis and the Consumption Function: an Interpretation of Cross-Section Data*. dalam Kenneth K. Kurihara, ed., *PostKeynesian Economics*. New Brunswick, NJ. Rutgers University Press. Pp 388–436.
- Munene, J.C., Schwartz, S.H., & Kibanja, G.M. (2005), *Escaping from Behavioural Poverty in Uganda: The Role of Culture and Social Capital*. *Fountain Publishers*, Kampala.
- Nasution, Darmin, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian. (2017, Desember 14). *Majukan Keuangan Inklusif, Pemerintah Mendukung Financial Technology*. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita>.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*, Cetakan ke tujuh. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Nelson, Richard R., & Winter, Sidney G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge: Belknap. *Press of Harvard University Press*.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge – creating company*. New York : *Oxford University Press*. Inc
- OJK. (2014). *Implementasi Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Okafor, Regina (2012). The Role of Human, Financial and Social Capital in the Performance of Small Businesses in Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*. Vol.3, No.14, 2012.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2018, Februari, 04). *Tingkat Literasi Keuangan Konsumen berdasarkan Survei 2013*. Retrieved from <http://www.ojk.go.id>.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2018, Februari, 04). *Siaran Pers, OJK : Indeks Literasi dan Keuangan Inklusi Keuangan*. Retrieved from <http://www.ojk.go.id>.
- Oxoby, Robert. (2009). Understanding Social Inclusion, Social Cohesion, and Social Capital. *International Journal of Social Economics*. 12(36), 1133-1152.
- Pangeran, Perminans. (2015). *Entrepreneurs' Social and Human Capital on Their Knowledge of Finance Alternatives : Evidence From Indonesia*. *European Scientific Journal Edition vol. 11*, No.10

Parker, G. (2016). Getting Used to the Mobile Wallet. *Business in Calgary*, Vol. 26, Issue 10, 34-40.

Paul, Samson Nyang'au., Prof. Elegwa Mukulu., & Dr. Joseph Mung'atu. (2014). The Influence of Entrepreneur's Motivation on Growth of Micro and Small Enterprises in Thika Town, Kenya, *International Journal of Business, Humanities and Technology*, Vol. 4. No 2; March 2014.

Pearce D., (2011). Financial Inclusion in the Middle East and North Africa, The World Bank Middle East and North Africa Region, Financial and Private Sector Development Unit.

Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: John Wiley

Powell, W. M. (1990). Neither Market nor Hierarchy; Network Forms of Organization. In B. M. Staw, & L. L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (Vol. 12, pp. 295-336). Greenwich, CT: JAI Press.

Purwaningsih, R., & Kusuma, P.D. (2015). Analysis of Factors Affecting the Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) with Structural Equation Modelling (Case Study of SMEs based on Creative Industries of Semarang City), *Proceedings SNST*, 6 (2015), 7-12.

Putnam, R.D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York, NY.

Putnam R. (1993). The Prosperous Community ; SOCIAL Capital and Public Life. *The American Prospect*, 13-65-78.

Rachman, Arief (Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter Bank Indonesia). (2018, April 30). Layanan Keuangan Digital, Mampu dukung Keuangan Inklusif. Retrieved from <http://kabarsurabaya.com>.

Rahmana, Arief. (2017, Oktober 01). Usaha Kecil dan Menengah (UKM), informasi terdepan tentang usaha kecil menengah. Retrieved from <http://infoukm.wordpress.com>.

Raina, Neelofar. (2014). Financial Literacy and Credit Counselling a Demand- Side Solution to Financial Inclusion (A Study of Initiatives by Select Scheduled Commercial Banks in India). *Journal of Commerce and Management Thought*, Vol.5-4, 2014, pp 659-675.

Rambat, Lupiyoadi. (2004). *Manajememen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.

Remund, D L. (2010). Financial literacy explicated: the case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs Volume 44 Issue 2*.

Republik Indonesia. (2017, Oktober 01). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta : Sekretariat Negara. Retrieved from www.bi.go.id.

Respatiadi, Hizkia , Kepala Bagian Penelitian Center for Indonesian Policy Studies (CIPS). (2017, Oktober 01). Pekerja Migran Perlu Pembekalan Literasi Keuangan. Retrieved from <https://www.liputan6.com>.

Riwayati, Hedwigis Esti. (2017). Financial Inclusion of Business Players in Mediating the Success of Small and Medium Enterprises in Indonesia. *International Journal of Economic and Financial Issues*, Vol 7.

Rola, Rinki., & Vinod Varghese. (2016). Financial Inclusion – A Reality Check. *Sumedha Journal of Management*. Vol.5, No.2.

Roos, J., Roos, G., N.C. Dragonetti., & L. Edvinsson. (1997). *Intellectual Capital: Navigating The New Business Landscape*. London: Macmillan Press.

Rothaermel, F.T. (2013), *Strategic Management, Concepts and Cases*. New York: McGraw Hill/Irwan

Rowley, Crish. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerjemah Elviyola Pawan. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Judul asli *Human Resources Management : The Key Concepts*.

Sabatelli, R. M., & Shehan, C. L. (1993). Exchange and resource theories. In P. G. Boss, W. J. Doherty, R. LaRossa, W. R. Schumm, & S. K. Steinmetz (Eds.), *Sourcebook of family theories and methods: A contextual approach* (pp. 385-417). New York, NY, US: Plenum Press.

Salman, A.Y., Ayo-Oyebi, G.T., & Emenike, O. (2015). Influence of financial inclusion on small and medium enterprises growth and development in Nigeria. *International Journal in Management and Social Science*, 3(4), 390-401

Sanches, Antonio Aragon., & Marin, Gregorio-Sanchez. (2005). Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance : A study of Spanish SME's. *Journal of Small Business Management*, Vol.43, No.3 , pp. 287-306

Sarma, M., & Pais, J. (2008). Financial Inclusion and Development: A Cross Country Analysis.

- Sarma, M., & Pais, J. (2011). Financial inclusion and development. *J. Int. Dev.* 23, 613-628.
- Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, M.a. Harvard University Press.
- Schumpeter, Joseph A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3d ed. New York: Harper and Brothers.
- Seghers, Arnout., Sophie Manigart., & Tom Vanacker. (2012). The Impact of Human and Social Capital on Entrepreneurs's Knowledge of Finance Alternatives. *Journal of Small Business Management* 2012, 50 (1), pp. 63-86.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business* Edisi 1 and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Senge, Peter M. (1990). *The Fifth Discipline. The Art And Practice Of The Learning Organization*. New York: Doubleday Currency.
- Sveiby, K.E. (2018, Januari 06). Method for Measuring Intangible Assets. Retrieved from www.sveiby.com/articles
- Singarimbun, M., & S. Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES, Jakarta.
- Singer S., Amoros, J. E., & Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*. Babson Park, MA, United States: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak; Monterrey, Mexico: Tecnologico Monterrey; London, United Kingdom: London Business School; UK: *Global Entrepreneurship Research Association*.
- Ssonko, G.W. (2010). The role of mobile money services in enhancing financial inclusion in uganda. *Bank of Uganda Working Paper No. 08/10*, Kampala.
- Sugiarto. (2006). *Good Corvorate Governance*, Mampukan Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi IBII Jakarta, 6 (1) : 34-46
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 1, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2005). *Metode penelitian administrasi*, Bandung, Penerbit PT Alfabeta.

- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke-15, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sukirno, Sadono. (2005). Mikro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Supriyono, I. (2009). FSQ, Memahami, mengukur dan melejitkan financial spiritual quotient, untuk keunggulan diri, perusahaan & masyarakat. Surabaya: Lutfansah Mediatama.
- Survei Nasional literasi dan inklusi keuangan 2016. (2017, Oktober 12). Survei Nasional literasi dan inklusi keuangan 2016. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents>
- Suryana. (2006). Kewirausahaan : Pedoman praktis kiat dan proses menuju sukses, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Suryana, Yuyus. (2011). Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses, Cetakan Ke-2. Jakarta: Kencana.
- Tambunan, Tulus. (2006). Entrepreneurship Development : SMES In Indonesia. *Journal of Development Entrepreneurship*, Vol. 12, No.1 (2007) pg.95- 118
- Tambunan, Tulus. (2007). Development of SMES In A Developing Country : The Indonesian Story. *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol 19,2 ,pp 60
- Tambunan, Tulus. (2009). Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities*, Vol. 3. No.1,pp.25-58
- Teece, D.T., G. Pisano., & A. Shuen. (1997). Dynamic capability and strategic management. *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.7, pp.509-533.

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28, 1319–50.

Teece, D. J., & Augier, M. (2009). Dynamic capabilities and the role of managers. *Organization Science* 20(2), pp. 410–421.

Terzi, N. (2015). Financial inclusion and Turkey. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 4 (1), 269-276.

The Association of Chartered Certified Accountants.(2014). Financial education for entrepreneurs: what next?. [Report Paper].

Ting Chi., Peter P.D., Kilduff., & Vidyaranya B. Gargeya. (2009). Alignment Between Business Environment Characteristics, Competitive Priorities, Supply Chain Structures, and Firm Usiness Performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 58, No.7, pp. 645-669.

Uno, Hamzah B. (2008). Model Pembelajaran Menciptakan Proses Belajar Mengajar yang Kreatif dan Efektif. : Jakarta : Bumi Aksara.

Volberda, H. W., & Bosch, F. A. J. (2005). Why management matters most. *European Business Forum*, 22,36–41

Wachira, IM., & kihui, N.E. (2012). Impact of financial literacy on access to financial services in Kenya. *International Journal of Business and Social Value* Vol. 3 No. 19,pp. 42-50.

Widayati, Irin. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Asset: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*. 1 (1): 89-99.

Widener, Sally K. (2006). Association Between Strategic Resource Importance and Performance Measure Use : The Impact on Firm Performance. *Management Accountig Research*, Vol. 17, p.433-457

Widodo,Joko. (2017, Desember 30) .Hanya 21,8% Penduduk RI yang Menjangkau Layanan Keuangan. Retrieved from <https://finance.detik.com/moneter>.

Winardi, Masykur. (1996). Pengantar Kewiraswastaan, Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Wisadirana, Darsono. (2005) . Metode penelitian & pedoman penulisan skripsi untuk ilmu social. Malang : UMM Press.

World Bank. (2017, November 16). Financial Inclusion : Global Financial Development Report. Retrieved from <https://data.worldbank.org>.

World Bank. (2017, November 16). Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance : The World Bank Key Messages Bulletin, The World Bank, Washington, DC.

World Bank. (2018, Maret 23). World Development Indicator (WDI) 2016 Maps. Retrieved from <https://data.worldbank.org>

World Bank. (2017, November 18). Indonesia Economic Quarterly “Melanjutkan Perubahan”. Retrieved from <http://pubdocs.worldbank.org>

World Bank Open Data. (2017, November 7). GDP, Population Graph, Map and Indicators based on country. Retrieved from <https://data.worldbank.org>.

World Economic Forum (2015). The Global Competitiveness Report 2015-2016. WEF: Geneva.

World Economic Forum. (2017, Desember 17). The Global Competitiveness Report 2016–2017. Retrieved from World Economic Forum Website: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-20162017-1>

World Economic Forum (WEF). (2017, Desember 17). Retrieved from http://www.bappenas.go.id/blog/wpcontent/uploads/2012/10/2_PERINGKAT-DAYA-SAING-INDONESIA-2011-haryDralat.



**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

Responden Yth : Bapak / Ibu
Di tempat

Dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi di program Magister Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya. Saya akan melakukan penelitian dimana Bapak/Ibu dipilih sebagai responden. Penelitian ini digunakan untuk menulis thesis yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Modal Sosial terhadap Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Usaha Kecil di Provinsi Kalimantan Timur)”**.

Berkenaan dengan hal tersebut saya mohon dengan sangat bantuan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan informasi sesuai dengan yang Bapak/Ibu untuk dapat memberikan informasi sesuai dengan yang Bapak/Ibu rasakan /ketahui. Informasi yang Bapak/Ibu berikan hanya untuk kepentingan akademik dan akan dijamin kerahasiaannya.

Terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjadi salah satu responden dalam pengisian kuesioner ini, semoga Allah SWT membalas budi baik Bapak/Ibu.

Peneliti,

Poppy Alvianolita Sanistasya
NIM. 166030201111010

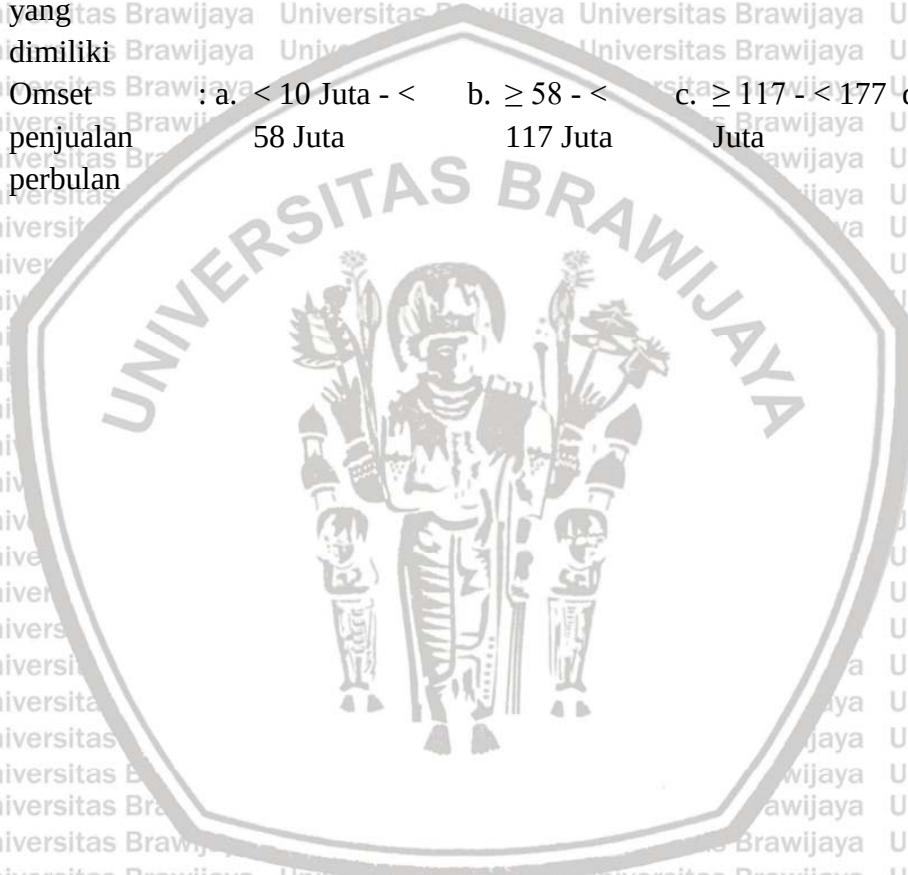
A. IDENTITAS USAHA KECIL

1. Nama UK :
2. Alamat UK :
3. Telp/Hp :
4. Email :

B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
2. Usia : a. < 20 - < 26 th b. ≥ 26 - < 32 th c. ≥ 32 - < 44 th d. ≥ 44 - < 50 th e. ≥ 50 - < 56 th
3. Pendidikan : a. SD b. SMP c. SMA d. Diploma e. Sarjana / Pascasarjana
4. Lokasi Usaha : a. Samarinda b. Kutai Timur c. Balikpapan d. Kutai Kartanegara

5. Umur : a. $< 1 - < 2$ th b. $\geq 2 - < 3$ th c. $\geq 3 - < 4$ th d. $\geq 4 - < 5$ th
Usaha Kecil
6. Jenis Usaha : a. Usaha b. Usaha c. Usaha d. Usaha Jasa, e. Lainnya.....
Kecil Perdagangan, Pertanian, Industri, Sebutkan.....
Sebutkan..... Sebutkan.... Sebutkan.....
7. Jumlah : a. $< 1 - < 18$ b. $\geq 18 - < 35$ c. $\geq 35 - < 53$ d. $\geq 53 - < 72$ e. $\geq 72 - < 90$
karyawan
yang dimiliki
8. Omset : a. < 10 Juta - < 58 Juta b. $\geq 58 - < 117$ Juta c. $\geq 117 - < 177$ Juta d. $\geq 177 - < 238$ Juta e. ≥ 238 Juta - < 300 Juta
penjualan
perbulan



C. TANGGAPAN RESPONDEN

Petunjuk pengisian :

- Berilah tanda silang (x) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu
- Pada pertanyaan yang sifatnya terbuka, tuliskan jawaban Bapak/Ibu pada tempat yang telah disediakan

NO	Pernyataan	Tanggapan					
		STS	TS	N	S	SS	
1. Motivasi Wirausaha (X1)							
a. <i>Motives of achievement</i> (semangat berprestasi)							
1	Saya memiliki keinginan untuk belajar dari orang yang sudah memiliki usaha terlebih dahulu						
2	Saya dapat melihat dan menemukan masalah sebagai peluang						
3	Saya memiliki cukup pengalaman sehingga terdorong untuk membuka dan menjalankan bisnis baru						
b. <i>Risk propensity</i> (keberanian mengambil risiko)							
4	Dalam menjalankan usaha, saya cenderung senang bertindak agresif untuk memaksimalkan keuntungan melalui pemanfaatan potensi yang ada di tengah iklim bisnis yang tidak pasti						
5	Pada dasarnya, saya meyakini bahwa berani bertindak dengan berbagai cara dalam menjalankan proses usaha adalah suatu upaya guna meraih tujuan usaha						
6	Biasanya, saya lebih tertarik pada proyek usaha yang memiliki risiko rendah dengan tingkat pengembalian investasi yang normal.						
c. <i>Self efficacy</i> (keyakinan terhadap kemampuan diri)							
7	Saya memiliki rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi						
8	Saya mau menciptakan sesuatu atau hal-hal baru dan memiliki keyakinan dapat mengembangkan usaha						
9	Saya tidak mudah menyerah dalam pencapaian tujuan hidup						
2. Modal Sosial (X2)							
a. <i>Trust</i> (percaya)							
10	Secara keseluruhan, saya merasa orang-orang yang berada pada komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur dapat dipercaya						
11	Saya merasa dengan menjalin kerjasama dengan pengusaha lain didalam komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur dapat membuat usaha saya semakin kuat						

12	Saya merasa dengan memiliki jaringan bisnis dapat membantu usaha saya berjalan dengan lancar				
b. Bonding (ikatan)					
13	Saya merasa, sesama komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur saling jujur dalam perkataan maupun tingkah laku				
14	Bagi saya, sesama komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur saling memiliki rasa saling percaya				
15	Saya merasa, komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur saling memperlakukan secara adil dan tidak membedakan				
c. Bridging (penghubung)					
16	Saya dan anggota komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur saling berbagi rencana yang berkaitan dengan tujuan hajat hidup orang lain				
17	Saya dan anggota komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur saling berbagi ide dan pemikiran dan menularkan ke masyarakat				
18	Saya dan sesama anggota komunitas atau kelompok Diklat Wirausaha Disperindagkop dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur saling tolong – menolong dan berbagi kemampuan yang dimiliki dan diterapkan terhadap orang lain diluar suatu kelompok atau komunitas				
3. Literasi Keuangan (Z1)					
a. Behaviour (perilaku)					
19	Saya mampu mengatur anggaran agar dapat disesuaikan selama periode tertentu				
20	Saya memiliki simpanan yang dapat digunakan saat ada kebutuhan mendesak				
21	Saya memiliki pengeluaran yang melebihi pemasukan yang diperoleh				
b. Skills (kemampuan)					
22	Saya memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan manfaat dari transaksi keuangan				
23	Saya memiliki keterampilan yang memadai dalam manajemen keuangan				
24	Saya memiliki kemampuan secara akurat untuk menentukan biaya dari transaksi keuangan				
c. Knowledge (pengetahuan)					
25	Saya harus memiliki pengetahuan dasar keuangan				

26	Bagi saya, keuangan menjadi faktor utama yang akan digunakan seseorang dimasa yang akan datang				
27	Saya memiliki pengetahuan individu terhadap kebutuhan investasi yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang				
d. Attitude (sikap)					
28	Saya memiliki kebiasaan untuk merencanakan anggaran keuangan				
29	Saya merasa aman dengan kondisi keuangan saat ini				
30	Saya memiliki kepekaan ketika keamanan keuangan terbatas				
4. Inklusi Keuangan (Z2)					
a. Access (akses)					
31	Saya merasa layanan pembayaran yang disediakan oleh lembaga keuangan aman				
32	Bagi saya ,biaya pembukaan rekening awal yang dibebankan oleh lembaga keuangan terjangkau				
33	Saya merasa biaya transportasi ke lembaga keuangan terjangkau				
b. Quality (kualitas)					
34	Saya melihat produk tabungan atau kredit yang disediakan oleh lembaga keuangan memiliki kecocokan				
35	Saya merasa Produk tabungan yang ditawarkan oleh bank aman				
36	Saya merasa produk pinjaman yang disediakan oleh bank sesuai dengan kebutuhan				
c. Usage (penggunaan)					
37	Bagi saya, syarat dan ketentuan tentang penggunaan pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan menguntungkan bagi pelaku usaha				
38	Layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan aman bagi saya				
39	Syarat pembayaran pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan terjangkau dan produk pinjaman sesuai dengan kebutuhan saya				
d. Welfare (kesejahteraan)					
40	Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan meningkatkan akses layanan keuangan saya				
41	Produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah meningkatkan akses saya secara utilitas dan dari segi fasilitas				
42	Produk tabungan yang disediakan oleh lembaga keuangan sesuai dengan kebutuhan saya				
5. Kinerja UK (Y)					
a. Profitabilitas					
43	Keuntungan yang diperoleh dari usaha saya mengalami peningkatan yang cukup signifikan				

44	Modal usaha yang saya raih mengalami perkembangan yang cukup berarti				
45	Saya memiliki aset usaha yang mengalami perkembangan cukup berarti				
b. Produktivitas					
46	Saya mampu meningkatkan kualitas produk dan mampu menjaga eksistensi target produksi				
47	Saya senantiasa mengembangkan produk-produk baru untuk pelanggan				
48	Sampai saat ini, produktivitas pegawai saya semakin meningkat				
c. Pasar					
49	Volume penjualan yang saya peroleh mengalami perkembangan yang cukup berarti				
50	Saya mampu meraih respon pasar yang ditargetkan				
51	Pertumbuhan pangsa pasar dari usaha saya relatif memuaskan				

**TERIMA KASIH ATAS SEGALA INFORMASI YANG DIBERIKAN
SEMOGA KESUKSESAN SELALU MENYERTAI ANDA DAN USAHA ANDA**



**DAFTAR USAHA KECIL KELOMPOK PENDIDIKAN DAN PELATIHAN
KEWIRAUSAHAAN KLINIK BISNIS KUMKM
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR
PERIODE III (JULI – SEPTEMBER) TAHUN 2018**

1. KOTA SAMARINDA

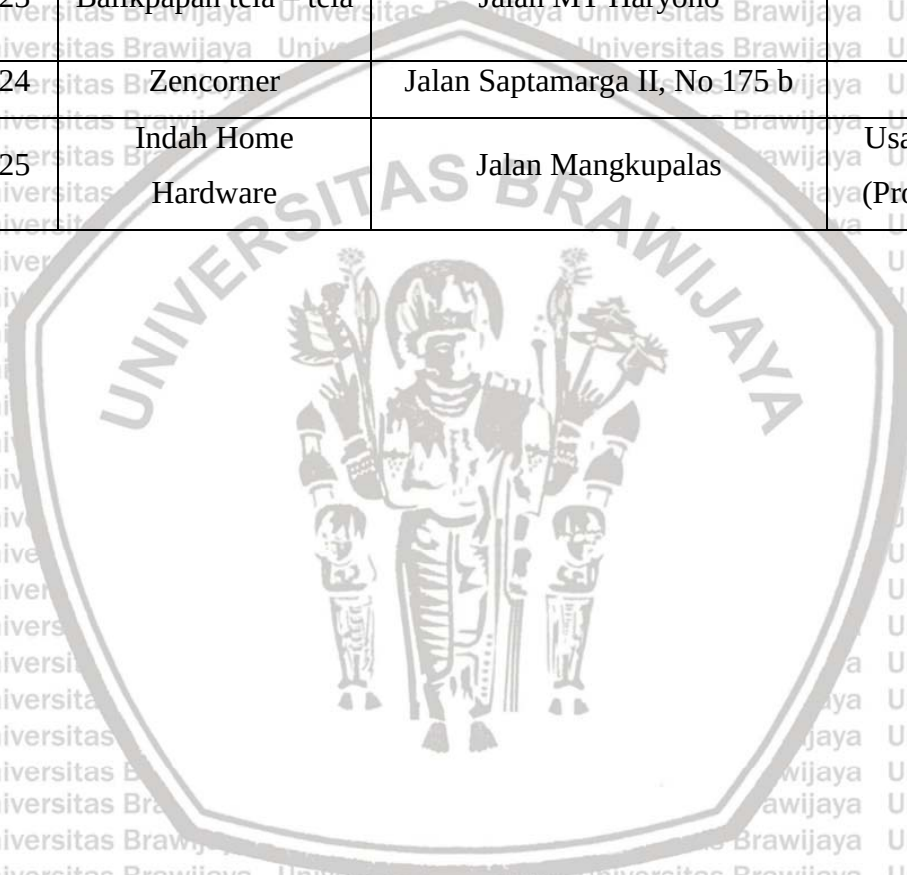
NO	NAMA USAHA	ALAMAT USAHA	JENIS USAHA
1	Abon Ikan “Nur”	Jalan Cipto Mangunkusumo, Samarinda Seberang	Usaha Perdagangan (Makanan)
2	Citra Bakery	Jalan M.Said , Gang.6, Blok.G, No.30, RT.12	Usaha Perdagangan (Makanan)
3	RSCM Maryam Samarinda	Jalan Anggur, No.20, RT. 54	Usaha Perdagangan (Makanan)
4	Dapur Jamu Ibu	Jalan Anggur,Blok.AA	Usaha Perdagangan (Minuman)
5	Camilan Dania	Jalan KH. Samanhudi	Usaha Perdagangan (Makanan)
6	Mowla Souvenir	Jalan Sentosa	Usaha Industri (Produk Kerajinan)
7	Sari Devi Catering	Jalan Batu Cermin, Gg. Kami, No.65, Sempaja Utara	Usaha Perdagangan (Makanan)
8	Cireng Pakde	Jalan Harun Nafsi, Samarinda Seberang	Usaha Perdagangan (Makanan)
9	Amel Melodi Make Up	Jalan Jakarta, Blok.O, No.23	Usaha Jasa
10	Kedai Kue Sumberr	Jalan Pangeran Antasari, No 34	Usaha Perdagangan (Makanan)
11	Salty Indonesia	Jalan Sentosa	Usaha Perdagangan (Makanan)
12	Arfline Decor Studio	Jalan Wiraguna, RT.08, No.16 B	Usaha Jasa
13	Ghufta Computer	Jalan Perjuangan	Usaha Perdagangan (Produk)
14	Abon Cumi	Jalan KS. Tubun, Gang. 5,	Usaha Perdagangan

		no.15, RT.07	(Makanan)
15	Sashi and Tibby	Perum Sempaja Lestari Indah, Blok.G , No.56	Usaha Industri
16	Aqila Fresh Lemon	Jalan Rimbawan, No.1	Usaha Perdagangan (Minuman)
17	Olla Cookies	Jalan M.Said, Gang.6 , Blok.G, Karang Paci, Loa Bahu, Sungai Kunjang	Usaha Perdagangan (Makanan)
18	Bakul Jamu Mbak Bro	Jalan. M. Said, Komp.Elektrik , Blok.M , No.143, RT.25	Usaha Perdagangan (Minuman)
19	Nancy Shop	Jalan Bung Tomo , Samarinda Seberang	Usaha Perdagangan (Produk Baju)
20	Bunda Shop	Jalan Pakis 5 , No. 190 Bengkuring	Usaha Perdagangan (Produk Baju)
21	Segou Homecook	Jalan Pangeran Suryanata, Perum Puspita Bukit Pinang, Blok E, No.15, RT.10	Usaha Jasa
22	Rental dan Service PS “Tora”	Jalan Jakarta, Perum Kopri, Blok. BO	Usaha Jasa
23	Bergo Syandana Online	Jalan KH. Wahid Hasyim, Perum Puspita, Blok. AD	Usaha Perdagangan (Jilbab)
24	Parti	Perum Tsamara	Usaha Jasa (Pembuatan Website)
25	Salad Neng Eka	Jalan Revolusi, Gang Masjid Al- Ikshan, RT.7, No.20 A	Usaha Perdagangan (Makanan)

2. KOTA BALIKPAPAN

NO	NAMA USAHA	ALAMAT USAHA	JENIS USAHA
1	Galaxy Bar	Jalan MT. Haryono, No.40	Usaha Industri
2	Pangkas Rambut Jenny	Jalan M. Hatta, RT.017	Usaha Jasa
3	Rias Pengantin HJ. Siti Rohani	Jalan Balikpapan – Handil II Sei Raden, RT.04	Usaha Jasa
4	Bengkel Damai	Jalan Balikpapan – Handil II , Sei Raden , RT. 04	UsahaPerdagangan
5	Tambak	Jalan Terusan	Usaha Perikanan
6	Otomodification	Jalan Mulawarman, Gang. Kunang- kunang , No. 103, RT 52	Usaha Jasa
7	Griya Bunda Sehat	Jalan PHJI, RT.14, No.16 A	Usaha Jasa
8	Aqelah Laundry dan Rental Car	Perum Graha Mulawarman, No.01, RT 59	Usaha Jasa
9	Amplang Keramat Jaya	Jalan Yos Sudarso, RT.06	Usaha Perdagangan (Makanan)
10	Warung Makan Asmadina	Jalan Soekarno Hatta, KM.23	Usaha Perdagangan (Makanan)
11	INDIVARA	Perum Kr. Joang Lestari	Usaha Industri
12	Zahra Bakery and Cookies	Jalan Sungai Mariam, RT.14	Usaha Perdagangan (Makanan)
13	Dadi Mulyo	Jalan Bhayangkara, Gang. Swadaya II, Sungai Mariam	Lainnya
14	Bahterakoe	Jalan 21 Januari, RT.07, No.16	Lainnya
15	Rumah Kopi	Jalan Semoi, RT. 12, No.33	Usaha Industri
16	Warung Makassar	Jalan Pandan Sari, RT.19	Usaha Perdagangan (Makanan)
17	Depot Annisa	Jalan Jendral Sudirman, No.27,	Usaha Perdagangan

		RT.10	(Makanan)
18	Bayu Motor	Jalan MT. Haryono, RT.31, No.33	Usaha Jasa
19	Javar	Jalan Beller, RT.31, No.59	Lainnya
20	Harline	Jalan D.I. Panjaitan, No 3, RT.78	Usaha Industri
21	Salsabila	Jalan Proklamasi, RT.32, No. 104	Usaha Industri
22	Warung Agus	Perum Bangun Rekso , RT 57/05	Usaha Perdagangan
23	Balikpapan tela – tela	Jalan MT Haryono	Usaha Perdagangan (Makanan)
24	Zencorner	Jalan Saptamarga II, No 175 b	Lainnya
25	Indah Home Hardware	Jalan Mangkupalas	Usaha Perdagangan (Produk Elektronik)



3. KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

NO	NAMA USAHA	ALAMAT USAHA	JENIS USAHA
1	Dapoer Emak	L3 Blok. A, Tenggarong Seberang	Usaha Perdagangan (Makanan)
2	Khadeeja English Class	Jalan Libra, No 1	Usaha Jasa
3	Omah Klambi	Perum Bengkuring	Usaha Perdagangan
4	Lady.id	Jalan Angklung	Usaha Perdagangan
5	Satria Store	Jalan MT Haryono, Gang 1, No.17	Usaha Perdagangan
6	Fani Cactus	Gunung Jati, No.96C, Tenggarong	Usaha Perdagangan
7	Amirah Kitchen	Jalan Mangkurawang, Gang.15, RT.007	Usaha Perdagangan (Makanan)
8	Ayam Go Freak	Bukit Pinang Bahari	Usaha Perdagangan (Makanan)
9	Ayam Potong “Rudi”	Tenggarong Seberang, L2	Usaha Perdagangan
10	Keramba Ikan	Jalan Jendral Sudirman, RT.10	Usaha Perikanan
11	Budidaya Udang	Jalan Komplek Exspan, RT.08	Usaha Perikanan
12	Meubel Ukir Jepara	Dusun Suka Karya , RT.01	Lainnya
13	UD. Nurwana Mandiri	Jalan DR. Wahidin, RT.10/02	Usaha Pertanian
14	Usaha Tanaman Sayur	Jalan Astina , RT.09, Pendingin	Usaha Pertanian
15	UD : Nelayan Udang	Handil, RT. 03, Desa Handil Terusan	Usaha Perikanan
16	Telur Gulung “Jaman Bahari”	Jalan Kemuning	Usaha Perdagangan (Makanan)
17	Sop Buah Amanda	Jalan M. Hatta, RT.21	Usaha Perdagangan (Minuman)
18	Aira Konveksi	Jalan Mustakim, RT.08	Lainnya
19	Rumah Tempe	Jalan Rahmat Badak 1	Lainnya
20	Nasi Tim “Supri”	Loa Kulu, Kutai Kartanegara	Usaha Perdagangan

			(Makanan)
21	Jual Handphone (USM Cell)	Jalan Jendral Sudirman, RT.17, Sanga-sanga Dalam	Usaha Perdagangan (Produk Elektronik)
22	Syakirah Modiste Muslimah	Jalan Madrasah, RT.12, Sanga-sanga dalam	Lainnya
23	Studio Musik B5	Jalan Gajah Mada, RT.03, Sanga-sanga Dalam	Lainnya
24	Depo Anjeli 99	Jalan Jendral Sudirman, RT.17	Usaha Perdagangan (Makanan)
25	Warung Buah dan Sayur "Tukiyah"	Jalan Budiyo, RT.06	Usaha Perdagangan (Makanan)



4. KABUPATEN KUTAI TIMUR

NO	NAMA USAHA	ALAMAT USAHA	JENIS USAHA
1	Kurnia Illahi	Jalan Sungai Mariam, RT.13, Desa Sungai Mariam	Usaha Perdagangan (Makanan)
2	Toko Rahmah	Tanjung Berukang , RT.5	Usaha Perdagangan (Makanan)
3	Mutiara Laut Indah	Tanjung Berukan, RT 03	Usaha Perdagangan (Hasil Laut)
4	Bersadi Raya	Jalan Propensi Dusun III	Usaha Perdagangan (Produk Elektronik)
5	Mutiara Surya	Padat Karya	Usaha Perdagangan (Makanan)
6	Toko Indah	Jalan HJ. Aini Handil Terusan, RT.11	Usaha Perdagangan (Produk Kerajinan)
7	Tik Tok <i>Fried Chicken</i>	Jalan Biola	Usaha Perdagangan (Makanan)
8	Toko Diandra	Jalan Kartini, No 34	Usaha Perdagangan (Makanan)
9	Toko ATK Hasta	Jalan Lambung Mangkurat, No 142	Usaha Perdagangan
10	Kerupuk Ikan Bandeng "Ibu Nisa"	Handil Terusan, RT.011	Usaha Perdagangan (Makanan)
11	Difa Al-Fathir	Jalan Basuki Rahmat	Usaha Perdagangan
12	Apotik Delapan Herbal	Jalan Mulawarman , RT.16	Usaha Perdagangan (Produk)
13	Bengkel Anugrah	Dusun Telaga Kencana, RT.01	Usaha Perdagangan (Produk)
14	Rikkat Motor	Jalan Loa Pari, No.28, RT.02	Usaha Perdagangan
15	Jaya Musik	Jalan Ap. Mangkunegara, RT.01	Usaha Perdagangan
16	Toko Maju Bersama	Jalan Mangkuraja, Gang.	Usaha Perdagangan

		Swadaya, RT.01	(Minuman)
17	Kerupuk Arbiyah	Jalan Kampung Kajang, RT.20	Usaha Perdagangan (Makanan)
18	Opak Gambir “Ali Rejo”	Jalan Bougenvile, RT. 15	Usaha Perdagangan (Makanan)
19	AYS Foods	Jalan Arsa Muda, RT.02	Usaha Perdagangan (Makanan)
20	Amplang Bumbu “Karya Ferry”	Jalan Kencana, RT.03	Usaha Perdagangan (Makanan)
21	Tiga Saudara	Sungai Banjar, Desa Sepatin, RT.04	Lainnya
22	Warung Bebek Sambel Ijo	Dusun Suko Rejo, RT.34	Usaha Perdagangan (Makanan)
23	Aqua Agrikultura Sejahtera	Dusun Rinjani Indah, RT.13	Usaha Perdagangan (Pupuk dll)
24	Keripik Buah “Separi Rasa”	Jalan Banggris, No.07	Usaha Perdagangan (Makanan)
25	Kerupuk Udang dan Ikan “Rinisa”	Handil C, RT 06	Usaha Perdagangan (Makanan)

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations X1

Correlations X1

		X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.670**	.626**	.553**	.620**	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.1.2	Pearson Correlation	.670**	1	.642**	.641**	.608**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.1.3	Pearson Correlation	.626**	.642**	1	.617**	.606**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.1	Pearson Correlation	.553**	.641**	.617**	1	.672**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.2	Pearson Correlation	.620**	.608**	.606**	.672**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.3	Pearson Correlation	.651**	.687**	.541**	.575**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3.1	Pearson Correlation	.617**	.693**	.536**	.514**	.523**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3.2	Pearson Correlation	.541**	.646**	.610**	.559**	.543**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3.3	Pearson Correlation	.587**	.732**	.615**	.584**	.591**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.806**	.863**	.791**	.781**	.794**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations X1

		X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.670**	.626**	.553**	.620**	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.1.2	Pearson Correlation	.670**	1	.642**	.641**	.608**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.1.3	Pearson Correlation	.626**	.642**	1	.617**	.606**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.1	Pearson Correlation	.553**	.641**	.617**	1	.672**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.2	Pearson Correlation	.620**	.608**	.606**	.672**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.3	Pearson Correlation	.651**	.687**	.541**	.575**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3.1	Pearson Correlation	.617**	.693**	.536**	.514**	.523**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3.2	Pearson Correlation	.541**	.646**	.610**	.559**	.543**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3.3	Pearson Correlation	.587**	.732**	.615**	.584**	.591**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.806**	.863**	.791**	.781**	.794**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1
X1.1.1	Pearson Correlation	.617**	.541**	.587**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.1.2	Pearson Correlation	.693**	.646**	.732**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.1.3	Pearson Correlation	.536**	.610**	.615**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2.1	Pearson Correlation	.514**	.559**	.584**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2.2	Pearson Correlation	.523**	.543**	.591**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2.3	Pearson Correlation	.576**	.597**	.602**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3.1	Pearson Correlation	1	.688**	.731**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3.2	Pearson Correlation	.688**	1	.716**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3.3	Pearson Correlation	.731**	.716**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.808**	.810**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	10

Correlations X2

Correlations

		X2.1.1	X2.1.2	X2.1.3	X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3
X2.1.1	Pearson Correlation	1	.730**	.560**	.592**	.678**	.600**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.1.2	Pearson Correlation	.730**	1	.704**	.548**	.613**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.1.3	Pearson Correlation	.560**	.704**	1	.599**	.566**	.535**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2.1	Pearson Correlation	.592**	.548**	.599**	1	.573**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2.2	Pearson Correlation	.678**	.613**	.566**	.573**	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2.3	Pearson Correlation	.600**	.587**	.535**	.565**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3.1	Pearson Correlation	.679**	.636**	.578**	.607**	.647**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3.2	Pearson Correlation	.738**	.718**	.631**	.642**	.670**	.636**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3.3	Pearson Correlation	.571**	.615**	.593**	.598**	.451**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.836**	.844**	.798**	.785**	.783**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X2.3.1	X2.3.2	X2.3.3	X2
X2.1.1	Pearson Correlation	.679**	.738**	.571**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.1.2	Pearson Correlation	.636**	.718**	.615**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.1.3	Pearson Correlation	.578**	.631**	.593**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2.1	Pearson Correlation	.607**	.642**	.598**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2.2	Pearson Correlation	.647**	.670**	.451**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2.3	Pearson Correlation	.628**	.636**	.547**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3.1	Pearson Correlation	1	.712**	.633**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3.2	Pearson Correlation	.712**	1	.613**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100
X2.3.3	Pearson Correlation	.633**	.613**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.842**	.870**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	10

Correlations Z1

Correlations

		Z1.1.1	Z1.1.2	Z1.1.3	Z1.2.1	Z1.2.2	Z1.2.3
Z1.1.1	Pearson Correlation	1	.501**	.513**	.502**	.524**	.524**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.1.2	Pearson Correlation	.501**	1	.433**	.430**	.524**	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.1.3	Pearson Correlation	.513**	.433**	1	.511**	.422**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.2.1	Pearson Correlation	.502**	.430**	.511**	1	.569**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.2.2	Pearson Correlation	.524**	.524**	.422**	.569**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100	100
Z1.2.3	Pearson Correlation	.524**	.458**	.596**	.616**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.3.1	Pearson Correlation	.553**	.371**	.413**	.366**	.382**	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.3.2	Pearson Correlation	.536**	.551**	.412**	.377**	.441**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.3.3	Pearson Correlation	.596**	.550**	.492**	.606**	.516**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.4.1	Pearson Correlation	.567**	.515**	.481**	.532**	.539**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.4.2	Pearson Correlation	.569**	.585**	.604**	.539**	.414**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1.4.3	Pearson Correlation	.577**	.477**	.511**	.578**	.451**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z1	Pearson Correlation	.776**	.710**	.715**	.733**	.712**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Z1.3.1	Z1.3.2	Z1.3.3	Z1.4.1	Z1.4.2
Z1.1.1	Pearson Correlation	.553**	.536**	.596**	.567**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.1.2	Pearson Correlation	.371**	.551**	.550**	.515**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Z1.1.3	Pearson Correlation	.413**	.412**	.492**	.481**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.2.1	Pearson Correlation	.366**	.377**	.606**	.532**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.2.2	Pearson Correlation	.382**	.441**	.516**	.539**	.414**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.2.3	Pearson Correlation	.482**	.567**	.541**	.532**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.3.1	Pearson Correlation	1	.564**	.430**	.413**	.465**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.3.2	Pearson Correlation	.564**	1	.555**	.469**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.3.3	Pearson Correlation	.430**	.555**	1	.621**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.4.1	Pearson Correlation	.413**	.469**	.621**	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Z1.4.2	Pearson Correlation	.465**	.484**	.616**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
Z1.4.3	Pearson Correlation	.440**	.479**	.550**	.664**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z1	Pearson Correlation	.670**	.727**	.791**	.765**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Z1.4.3	Z1
Z1.1.1	Pearson Correlation	.577**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.1.2	Pearson Correlation	.477**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.1.3	Pearson Correlation	.511**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.2.1	Pearson Correlation	.578**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.2.2	Pearson Correlation	.451**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.2.3	Pearson Correlation	.596**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.3.1	Pearson Correlation	.440**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.3.2	Pearson Correlation	.479**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.3.3	Pearson Correlation	.550**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.4.1	Pearson Correlation	.664**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z1.4.2	Pearson Correlation	.582**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000

	N	100	100
Z1.4.3	Pearson Correlation	1	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Z1	Pearson Correlation	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Reliability Z1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	13

Correlations Z2

Correlations

		Z2.1.1	Z2.1.2	Z2.1.3	Z2.2.1	Z2.2.2	Z2.2.3
Z2.1.1	Pearson Correlation	1	.641**	.645**	.671**	.565**	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.1.2	Pearson Correlation	.641**	1	.576**	.603**	.627**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.1.3	Pearson Correlation	.645**	.576**	1	.572**	.647**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.2.1	Pearson Correlation	.671**	.603**	.572**	1	.664**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.2.2	Pearson Correlation	.565**	.627**	.647**	.664**	1	.692**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.2.3	Pearson Correlation	.645**	.646**	.644**	.577**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.3.1	Pearson Correlation	.703**	.603**	.652**	.667**	.632**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.3.2	Pearson Correlation	.602**	.602**	.613**	.591**	.630**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.3.3	Pearson Correlation	.619**	.684**	.513**	.616**	.598**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.4.1	Pearson Correlation	.502**	.595**	.511**	.520**	.528**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.4.2	Pearson Correlation	.648**	.692**	.603**	.582**	.566**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2.4.3	Pearson Correlation	.655**	.623**	.638**	.673**	.604**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.821**	.819**	.788**	.797**	.802**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Z2.3.1	Z2.3.2	Z2.3.3	Z2.4.1	Z2.4.2
Z2.1.1	Pearson Correlation	.703**	.602**	.619**	.502**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.1.2	Pearson Correlation	.603**	.602**	.684**	.595**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100
Z2.1.3	Pearson Correlation	.652**	.613**	.513**	.511**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.2.1	Pearson Correlation	.667**	.591**	.616**	.520**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.2.2	Pearson Correlation	.632**	.630**	.598**	.528**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.2.3	Pearson Correlation	.655**	.656**	.648**	.548**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.3.1	Pearson Correlation	1	.637**	.698**	.514**	.612**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.3.2	Pearson Correlation	.637**	1	.616**	.594**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.3.3	Pearson Correlation	.698**	.616**	1	.528**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.4.1	Pearson Correlation	.514**	.594**	.528**	1	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Z2.4.2	Pearson Correlation	.612**	.617**	.595**	.568**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
Z2.4.3	Pearson Correlation	.673**	.559**	.688**	.527**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.829**	.801**	.806**	.715**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Z2.4.3	Z2
Z2.1.1	Pearson Correlation	.655**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.1.2	Pearson Correlation	.623**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.1.3	Pearson Correlation	.638**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.2.1	Pearson Correlation	.673**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.2.2	Pearson Correlation	.604**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.2.3	Pearson Correlation	.705**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.3.1	Pearson Correlation	.673**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.3.2	Pearson Correlation	.559**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.3.3	Pearson Correlation	.688**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.4.1	Pearson Correlation	.527**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.4.2	Pearson Correlation	.680**	.817**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Z2.4.3	Pearson Correlation	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100
Z2	Pearson Correlation	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Reliability Z2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	13

Correlations Y1

Correlations

		Y1.1.1	Y1.1.2	Y1.1.3	Y1.2.1	Y1.2.2	Y1.2.3
Y1.1.1	Pearson Correlation	1	.720**	.611**	.762**	.735**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.1.2	Pearson Correlation	.720**	1	.602**	.706**	.625**	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.1.3	Pearson Correlation	.611**	.602**	1	.588**	.598**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2.1	Pearson Correlation	.762**	.706**	.588**	1	.691**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2.2	Pearson Correlation	.735**	.625**	.598**	.691**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2.3	Pearson Correlation	.709**	.559**	.585**	.734**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3.1	Pearson Correlation	.595**	.571**	.631**	.504**	.558**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3.2	Pearson Correlation	.581**	.606**	.580**	.543**	.610**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3.3	Pearson Correlation	.677**	.660**	.601**	.567**	.618**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	.875**	.826**	.789**	.832**	.839**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1.3.1	Y1.3.2	Y1.3.3	Y1
Y1.1.1	Pearson Correlation	.595**	.581**	.677**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.1.2	Pearson Correlation	.571**	.606**	.660**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.1.3	Pearson Correlation	.631**	.580**	.601**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2.1	Pearson Correlation	.504**	.543**	.567**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2.2	Pearson Correlation	.558**	.610**	.618**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100

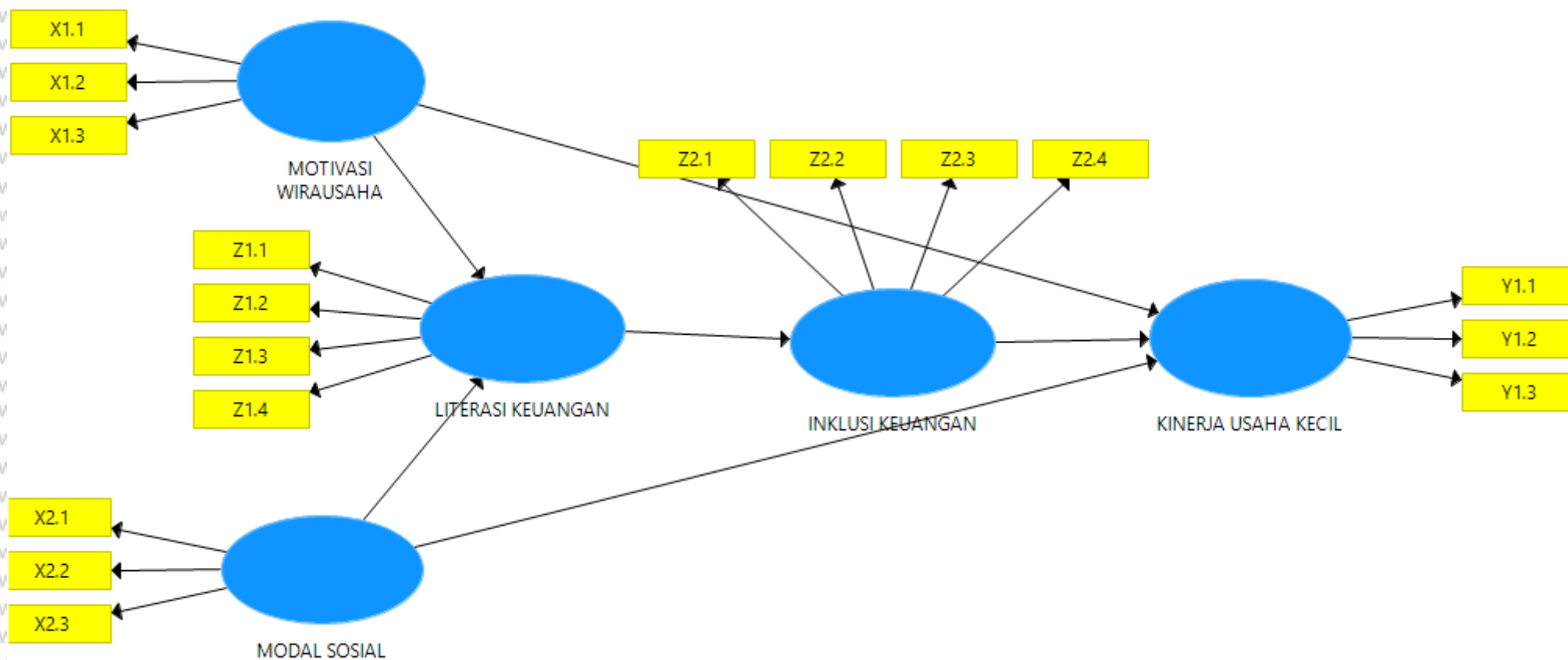
Y1.2.3	Pearson Correlation	.526**	.553**	.599**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3.1	Pearson Correlation	1	.632**	.574**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3.2	Pearson Correlation	.632**	1	.614**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3.3	Pearson Correlation	.574**	.614**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	.759**	.778**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Y1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	10



**DATA PELAKU USAHA KECIL KELOMPOK PENDIDIKAN DAN PELATIHAN
KEWIRAUSAHAAN KLINIK BISNIS KUMKM
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR
PERIODE III (JULI – SEPTEMBER) TAHUN 2018**

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	LOKASI USAHA	UMUR USAHA	JENIS USAHA	JUMLAH KARYAWAN
1	Wanita	43	SMA	Samarinda	3	Usaha Perdagangan	19
2	Wanita	32	SMA	Samarinda	1	Usaha Perdagangan	1
3	Wanita	41	SMA	Samarinda	4	Usaha Jasa	20
4	Wanita	30	Diploma	Samarinda	3	Usaha Perdagangan	32
5	Wanita	23	SMA	Samarinda	2	Usaha Perdagangan	26
6	Wanita	34	SMA	Samarinda	2	Usaha Perdagangan	34
7	Wanita	46	SMA	Samarinda	3	Usaha Perdagangan	22
8	Pria	18	SMA	Samarinda	4	Usaha Perdagangan	19
9	Pria	38	Sarjana/Pascasarjana	Samarinda	5	Lainnya	74
10	Wanita	27	SMA	Samarinda	2	Usaha Perdagangan	26
11	Wanita	19	SMA	Samarinda	3	Usaha Jasa	34
12	Wanita	46	SMA	Samarinda	1	Usaha Perdagangan	29
13	Wanita	50	SMA	Samarinda	2	Usaha Perdagangan	10
14	Pria	23	Sarjana/Pascasarjana	Samarinda	1	Usaha Industri	35

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	LOKASI USAHA	UMUR USAHA	JENIS USAHA	JUMLAH KARYAWAN
15	Pria	21	SMA	Samarinda	4	Lainnya	20
16	Wanita	36	SMA	Samarinda	3	Usaha Perdagangan	35
17	Wanita	25	Sarjana/Pascasarjana	Samarinda	5	Usaha Jasa	25
18	Wanita	50	SMA	Samarinda	4	Usaha Industri	32
19	Pria	24	Diploma	Samarinda	3	Usaha Perdagangan	8
20	Wanita	34	SMA	Samarinda	2	Usaha Perdagangan	18
21	Pria	18	SMA	Samarinda	4	Usaha Perdagangan	31
22	Wanita	19	SMA	Samarinda	1	Usaha Perdagangan	21
23	Pria	36	Sarjana/Pascasarjana	Samarinda	2	Usaha Jasa	34
24	Wanita	46	SMP	Samarinda	4	Usaha Perdagangan	31
25	Wanita	43	SMA	Samarinda	5	Usaha Perdagangan	63
26	Wanita	28	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	2	Usaha Industri	20
27	Wanita	37	Diploma	Kutai Kartanegara	2	Lainnya	35
28	Wanita	33	SMA	Kutai Kartanegara	5	Usaha Perdagangan	70
29	Pria	41	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	3	Usaha Perdagangan	23
30	Pria	40	Diploma	Kutai Kartanegara	4	Usaha Perdagangan	27
31	Pria	36	SMA	Kutai Kartanegara	5	Usaha Perikanan	20
32	Wanita	26	Diploma	Kutai Kartanegara	4	Usaha Perdagangan	6

LAMPIRAN 5

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	LOKASI USAHA	UMUR USAHA	JENIS USAHA	JUMLAH KARYAWAN
33	Wanita	23	SMP	Kutai Kartanegara	3	Usaha Pertanian	31
34	Wanita	43	SMA	Kutai Kartanegara	5	Lainnya	21
35	Wanita	26	SMA	Kutai Kartanegara	2	Usaha Perdagangan	34
36	Wanita	32	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	3	Usaha Jasa	15
37	Wanita	29	SMA	Kutai Kartanegara	5	Usaha Industri	21
38	Wanita	27	Diploma	Kutai Kartanegara	1	Usaha Perdagangan	34
39	Wanita	40	SMA	Kutai Kartanegara	2	Lainnya	12
40	Wanita	38	SMA	Kutai Kartanegara	5	Usaha Perdagangan	65
41	Pria	31	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	4	Usaha Jasa	35
42	Wanita	30	Diploma	Kutai Kartanegara	2	Lainnya	25
43	Wanita		Diploma	Kutai Kartanegara	5	Usaha Perdagangan	17
44	Wanita	32	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	3	Usaha Perdagangan	24
45	Pria	57	SMA	Kutai Kartanegara	2	Usaha Perikanan	28
46	Pria	19	SMA	Kutai Kartanegara	1	Usaha Jasa	32
47	Pria	36	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	5	Lainnya	18
48	Pria	46	SMA	Kutai Kartanegara	4	Usaha Perdagangan	31
49	Wanita	43	SMA	Kutai Kartanegara	3	Usaha Pertanian	21
50	Wanita	28	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Kartanegara	5	Usaha Perdagangan	34

LAMPIRAN 5

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	LOKASI USAHA	UMUR USAHA	JENIS USAHA	JUMLAH KARYAWAN
51	Wanita	37	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	2	Usaha Perdagangan	12
52	Wanita	33	Diploma	Kutai Timur	1	Usaha Perdagangan	21
53	Wanita	41	SMP	Kutai Timur	1	Lainnya	22
54	Pria	40	SMA	Kutai Timur	5	Usaha Perdagangan	30
55	Wanita	36	Diploma	Kutai Timur	3	Usaha Jasa	23
56	Wanita	26	SMA	Kutai Timur	4	Usaha Perdagangan	11
57	Pria	65	SMA	Kutai Timur	4	Usaha Perikanan	61
58	Pria	34	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	5	Usaha Perdagangan	32
59	Wanita	28	SMA	Kutai Timur	3	Usaha Perdagangan	22
60	Pria	37	Diploma	Kutai Timur	3	Usaha Industri	30
61	Wanita	28	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	2	Usaha Perdagangan	17
62	Wanita	55	SMA	Kutai Timur	4	Lainnya	18
63	Pria	38	Diploma	Kutai Timur	3	Usaha Perdagangan	34
64	Wanita	42	Diploma	Kutai Timur	1	Usaha Perdagangan	7
65	Pria	27	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	52	Usaha Perdagangan	20
66	Wanita	66	SMA	Kutai Timur	53	Usaha Perdagangan	42
67	Wanita	32	SMA	Kutai Timur	4	Usaha Jasa	23
68	Pria	26	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	4	Usaha Perdagangan	27

LAMPIRAN 5

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	LOKASI USAHA	UMUR USAHA	JENIS USAHA	JUMLAH KARYAWAN
69	Wanita	46	SMA	Kutai Timur	5	Usaha Perdagangan	31
70	Pria	37	Diploma	Kutai Timur	2	Usaha Perdagangan	38
71	Wanita	58	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	3	Usaha Perdagangan	27
72	Wanita	61	SMA	Kutai Timur	3	Usaha Perdagangan	31
73	Pria	55	SMA	Kutai Timur	2	Lainnya	26
74	Wanita	38	Sarjana/Pascasarjana	Kutai Timur	2	Usaha Perdagangan	52
75	Pria	42	SMA	Kutai Timur	2	Usaha Industri	30
76	Pria	27	SMA	Balikpapan	5	Usaha Perdagangan	17
77	Wanita	33	Sarjana/Pascasarjana	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	18
78	Pria	41	SMA	Balikpapan	3	Usaha Perikanan	32
79	Wanita	40	Diploma	Balikpapan	1	Usaha Perdagangan	33
80	Pria	36	Sarjana/Pascasarjana	Balikpapan	2	Usaha Perdagangan	35
81	Wanita	26	SMA	Balikpapan	5	Usaha Jasa	24
82	Wanita	36	SMA	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	49
83	Wanita	46	Diploma	Balikpapan	3	Usaha Perdagangan	21
84	Wanita	43	Diploma	Balikpapan	5	Usaha Perdagangan	32
85	Wanita	19	SMA	Balikpapan	5	Usaha Perdagangan	19
86	Wanita	32	SMA	Balikpapan	5	Usaha Industri	34

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	LOKASI USAHA	UMUR USAHA	JENIS USAHA	JUMLAH KARYAWAN
87	Pria	43	SMA	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	23
88	Pria	43	SMA	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	30
89	Pria	30	Sarjana/Pascasarjana	Balikpapan	2	Usaha Perdagangan	17
90	Wanita	37	SMA	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	18
91	Wanita	33	Diploma	Balikpapan	1	Usaha Perdagangan	25
92	Pria	41	Sarjana/Pascasarjana	Balikpapan	2	Usaha Perdagangan	34
93	Pria	40	Diploma	Balikpapan	4	Usaha Jasa	32
94	Wanita	36	SMA	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	42
95	Wanita	26	Diploma	Balikpapan	3	Usaha Perdagangan	19
96	Pria	28	SMA	Balikpapan	2	Usaha Perdagangan	18
97	Pria	56	SMA	Balikpapan	3	Usaha Jasa	20
98	Pria	34	Diploma	Balikpapan	4	Usaha Perdagangan	21
99	Wanita	28	SMA	Balikpapan	2	Usaha Perdagangan	36
100	Wanita	63	SMP	Balikpapan	4	Usaha Industri	28

Frequency Table

X1

X1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	12	12.0	12.0	13.0
	3	21	21.0	21.0	34.0
	4	47	47.0	47.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	10	10.0	10.0	11.0
	3	7	7.0	7.0	18.0
	4	70	70.0	70.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	7	7.0	7.0	9.0
	3	19	19.0	19.0	28.0
	4	60	60.0	60.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	7	7.0	7.0	7.0
	11	21	21.0	21.0	28.0
	12	32	32.0	32.0	60.0
	13	19	19.0	19.0	79.0
	14	6	6.0	6.0	85.0
	15	2	2.0	2.0	87.0
	5	4	4.0	4.0	91.0
	6	3	3.0	3.0	94.0
	7	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	10	10.0	10.0	11.0
	3	16	16.0	16.0	27.0
	4	57	57.0	57.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	6	6.0	6.0	8.0
	3	17	17.0	17.0	25.0
	4	58	58.0	58.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	13.0	13.0	13.0
	3	13	13.0	13.0	26.0
	4	62	62.0	62.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	7	7.0	7.0	7.0
	11	20	20.0	20.0	27.0
	12	35	35.0	35.0	62.0
	13	14	14.0	14.0	76.0
	14	8	8.0	8.0	84.0
	15	3	3.0	3.0	87.0
	5	3	3.0	3.0	90.0
	6	2	2.0	2.0	92.0
	7	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	7	7.0	7.0	9.0
	3	7	7.0	7.0	16.0
	4	56	56.0	56.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	6	6.0	6.0	8.0
	3	9	9.0	9.0	17.0
	4	55	55.0	55.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	8	8.0	8.0	11.0
	3	10	10.0	10.0	21.0
	4	57	57.0	57.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	1	1.0	1.0	1.0
	11	9	9.0	9.0	10.0
	12	37	37.0	37.0	47.0
	13	14	14.0	14.0	61.0
	14	18	18.0	18.0	79.0
	15	8	8.0	8.0	87.0
	5	3	3.0	3.0	90.0
	6	5	5.0	5.0	95.0
	7	3	3.0	3.0	98.0
	8	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

X2

X2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	11.0	11.0	11.0
	3	10	10.0	10.0	21.0
	4	73	73.0	73.0	94.0
	5	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	9	9.0	9.0	11.0
	3	9	9.0	9.0	20.0
	4	69	69.0	69.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	9	9.0	9.0	10.0
	3	8	8.0	8.0	18.0
	4	53	53.0	53.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	4	4.0	4.0	4.0
	11	9	9.0	9.0	13.0
	12	41	41.0	41.0	54.0
	13	25	25.0	25.0	79.0
	14	8	8.0	8.0	87.0
	5	3	3.0	3.0	90.0
	6	4	4.0	4.0	94.0
	7	3	3.0	3.0	97.0
	8	3	3.0	3.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	9.0	9.0	9.0
	3	20	20.0	20.0	29.0
	4	56	56.0	56.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	7	7.0	7.0	8.0
	3	17	17.0	17.0	25.0
	4	69	69.0	69.0	94.0
	5	6	6.0	6.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	7.0	7.0	7.0
	3	15	15.0	15.0	22.0
	4	66	66.0	66.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	3	3.0	3.0	3.0
	11	28	28.0	28.0	31.0
	12	36	36.0	36.0	67.0
	13	13	13.0	13.0	80.0
	14	5	5.0	5.0	85.0
	15	2	2.0	2.0	87.0
	6	3	3.0	3.0	90.0
	7	7	7.0	7.0	97.0
	8	1	1.0	1.0	98.0
	9	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	8	8.0	8.0	11.0
	3	14	14.0	14.0	25.0
	4	61	61.0	61.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	10	10.0	10.0	11.0
3	7	7.0	7.0	18.0
4	70	70.0	70.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.0	8.0	8.0
3	16	16.0	16.0	24.0
4	58	58.0	58.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 13	1	1.0	1.0	1.0
17	1	1.0	1.0	2.0
18	2	2.0	2.0	4.0
19	3	3.0	3.0	7.0
20	3	3.0	3.0	10.0
21	1	1.0	1.0	11.0
22	2	2.0	2.0	13.0
25	1	1.0	1.0	14.0
32	1	1.0	1.0	15.0
33	5	5.0	5.0	20.0
34	7	7.0	7.0	27.0

35	18	18.0	18.0	45.0
36	17	17.0	17.0	62.0
37	11	11.0	11.0	73.0
38	17	17.0	17.0	90.0
39	4	4.0	4.0	94.0
40	4	4.0	4.0	98.0
42	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

Z1

Z1.1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.0	8.0	8.0
3	14	14.0	14.0	22.0
4	65	65.0	65.0	87.0
5	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	7.0	7.0	7.0
3	17	17.0	17.0	24.0
4	62	62.0	62.0	86.0
5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	10	10.0	10.0	10.0
3	28	28.0	28.0	38.0

4	48	48.0	48.0	86.0
5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	4	4.0	4.0	4.0
11	28	28.0	28.0	32.0
12	31	31.0	31.0	63.0
13	20	20.0	20.0	83.0
14	1	1.0	1.0	84.0
15	3	3.0	3.0	87.0
6	1	1.0	1.0	88.0
7	9	9.0	9.0	97.0
8	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	6	6.0	6.0	7.0
3	23	23.0	23.0	30.0
4	62	62.0	62.0	92.0
5	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	6	6.0	6.0	7.0

3	24	24.0	24.0	31.0
4	59	59.0	59.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	25	25.0	25.0	35.0
4	56	56.0	56.0	91.0
5	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	10	10.0	10.0	10.0
11	19	19.0	19.0	29.0
12	38	38.0	38.0	67.0
13	9	9.0	9.0	76.0
14	4	4.0	4.0	80.0
15	2	2.0	2.0	82.0
5	2	2.0	2.0	84.0
6	2	2.0	2.0	86.0
7	4	4.0	4.0	90.0
8	4	4.0	4.0	94.0
9	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	6	6.0	6.0	8.0
	3	14	14.0	14.0	22.0
	4	43	43.0	43.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	17	17.0	17.0	23.0
	4	51	51.0	51.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	7	7.0	7.0	10.0
	3	18	18.0	18.0	28.0
	4	60	60.0	60.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	8	8.0	8.0	8.0

11	13	13.0	13.0	21.0
12	29	29.0	29.0	50.0
13	22	22.0	22.0	72.0
14	14	14.0	14.0	86.0
15	3	3.0	3.0	89.0
4	1	1.0	1.0	90.0
5	2	2.0	2.0	92.0
6	1	1.0	1.0	93.0
7	5	5.0	5.0	98.0
8	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	9.0	9.0	9.0
3	24	24.0	24.0	33.0
4	58	58.0	58.0	91.0
5	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	21	21.0	21.0	31.0
4	59	59.0	59.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z1.4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	7	7.0	7.0	8.0
	3	21	21.0	21.0	29.0
	4	58	58.0	58.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	8	8.0	8.0	8.0
	11	16	16.0	16.0	24.0
	12	39	39.0	39.0	63.0
	13	10	10.0	10.0	73.0
	14	8	8.0	8.0	81.0
	5	2	2.0	2.0	83.0
	6	2	2.0	2.0	85.0
	7	5	5.0	5.0	90.0
	8	3	3.0	3.0	93.0
	9	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

Z2

Z2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	6	6.0	6.0	10.0
	3	16	16.0	16.0	26.0
	4	60	60.0	60.0	86.0

5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	8	8.0	8.0	10.0
3	14	14.0	14.0	24.0
4	61	61.0	61.0	85.0
5	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	11	11.0	11.0	11.0
3	20	20.0	20.0	31.0
4	57	57.0	57.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	5	5.0	5.0	5.0
11	26	26.0	26.0	31.0
12	28	28.0	28.0	59.0
13	19	19.0	19.0	78.0
14	6	6.0	6.0	84.0
15	2	2.0	2.0	86.0
5	4	4.0	4.0	90.0
6	4	4.0	4.0	94.0

7	3	3.0	3.0	97.0
8	2	2.0	2.0	99.0
9	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	6	6.0	6.0	8.0
3	12	12.0	12.0	20.0
4	72	72.0	72.0	92.0
5	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	11	11.0	11.0	11.0
3	14	14.0	14.0	25.0
4	61	61.0	61.0	86.0
5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	9	9.0	9.0	11.0
3	15	15.0	15.0	26.0
4	64	64.0	64.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	4	4.0	4.0	4.0
	11	17	17.0	17.0	21.0
	12	46	46.0	46.0	67.0
	13	12	12.0	12.0	79.0
	14	6	6.0	6.0	85.0
	15	1	1.0	1.0	86.0
	5	2	2.0	2.0	88.0
	6	5	5.0	5.0	93.0
	7	5	5.0	5.0	98.0
	9	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	10.0	10.0	10.0
	3	11	11.0	11.0	21.0
	4	71	71.0	71.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	8	8.0	8.0	10.0
	3	20	20.0	20.0	30.0
	4	57	57.0	57.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	14	14.0	14.0	24.0
4	63	63.0	63.0	87.0
5	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	6	6.0	6.0	6.0
11	17	17.0	17.0	23.0
12	39	39.0	39.0	62.0
13	18	18.0	18.0	80.0
14	6	6.0	6.0	86.0
5	2	2.0	2.0	88.0
6	5	5.0	5.0	93.0
7	4	4.0	4.0	97.0
8	2	2.0	2.0	99.0
9	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2.4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	7.0	7.0	7.0
3	25	25.0	25.0	32.0
4	55	55.0	55.0	87.0
5	13	13.0	13.0	100.0

Z2.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	7.0	7.0	7.0
	3	25	25.0	25.0	32.0
	4	55	55.0	55.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	13.0	13.0	13.0
	3	17	17.0	17.0	30.0
	4	58	58.0	58.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	9.0	9.0	9.0
	3	7	7.0	7.0	16.0
	4	72	72.0	72.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	6	6.0	6.0	6.0
	11	18	18.0	18.0	24.0
	12	43	43.0	43.0	67.0
	13	14	14.0	14.0	81.0

14	4	4.0	4.0	85.0
15	2	2.0	2.0	87.0
6	4	4.0	4.0	91.0
7	8	8.0	8.0	99.0
8	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

Y1

Y1.1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	10	10.0	10.0	12.0
3	2	2.0	2.0	14.0
4	74	74.0	74.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	10	10.0	10.0	10.0
3	11	11.0	11.0	21.0
4	62	62.0	62.0	83.0
5	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	7	7.0	7.0	8.0
3	16	16.0	16.0	24.0

4	64	64.0	64.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	1	1.0	1.0	1.0
	11	12	12.0	12.0	13.0
	12	46	46.0	46.0	59.0
	13	21	21.0	21.0	80.0
	14	7	7.0	7.0	87.0
	5	2	2.0	2.0	89.0
	6	5	5.0	5.0	94.0
	7	4	4.0	4.0	98.0
	8	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	8	8.0	8.0	9.0
	3	7	7.0	7.0	16.0
	4	71	71.0	71.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	10	10.0	10.0	11.0

3	4	4.0	4.0	15.0
4	66	66.0	66.0	81.0
5	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	9	9.0	9.0	11.0
3	14	14.0	14.0	25.0
4	65	65.0	65.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 11	14	14.0	14.0	14.0
12	43	43.0	43.0	57.0
13	23	23.0	23.0	80.0
14	5	5.0	5.0	85.0
15	2	2.0	2.0	87.0
5	3	3.0	3.0	90.0
6	4	4.0	4.0	94.0
7	5	5.0	5.0	99.0
8	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.0	8.0	8.0

3	22	22.0	22.0	30.0
4	59	59.0	59.0	89.0
5	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	8	8.0	8.0	9.0
3	19	19.0	19.0	28.0
4	64	64.0	64.0	92.0
5	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	8	8.0	8.0	10.0
3	21	21.0	21.0	31.0
4	55	55.0	55.0	86.0
5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3

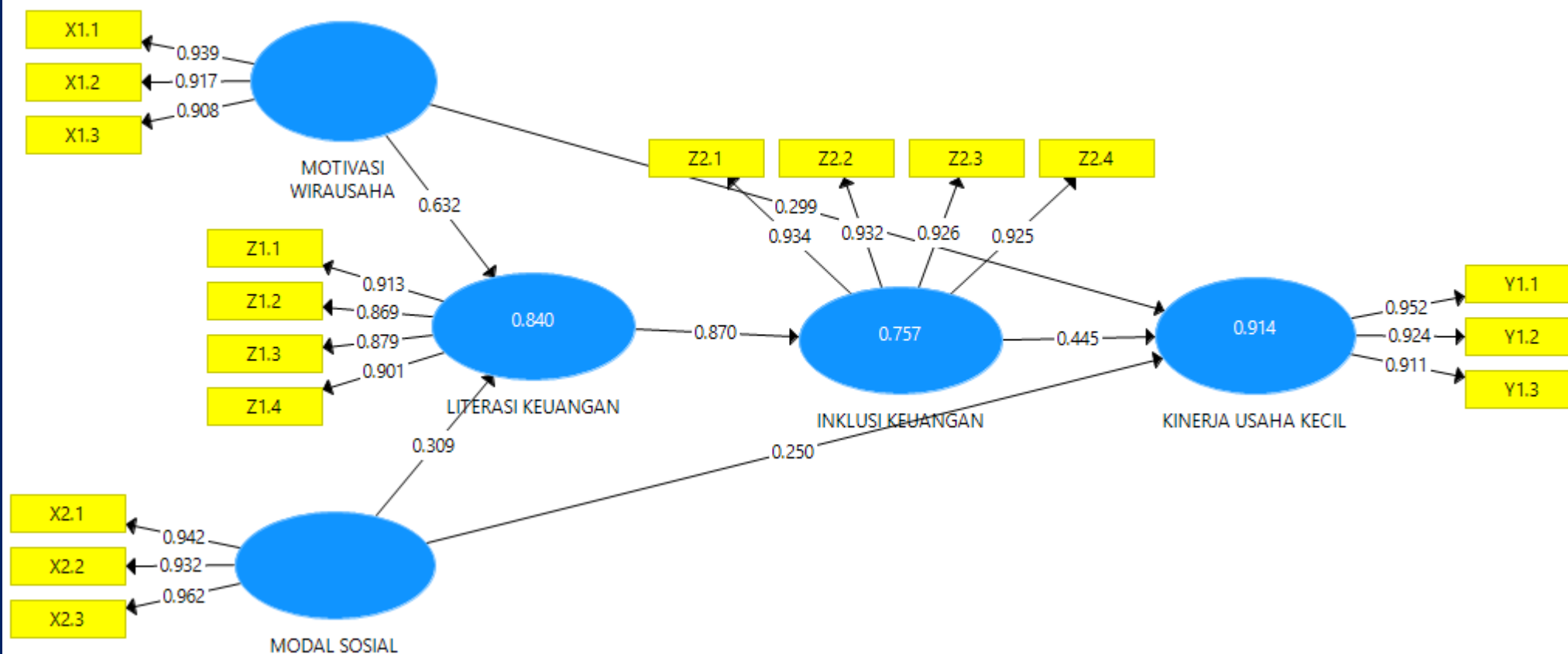
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	11	11.0	11.0	11.0
11	18	18.0	18.0	29.0
12	39	39.0	39.0	68.0
13	13	13.0	13.0	81.0
14	2	2.0	2.0	83.0

15	3	3.0	3.0	86.0
5	2	2.0	2.0	88.0
6	3	3.0	3.0	91.0
7	6	6.0	6.0	97.0
8	1	1.0	1.0	98.0
9	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



HASIL UJI ANALISIS SMARTPLS 3.0 Uji Outer Model

Tampilan output model pengukuran



OUTER LOADING

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[back to navigation](#)

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1 <- MOTIVASI WIRUSAHA	0,939	0,937	0,016	58,111	0,000
X1.2 <- MOTIVASI WIRUSAHA	0,917	0,915	0,021	43,490	0,000
X1.3 <- MOTIVASI WIRUSAHA	0,908	0,906	0,024	37,751	0,000
X2.1 <- MODAL SOSIAL	0,942	0,942	0,014	69,033	0,000
X2.2 <- MODAL SOSIAL	0,932	0,932	0,016	59,459	0,000
X2.3 <- MODAL SOSIAL	0,962	0,961	0,034	28,337	0,000
Y1.1 <- KINERJA USAHA KECIL	0,952	0,951	0,012	79,502	0,000
Y1.2 <- KINERJA USAHA KECIL	0,924	0,922	0,019	49,088	0,000
Y1.3 <- KINERJA USAHA KECIL	0,911	0,908	0,024	37,296	0,000
Z1.1 <- LITERASI KEUANGAN	0,913	0,913	0,020	45,539	0,000
Z1.2 <- LITERASI KEUANGAN	0,869	0,869	0,032	26,890	0,000
Z1.3 <- LITERASI KEUANGAN	0,879	0,877	0,031	28,677	0,000
Z1.4 <- LITERASI KEUANGAN	0,901	0,900	0,027	33,648	0,000
Z2.1 <- INKLUSI KEUANGAN	0,934	0,932	0,018	53,251	0,000
Z2.2 <- INKLUSI KEUANGAN	0,932	0,930	0,018	50,974	0,000
Z2.3 <- INKLUSI KEUANGAN	0,926	0,924	0,020	47,396	0,000
Z2.4 <- INKLUSI KEUANGAN	0,925	0,924	0,019	48,050	0,000

CROSS LOADING

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
[back to navigation](#)

Cross Loadings

	INKLUSI KEUANGAN	KINERJA USAHA KECIL	LITERAS KEUANGAN	MODA SOSIAL	MOTIVAS WIRAU SAHA
X1.1	0,810	0,841	0,838	0,823	0,939
X1.2	0,852	0,854	0,830	0,822	0,917
X1.3	0,787	0,833	0,835	0,801	0,908
X2.1	0,843	0,895	0,841	0,942	0,878
X2.2	0,828	0,827	0,828	0,932	0,824
X2.3	0,823	0,845	0,793	0,962	0,805
Y1.1	0,880	0,952	0,868	0,878	0,882
Y1.2	0,875	0,924	0,861	0,854	0,883
Y1.3	0,837	0,911	0,784	0,793	0,781
Z1.1	0,816	0,830	0,913	0,790	0,835
Z1.2	0,745	0,803	0,869	0,786	0,758
Z1.3	0,778	0,792	0,879	0,790	0,837
Z1.4	0,759	0,789	0,901	0,725	0,791
Z2.1	0,934	0,860	0,810	0,832	0,818
Z2.2	0,932	0,859	0,801	0,795	0,818
Z2.3	0,926	0,862	0,785	0,804	0,829
Z2.4	0,926	0,875	0,838	0,838	0,828

Goodness Of Fit

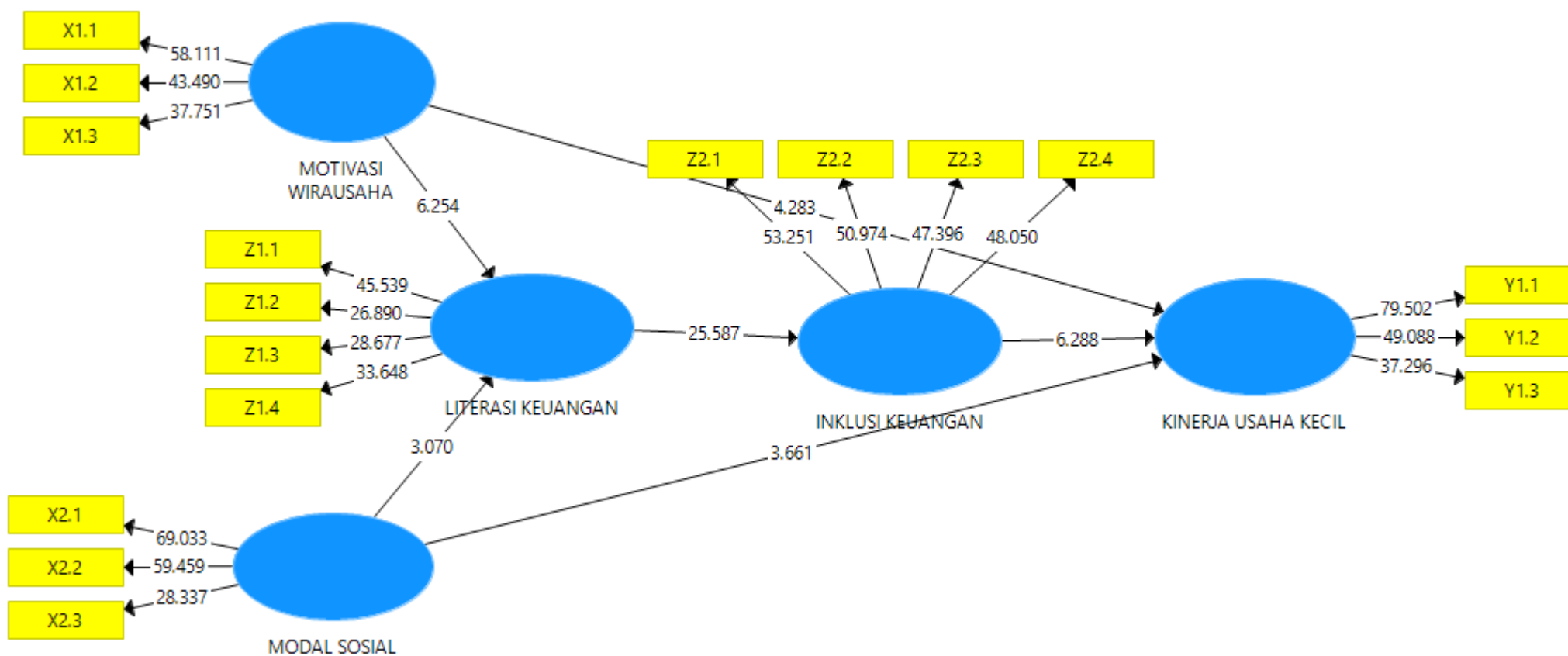
SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
[back to navigation](#)

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
INKLUSI KEUANGAN	0,947	0,947	0,962	0,863
KINERJA USAHA KECIL	0,921	0,923	0,950	0,864
LITERAS KEUANGAN	0,913	0,914	0,939	0,793
MODA SOSIAL	0,940	0,941	0,962	0,893
MOTIVAS WIRAU SAHA	0,911	0,911	0,944	0,848

UJI INNER MODEL



R-Square (R^2)

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[back to navigation](#)

R Square

	R Square	R Square Adjusted
INKLUSI KEUANGAN	0,757	0,754
KINERJA USAHA KECIL	0,914	0,912
LITERAS KEUANGAN	0,840	0,836

PATH COEFFICIENTS

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[back to navigation](#)

Final Results

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
INKLUSI KEUANGAN → KINERJA USAHA KECIL	0,445	0,443	0,071	6,288	0,000
LITERASI KEUANGAN → INKLUSI KEUANGAN	0,870	0,867	0,034	25,587	0,000
MODAL SOSIAL → KINERJA USAHA KECIL	0,250	0,260	0,068	3,661	0,000
MODAL SOSIAL → LITERASI KEUANGAN	0,309	0,332	0,101	3,070	0,002
MOTIVASI WIRAUUSAHA → KINERJA USAHA KECIL	0,299	0,290	0,070	4,283	0,000
MOTIVASI WIRAUUSAHA → LITERASI KEUANGAN	0,632	0,606	0,101	6,254	0,000

INDIRECT EFFECT

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[back to navigation](#)

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
MODAL SOSIAL -> LITERASI KEUANGAN -> INKLUSI KEUANGAN	0,269	0,288	0,089	3,030	0,003
MOTIVASI WIRAUSAHA -> LITERASI KEUANGAN -> INKLUSI KEUANGAN	0,550	0,525	0,092	5,995	0,000
MODAL SOSIAL -> LITERASI KEUANGAN -> INKLUSI KEUANGAN -> KINERJA USAHA KECIL	0,120	0,128	0,044	2,703	0,007
LITERASI KEUANGAN -> INKLUSI KEUANGAN -> KINERJA USAHA KECIL	0,388	0,384	0,063	6,154	0,000
MOTIVASI WIRAUSAHA -> LITERASI KEUANGAN -> INKLUSI KEUANGAN -> KINERJA USAHA KECIL	0,245	0,233	0,055	4,480	0,000

DAFTAR HASIL PERHITUNGAN KUESIONER USAHA KECIL PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

NO	X1 (Motivasi Wirausaha)									X2 (Modal Sosial)						Z1 (Literasi Keuangan)								Z2 (Inklusi Keuangan)								Y (Kinerja Usaha Kecil)																			
	X1.1			X1.2			X1.3			X2.1		X2.2		X2.3		Z1.1		Z1.2		Z1.3		Z1.4		Z2.1		Z2.2		Z2.3		Z2.4		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3											
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	3	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1										
1	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	5	5	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5		
2	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	5	3	4	4	5	5	3	3	5	3	5	4	3	4	3				
3	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5			
4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	5	4	4	3	4	5	3	3	3	4	3	5	5	4	5	3	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	
5	3	4	3	5	5	4	4	5	5	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5		
6	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	5	3	5	3	4	5	5	3	4	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3		
7	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	5	3	4
8	3	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	5	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3		
9	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5		
10	4	3	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5			
11	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	
12	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	2	4	4	3	4	3	4	
13	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
14	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
17	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	
19	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	1	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	5	4	4	4	2	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	2	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
28	5	4	3	3	4	4	5	5	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

DAFTAR HASIL PERHITUNGAN KUESIONER USAHA KECIL PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

NO	X1 (Motivasi Wirausaha)									X2 (Modal Sosial)						Z1 (Literasi Keuangan)								Z2 (Inklusi Keuangan)								Y (Kinerja Usaha Kecil)																				
	X1.1			X1.2			X1.3			X2.1		X2.2		X2.3		Z1.1		Z1.2		Z1.3		Z1.4		Z2.1		Z2.2		Z2.3		Z2.4		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Y2.8	Y2.9									
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	3	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1									
29	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
30	5	4	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4			
31	5	4	5	5	1	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
32	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4				
33	5	4	2	2	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	3	2	2	5	5	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4		
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
36	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	1	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
37	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5				
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
39	5	4	3	2	3	4	5	5	4	3	5	3	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	2	4	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5			
40	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	4	4	5	5	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4				
41	5	4	4	3	2	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
42	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
43	4	2	3	4	4	4	3	4	5	3	5	4	2	3	4	3	3	5	3	4	5	3	5	5	4	4	3	1	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3		
44	5	4	4	3	3	3	5	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
45	5	4	4	2	3	3	3	5	5	3	4	5	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
46	4	3	4	3	3	4	5	5	5	3	5	4	4	3	5	5	4	5	2	3	3	3	2	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
47	4	3	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	2	
48	5	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5		
50	4	4	5	2	4	4	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5		
51	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	2	4	5	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
52	5	4	4	3	4	4	5	5	4	3	5	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	2	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	
53	5	4	3	3	4	2	5	1	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
54	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	
55	4	4	3	3	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
56	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	2	2	5	5	4	2	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	

DAFTAR HASIL PERHITUNGAN KUESIONER USAHA KECIL PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

NO	X1 (Motivasi Wirausaha)									X2 (Modal Sosial)						Z1 (Literasi Keuangan)												Z2 (Inklusi Keuangan)								Y (Kinerja Usaha Kecil)															
	X1.1			X1.2			X1.3			X2.1		X2.2		X2.3		Z1.1			Z1.2			Z1.3			Z1.4			Z2.1			Z2.2			Z2.3			Z2.4			Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Y2.8	Y2.9
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	3	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1					
57	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	1	4	3	5	5	3	3		
58	5	3	2	3	4	4	5	4	4	3	5	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	5	3	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	5	5	5	2	5	4	3	3			
59	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	2	5	5	4	5	5	5	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3			
60	4	5	4	4	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	5	3	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3					
61	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4				
62	4	4	3	2	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3					
63	4	4	4	3	4	3	5	3	5	4	5	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3		
64	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3				
65	4	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3				
66	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3			
67	4	4	4	3	1	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3					
68	5	4	4	5	4	4	5	5	4	2	4	2	3	3	3	4	4	4	1	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	1	4	2	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4			
69	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3			
70	5	5	2	3	3	4	5	5	5	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	5	5	3	4		
71	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	1	3	2	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	3	3	4		
72	5	4	5	4	2	4	1	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	2	2	1	3	4	4	4	4	4	3	5	3	2	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	2			
73	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	2	4	3	3	2		
74	3	3	3	3	4	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	4	5	5	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3		
75	2	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	4	2	4	5	4	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	
76	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	4	2	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3				
77	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	5	5	2	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3			
78	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3				
79	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	5	3	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	4	2	3	2				
80	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	5	4	3	2	3		
81	3	4	3	5	5	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	2	2	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	3				
82	4	2	4	3	3	4	4	5	5	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	2	2	3	3	3		
83	2	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4		
84	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	1	4	3	3	2	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5		

DAFTAR HASIL PERHITUNGAN KUESIONER USAHA KECIL PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

NO	X1 (Motivasi Wirausaha)									X2 (Modal Sosial)						Z1 (Literasi Keuangan)								Z2 (Inklusi Keuangan)								Y (Kinerja Usaha Kecil)																		
	X1.1			X1.2			X1.3			X2.1		X2.2		X2.3		Z1.1		Z1.2		Z1.3		Z1.4		Z2.1		Z2.2		Z2.3		Z2.4		Y1.1		Y1.2		Y1.3		Y2.1		Y2.2		Y2.3								
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1							
85	4	2	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3	3	2	2	2	4	3	4	5	5	5	3	3	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4			
86	4	2	4	5	5	3	5	4	4	3	5	5	3	4	4	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
87	1	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3			
88	3	2	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	3	3	3			
89	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3		
90	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
91	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	2	3	3	3	5	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	
92	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	
93	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2	4	5	3	4	3	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	
94	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	5	5	5	3	3	3	2	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
95	5	5	4	3	4	3	5	5	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	2	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	5	3	3	3	3	4	5	5	
98	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	
99	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	3	3	2	3	3	5	3	3	3	3	4	3	2	3	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
##	5	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4

