

**PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA BISNIS PADA USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Budhi Santoso
Nomor Mahasiswa : 14311606
Jurusan : Manajemen Operasi

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2020**

**PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA BISNIS PADA USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Ditulis diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
Memperoleh gelar strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Budhi Santoso
Nomor Mahasiswa : 14311606
Jurusan : Manajemen Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE Universitas Islam Indonesia. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini tidak benar maka saya sanggup menerima skripsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Februari 2021

Penulis,



Budhi Santoso

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA BISNIS PADA
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan Oleh:

Nama : Budhi Santoso
Nomor Mahasiswa : 14311606
Jurusan : Manajemen Operasi

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 7 Juli 2020

*Acc
ath d. syihan
Zulian Yamit*

(Zulian Yamit, Drs. M.Si)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA BISNIS PADA USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI KOTA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : BUDHI SANTOSO

Nomor Mahasiswa : 14311606

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Kamis, 10 Desember 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



Penguji : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

PERSEMBAHAN

Rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT

Skripsi ini kupersembahkan dengan tulus hati dan rasa cinta yang paling dalam

Kepada:

Bapak dan Ibunda tercinta

Terima Kasih atas kasih sayang, doa, perhatian, dorongan dan pengertiannya

Teruntuk seseorang yang sangat kucintai dan kusayangi dengan segala

Kesabaran dan ketulusannya

Dan

Almamaterku



MOTTO

- *Sesungguhnya yang Ku-gariskan ini adalah jalan-Ku yang lurus, karena itu ikutilah! Dan janganlah diikuti jalan-jalan yang lain, nanti kamu akan berantakan dari jalan Tuhan. Begitulah yang diperintahkan Tuhan kepadamu semoga kamu bertaqwa”.*

(QS. Al An’Aam: 153)

- *Sesungguhnya sesudah kesukaran ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan, maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh, dan hanya kepada Tuhanmu, hendaklah engkau berharap”.*

(QS. Al Insyiraah : 6-8)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT bahwa penulis telah dapat menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Lingkungan internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Tentunya penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan penuh dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Yogyakarta
2. Bapak Zulian Yamit, Drs. M.Si., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk yang sangat bermanfaat sejak dimulai hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Arif Hartono, SE., MHRM., Ph.D., Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
4. Bapak, dan Ibu tercinta, yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

5. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Namun seberapa baiknya hasil penelitian ini, penulis menyadari masih banyak kekurangannya, dan sepenuhnya merupakan tanggung jawab penulis. Akhir kata penulis pasrahkan Kehadirat Allah SWT, semoga segala bantuan dan pengorbanan yang telah Bapak, Ibu, serta Saudara-saudara sekalian berikan kepada penulis kiranya akan mendapat balasan dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perusahaan, almamater serta yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Yogyakarta, 02 Febuari 2020

Penulis
(Budhi Santoso)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja UMKM.....	13

2.2.2 Kinerja.....	23
2.2.3 Keunggulan Bersaing.....	27
2.2.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1 Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing..	33
2.3.2 Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing	34
2.3.3 Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Kinerja.....	35
2.3.4 Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja.....	36
2.3.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja.....	37
2.4 Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Obyek dan Waktu Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	42
3.7 Variabel Penelitian.....	44
3.8 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	49

3.10 Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Identitas Responden	55
4.2 Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	60
4.4 Analisis Inferensial.....	66
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.2 Pengujian Model Penelitian.....	69
4.4.3 Analisis Jalur/Path.....	76
4.5 Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	

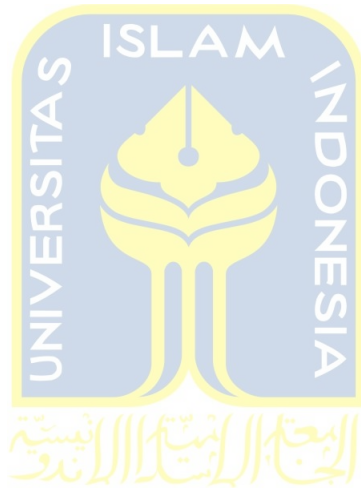


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identitas Responden.....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Internal (X1)	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Eksternal (X2).....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Z)	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Bisnis (Y).....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.7 Interval Skala.....	61
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Tentang Lingkungan Internal....	61
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Tentang Lingkungan Eksternal	63
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Tentang Kinerja Bisnis.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.15 Pengujian Model I.....	69
Tabel 4.16 Pengujian Model II.....	72
Tabel 4.17 Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing.....	77
Tabel 4.18 Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	76



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri dalam suatu Negara (Roghaye, 2013). Hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UMKM. Disamping itu, UMKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja. UMKM dituntut untuk melakukan pembenahan guna meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Diantaranya dengan cara menggunakan teknologi informasi (TI), penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar.

Di dalam era globalisasi ini dimana persaingan bisnis sangat ketat baik di pasar internasional atau global maupun di pasar domestik atau nasional, penguasaan keunggulan bersaing sangat diperlukan, sebab kalau tidak, perusahaan akan susah berkembang bahkan untuk mempertahankan hidup saja sulit. Berbagai aspek dari keunggulan bersaing yaitu peningkatan kualitas, persaingan harga, penggunaan desain kemasan produk yang menarik dan pelayanan penjualan yang memuaskan.

Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi industri kecil diantaranya pengaruh lingkungan internal dan eksternal (Novita, 2015). Keberhasilan ini tergantung dari kemampuan dalam mengelola kedua faktor ini melalui analisis

faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha. Lingkungan eksternal meliputi lingkungan makro dan mikro yang terdiri dari demografi, politik, teknologi, ekonomi, sosial budaya, suplier, konsumen, pesaing, distributor, institusi pemerintah, tenaga kerja, dan kreditor (Novita, 2015). Lingkungan internal termasuk faktor-faktor dalam lingkungan bisnis yang sebagian besar dapat dikendalikan oleh organisasi bisnis (Novita, 2015). Tantangan dalam lingkungan internal bisnis, termasuk kompetensi manajemen dan keterampilan, pengetahuan keuangan yang terbatas dan kurangnya pelatihan manajemen bisnis, kemampuan teknologi.

Pengamatan lingkungan merupakan akuisisi dan penggunaan informasi mengenai kejadian-kejadian, tren-tren, dan hubungan-hubungan dalam suatu lingkungan eksternal organisasi, dimana merupakan pengetahuan yang akan dapat membantu manajemen dalam merencanakan tindakan di masa mendatang (Choo, 1999). Lebih lanjut Xu (1999) mengemukakan salah satu ciri utama dari pemasaran berorientasi strategik adalah adanya interaksi dengan lingkungan eksternal dengan mendapatkan sinyal-sinyal penting. Beal (2000) mengemukakan dua ukuran dalam pengamatan lingkungan yaitu seberapa sering para manajer memonitor lingkungan dan seberapa luas cakupannya.

Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus memiliki keunggulan kompetitif seperti yang dikatakan oleh Kathandaraman dan Wilson (2001) yang menyatakan bahwa kunci sukses perusahaan dalam persaingan bisnis adalah memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang terletak pada kemampuan perusahaan dalam membedakan diri dengan pesaingnya. Tingginya

persaingan tentunya secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi kinerja bisnis mereka, adanya perubahan yang begitu cepat khususnya dalam bidang teknologi akan menjadi ancaman serius bagi mereka dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya jika tidak melakukan adaptasi dengan cepat. Persaingan usaha yang tinggi mewajibkan sebuah organisasi untuk bisa melakukan penyesuaian atau adaptasi pada lingkungan yang selalu berubah, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing akan memberikan nilai tambah tersendiri bagi para konsumennya, ini menjadikan kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan akan menjadi lebih baik yaitu perusahaan akan lebih efisien dan efektif.

Keunggulan kompetitif diartikan berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan melaksanakan strategi generik ke dalam praktek. Keunggulan bersaing merupakan determinan utama bagi kinerja perusahaan (Porter, 2008). Keunggulan diferensiasi produk dan layanan merupakan dorongan utama kinerja pemasaran perusahaan (Ferdinand, 2000). Setyawati dan Abrilia (2013) menyatakan agar perusahaan memperoleh keuntungan dari penerapan strategi, maka harus melalui keunggulan bersaing. Mulyanto dan Sugiarti (2017) menjelaskan agar tidak tergerus oleh persaingan globalisasi, maka organisasi bisnis harus menciptakan strategi bersaing agar memiliki kinerja terbaik. Temuan studi Purnama dan Setiawan (2003) menunjukkan bahwa keunggulan bersaing bidang pemasaran atau kompetensi pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dalam bentuk pangsa pasar dan pertumbuhan pasar. Studi

Teeratansirikool, Siengthai, Badir, dan Charoengam (2013) menemukan, secara umum semua strategi bersaing berpengaruh meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Di dalam era globalisasi ini dimana persaingan bisnis sangat ketat baik di pasar internasional atau global maupun di pasar domestik atau nasional, penguasaan keunggulan bersaing sangat diperlukan, sebab kalau tidak, perusahaan akan susah berkembang bahkan untuk mempertahankan hidup saja sulit. Persaingan usaha yang tinggi mewajibkan sebuah organisasi untuk bisa melakukan penyesuaian atau adaptasi pada lingkungan yang selalu berubah, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus memiliki keunggulan kompetitif karena ini merupakan kunci sukses dalam persaingan bisnis guna mempertahankan keunggulan kompetitif yang membedakan diri dengan pesaingnya.

Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing akan memberikan nilai tambah tersendiri bagi para konsumennya, ini menjadikan kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan akan menjadi lebih baik yaitu perusahaan akan lebih efisien dan efektif. Perusahaan yang menginginkan kinerjanya lebih baik harus memiliki keunggulan bersaing agar memiliki kinerja terbaik. Sehubungan dengan ini,

apakah keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan mampu meningkatkan pengaruhnya terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta yang juga dipengaruhi oleh lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh lingkungan internal terhadap keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
5. Mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
6. Mengetahui pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.

7. Mengetahui pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian skripsi ini diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai materi yang berkaitan dengan lingkungan internal dan eksternal dalam mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Kota Yogyakarta.

2. Bagi Akademik

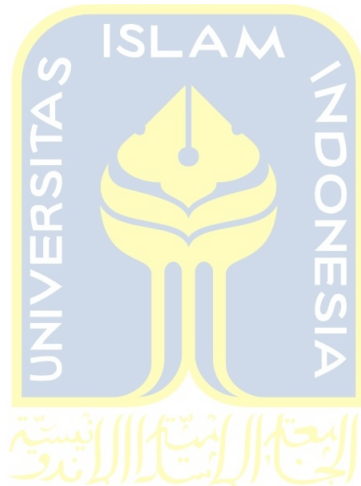
Penelitian ini bisa menjadi acuan bagi mahasiswa lain yang akan maupun sedang melakukan penelitian dalam bidang yang sama dengan obyek dan lokasi penelitian berbeda.

3. Bagi UMKM

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai rujukan UMKM yang ada di Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kinerja bisnisnya dengan mengetahui lingkungan baik yang bersumber internal maupun eksternal yang turut mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja UMKM.

4. Bagi Pengembangan Teori

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu lingkungan internal dan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, penelitian tersebut diantaranya adalah :

1. Penelitian Riyanto (2018), yang meneliti dengan judul “Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM) di Madiun”. Tujuan penelitian yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja UMKM di Madiun. subyek penelitian diambil sebanyak 107 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive random sampling. Analisis Data menggunakan SEM Amos. Hasil penelitian menunjukkan lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun. Lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun. Lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM) di Madiun. Lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM) di Madiun. Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM) di Madiun.

2. Penelitian Dahlia *et al* (2015), yang meneliti dengan judul “Pengaruh Kompetensi Entrepreneur, Penggunaan Teknologi Informasi, Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Menuju Asean Economic Community 2015”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha, penggunaan teknologi informasi, inovasi terhadap keunggulan kompetitif terhadap Masyarakat Ekonomi Asean 2015. Desain / metodologi / pendekatan - Penelitian ini adalah penelitian penjelasan. Penelitian ini dilakukan di Pusat Sutera Wajo provinsi Sulawesi Selatan dan Polman juga dijuluki sebagai Kota Sutera. Teknik pengumpulan data adalah penyebaran kuesioner untuk 100 Industri Sutra, wawancara dan dokumentasi. Instrumen diuji dengan reliabilitas Spearman dan Cronbach Alpha dan asumsi klasik. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha, penggunaan teknologi informasi, dan inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun simultan.
3. Penelitian Novita (2015), yang meneliti dengan judul “Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Kecil Dan Menengah Di Bandung, Jawa Barat”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan internal terhadap keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yakni deskriptif dan eksplanatori survey. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 140 pengusaha IKM di Bandung, Jawa Barat, yang ditentukan dengan teknik sampel yaitu

proporsional cluster random sampling. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan statistika multivariate dengan alat uji Partial Least Square (PLS). Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan program smartPLS 2.0 dan SPSS versi window. Hasil penelitian menunjukkan lingkungan eksternal dan lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing IKM secara simultan.

4. Penelitian Kadarningsih (2013), yang meneliti dengan judul “Keunggulan Bersaing: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja *Selling-In* (Studi pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang)”. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan outlet, diferensiasi, citra perusahaan, kualitas hubungan dengan outlet, dan adaptabilitas lingkungan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini juga menguji pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja *selling-in* di outlet-outlet binaan PT. Indosat Semarang. Sampel penelitian yang digunakan berjumlah 123 outlet dan menjadi distributor Indosat lebih dari 1 tahun berada di Wilayah Kota Semarang dan minimal 60% di branding identitas Indosat. Alat analisis data yang dipakai adalah Structural Equation Model (SEM) dari paket statistik AMOS. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan searah antara variabel-variabel kualitas pelayanan outlet, diferensiasi, citra perusahaan, kualitas hubungan dengan outlet, adaptabilitas lingkungan terhadap keunggulan bersaing. Dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang searah terhadap kinerja *selling-in*.

5. Penelitian Asyhari *et al* (2018), yang meneliti dengan judul “Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UMKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan, dan adaptasi lingkungan bisnis terhadap kinerja bisnis UKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menyelidiki peran mediasi keunggulan kompetitif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 pengusaha UKM di pusat batik Jawa Tengah, yang diambil menggunakan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas strategi bisnis dan etika perilaku penjual secara parsial berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Temuan kedua menunjukkan kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan, kemampuan beradaptasi lingkungan bisnis, dan keunggulan kompetitif parsial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Tabel 2.1
 Penelitian Terdahulu

Judul dan Peneliti	Tujuan	Variabel	Analisis Data	Kesimpulan
Riyanto (2018), Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM) di Madiun	Menganalisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja UMKM	<ul style="list-style-type: none"> - lingkungan internal - lingkungan eksternal - keunggulan bersaing - kinerja 	SEM Amos	<ul style="list-style-type: none"> - Lingkungan internal mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing - Lingkungan eksternal mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing - Lingkungan internal mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja - Lingkungan eksternal mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja. - Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja
Dahlia <i>et al</i> (2015), Pengaruh Kompetensi Entrepreneur, Penggunaan Teknologi Informasi, Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Menuju Asean Economic Community 2015	Mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha, penggunaan teknologi informasi, inovasi terhadap keunggulan kompetitif	<ul style="list-style-type: none"> - kompetensi wirausaha - penggunaan teknologi informasi - inovasi - keunggulan kompetitif 	Regresi Berganda	Kompetensi wirausaha, penggunaan teknologi informasi, dan inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun simultan
Novita (2015), Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Kecil Dan Menengah Di Bandung, Jawa Barat	Mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan internal terhadap keunggulan bersaing	<ul style="list-style-type: none"> - lingkungan eksternal - lingkungan internal - keunggulan bersaing 	SEM PLS (<i>Partial Least Square</i>)	Lingkungan eksternal dan lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing
Kadarningsih (2013), Keunggulan Bersaing: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja <i>Selling-In</i> (Studi pada Outlet	Menguji pengaruh kualitas pelayanan outlet, diferensiasi, citra perusahaan,	<ul style="list-style-type: none"> - kualitas pelayanan - diferensiasi, - citra perusahaan - kualitas hubungan dengan 	SEM Amos	Ada pengaruh yang positif dan searah antara variabel-variabel kualitas pelayanan outlet, diferensiasi, citra perusahaan, kualitas hubungan dengan outlet,

Binaan PT. Indosat Semarang)	kualitas hubungan dengan outlet, dan adaptabilitas lingkungan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja	<ul style="list-style-type: none"> - outlet - adaptabilitas lingkungan - keunggulan bersaing - kinerja 		adaptabilitas lingkungan terhadap keunggulan bersaing. Dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang searah terhadap kinerja selling-in
Asyhari <i>et al</i> (2018), Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UMKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah	Menganalisis pengaruh kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan, dan adaptasi lingkungan bisnis terhadap kinerja	<ul style="list-style-type: none"> - kualitas strategi bisnis - etika perilaku penjual - inovasi proses - perspektif orientasi kewirausahaan - adaptasi lingkungan bisnis - kinerja 	SEM PLS (<i>Partial Least Square</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas strategi bisnis dan etika perilaku penjual secara parsial berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. - Kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan, kemampuan beradaptasi lingkungan bisnis, dan keunggulan kompetitif parsial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja UMKM

Lingkungan bisnis didefinisikan sebagai faktor di dalam dan di luar organisasi yang mempengaruhi kelanjutan dan kesuksesan dari keberadaan organisasi. Lingkungan Bisnis dianggap memainkan peran penting dalam pertumbuhan UMKM (Delmar dan Wiklund, 2008). Faktor-faktor di dalam bisnis dikenal sebagai lingkungan internal dan faktor di luar bisnis adalah lingkungan eksternal. Menurut Beck dan Maksimovic (2004), pertumbuhan lingkungan internal dan eksternal penting untuk pertumbuhan UMKM. Pertumbuhan UMKM

akan dipengaruhi secara negatif atau positif oleh perubahan dalam lingkungan bisnis (Zhang *et al*, 2014).

1. Lingkungan internal

Lingkungan internal termasuk faktor-faktor dalam lingkungan bisnis yang sebagian besar dapat dikendalikan oleh organisasi bisnis (Kolstad dan Wiig, 2015). Tantangan dalam lingkungan internal bisnis, termasuk kompetensi manajemen dan keterampilan, pengetahuan keuangan yang terbatas dan kurangnya pelatihan manajemen bisnis, kemampuan teknologi. Penelitian ini akan membahas lingkungan internal yang meliputi berbagai faktor, yaitu: kompetensi dan keterampilan manajerial, akses keuangan dan kemampuan teknologi.

a. Kompetensi dan keterampilan manajerial

Kompetensi atau kemampuan didefinisikan sebagai suatu sifat dasar seseorang yang dengan sendirinya berkaitan dengan pelaksanaan suatu pekerjaan secara efektif atau sangat berhasil (Ardiana *et al*, 2010). Ketidaksamaan dalam kompetensi-kompetensi inilah yang membedakan seseorang pelaku unggul dari perilaku yang berprestasi rata-rata. Untuk mencapai kinerja sekedar cukup atau rata-rata, diperlukan kompetensi batas (*threshold competencies*) atau kompetensi esensial. Kompetensi batas atau kompetensi istimewa untuk suatu pekerjaan tertentu merupakan pola atau pedoman dalam pemilihan karyawan (*personel selection*), Perencanaan pengalihan tugas (*succession planing*), penilaian kinerja (*performance appaisal*), dan pengembangan.

Kompetensi didefinisikan sebagai karakteristik yang mendasari seseorang dan berkaitan dengan efektifitas kinerja individu dalam pekerjaannya (Ardiana *et al*, 2010). Berangkat dari pengertian tersebut kompetensi seorang individu merupakan sesuatu yang melekat dalam dirinya yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kerjanya. Sesuatu yang dimaksud bisa menyangkut motif, konsep diri, sifat, pengetahuan maupun kemampuan/keahlian. Kompetensi individu yang berupa kemampuan dan pengetahuan bisa dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan. Sedangkan motif kompetensi dapat diperoleh pada saat proses seleksi.

Selanjutnya menurut Spencer dan Spencer (1993) kompetensi dapat dibagi atas 2 (dua) kategori yaitu “*threshold competencies*” dan “*differentiating competencies*”. *Threshold competencies* adalah karakteristik utama yang harus dimiliki oleh seseorang agar dapat melaksanakan pekerjaannya.

James (1996) telah mengidentifikasi tiga macam keterampilan dasar yaitu:

- 1) Keterampilan teknis yaitu, kemampuan manusia untuk menggunakan prosedur, teknik dan pengetahuan mengenai bidang khusus.
- 2) Keterampilan manusia yaitu, kemampuan untuk bekerja sama, memahami dan memotivasi orang lain sebagai individu atau kelompok.
- 3) Keterampilan konseptual yaitu, kemampuan untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan semua kepentingan dan aktivitas organisasi,

termasuk melihat organisasi secara keseluruhan, memahami bagaimana bagian-bagiannya saling tergantung, dan mengantisipasi bagaimana perubahan dalam suatu bagian tersebut akan mempengaruhi seluruh organisasi.

Manajerial kompetensi, memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Pengalaman manajerial, pendidikan, pengetahuan dan pengalaman awal digunakan untuk mengukur kompetensi manajerial (Kurniawan, 2014). Dalam sebuah studi diselidiki dimana pentingnya kompetensi manajemen dalam keberhasilan UMKM, ditemukan kurangnya kompetensi manajerial menjadi alasan utama mengapa UMKM gagal (Sundoro dan Retno, 2014). Pemilik-manajer usaha kecil memiliki pemahaman yang sangat mendasar tentang keuangan dan informasi akuntansi serta memiliki masalah serius dengan perencanaan keuangan. Pada saat yang sama, ditegaskan bahwa pemilik- manajer usaha kecil dan mikro memiliki sedikit pengetahuan tentang keuangan, dan menemukan bahwa mereka kurang memiliki keterampilan perencanaan keuangan dan bahkan tidak menghargai akan informasi yang diambil dari laporan keuangan (Sundoro dan Retno, 2014).

Kompetensi sumber daya manusia sebagai *intangibile asset* sebuah perusahaan mempunyai kemungkinan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Gerardo dan Raul, 2014), dan itulah sebabnya fokus pada manajemen pengetahuan menganggap manusia sebagai aset terpenting dalam perusahaan. Kompetensi entrepreneur adalah sumber daya yang paling

penting dan belajar adalah aset yang paling penting bagi seseorang dalam suatu organisasi .

Kompetensi Entrepreneur mengacu pada kemampuan individu untuk bertindak telah dalam situasi yang berbeda. Kompetensi Entrepreneur merupakan aset yang sangat penting karena tanpa adanya orang-orang tersebut, perusahaan tidak akan ada. Kompetensi ini tergantung dari beberapa faktor diantaranya: (1) pengetahuan eksplisit atau pendidikan formal, (2) Pelatihan/praktek, mengetahui bagaimana melakukan sesuatu yang memerlukan pelatihan dan praktek, (3) Pengalaman dan nilai-nilai, pengetahuan yang diperoleh pada praktek kerja (Gerardo dan Raul, 2014).

b. Akses ke keuangan

Salah satu tantangan utama yang ditunjukkan sebagai menghambat pertumbuhan dan kelangsungan hidup UMKM pemula adalah akses ke keuangan (Mazanai dan Fatoki, 2012). Pemrosesan kredit lembaga keuangan telah menjadi lebih kompleks, dan institusi telah menjadi lebih berhati-hati karena krisis keuangan, mempersulit UMKM untuk memahami prosedur dan keputusan dalam hal pemrosesan pinjaman. Sebelum krisis, akses ke keuangan sudah dianggap sebagai masalah bagi UMKM di banyak negara berkembang, mengakses dana yang mereka butuhkan untuk tumbuh dan berkembang. Bank tidak menyediakan UMKM dengan modal yang memadai di banyak negara-negara berkembang . sebagian besar UMKM bergantung pada keuangan internal, seperti kontribusi dari pemilik, keluarga dan teman-teman, yang seringkali tidak memadai bagi UMKM untuk bertahan hidup

dan tumbuh (Kolstad dan Wiig, 2015). Oleh karena itu, akses ke keuangan eksternal diperlukan untuk mengurangi dampak masalah arus kas untuk UMKM.

c. Kemampuan teknologi

Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Usaha kecil terus menghadapi tantangan pertumbuhan di negara berkembang seperti Indonesia, meskipun mendapat dukungan signifikan dari pemerintah dan organisasi lain, ini adalah karena kemampuan teknologi atau ketiadaannya (Arinaitwe, 2006). Usaha kecil masih terhambat oleh kekurangan implementasi teknologi, meskipun kemajuan teknologi secara global sudah berkembang. Tanpa teknologi ini, usaha kecil ini merasa sulit untuk melakukannya bisa bersaing atau tumbuh (Arinaitwe, 2006). UMKM di seluruh dunia, seperti di Cina dan India, tantangan umumnya adalah meningkatkan teknologi dan membangun kualitas produk. Cina, dengan

kelimpahan tenaga kerjanya murah, memiliki keunggulan komparatif dalam padat karya, dan industri berbiaya rendah.

Beberapa penelitian terdahulu terkait mengenai pentingnya teknologi informasi ini seperti penelitian Jabeur dan Egide (2013) menyatakan bahwa Lingkungan bisnis sekarang ini menuntut dan telah memaksa perusahaan untuk menggunakan teknologi informasi (TI) untuk tetap kompetitif. Kemampuan E-bisnis saat ini adalah salah satu faktor yang paling penting yang menawarkan keunggulan kompetitif bagi kebanyakan perusahaan. Dalam penelitiannya diketahui evolusi dari penerapan praktik e-bisnis antara 2002 dan 2009 dari persepsi terhadap adopsi yang sebenarnya oleh UMKM Quebec, Kanada. Hasilnya menunjukkan bahwa rendahnya tingkat adopsi teknologi tersebut dalam kelompok ini. Perusahaan yang berskala besar dan bertempat didaerah metropolitan mengadopsi solusi e-bisnis lebih cepat dan dalam volume yang lebih tinggi daripada perusahaan dilakukan di daerah pedesaan.

Pada penelitian ini, pengukuran variabel lingkungan internal yaitu sebagai berikut:

a. Kompetensi dan keterampilan manajerial

Pengukuran kemampuan teknologi ini mengadopsi dalam penelitian Dahlia *et al* (2015) yang terdiri dari delapan item yaitu:

- 1) Tingkat pendidikan
- 2) Latar belakang pendidikan
- 3) Frekuensi mengikuti pelatihan

- 4) Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan
- 5) Metode pelatihan yang digunakan
- 6) Kemampuan penguasaan instruktur
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana
- 8) Lamanya pengalaman kerja yang dimiliki

b. Akses keuangan

Pengukuran akses keuangan ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Kemudahan dalam mendapatkan kredit bank
- 2) Adanya kontribusi dari keluarga maupun teman
- 3) Bank menyediakan modal yang memadai bagi UMKM

c. Kemampuan teknologi

Pengukuran kemampuan teknologi ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Banyaknya kepemilikan komputer/laptop yang dimiliki
- 2) Bidang penggunaan teknologi informasi
- 3) Penggunaan internet

2. Lingkungan eksternal

Faktor-faktor seperti variabel ekonomi dan pasar; kejahatan dan korupsi, tenaga kerja, infrastruktur dan peraturan merupakan lingkungan eksternal (Olawale dan David, 2010). Bisnis harus membuat keputusan yang tidak hanya berurusan dengan peluang kelangsungan hidup bisnis, tetapi juga dengan pengembangan bisnis di lingkungan yang berubah di bawah persaingan

yang dinamis di mana kondisi setiap pesaing mencoba melakukannya hal-hal mustahil untuk bertahan hidup. Standar kompetitif berubah terus menerus karena konsumen mengubah kebutuhan dan harapan, perkembangan teknologi dan globalisasi pasar. Selama bertahun-tahun, persaingan di antara UMKM telah meningkat secara radikal. Kompetisi dan kesinambungan untuk UMKM melibatkan faktor-faktor seperti mengubah tren pasar, mengubah teknologi dan muncul teknik manajemen dan organisasi baru. Kelangsungan hidup UMKM semakin tergantung pada sejumlah faktor termasuk ketahanan UMKM untuk memfokuskan kembali beberapa strategi dan teknologi mereka (Gunasekaran *et al*, 2011).

Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial.

Competitive advantage atau keunggulan bersaing adalah kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan tidak dimiliki pesaingnya yang menjadikan perusahaan tersebut lebih unggul dibanding para pesaingnya. Beberapa strategi dapat dijalankan perusahaan untuk dapat meraih keunggulan berkompetisi. Perusahaan dapat meraih *competitive advantage* melalui dua cara yaitu (Craven dan Nigel, 2012):

1) *By lower cost*, yaitu kemampuan perusahaan untuk mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya.

2) *By differentiation*, yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai lebih (*superior value*) kepada konsumen *dengan* meningkatkan kualitas produk, memberikan produk yang unik atau spesial serta pelayanan jasa yang lebih baik dibanding pesaingnya.

a. Globalisasi

Usaha kecil tidak bisa lagi menganggap diri mereka sebagai bisnis domestik dalam lingkungan global yang ketat dan kompetitif. Untuk bisnis di seluruh dunia, menuju globalisasi bukanlah preferensi atau soal pilihan, tetapi lebih merupakan keharusan. Kegagalan untuk menumbuhkan pasar global bisa menjadi kesalahan dalam memajukan bisnis modern, berapa pun ukurannya. Menjadi bisnis yang sukses harus menganggap diri mereka sebagai bisnis tanpa batas. Menuju globalisasi dapat menempatkan tekanan luar biasa pada sebuah perusahaan kecil (Scarborough et al., 2009). Padahal tren menuju konvergensi telah berkembang selama beberapa waktu, seperti langkahnya dalam mempercepat dan menciptakan peluang global. Dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang mencengangkan seperti negara-negara Cina dan India, pemilik bisnis kecil tidak bijaksana untuk mengabaikan peluang di luar negeri.

b. Regulasi

Keberhasilan dalam sektor usaha kecil terus menerus terancam oleh alokasi sumber daya miskin dan pengaturan berlebihan. Peraturan dalam mengatur pendirian bisnis sangat rumit dan saling bertentangan. Mollentz dalam Olawale dan David (2010) berpendapat bahwa beberapa UMKM tidak mematuhi, karena beberapa peraturan memakan waktu dan mahal. Namun, sebagian besar UMKM tidak memahami hukum yang mengatur mereka, membuatnya menjadi sulit sesuai. Pemilik UMKM Afrika Selatan memiliki keyakinan akan mengalami kerugian bahwa hukum perburuhan yang kaku di negara itu untuk menjadikan pertumbuhan bisnis kondusif. Berkaitan dengan kebijakan pemerintah, kebijakan di negara tersebut terburuk di dunia dalam hal efisiensi pasar tenaga kerja. Peraturan ketenagakerjaan sebagai salah satu faktor paling membatasi untuk melakukan bisnis di Afrika Selatan untuk bisnis yang bergantung pada tenaga kerja. Afrika Selatan memiliki kebijakan perburuhan yang sangat ketat dan peraturan ketenagakerjaan yang baru diundangkan dirasakah lebih ketat daripada kebijakan yang sudah ada sebelumnya.

c. Ekonomi makro

Lingkungan ekonomi makro seperti inflasi, suku bunga dan pengangguran adalah faktor yang berpengaruh negatif terhadap keberhasilan usaha kecil dalam empat daerah perkotaan di Afrika Selatan (Olawale dan David, 2010). Suku bunga rendah dan tingkat inflasi tinggi adalah salah satu hal karakteristik lingkungan ekonomi di Afrika Selatan. Penurunan ekonomi

global telah menjadi salah satu alasan negara ini mengalami penurunan ekonomi. Variabel makroekonomi menyebabkan peningkatan biaya dan mengurangi laba UMKM yang akan mengalihkan investasi untuk memastikan pertumbuhan dan kesuksesan bisnis. Inflasi tidak hanya mempengaruhi UMKM, tetapi juga konsumen mereka, hal itu meningkatkan biaya barang dan mengurangi pendapatan per kapita.

Lingkungan eksternal dalam penelitian ini meliputi: kompetisi, globalisasi, regulasi, dan ekonomi makro

a. Kompetisi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari dua item yaitu:

- 1) Mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya
- 2) Menghasilkan nilai lebih (*superior value*) kepada konsumen dibanding pesaingnya

b. Globalisasi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Melakukan ekspor dalam penjualan produk
- 2) Memanfaatkan teknologi internet dalam pemasaran

c. Regulasi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Kemudahan dalam mendapatkan izin usaha
- 2) Keberadaan undang-undang yang berpihak pada UMKM
- 3) Dukungan pemerintah

d. Ekonomi makro

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari empat item yaitu:

- 1) Perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial ekonomi politik
- 2) Perusahaan mampu beradaptasi terhadap kelangkaan dan kelimpahan sumber daya
- 3) Perusahaan mampu beradaptasi dengan kondisi persaingan usaha yang ketat
- 4) Perusahaan mampu beradaptasi dengan karakteristik industri

2.2.2 Kinerja

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi, dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut (Bastian, 2001). Menurut Menurut Basri dan Rivai (2005) pengertian kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil seperti yang diharapkan. Hal ini juga dinyatakan oleh Bambang Guritno dan Waridin (2005) kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dengan standar yang telah ditentukan. Menurut Hakim (2006) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja yang dicapai oleh

individu yang disesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut dalam suatu perusahaan pada suatu periode waktu tertentu, yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu dari perusahaan dimana individu tersebut bekerja. Kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dengan standar yang telah ditentukan (Masrukhin dan Waridin, 2004).

Kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan yang diukur setiap jangka waktu yang telah ditentukan. Hasil ini dapat dikatakan sebagai nilai dari setiap aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang dibuat dan pelaksanaannya adalah tepat atau malah sebaliknya. Pelham dan Wilson (1996) mendefinisikan kinerja pemasaran perusahaan sebagai sukses produk baru dan pengembangan pasar, dimana kinerja pemasaran perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar.

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan. Ferdinand (2000) menyatakan bahwa kinerja pemasaran merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik. Selanjutnya Ferdinand juga menyatakan bahwa

kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama nilai, yaitu nilai penjualan, pertumbuhan penjualan, dan porsi pasar.

Wahyono (2002) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan akan bergantung pada berapa jumlah pelanggan yang diketahui tingkat konsumsi rata-ratanya yang bersifat tetap. Nilai penjualan menunjukkan berapa rupiah atau berapa unit produk yang berhasil dijual oleh perusahaan kepada konsumen atau pelanggan, Semakin tinggi nilai penjualan mengindikasikan semakin banyak produk yang berhasil dijual oleh perusahaan.

Beberapa ahli mengungkapkan bahwa ukuran kinerja perusahaan yang paling sering digunakan dalam penelitian empiris adalah kinerja keuangan (*financial performance*), kinerja operasional (*operational performance*), dan kinerja berbasis pasar (*market-based performance*) (Jahanshahi *et al*, 2012) dalam jurnal penelitian Suharto dan Devie (2013).

1. Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kekurangan dari semua pengukuran berbasis data akuntansi adalah fokusnya pada kinerja yang sudah lalu. Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan. Maka, kinerja perusahaan tidak dapat diukur hanya berdasarkan pengukuran berbasis data akuntansi saja. Beberapa ahli menggunakan tingkat pengembalian atas penjualan (*return on sales*), profitabilitas, pertumbuhan penjualan, perbaikan produktivitas kerja, dan perbaikan biaya produksi untuk mengukur kinerja keuangan.

2. Kinerja Operasional

Selain mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kinerja keuangan, penting pula untuk mengukur berdasarkan kinerja non-keuangan. Penggunaan konsep *balanced scorecard* yang semakin bertambah menunjukkan bahwa kinerja non-keuangan juga merupakan aspek yang penting dalam pengukuran kinerja perusahaan. Kinerja non-keuangan ini juga dikenal sebagai kinerja operasional dimana aspek-aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang sudah ada, namun belum terealisasi secara keuangan. Kinerja operasional ini dapat diukur dengan menggunakan pengukuran seperti pangsa pasar (*market share*), peluncuran produk baru, kualitas, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan.

3. Kinerja Berbasis Pasar

Kinerja berbasis pasar secara keseluruhan akan terpengaruh ketika pasar mengetahui informasi mengenai operasional perusahaan yang tidak termasuk dalam hasil kinerja keuangan. Ukuran kinerja berbasis pasar ini meliputi: tingkat pengembalian pada pemegang saham, *market value added* dan keuntungan tahunan.

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari empat item yaitu:

- a. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan laba penjualan
- b. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan jumlah

- c. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar
- d. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan

2.2.3 Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing menurut Porter (1993) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Konsep keunggulan bersaing perusahaan banyak dikembangkan dari strategi generik yang dikemukakan oleh Porter (1993). Hal-hal yang dapat mengindikasikan variabel keunggulan bersaing adalah imitabilitas, durabilitas, dan kemudahan menyamai. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan perusahaan pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. Bila kemudian perusahaan mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing (Aaker,1995) Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, keunggulan bersaing dipandang sebagai sesuatu yang dapat digunakan dalam atau sebagai strategi perusahaan. Keunggulan bersaing dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai keseluruhan, berasal dari banyak aktivitas yang berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung penjualan (Porter,1993). Sehingga keunggulan

bersaing adalah suatu posisi yang masih dikerjakan organisasi sebagai upaya mengalahkan pesaing.

Pendekatan *resources based* (RB) memandang aktivitas ekonomi atau bisnis dari sisi pemanfaatan sumber daya dan kapabilitasnya, bukan menurut pasar yang dilayani. Pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas ini dalam rangka membangun daya saing yang diarahkan kepada usaha-usaha menangkap berbagai peluang mengatasi berbagai ancaman dalam persaingan, sehingga dari kondisi ini dibangun strategi untuk menghambat para pesaing berupa kesulitan untuk ditiru (Syafar, 2004). D'Aveni (1994) dalam (Syafar,2004:10) menyatakan keunggulan pada dasarnya dinamis, dan tidak bisa dipertahankan. Persaingan hari ini dan masa mendatang harus dipandang sebagai persaingan dengan dinamika tinggi bukan suatu yang statis sehingga kita perlu melalui hal tersebut dengan beberapa pemikiran strategi.

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Menurut Porter (1993) keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang sebuah perusahaan sebagai suatu keseluruhan, tetapi harus dari asal keunggulan bersaing itu, yaitu berbagai aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya.

Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing suatu perusahaan, menurut Li dan Rao dalam jurnal

penelitian Suharto dan Devie (2013) indikator tersebut meliputi : harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk, dan *time to market*.

1. Harga

Keunggulan daya saing dapat diperoleh apabila setiap perusahaan memiliki kemampuan untuk menyajikan setiap proses dalam operasi bisnisnya secara lebih baik dalam menghasilkan barang dan jasa yang mempunyai kualitas tinggi dengan harga yang bersaing. Sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing baik dari sisi kualitas, harga, penyerahan produk, dan fleksibilitas dibandingkan pesaingnya di pasar (Heizer dan Render, 2011).

2. *Quality*

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing sebuah produk. Koufteros (1995) mendefinisikan kualitas adalah “*the ability of an organization to offer product quality and performance that creates higher value for customers*”. maksudnya adalah sebuah produk dapat dikatakan mampu bersaing dipasaran jika perusahaan mampu menawarkan produk dengan memberikan nilai/manfaat lebih kepada customer. Jadi kualitas produk merupakan suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

3. *Delivery Dependability*

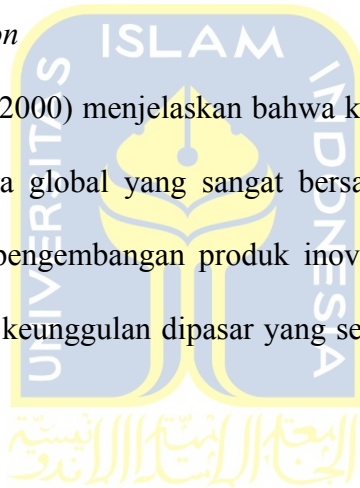
Delivery dependability is used to monitor a suppliers' performance in terms of delivering the product required by customers on time, orders delivered complete and with the best quality possible (Harrison dan Van Hoek, 2008). Waktu pengiriman dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan, saat perusahaan tersebut mampu untuk mengurangi waktu pengiriman pesanan konsumen atau mengurangi waktu penyediaan jasa kepada konsumen.

4. *Product Innovation*

Cooper (2000) menjelaskan bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam era global yang sangat bersaing ini. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan, sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan.

5. *Time to Market*

Time to market adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu memperkenalkan/meluncurkan produk baru yang lebih cepat daripada pesaing-pesaing lainnya. Pada saat perusahaan mampu meluncurkan produk barunya lebih cepat dibandingkan dengan pesaing, maka hal ini memungkinkan organisasi mampu merebut pangsa pasar terlebih dahulu bahkan mampu memimpin pasar dan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi.



Menurut Manurung *et al* (2016) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing suatu perusahaan meliputi :

1. Diferensiasi

Perusahaan mampu memproduksi produk yang memiliki ciri khas yang berbeda

2. Durabilitas

Perusahaan mampu memproduksi produk yang bertahan lama di pasaran

3. Imitabilitas

Perusahaan mampu menghasilkan produk yang susah ditiru pesaing

4. Keunggulan biaya

Perusahaan mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari empat item yaitu:

- a. Perusahaan mampu memproduksi produk yang memiliki ciri khas yang berbeda
- b. Perusahaan mampu memproduksi produk yang bertahan lama di pasaran
- c. Perusahaan mampu menghasilkan produk yang susah ditiru pesaing
- d. Perusahaan mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi

2.2.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 mengenai UMKM, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Bentuk UMKM dapat berupa perusahaan perseorangan, persekutuan, seperti misalnya firma dan CV, maupun perseroan terbatas. UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga, terutama berdasar jumlah aset dan omset sebagaimana tercantum di Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai berikut:

1. Usaha Mikro
 - a. Aset kurang dari Rp 50.000.000,00 dan memiliki kekayaan bersih kurang atau sama dengan Rp 50.000.000,00.

- b. Omset kurang dari Rp 300.000.000,00 dan memiliki hasil penjualan tahunan kurang dari Rp 300.000.000,00

2. Usaha Kecil

- a. Aset di atas Rp 50.000.000,00, di bawah atau sama dengan Rp 500.000.000,00 dan memiliki kekayaan bersih lebih Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk bangunan tempat usaha.

- b. Omset di bawah Rp 300.000.000,00, di atas atau sama dengan Rp 2.500.000.000,00 dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.

3. Usaha Menengah

- a. Aset kurang dari Rp 500.000.000,00, lebih atau sama dengan Rp 10.000.000,00 dan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- b. Omset lebih dari Rp 2.500.000.000,00, kurang atau sama dengan Rp 50.000.000.000,00 dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing

Lingkungan internal menurut Hubeis dan Mukhamad (2008) adalah lingkungan organisasi yang berada dalam organisasi dan secara normal memiliki

implikasi langsung dan khusus pada perusahaan. Lingkungan internal perusahaan merupakan sumber daya perusahaan yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sumber daya perusahaan ini meliputi sumber daya manusia seperti pengalaman, kemampuan, pengetahuan, keahlian, dan pertimbangan dari seluruh pegawai perusahaan, sumber daya perusahaan seperti proses dan sistem perusahaan, termasuk strategi perusahaan, struktur, budaya, manajemen pembelian material, produksi/operasi, keuangan, riset dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi, dan sistem pengendalian, dan sumber daya fisik seperti pabrik dan peralatan, lokasi geografis, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi (Riyanto, 2018). Jika perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumberdaya tersebut maka sumber daya ini akan memberikan perusahaan *sustained competitive advantage* artinya bahwa lingkungan bisnis internal mempengaruhi daya saing UMKM (Kamble, 2010). Lingkungan internal ini dapat berdampak pada keunggulan bersaing perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha yang makin ketat, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya internal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ : Lingkungan internal berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

2.3.2 Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang berada diluar perusahaan yang memberikan kesempatan dan juga ancaman terhadap perusahaan. Lingkungan eksternal ini antara politik, teknologi, ekonomi, sosial budaya, supplier, konsumen, pesaing, distributor, institusi pemerintah, tenaga kerja, dan kreditor (Novita, 2015). Kondisi lingkungan eksternal perusahaan dapat digambarkan dalam sebuah kontinum, dari kondisi yang menguntungkan sampai kondisi tidak ramah. Lebih jauh dinyatakan bahwa lingkungan eksternal ditandai dengan iklim industri yang tidak menentu, persaingan yang ketat, dan perubahan yang mendadak. Sehingga kondisi lingkungan yang seperti ini peluang yang tersedia relatif sedikit. Sebaliknya lingkungan eksternal yang menguntungkan mencerminkan kondisi sektor-sektor lingkungan yang relatif stabil, aman, serta tersedia peluang pasar dan sumber investasi yang berlimpah. Stabilitasnya lingkungan eksternal dapat membuat perusahaan memiliki keunggulan bersaing dalam menjalankan usahanya dalam persaingan yang ketat, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya eksternal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₂ : Lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

2.3.3 Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Kinerja

Analisis lingkungan perusahaan menurut Certo dan Peter dalam Wuisang (2009) merupakan proses memonitor lingkungan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, kekuatan dan kelemahan yang ada pada saat ini serta yang akan datang, yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Dengan mempelajari variabel-variabel lingkungan tersebut, maka perusahaan berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal (kekuatan dan kelemahan) dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dapat menghadapi persaingan di pasar global (Wheelen dan Hunger, 2001). Lingkungan internal perlu dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan, karena kekuatan internal perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya internal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang meningkat. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₃ : Lingkungan internal berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

2.3.4 Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja

Lingkungan eksternal diketahui mempunyai peranan yang besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial proses, dan struktur organisasi (Keats dan Hitt, 1998). Pengaruh perencanaan strategi terhadap kinerja perusahaan yang dipengaruhi ketidakpastian lingkungan merupakan suatu yang sangat kritikal. Ketidakpastian lingkungan yang tinggi akan berpengaruh terhadap proses perencanaan baik strategi maupun operasional. Hasil penelitian Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya internal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang meningkat. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₄ : Lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

2.3.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja

Keunggulan kompetitif diartikan berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan melaksanakan strategi generik ke dalam praktek. Keunggulan bersaing merupakan determinan utama bagi kinerja perusahaan (Porter, 2008). Setyawati dan Abrilia (2013) menyatakan agar perusahaan memperoleh keuntungan dari penerapan strategi, maka harus melalui keunggulan bersaing. Mulyanto dan Sugiarti (2017) menjelaskan agar tidak tergerus oleh persaingan globalisasi, maka organisasi bisnis harus menciptakan strategi bersaing agar memiliki kinerja terbaik. Studi Teeratansirikool *et al* (2013) menemukan,

secara umum semua strategi bersaing berpengaruh meningkatkan kinerja perusahaan, meskipun strategi diferensiasi perusahaan tidak memiliki dampak langsung terhadap kinerja perusahaan. hal ini diperkuat dengan penelitian dari Kadarningsih (2013) yang menyimpulkan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang searah terhadap kinerja. Asyhari *et al* (2018) menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif parsial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Riyanto (2018) menyatakan bahwa keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Kecil Menengah (UMKM). Hipotesis yang diajukan adalah:

H₅ : Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

2.3.6 Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja

Lingkungan internal perusahaan merupakan sumber daya perusahaan yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, semakin baik kekuatan internal perusahaan akan mendorong keunggulan bersaing. Selanjutnya tingginya keunggulan bersaing perusahaan akan menjadikan makin baiknya kinerja perusahaan. Hasil penelitian Riyanto (2018) menyebutkan bahwa lingkungan internal perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan kemudian keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₆ : Lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing

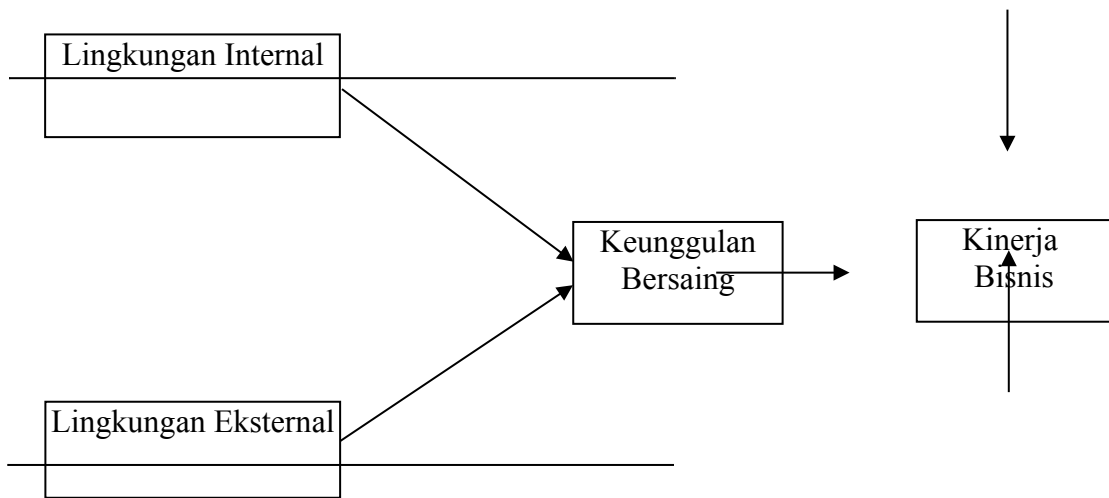
2.3.7 Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja

Stabilnya lingkungan eksternal dapat membuat perusahaan memiliki keunggulan bersaing dalam menjalankan usahanya dalam persaingan yang ketat, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya eksternal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif. Kemudian hasil penelitian Riyanto (2018) menyebutkan bahwa lingkungan eksternal perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan kemudian keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. Hipotesis yang diajukan adalah:

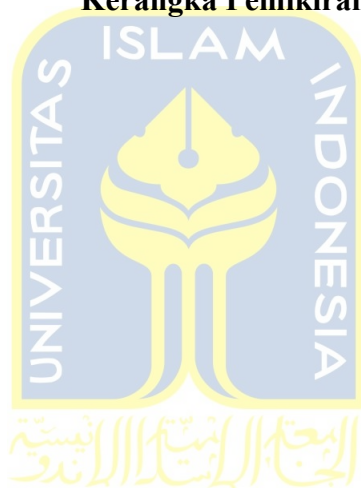
H₇: Lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing

2.4 Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan penggambaran tentang maksud dan tujuan dalam penelitian ini, maka dapat dikembangkan model atau kerangka konsep penelitian seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut ini.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dikarenakan data dalam bentuk angka-angka (Sekaran dan Bougie, 2013). Permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.

3.2 Obyek dan Waktu Penelitian

Obyek penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kota Yogyakarta. Rencana penelitian ini akan dilakukan pada bulan Oktober 2020 sampai dengan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian lengkap.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kota Yogyakarta. Pemerintah DI Yogyakarta mencatat pertumbuhan sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) di daerahnya cukup tinggi. Sampai dengan

akhir tahun 2018 tercatat 246.083 ribu unit dengan rincian seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut: (<http://bappeda.jogjaprov.go.id>).

Tabel 3.2
Jumlah UMKM Berdasarkan Skala Usaha
Kota Yogyakarta Tahun 2018

No	Skala Usaha	Jumlah
1	Usaha Mikro	141.991
2	Usaha Kecil	64.896
3	Usaha Menengah	39.196
Jumlah		246.083

Sumber : Bappeda, Yogyakarta (2019)

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi (Sekaran dan Bougie, 2013). Sampel penelitian ini adalah sebagian MUKM di Kota Yogyakarta.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2010). Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto (2010), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Berdasarkan pendapat Suharsimi tersebut dan dengan menggunakan pendekatan rumus Slovin (Umar, 2005), besarnya kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah sebesar 10%.

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

Dalam hal ini :

N = Populasi

n = Sampel

e = Persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel adalah sebesar 10%

$$n = \frac{246.083}{1 + 246.083 (0,10)^2}$$

$$n = 99,96$$

Dari perhitungan tersebut, maka besar sampel yang akan diambil dalam penelitian ini minimal adalah 99,96 responden, namun dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden pelaku usaha UMKM di Kota Yogyakarta.

Untuk masing-masing UMKM berdasarkan skala usaha agar setiap UMKM mempunyai proporsi yang sama, maka besar sampel dapat dicari dengan rumus :

$$n_i = \frac{N_i}{\sum N} \times n_0$$

Dalam hal ini :

n_i = Banyaknya sampel UMKM berdasarkan skala usaha

N_i = Banyaknya UMKM berdasarkan skala usaha

N_0 = Banyaknya sampel

$\sum N$ = Banyaknya populasi

Penarikan sampel yang dilakukan oleh peneliti didasarkan atas skala usaha pada UMKM di Kota Yogyakarta.

Besar sampel pada departemen adalah :

$$n_1 = \frac{141.991}{246.083} \times 100 = 57,70 \rightarrow 58$$

; Usaha Mikro

$$n_2 = \frac{64.896}{246.083} \times 100 = 26,37 \rightarrow 26$$

; Usaha Kecil

$$n_3 = \frac{39.196}{246.083} \times 100 = 15,93 \rightarrow 16$$

; Usaha Menengah

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel pada UMKM berdasarkan skala usaha yang akan digunakan disajikan pada Tabel 3.3

Tabel 3.3
Sampel UMKM Berdasarkan Skala Usaha

No	Skala Usaha	Populasi	Sampel
1	Usaha Mikro	141.991	58
2	Usaha Kecil	64.896	26
3	Usaha Menengah	39.196	16
Jumlah		246.083	100

Sumber : Bappeda, Yogyakarta (2019)

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik ini adalah sebagai kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan pada siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara tidak sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel,

bila dilihat orang yang memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data (Sekaran, 2011).

3.5 Jenis data penelitian

Data dalam penelitian ini merupakan data primer. Menurut Sekaran dan Bougie (2013) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik. Dalam hal ini data primernya adalah data yang diperoleh langsung dari jawaban responden mengenai lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.

3.6 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner. Menurut Sekaran dan Bougie (2013) Kuisisioner adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden mencatat jawaban mereka, jawaban biasanya lebih erat dengan pilihan tertentu. Penelitian ini mengutamakan untuk memperoleh data primer dengan fokus pada penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan tentang lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing, dan kinerja bisnis.

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert sendiri di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan pada 5 titik skala (Sekaran dan Bougie, 2013).

Keperluan analisis kuantitatif, dari masing-masing jawaban memiliki bobot atau skor yang berbeda, dari proses pemberian skor ini akan dihasilkan lima kategori jawaban, yaitu :

STS	= Sangat tidak setuju, dengan skor	1
TS	= Tidak setuju, dengan skor	2
R	= Ragu-ragu, dengan skor	3
S	= Setuju, dengan skor	4
SS	= Sangat setuju, dengan skor	5

Skala likert ini kemudian menskala individu yang bersangkutan, dengan menambah bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval, dengan jumlah kelas = 5, sehingga intervalnya dapat dihitung sebagai berikut :

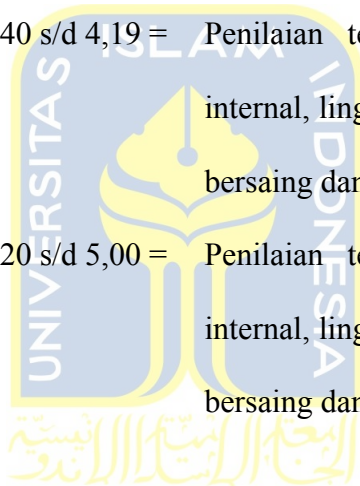
$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimal}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Jawaban dari setiap indikator dan item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai skala sebagai berikut :

1. Nilai jawaban 1,00 s/d 1,79 = Penilaian terhadap variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan

- bersaing dan kinerja bisnis sangat tidak setuju.
2. Nilai jawaban 1,80 s/d 2,59 = Penilaian terhadap variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis tidak setuju.
3. Nilai jawaban 3,00 s/d 3,39 = Penilaian terhadap variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis netral.
4. Nilai jawaban 3,40 s/d 4,19 = Penilaian terhadap variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis setuju
5. Nilai jawaban 4,20 s/d 5,00 = Penilaian terhadap variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis sangat setuju



3.7 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini meliputi :

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2016), variabel independen/variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen atau variabel bebas adalah salah satu variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif.

Maka, ketika variabel independen muncul, variabel dependen juga muncul dan setiap unit peningkatan variabel independen, ada peningkatan atau penurunan variabel dependen. Dengan kata lain, variabel dependen dicatat oleh variabel independen (Sekaran dan Bougie, 2013). Dalam penelitian ini, variabel independen pada penelitian ini adalah:

- a. Lingkungan internal (X_1)
- b. Lingkungan eksternal (X_2)

2. Variabel Mediasi

Menurut Sugiyono (2016), variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing (Z).

3. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah merupakan variabel utama yang menjadi faktor dalam investigasi didalam penelitian, melalui analisis terhadap variabel terikat, yaitu menemukan variabel yang mempengaruhinya, memungkinkan untuk menemukan jawaban atau solusi atas suatu masalah

(Sekaran dan Bougie, 2013). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kinerja bisnis (Y).

3.8 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Lingkungan internal (X_1)

Lingkungan internal dalam penelitian ini meliputi: kompetensi dan keterampilan manajerial, akses keuangan dan kemampuan teknologi.

a. Kompetensi dan keterampilan manajerial

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Dahlia *et al* (2015) yang terdiri dari delapan item yaitu:

- 1) Tingkat pendidikan
- 2) Latar belakang pendidikan
- 3) Frekuensi mengikuti pelatihan
- 4) Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan
- 5) Metode pelatihan yang digunakan
- 6) Kemampuan penguasaan instruktur
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana
- 8) Lamanya pengalaman kerja yang dimiliki

b. Akses keuangan

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Kemudahan dalam mendapatkan kredit bank
- 2) Adanya kontribusi dari keluarga maupun teman

3) Bank menyediakan modal yang memadai bagi UMKM

c. Kemampuan teknologi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Banyaknya kepemilikan komputer/laptop yang dimiliki
- 2) Bidang penggunaan teknologi informasi
- 3) Penggunaan internet

2. Lingkungan Eksternal (X_2)

Lingkungan eksternal dalam penelitian ini meliputi: kompetisi, globalisasi, regulasi, dan ekonomi makro

a. Kompetisi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari dua item yaitu:

- 1) Mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya
- 2) Menghasilkan nilai lebih (*superior value*) kepada konsumen dibanding pesaingnya

b. Globalisasi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Melakukan ekspor dalam penjualan produk
- 2) Memanfaatkan teknologi internet dalam pemasaran

c. Regulasi

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Sharmilee dan Muhammad (2016) yang terdiri dari tiga item yaitu:

- 1) Kemudahan dalam mendapatkan izin usaha
- 2) Keberadaan undang-undang yang berpihak pada UMKM
- 3) Dukungan pemerintah

d. Ekonomi makro

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari empat item yaitu:

- 1) Perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial ekonomi politik
- 2) Perusahaan mampu beradaptasi terhadap kelangkaan dan kelimpahan sumber daya
- 3) Perusahaan mampu beradaptasi dengan kondisi persaingan usaha yang ketat
- 4) Perusahaan mampu beradaptasi dengan karakteristik industri

3. Keunggulan bersaing (Z)

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari empat item yaitu:

- a. Perusahaan mampu memproduksi produk yang memiliki ciri khas yang berbeda
- b. Perusahaan mampu memproduksi produk yang bertahan lama di pasaran

- c. Perusahaan mampu menghasilkan produk yang susah ditiru pesaing
 - d. Perusahaan mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi
4. Kinerja bisnis (Y).

Pengukuran variabel ini mengadopsi dalam penelitian Asyhari *et al* (2018) yang terdiri dari empat item yaitu:

- a. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan laba penjualan
- b. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan jumlah
- c. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar
- d. Perusahaan mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan

3.9 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian seberapa baik instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang dimaksudkan untuk mengukur (Sekaran dan Bougie, 2013). Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Cara yang digunakan adalah dengan mengkorelasikan nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan *korelasi product moment* (Umar, 2005). Pengujian

validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $p \text{ value} < 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2013) uji reliabilitas merupakan pengujian seberapa konsisten langkah-langkah alat ukur yang digunakan apapun konsep pengukurannya. Menurut Ghozali (2013) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi koefisien reliabilitas semakin reliabel jawaban yang diperoleh dari responden (Arikunto, 2010). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing variabel penelitian yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*.

3.10 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui hasil suatu penelitian diterima atau ditolak suatu hipotesis, maka dilakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh. Adapun alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang berbentuk uraian dari hasil penelitian yang diterima dengan teori data yang telah ditabulasi, kemudian diikhtisarkan (Sugiyono, 2016). Metode deskriptif ini berupa uraian tentang masalah yang berhubungan dengan variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis pada UMKM di Kota Yogyakarta.

1. Analisis Kuantitatif

Analisa data ini dinyatakan dalam bentuk angka guna membuktikan beberapa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji ini untuk mengetahui distribusi data apakah normal atau tidak. Pengujian pada penelitian ini digunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Hasil analisis dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas yang dihasilkan lebih besar dari probabilitas p-value ($p > 0,05$) (Ghozali, 2011).

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah model yang dikatakan homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala Heteroskedastisitas pada model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode uji Glejser. Bila nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji ini untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas memiliki nilai $\text{VIF} < 10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013).

b. Pengujian Regresi

Pengujian ini untuk mengetahui pengaruh dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan pengaruh dari lingkungan internal, lingkungan eksternal dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis.

1) Tahap 1

Menguji pengaruh lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing.

$$Z = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Z = Keunggulan bersaing

a = Konstanta

$b_{1,2}$ = Koefisien Regresi

X_1 = Lingkungan internal

X_2 = Lingkungan eksternal

2) Tahap 2

Menguji pengaruh lingkungan internal, lingkungan eksternal dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 Z$$

Keterangan:

Y = Kinerja bisnis

a = Konstanta

$b_{1,2,3}$ = koefisien regresi X_1, X_2, Z

Z = Keunggulan bersaing

X_1 = Lingkungan internal

X_2 = Lingkungan eksternal

c. Pengujian pengaruh tidak langsung (Mediasi)

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z. Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow Z$ (a) dengan jalur $Z \rightarrow Y$ (b) atau ab . Jadi koefisien $ab = (c - c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol Z. Standar error koefisien a dan b ditulis dengan s_a dan s_b dan besarnya standar error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) adalah s_{ab} yang dihitung dengan rumus:

$$s_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{s_{ab}}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji Sobel memerlukan jumlah sample yang besar, jika jumlah sample kecil, maka uji Sobel menjadi kurang konservatif.

d. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial yang dilakukan dengan uji t. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016) :

1) Menentukan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a : Ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen

2) Probabilitas tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% (0,10).

3) Kriteria pengujian

- Jika probabilitas tingkat kesalahan $\leq 0,10$, maka signifikan, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

- Jika probabilitas tingkat kesalahan $> 0,10$, maka tidak signifikan, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Pengambilan kesimpulan berdasarkan keputusan mengenai penerimaan atau penolakan suatu hipotesis

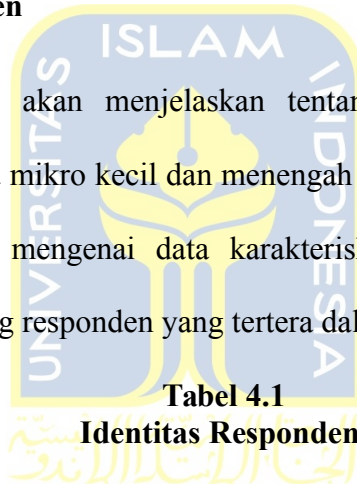
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian mengenai pengaruh dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta yang dimediasi oleh keunggulan bersaing.

4.1 Identitas Responden

Analisis ini akan menjelaskan tentang identitas responden yaitu pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Berikut penjelasan mengenai data karakteristik responden penelitian yang berjumlah 100 orang responden yang tertera dalam tabel dibawah ini :



Tabel 4.1
Identitas Responden

Identitas Responden	Kategori	Frekuensi (Jumlah)	Persentase
Lama usaha	5-10 tahun	27	27,0
	11-15 tahun	43	43,0
	16-20 tahun	17	17,0
	≥ 20 tahun	13	13,0
	Total	100	100,0

Lanjutan Tabel 4.1

Identitas Responden	Kategori	Frekuensi (Jumlah)	Persentase
Jumlah karyawan	≤ 10 orang	9	9,0
	11-20 orang	40	40,0
	21-30 orang	29	29,0
	31-40 orang	17	17,0
	> 40 orang	5	5,0
	Total	100	100,0

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden sudah mengelola usahanya antara 11-15 tahun yaitu sejumlah 43 responden (43,0%) dan ini menunjukkan pengelolaan usaha yang sudah cukup lama. Dan kemudian diketahui para pemilik usaha mayoritas memiliki karyawan sebanyak antara 11-20 orang yaitu sejumlah 40 responden (40,0%).

4.2 Hasil Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 21. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $p \text{ value} < 0,05$. Hasil uji validitas pada variabel penelitian dengan metode *Pearson Correlation* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Internal (X1)

Item	r hitung	P Value	Keterangan
X1.1	0,575	0,000	Valid
X1.2	0,778	0,000	Valid
X1.3	0,704	0,000	Valid
X1.4	0,693	0,000	Valid
X1.5	0,743	0,000	Valid
X1.6	0,708	0,000	Valid
X1.7	0,703	0,000	Valid
X1.8	0,705	0,000	Valid
X1.9	0,596	0,000	Valid
X1.10	0,623	0,000	Valid
X1.11	0,800	0,000	Valid
X1.12	0,655	0,000	Valid
X1.13	0,723	0,000	Valid
X1.14	0,481	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item kuesioner lingkungan internal memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel lingkungan internal dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Eksternal (X2)

Item	r hitung	P Value	Keterangan
X2.1	0,727	0,000	Valid
X2.2	0,838	0,000	Valid
X2.3	0,889	0,000	Valid
X2.4	0,807	0,000	Valid
X2.5	0,851	0,000	Valid
X2.6	0,878	0,000	Valid
X2.7	0,857	0,000	Valid
X2.8	0,810	0,000	Valid
X2.9	0,915	0,000	Valid
X2.10	0,832	0,000	Valid
X2.11	0,823	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item kuesioner lingkungan eksternal memiliki nilai p value $< 0,05$, hal ini dapat

disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel lingkungan eksternal dinyatakan valid.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Z)

Indikator	r hitung	P Value	Keterangan
Z1.1	0,727	0,000	Valid
Z1.2	0,717	0,000	Valid
Z1.3	0,671	0,000	Valid
Z1.4	0,634	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item kuesioner keunggulan bersaing memiliki nilai p value $< 0,05$, hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel keunggulan bersaing dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Bisnis (Y)

Indikator	r hitung	P Value	Keterangan
Y1.1	0,652	0,000	Valid
Y1.2	0,812	0,000	Valid
Y1.3	0,712	0,000	Valid
Y1.4	0,829	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item kuesioner keunggulan bersaing memiliki nilai p value $< 0,05$, hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel keunggulan bersaing dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Lingkungan internal (X1)	0,908	Reliabel
Lingkungan eksternal (X2)	0,957	Reliabel
Keunggulan bersaing (Z)	0,614	Reliabel
Kinerja bisnis (Y)	0,748	Reliabel

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach* dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliabel. Sehingga item-item pertanyaan tersebut reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.3 Deskripsi Data Penelitian

Analisis ini menggambarkan rekapitulasi data jawaban responden terhadap pernyataan dari lingkungan internal, lingkungan eksternal,

keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Berikut deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing variabel penelitian yang diperoleh dengan perhitungan interval sebagai berikut:

$$\frac{B_{Max} - B_{Min}}{KI}$$

$$I \cdot \frac{5}{5} = I$$

I : Interval

BMax : Rentang Tertinggi

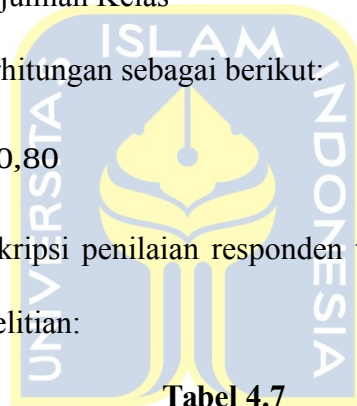
BMin : Rentang Terendah

KI : jumlah Kelas

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Berikut deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing item-item variabel penelitian:



Tabel 4.7
Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 s/d 2,59	Tidak Setuju
2,60 s/d 3,39	Netral
3,40 s/d 4,19	Setuju
4,20 s/d 5,00	Sangat Setuju

1. Lingkungan internal

Penilaian responden tentang variabel lingkungan internal pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Tentang Lingkungan Internal

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Tingkat pendidikan yang dimiliki menunjang usaha yang mereka jalankan	4,05	Baik
2	Latar belakang pendidikan menjadi faktor utama dalam keberhasilan usaha	3,88	Baik
3	Tingginya frekuensi mengikuti pelatihan akan meningkatkan ketrampilan dalam menjalankan usaha	3,93	Baik
4	Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan usaha akan meningkatkan kinerja usaha	3,80	Baik
5	Penggunaan metode pelatihan yang tepat akan menjadikan karyawan memiliki kompetensi kerja yang makin baik	3,84	Baik
6	Kemampuan penguasaan instruktur dalam memberikan ketrampilan manajer bagi karyawan sangat penting	3,64	Baik
7	Kelengkapan sarana dan prasarana sangat diperlukan dalam keberhasilan usaha	3,61	Baik
8	Lamanya pengalaman kerja yang dimiliki pemilik usaha mempengaruhi kinerjanya	3,69	Baik
9	Para pelaku usaha UMKM memiliki kemudahan dalam mendapatkan kredit bank	3,77	Baik
10	Para pelaku usaha mendapatkan dukungan kontribusi dari keluarga maupun teman	3,63	Baik
11	Bank menyediakan modal yang memadai bagi UMKM	3,78	Baik
12	Kepemilikan komputer/laptop yang dimiliki pemilik usaha mampu meningkatkan kinerja usaha	3,46	Baik
13	Penting bagi UMKM memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan kinerjanya	3,68	Baik
14	UMKM penting memanfaatkan internet dalam memasarkan hasil usahanya	3,56	Baik
Rata-rata		3,74	Baik

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel lingkungan internal memiliki skor rata-rata sebesar 3,74 yang

berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori baik. Hal ini menjelaskan sudah baiknya kondisi lingkungan internal dari para pemilik usaha atau pimpinan dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dalam menjalankan bisnisnya. Dengan demikian, para pemilik usaha sudah memiliki kompetensi dan keterampilan manajerial yang baik, mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan sumber permodalan dan mereka juga sudah menggunakan teknologi khususnya internet dalam menjalankan operasi usahanya.

2. Lingkungan eksternal

Penilaian responden tentang lingkungan eksternal pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Tentang Lingkungan Eksternal

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya	4,14	Baik
2	Menghasilkan nilai lebih (<i>superior value</i>) kepada konsumen dibanding pesaingnya	3,90	Baik
3	Melakukan ekspor dalam meningkatkan penjualan produk	3,88	Baik
4	Memanfaatkan teknologi internet dalam pemasaran secara global	3,89	Baik
5	Dalam menjalankan usahanya, UMKM mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan izin usaha	3,89	Baik
6	Keberadaan undang-undang yang berpihak pada UMKM	3,84	Baik

Lanjutan Tabel 4.9

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
7	UMKM sudah mendapatkan dukungan pemerintah baik dalam sisi regulasi maupun legalitas usaha	3,86	Baik

8	UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial ekonomi politik	3,89	Baik
9	UMKM mampu beradaptasi terhadap kelangkaan dan kelimpahan sumber daya yang dimiliki	3,73	Baik
10	UMKM mampu beradaptasi dengan kondisi persaingan usaha yang semakin ketat	3,76	Baik
11	UMKM mampu beradaptasi dengan karakteristik industri yang ada	3,66	Baik
Rata-rata		3,86	Baik

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel lingkungan eksternal memiliki skor rata-rata sebesar 3,86 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan sudah baiknya lingkungan eksternal dari para pemilik usaha atau pimpinan dari Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Baiknya lingkungan eksternal ini dapat ditunjukkan oleh persaingan sehat diantara pengusaha diantaranya dengan memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaing, sudah memanfaatkan teknologi internet dalam pemasaran, kemudahan dalam mendapatkan izin usaha, dan para pemilik usaha mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial ekonomi politik.

3. Variabel Keunggulan Bersaing

Penilaian responden terhadap keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Tentang Keunggulan Bersaing

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	UMKM mampu memproduksi produk yang	4,09	Mampu

	memiliki ciri khas yang berbeda		
2	UMKM mampu memproduksi produk yang bertahan lama di pasaran	3,95	Mampu
3	UMKM mampu menghasilkan produk yang susah ditiru pesaing	3,73	Mampu
4	UMKM mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi	3,63	Mampu
Rerata		3,85	Mampu

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel keunggulan bersaing memiliki skor rata-rata sebesar 3,85 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori mampu bersaing. Hal ini menjelaskan tingginya keunggulan bersaing yang dicapai oleh sejumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Tingginya keunggulan bersaing ini antara lain dapat ditunjukkan dengan mampu memproduksi produk yang memiliki ciri khas yang berbeda, mampu memproduksi produk yang bertahan lama di pasaran, mampu menghasilkan produk yang susah ditiru pesaing, dan mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi.

4. Variabel Kinerja Bisnis

Penilaian dari kinerja bisnis pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Distribusi Jawaban Responden Tentang Kinerja Bisnis

No	Item Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan laba penjualan	4,14	Baik
2	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan jumlah	3,94	Baik
3	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar	3,91	Baik
4	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan	3,86	Baik
Rerata		3,96	Baik

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasar tabel di atas dapat ditunjukkan respon penilaian pada variabel kinerja bisnis memiliki skor rata-rata sebesar 3,96 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori setuju. Hal ini menjelaskan sudah baiknya kinerja usaha yang dilakukan oleh para pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Kinerja yang baik ini ditunjukkan dengan mampu meningkatkan pertumbuhan laba penjualan, mampu meningkatkan pertumbuhan jumlah, mampu meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar, dan mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan.

4.4 Analisis Inferensial

Analisis inferensial digunakan untuk menganalisis suatu masalah agar dapat memberikan gambaran secara konkrit yang dinyatakan dalam satuan angka dengan perhitungan statistik terhadap variabel yang diteliti, sehingga keputusan dapat diambil secara lebih pasti. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui : 1) pengaruh lingkungan internal dan

lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing; dan 2) Pengaruh lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis.

4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Pengujian normalitas data

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dimana pengambilan keputusan adalah dengan melihat angka probabilitas signifikansinya. Hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

Pengujian	P_Value	Kesimpulan
Tahap 1	0,509	Normal
Tahap 2	0,231	Normal

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Hasil uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov* pada tahap 1 memiliki nilai p_value sebesar 0,509 dan tahap 2 memiliki nilai p_value sebesar 0,231. Dikarenakan memiliki nilai p_value yang lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki random data yang berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian	Variabel	P_Value	Kesimpulan
Tahap 1	Lingkungan internal (X1)	0,744	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Lingkungan eksternal (X2)	0,191	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tahap 2	Lingkungan internal (X1)	0,858	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Lingkungan eksternal (X2)	0,875	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Keunggulan bersaing (X2)	0,662	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Dari hasil analisis diatas terlihat bahwa nilai P_Value dari kedua variabel bebas yakni variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada tahap I dan ketiga variabel bebas yakni variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan keunggulan bersaing pada tahap II di atas 0,05, maka dapat disimpulkan dalam model penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Pengujian	Variabel	Nilai VIF	Kesimpulan
Tahap 1	Lingkungan internal (X1)	1,288	Tidak terjadi multikolinieirtas
	Lingkungan eksternal (X2)	1,288	Tidak terjadi multikolinieirtas
Tahap 2	Lingkungan internal (X1)	1,393	Tidak terjadi multikolinieirtas
	Lingkungan eksternal (X2)	1,498	Tidak terjadi multikolinieirtas
	Keunggulan bersaing (Z)	1,456	Tidak terjadi multikolinieirtas

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Dari hasil analisis diatas terlihat bahwa nilai VIF dari kedua variabel yakni variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada tahap I dan ketiga variabel pada tahap II yakni variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan keunggulan bersaing dibawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini memenuhi syarat tidak terjadinya multikolinearitas.

4.4.2 Pengujian Model Penelitian

1. Pengujian Model I

a. Persamaan Regresi Berganda

Pengujian ini menguji pengaruh lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing dengan model regresi linear berganda. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15

Pengujian Model I

Variabel	Koefisien Beta	t _{hitung}	Sign. t	Keterangan
Lingkungan internal (X1)	0,269	2,813	0,006	Signifikan
Lingkungan eksternal (X2)	0,380	3,984	0,000	Signifikan
Konstantaa = 1,944 Adjusted R Square = 0,299 F _{hitung} = 22,132 Sign. F _{hitung} = 0,000				

Variabel dependen : Keunggulan bersaing

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap I diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z = 1,944 + 0,269X_1 + 0,380X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

1) Koefisien lingkungan internal

Pada variabel lingkungan internal mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,269 yang berarti lingkungan internal memiliki hubungan positif dengan keunggulan bersaing, sehingga makin baiknya lingkungan internal akan menyebabkan tingginya keunggulan bersaing.

2) Koefisien lingkungan eksternal

Pada variabel lingkungan eksternal mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,380 yang berarti lingkungan eksternal memiliki hubungan positif dengan keunggulan bersaing, sehingga makin baiknya lingkungan eksternal akan menyebabkan naiknya keunggulan bersaing.

b. Hasil uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan Tabel 4.15, maka hasil dari uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1) Pengujian pengaruh lingkungan internal terhadap keunggulan bersaing

Hasil pengujian menunjukkan variabel lingkungan internal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,006 < 0,05$), yang berarti lingkungan internal secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian, hipotesis pertama yang lingkungan internal berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing terbukti atau diterima.

2) Pengujian pengaruh lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing

Hasil pengujian menunjukkan variabel lingkungan eksternal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti lingkungan eksternal secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing terbukti atau diterima.

c. Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan besarnya nilai Adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0,299. Hal ini berarti variasi perubahan keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal sebesar 29,9%. Sedangkan sisanya sebesar 70,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

2. Pengujian Model II

a. Persamaan Regresi Berganda

Pengujian ini menguji pengaruh lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis dengan model regresi linear berganda. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16
Pengujian Model II

Variabel	Koefisien Beta	t_{hitung}	Sign. t	Keterangan
Lingkungan internal (X1)	0,342	3,855	0,000	Signifikan
Lingkungan eksternal (X2)	0,306	3,325	0,001	Signifikan
Keunggulan bersaing (Z)	0,386	2,052	0,000	Signifikan
Konstanta = 0,866 Adjusted R Square = 0,441 $F_{hitung} = 27,077$ Sign. $F_{hitung} = 0,000$				

Variabel dependen : Kinerja bisnis

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap II diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,866 + 0,342X_1 + 0,306X_2 + 0,386Z$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

1) Koefisien lingkungan internal

Pada variabel lingkungan internal mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,342 yang berarti lingkungan internal memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis, sehingga makin baiknya lingkungan internal akan menyebabkan tingginya kinerja bisnis.

2) Koefisien lingkungan eksternal

Pada variabel lingkungan eksternal mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,306 yang berarti lingkungan eksternal memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis, sehingga makin baiknya lingkungan eksternal akan menyebabkan tingginya kinerja bisnis.

3) Koefisien keunggulan bersaing

Pada variabel keunggulan bersaing mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,386 yang berarti keunggulan bersaing memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis, sehingga makin tingginya keunggulan bersaing akan menyebabkan tingginya kinerja bisnis perusahaan.

b. Hasil uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan Tabel 4.16, maka hasil dari uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1) Pengujian pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis

Hasil pengujian menunjukkan variabel lingkungan internal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti lingkungan internal secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan lingkungan internal berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis terbukti atau diterima.

2) Pengujian pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis

Hasil pengujian menunjukkan variabel lingkungan eksternal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,001 < 0,05$), yang berarti lingkungan eksternal secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis terbukti atau diterima.

3) Pengujian pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis

Hasil pengujian menunjukkan variabel keunggulan bersaing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti keunggulan bersaing secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis terbukti atau diterima.

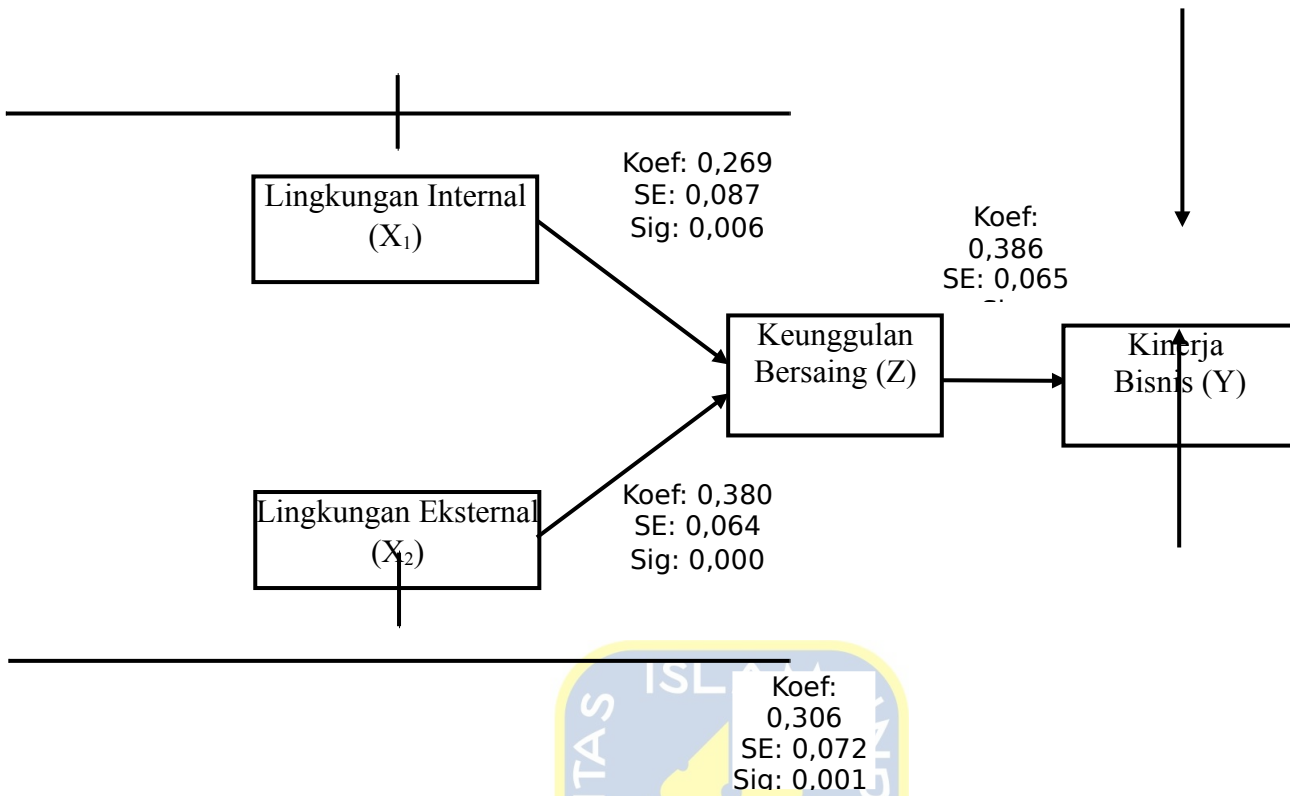
c. Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan besarnya nilai Adjusted R² yang diperoleh sebesar 0,441. Hal ini berarti variasi perubahan kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variasi dari lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan keunggulan bersaing sebesar 44,1%. Sedangkan sisanya sebesar 55,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

4.4.3 Analisis Jalur/Path

Path coefficient adalah *standardized regression coefficient* beta yang dihasilkan dari analisis regresi dijelaskan dalam gambar berikut:

Koef: 0,342
SE: 0,094
Sig: 0,000



Gambar 4.1

Hasil Estimasi Koefisien *Path* Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis yang dimediasi keunggulan bersaing

Berikut perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung dari lingkungan internal (X₁) terhadap kinerja bisnis (Y) yang dimediasi oleh keunggulan bersaing (Z).

Tabel 4.17
Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Kinerja Bisnis
Melalui Keunggulan Bersaing

Direct effect

$$X1 \rightarrow Y = 0,342$$

Indirect effect:

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$(0,269 \times 0,386) = 0,104$$

Total Effect

$$(\mathbf{Direct\ Effect} + \mathbf{Indirect\ Effect}) = (0,342 + 0,104) = 0,392$$

Sumber : Hasil Olah Data, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa lingkungan internal mempunyai pengaruh secara tak langsung (*indirect effect*) terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing sebesar 0,104. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 0,342 sehingga total pengaruh (*total effect*) sebesar $0,342 + 0,104 = 0,392$.

Berdasarkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung dari lingkungan internal terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing diperoleh besarnya pengaruh total sebesar 39,2%, dikarenakan pengaruh ini lebih besar dari pengaruh langsung lingkungan internal terhadap kinerja bisnis yaitu yang hanya sebesar 34,2%, maka dapat dinyatakan bahwa adanya mediasi dari keunggulan bersaing akan menyebabkan makin tingginya pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis.

Jadi dapat disimpulkan bahwa lingkungan internal secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap kinerja bisnis

melalui keunggulan bersaing. Dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing terbukti.

2. Pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis yang dimediasi keunggulan bersaing

Berikut perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung dari pengaruh lingkungan eksternal (X2) terhadap kinerja bisnis (Y) yang dimediasi oleh keunggulan bersaing (Z).

Tabel 4.18
Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan bersaing

<i>Direct effect</i> X2 → Y	= 0,306
<i>Indirect effect:</i> X2 → Z → Y (0,380 x 0,386)	= 0,147
<i>Total Effect</i> (Direct Effect + Indirect Effect) = (0,306 + 0,147)	= 0,453

Sumber : Hasil Olah Data, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa lingkungan eksternal mempunyai pengaruh secara tak langsung (*indirect effect*) terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing sebesar 0,147. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 0,306 sehingga total pengaruh (*total effect*) sebesar $0,306 + 0,147 = 0,453$.

Berdasarkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung dari lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan

bersaing diperoleh besarnya pengaruh total sebesar 45,3%, dikarenakan pengaruh ini lebih besar dari pengaruh langsung lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis yaitu yang hanya sebesar 30,6%, maka dapat dinyatakan bahwa adanya mediasi dari keunggulan bersaing akan menyebabkan makin tingginya pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis.

Jadi dapat disimpulkan bahwa lingkungan eksternal secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing. Dengan demikian, hipotesis ketujuh yang menyatakan lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing terbukti.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh lingkungan internal terhadap keunggulan bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, yang artinya jika makin baiknya lingkungan internal yang terjadi pada usaha mikro kecil dan menengah tersebut maka akan mendorong atau menyebabkan mereka memiliki daya saing atau kompetitif yang bagus untuk memenangkan persaingan. Dengan demikian, jika usaha mikro kecil dan menengah tersebut dapat mengoptimalkan penggunaan sumberdaya tersebut maka sumber daya ini akan memberikan perusahaan

sustained competitive advantage artinya bahwa lingkungan bisnis internal mempengaruhi daya saing UMKM (Kamble, 2010).

Lingkungan internal ini dapat berdampak pada keunggulan bersaing perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha yang makin ketat, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya internal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif.

4.5.2 Pengaruh lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing

Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif dari lingkungan eksternal terhadap keunggulan bersaing, yang berarti makin baiknya lingkungan eksternal diluar perusahaan turut mendorong dalam keunggulan kompetitif dari usaha mikro kecil dan menengah dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, lingkungan eksternal yang menguntungkan mencerminkan kondisi sektor-sektor lingkungan yang relatif stabil, aman, serta tersedia peluang pasar dan sumber investasi yang berlimpah (Idris, 2013).

Stabilnya lingkungan eksternal dapat membuat perusahaan memiliki keunggulan bersaing dalam menjalankan usahanya dalam persaingan yang ketat, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2018) yang

menunjukkan lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya eksternal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif.

4.5.3 Pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis

Pada pengujian ini juga menunjukkan bahwa lingkungan internal memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja bisnis. Hal ini berarti makin baiknya lingkungan internal yang terjadi dalam usaha mikro kecil dan menengah akan meningkatkan kinerja usaha yang dilakukan oleh para pemilik usaha tersebut. Untuk itu, pemilik usaha perlunya mempelajari variabel-variabel lingkungan tersebut, maka perusahaan berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal (kekuatan dan kelemahan) dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dapat menghadapi persaingan di pasar global (Wheelen dan Hunger, 2001).

Lingkungan internal perlu dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan, karena kekuatan internal perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis Kecil

Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya internal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang meningkat.

4.5.4 Pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis

Hasil analisis menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja bisnis. Hal ini berarti makin baiknya lingkungan eksternal dalam perusahaan akan meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini sependapat dengan (Keats dan Hitt, 1998), yang mengatakan bahwa lingkungan eksternal diketahui mempunyai peranan yang besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial proses, dan struktur organisasi. Ketidakpastian lingkungan yang tinggi akan berpengaruh terhadap proses perencanaan baik strategi maupun operasional. Dan ini juga sejalan dengan penelitian Riyanto (2018) yang menunjukkan lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis Kecil Menengah (UMKM). Novita (2015) yang menemukan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja Industri Kecil Menengah (IKM). Hal ini berarti makin baiknya perusahaan dalam mengelola sumberdaya internal yang dimiliki akan menjadikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang meningkat.

4.5.5 Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Hal ini berarti makin tingginya kemampuan usaha mikro kecil dan menengah dalam menciptakan keunggulan dibandingkan dengan pesaing diyakini kinerjanya akan meningkat dan lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya. Dan ini sependapat dengan Porter (2008) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan determinan utama bagi kinerja perusahaan. Setyawati dan Abrilia (2013) menyatakan agar perusahaan memperoleh keuntungan dari penerapan strategi, maka harus melalui keunggulan bersaing. Mulyanto dan Sugiarti (2017) menjelaskan agar tidak tergerus oleh persaingan globalisasi, maka organisasi bisnis harus menciptakan strategi bersaing agar memiliki kinerja terbaik. +

Studi Teeratansirikool, Siengthai, Badir, dan Charoengam (2013) menemukan, secara umum semua strategi bersaing berpengaruh meningkatkan kinerja perusahaan, meskipun strategi diferensiasi perusahaan tidak memiliki dampak langsung terhadap kinerja perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian dari Kadarningsih (2013) yang menyimpulkan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang searah terhadap kinerja. Asyhari *et al* (2018) menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif parsial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Riyanto (2018) menyatakan bahwa keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Kecil Menengah (UMKM).

4.5.6 Pengaruh lingkungan internal terhadap kinerja bisnis yang dimediasi oleh keunggulan bersaing

Pada penelitian ini terbukti bahwa lingkungan internal mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Hasil ini sejalan dengan penelitian Riyanto (2018), hasil penelitian menunjukkan lingkungan internal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UKM) dan kemudian keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM). Kadarningsih (2013), membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan searah antara adaptabilitas lingkungan terhadap keunggulan bersaing. Dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang searah terhadap kinerja.

4.5.7 Pengaruh lingkungan eksternal terhadap kinerja bisnis yang dimediasi oleh keunggulan bersaing

Pada penelitian ini terbukti bahwa lingkungan eksternal secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Hasil ini sejalan dengan penelitian Riyanto (2018), hasil penelitian menunjukkan lingkungan eksternal mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah (UKM) dan kemudian keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis Kecil Menengah (UKM). Kadarningsih (2013), membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan searah antara adaptabilitas lingkungan terhadap keunggulan bersaing. Dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang searah terhadap kinerja.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini.

1. Lingkungan internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
2. Lingkungan eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
3. Lingkungan internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
4. Lingkungan eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.
5. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta.

6. Lingkungan internal berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta yang dimediasi oleh keunggulan bersaing.
7. Lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja bisnis Pada Usaha mikro kecil dan menengah di Kota Yogyakarta yang dimediasi oleh keunggulan bersaing.

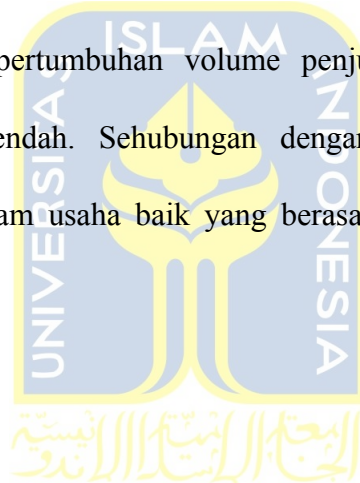
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis dapat menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan lingkungan internal, diperoleh item tentang kepemilikan komputer/laptop yang dimiliki pemilik usaha mampu meningkatkan kinerja usaha mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini, maka sebaiknya pimpinan atau pemilik UMKM untuk mengubah persepsinya tentang penggunaan komputer/laptop. Bahwa dengan menggunakan komputer/laptop diyakini kinerja perusahaan akan meningkat, dikarenakan sejumlah pekerjaan akan dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat waktu dengan penggunaan teknologi tersebut dibandingkan dengan dilakukan secara manual.
2. Berdasarkan lingkungan eksternal, menunjukkan bahwa item tentang UMKM mampu beradaptasi dengan karakteristik industri yang ada mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini, maka perlunya UMKM meningkatkan sumber dayanya baik dari segi

sumberdaya manusia maupun peralatannya, hal ini dilakukan agar mereka selalu dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang ada.

3. Berdaarkan keunggulan bersaing, menunjukkan bahwa item tentang UMKM mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini, dalam menciptakan produk baru sebaiknya dapat menekan besarnya biaya produksi agar nanti produk bisa bersaing di pasaran.
4. Dalam hal kinerja bisnis, menunjukkan item tentang UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan mendapatkan penilaian yang paling rendah. Sehubungan dengan ini perlunya memperbaiki kekurangan dalam usaha baik yang berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker D.A., 1995, *Building Strong Brands*, The Free Press. New York
- Ardiana I.A., Brahmayanti, Subaedi, 2010, Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.12, No. 1, 42-55.
- Arikunto S., 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Arinaitwe J.K., 2006, Factors Constraining The Growth And Survival Of Small Scale Businesses: A Developing Countries Analysis, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 8 No. 2, pp. 167-78.
- Asyhari, Sri Hindah Pudjihastuti, Dian Marhaeni Kurdaningsih, 2018, Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif Pada Faktor Determinan Kinerja Bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 22 No. 2, Hal. 111 – 131.
- Bambang G., Waridin G., 2005, Pengaruh Persepsi Karyawan Mengenai Perilaku Kepemimpinan, Kinerja bisnis Dan Motivasi Terhadap Kinerja, *JRBI*. Vol 1. No 1. Hal: 63-74
- Bastian I., 2001, *Akuntansi Sektor Publik di Indonesia*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Basri, AFM., Rivai V., 2005, *Performance Appraisal*, Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada.
- Beal RM., 2000, Competing Effectively, Environment Scanning, Competitive Strategy and Organizational Performance in Small Manufacturing Firms, *Journal of Small Business Management*, January : 27-47.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., Maksimovic, V., 2004, Bank Competition And Access To Finance: International Evidence, *Journal of Money, Credit, and Banking*, 36(3), 627-648.
- Choo CW., 1999, *The Art of Scanning of Environment*. *Bulletin of The American Society for Information Science*, March : 21-47.
- Cooper RG., 2000, Product Inovation and Technology Strategy, *Journal Research Technology Management*. p.38-41
- Cravens DW., Nigel FP., 2012, *Strategic Marketing*. Newyork: Mc Graw Hill
- Delmar F, Wiklund J., 2008, *The effect of Small Business Managers' Growth and Motivation on Firm Growth: Entrepreneurship Theory Pract*

- Ferdinand AT., 2000, *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik Research Paper Series*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gerardo FBT., Raul ASV., 2014, Knowledge Management, Entrepreneurial Competencies And Organizational Development In Micro And Small Enterprises In Rural Regions In The State Of Yucatan, Mexico. *European Scientific Journal*, 10 Jan. 1 p177
- Ghozali I., 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunasekaran A., Rai BK., Griffin M., 2011, Resilience and Competitiveness of Small and Medium Size Enterprises: an Empirical Research, *International Journal of Production Research*, 5489-5509
- Hakim A., 2006, Analisis Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi Dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Dan Telekomunikasi Provinsi Jawa Tengah, *JRBI*, Vol 2. No 2. Hal: 165- 180.
- Harrison A and Van HR., 2008, *Logistics Management and Strategy 3th Edition*, Harlow, England: Pearson Education.
- Heizer J., Render B., 2011, *Operations Management*, Tenth Edition. Pearson, New Jersey, USA
- Hubeis M., Mukhamad N., 2008, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Jabeur F., Egide K., 2013, *Timeline of Initial Perceptions and Adoption of e-Business Among Quebec Forestry Sector SMEs*. Communications of the IIMA. 13.3 (Aug. 2013): p1
- Jahanshahi A A., Rezaie M., Nawaser K., Ranjbar V., Pitamber BK., 2012, Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance : Evidence from Small and Medium Enterprises, *African Journal of Business Management*, 6 (15).
- James AFS., Edward F., Daniel RG, 1996, *Manajemen*, Prenhelindo, Jakarta.
- Kadarningsih, 2013, Keunggulan Bersaing: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja *Selling-In* (Studi pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang).

- Kamble, R. R. 2010, Managerial Skills for Organizational Performance : An Analytical Study, *Indian Streams Research Journal*, Vol. 1, pp: 23-27.
- Kathandaraman P., Wilson DT, 2001, The Future of Competition: Value Creating Network, *Industrial Marketing Management*, Vol 30 No. 4.
- Keats BW dan Hitt MA, 1998, A Causal Model of Linkages Among Environmental Dimentions, Macro Organizational Characteristic and Performance, *Academy of Management Journal*, Vol. 31, p.570-598
- Kolstad I., Wiig A., 2015, Education and entrepreneurial success, *Small Business Economics*, 44 (4), pp. 783-796.
- Koufteros X. A., 1995. Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development, *Doctoral Dissertation*, University of Toledo, Toledo, OH
- Kurniawan AIH, 2014, Peningkatan Keterampilan Manajemen Keuangan Yang Berdampak Pada Ketersediaan Sistem Akuntansi Formal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Brebes, *Jurnal Akuntansi*, Vol 2. Hal 1-8.
- Manurung TM., 2016, Membangun Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada Industry Kecil Menengah Tenun Ikat Jepra, *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi*, Vol 13: 1-11
- Masrukhin dan Waridin, 2004, Pengaruh Motivasi Kerja, Kinerja Bisnis, Budaya Organisasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai, *EKOBIS*. Vol 7. No 2. Hal: 197-209
- Mazanai M., Fatoki O., 2012, Access to Finance in the SME Sector: A South African Perspective. *Asian Journal of Business Management*, 4(1), 58-67.
- Mulyanto H., Sugiarti S., 2017, Aset Strategik, Adaptabilitas Lingkungan Dan Organizational Citizenship Behavior Dalam Mempengaruhi Daya Saing Serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2), 101-112.
- Novita WS., 2015, Pengaruh Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Kecil Dan Menengah Di Bandung, Jawa Barat, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 1.
- Olawale F., David G., 2010, Obstacles To The Growth Of New Smes In South Africa: Aprincipal Component Analysis Approach, *African Journal of Business Management*, Vol. 4(5), pp. 729-738.

- Porter ME., 1993, *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga, Jakarta.
- _____, 2008, *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*, Macmillan. New York.
- Pelham AM., Wilson DT., 1996, A Longitudinal Study of Impact of Market Structure, Firm Structur. Strategy and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Peformance, *Journal of the Academic of Marketing Science*, Vol. 24, pp. 27-43
- Purnama NB., Setiawan H, 2003, Analisis Pengaruh Sumber-sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 2(8), 105-130.
- Riyanto, 2018, Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, Vol.5 No.3. ISSN : 2356-3966.
- Roghaye ST., 2013, The Role Of Small And Medium Entrepreneurial Enterprises In Development: *A Management Perspective in Iran*, *Advances in Environmental Biology* : p1473
- Sekaran U., 2011, *Research Methods for Business Edisi 1 and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran U., Bougie R., 2013, *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley dan Sons Ltd.
- Spencer L., Signe MS., 1993, *Competence at Work, Models For Superior Performance*. Canada : John Wiley dan Sons, Inc
- Setyawati., Abrilia H., 2013, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Fokus Bisnis*, 12(02), 20-32.
- Sharmilee S., dan Muhammad H., 2016, Factors affecting the performance of small and medium enterprises in KwaZulu Natal, South Africa, *Journal Problems and Perspectives in Management*, Volume 14, Issue 2,
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD*. Bandung: PT Alfabet.

- Suharto R., Devie., 2013, Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan, *Business Accounting Review*. Vol. 1. No 2
- Sundoro SA., Retno A., 2014, Entrepreneurial Motivation Dan Persepsi Terhadap Hambatan Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Sektor Formal Di Jawa Timur, *AGORA*, Vol. 2, No. 1, 1-4.
- Syafar AW., 2004, Membangun daya Saing Daerah Melalui Kompetensi Khas (Distinctive Competence) Berbasis Komoditi Unggulan. *Usahawan*. No. 3 Tahun XXXIII Maret. Hal. 3-11
- Teeratansirikool L., Siengthai S., Badir Y., Charoenngam C., 2013, Competitive Strategies and Firm Performance: the Mediating Role of Performance Measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 62(2), 168-184.
- Umar H., 2005, *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada
- Wahyono, 2002, Orientasi Pasar dan Inovasi : Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran, *Indonesian Journal of Marketing Science*.
- Wheelen TL, Hungger JD., 2001, *Strategic Management and Bussiness Policy*, Singapore, Addison Wessley
- Wuisang J., 2009, Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Pada Industri Kecil Kerajinan Keramikdesa Pulutandi Kabupaten Minahasa, *Prosiding Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan*, ISSN 2407-4268
- Xu Xianzhang., Kaye GR., 1999, Building Market Intelligence Systems for Environment Scanning. *Logistic Information Management*, Vol. 8 No. 2 : 22-29.
- Zhang SS., Van Doorn J., Leeflang PS, 2014, Does The Importance Of Value, Brand And Relationship Equity For Customer Loyalty Differ Between Eastern and Western cultures?, *International Business Review*, 23 (1), pp. 284-292

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :
Bapak/Ibu
Pemilik/Pimpinan UMKM
di Yogyakarta

Dengan Hormat,

Bersama ini saya :

Nama : Budhi Santoso

No. Mhs : 14311606

Instansi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Mohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat meluangkan menjawab pertanyaan yang terlampir dengan judul penelitian “Pengaruh Lingkungan internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta”. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan merupakan data yang sangat kami perlukan dalam penelitian untuk penulisan skripsi, yang merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Demikian sekiranya Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia memberikan jawaban yang sejujurnya atas pertanyaan tersebut.

Atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, Desember 2019
Hormat Saya

Budhi Santoso

A. Identitas responden

1. Nama UMKM :
2. Alamat :
3. Sudah berapa lama usaha Bapak/Ibu berdiri?
 - a. 5 – 10 tahun
 - b. 11 – 15 tahun
 - c. 16 – 20 tahun
 - d. > 20 tahun
4. Pendidikan formal yang dimiliki Bapak/Ibu.
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMU atau yang sederajat
 - d. Diploma (DIII)
 - e. Sarjana (SI)
 - f. Pascasarjana (S2)
5. Jumlah karyawan yang dimiliki.
 - a. ≤ 10 orang
 - b. 11-20 orang
 - c. 21-30 orang
 - d. 31-40 orang
 - e. > 40 orang



B. Kuesioner Penelitian

Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

LINGKUNGAN INTERNAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Tingkat pendidikan yang dimiliki menunjang usaha yang mereka jalankan					
2	Latar belakang pendidikan menjadi faktor utama dalam keberhasilan usaha					
3	Tingginya frekuensi mengikuti pelatihan akan meningkatkan ketrampilan dalam menjalankan usaha					
4	Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan usaha akan meningkatkan kinerja usaha					
5	Penggunaan metode pelatihan yang tepat akan menjadikan karyawan memiliki kompetensi kerja yang makin baik					
6	Kemampuan penguasaan instruktur dalam memberikan ketrampilan manajer bagi karyawan sangat penting					
7	Kelengkapan sarana dan prasarana sangat diperlukan dalam keberhasilan usaha					
8	Lamanya pengalaman kerja yang dimiliki pemilik usaha mempengaruhi kinerjanya					
9	Para pelaku usaha UMKM memiliki kemudahan dalam mendapatkan kredit bank					
10	Para pelaku usaha mendapatkan dukungan kontribusi dari keluarga maupun teman					
11	Bank menyediakan modal yang memadai bagi UMKM					
12	Kepemilikan komputer/laptop yang dimiliki pemilik usaha mampu meningkatkan kinerja usaha					
13	Penting bagi UMKM memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan kinerjanya					
14	UMKM penting memanfaatkan internet dalam memasarkan hasil usahanya					

LINGKUNGAN EKSTERNAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya					
2	Menghasilkan nilai lebih (<i>superior value</i>) kepada konsumen dibanding pesaingnya					
3	Melakukan ekspor dalam meningkatkan penjualan produk					
4	Memanfaatkan teknologi internet dalam pemasaran secara global					
5	Dalam menjalankan usahanya, UMKM mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan izin usaha					
6	Keberadaan undang-undang yang berpihak pada UMKM					
7	UMKM sudah mendapatkan dukungan pemerintah baik dalam sisi regulasi maupun legalitas usaha					
8	UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial ekonomi politik					
9	UMKM mampu beradaptasi terhadap kelangkaan dan kelimpahan sumber daya yang dimiliki					
10	UMKM mampu beradaptasi dengan kondisi persaingan usaha yang semakin ketat					
11	UMKM mampu beradaptasi dengan karakteristik industri yang ada					

KEUNGGULAN BERSAING

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	UMKM mampu memproduksi produk yang memiliki ciri khas yang berbeda					
2	UMKM mampu memproduksi produk yang bertahan lama di pasaran					
3	UMKM mampu menghasilkan produk yang susah ditiru pesaing					
4	UMKM mampu membuat produk dengan keunggulan biaya produksi					

KINERJA BISNIS

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan laba penjualan					
2	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan jumlah					
3	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar					
4	UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan volume penjualan					



REKAPITULASI DATA PENELITIAN 100 RESPONDEN

No	Lingkungan Internal (X1)														Tot X1	Rata X1
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	X1. 12	X1. 13	X1. 14		
1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	58	4,14
2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	64	4,57
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	68	4,86
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28	2,00
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	53	3,79
7	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	47	3,36
8	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	48	3,43
9	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	46	3,29
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
11	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	50	3,57
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	3,00
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	68	4,86
14	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	46	3,29
15	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	4	50	3,57
16	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	50	3,57
17	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	49	3,50
18	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	42	3,00
19	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	3	3	3	3	52	3,71
20	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	50	3,57
21	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	49	3,50
22	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	47	3,36
23	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	51	3,64
24	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	52	3,71
25	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	55	3,93
26	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	47	3,36
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
29	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	2	58	4,14
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4,07
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
32	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	62	4,43
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
34	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	3	48	3,43
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
36	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3,21
37	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	3	49	3,50
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
39	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	51	3,64
40	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	56	4,00
41	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3,21
42	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	3	3	5	52	3,71
43	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	53	3,79
44	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4,07
45	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	51	3,64

46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	51	3,64
47	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	51	3,64
48	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	3	48	3,43
49	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	48	3,43
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
51	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	51	3,64
52	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	3,29
53	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	64	4,57
54	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	46	3,29
55	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	50	3,57
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	55	3,93
58	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	42	3,00
59	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	3	3	3	3	52	3,71
60	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	51	3,64
61	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	51	3,64
62	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	52	3,71
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	53	3,79
64	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	54	3,86
65	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	55	3,93
66	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	47	3,36
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
68	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	52	3,71
69	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	2	57	4,07
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
72	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	62	4,43
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	54	3,86
74	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	52	3,71
75	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54	3,86
76	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	48	3,43
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	54	3,86
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
79	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	52	3,71
80	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	56	4,00
81	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3,21
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57	4,07
83	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	62	4,43
84	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	63	4,50
85	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	36	2,57
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
87	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	56	4,00
88	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	51	3,64
89	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	50	3,57
90	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	46	3,29
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
92	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	53	3,79
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	3,00
94	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	3	63	4,50
95	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	50	3,57

96	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	52	3,71
97	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	51	3,64
98	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	50	3,57
99	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	49	3,50
100	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	56	4,00



No	Lingkungan Eksternal (X2)											TotX 2	RataX 2
	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2.1 0	X2.1 1		
1	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	38	3,45
2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	39	3,55
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	54	4,91
4	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	14	1,27
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
6	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	47	4,27
7	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	49	4,45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	53	4,82
9	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	36	3,27
10	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	48	4,36
11	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45	4,09
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5,00
14	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	36	3,27
15	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43	3,91
16	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	42	3,82
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54	4,91
18	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	47	4,27
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4,09
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	54	4,91
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
22	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	38	3,45
23	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	37	3,36
24	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	39	3,55
25	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	36	3,27
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43	3,91
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4,09
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43	3,91
32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4,09
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
34	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	35	3,18
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	43	3,91
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4,09
38	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	48	4,36
39	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	41	3,73
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
41	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35	3,18
42	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	41	3,73
43	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	42	3,82
44	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	36	3,27
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54	4,91
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	54	4,91
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43	3,91

48	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	39	3,55
49	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	42	3,82
50	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	39	3,55
51	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45	4,09
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5,00
54	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	39	3,55
55	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	40	3,64
56	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43	3,91
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54	4,91
58	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	46	4,18
59	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	42	3,82
60	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	51	4,64
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
62	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	38	3,45
63	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	37	3,36
64	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	39	3,55
65	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	37	3,36
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43	3,91
70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4,09
71	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43	3,91
72	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	42	3,82
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
74	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	35	3,18
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00
76	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41	3,73
77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4,09
78	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	48	4,36
79	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	41	3,73
80	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41	3,73
81	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	37	3,36
82	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	38	3,45
83	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	39	3,55
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	54	4,91
85	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	38	3,45
86	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	35	3,18
87	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	46	4,18
88	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	49	4,45
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	53	4,82
90	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	41	3,73
91	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	40	3,64
92	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45	4,09
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3,00
94	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	52	4,73
95	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	36	3,27
96	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43	3,91
97	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	42	3,82

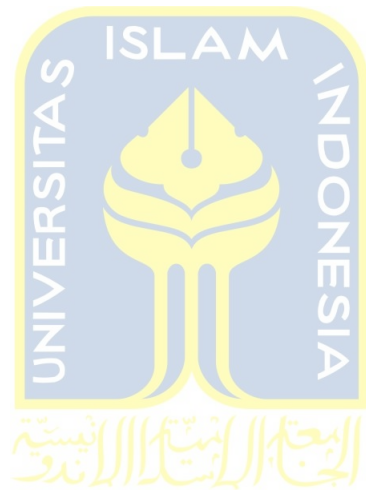
98	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	49	4,45
99	3	3	3	5	4	4	4	5	3	3	3	40	3,64
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4,00



No	Keunggulan Bersaing (Z)						Kinerja (Y)					
	Z1 .1	Z1 .2	Z1 .3	Z1 .4	Tot Z	Rata Z	Y1 .1	Y1 .2	Y1 .3	Y1 .4	Tot Y	Rata Y
1	5	5	3	4	17	4,25	4	5	5	4	18	4,50
2	4	4	4	3	15	3,75	5	4	3	3	15	3,75
3	5	5	5	5	20	5,00	5	5	5	5	20	5,00
4	3	3	2	4	12	3,00	3	1	3	1	8	2,00
5	5	5	5	5	20	5,00	5	5	3	4	17	4,25
6	4	3	3	4	14	3,50	4	4	3	3	14	3,50
7	5	4	5	5	19	4,75	4	4	5	4	17	4,25
8	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	5	20	5,00
9	3	3	3	3	12	3,00	4	3	4	3	14	3,50
10	4	4	5	4	17	4,25	5	5	5	4	19	4,75
11	4	4	3	3	14	3,50	5	4	4	4	17	4,25
12	4	3	4	3	14	3,50	3	3	3	3	12	3,00
13	5	5	4	3	17	4,25	5	5	5	5	20	5,00
14	4	3	4	4	15	3,75	4	3	3	4	14	3,50
15	4	4	4	4	16	4,00	4	3	4	4	15	3,75
16	5	5	3	3	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
17	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	4	16	4,00
18	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
19	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	5	20	5,00
20	5	5	3	5	18	4,50	5	5	3	4	17	4,25
21	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
22	4	3	4	4	15	3,75	3	4	4	3	14	3,50
23	4	4	5	3	16	4,00	4	4	3	4	15	3,75
24	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	3	15	3,75
25	5	5	3	3	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
26	4	4	4	3	15	3,75	4	4	3	3	14	3,50
27	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
28	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
29	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
30	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
31	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
32	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	5	20	5,00
33	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
34	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
35	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
36	4	4	4	4	16	4,00	4	4	3	4	15	3,75
37	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
38	4	4	3	3	14	3,50	4	5	4	5	18	4,50
39	4	4	3	3	14	3,50	4	3	3	3	13	3,25
40	4	4	3	3	14	3,50	4	4	3	4	15	3,75
41	4	3	4	3	14	3,50	4	3	4	3	14	3,50
42	4	3	4	3	14	3,50	3	3	4	3	13	3,25
43	4	3	4	3	14	3,50	3	4	4	4	15	3,75
44	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
45	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
46	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
47	4	4	3	4	15	3,75	4	4	4	4	16	4,00

48	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	16	4,00
49	3	3	4	4	14	3,50	4	3	4	3	14	3,50
50	4	4	3	3	14	3,50	5	5	4	3	17	4,25
51	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
52	4	3	4	3	14	3,50	4	3	4	4	15	3,75
53	4	4	4	3	15	3,75	4	4	5	5	18	4,50
54	4	3	3	4	14	3,50	4	4	3	4	15	3,75
55	4	4	4	4	16	4,00	4	3	4	4	15	3,75
56	5	5	3	3	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
57	4	5	5	4	18	4,50	4	4	4	4	16	4,00
58	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
59	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	5	20	5,00
60	3	3	3	5	14	3,50	5	4	3	4	16	4,00
61	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
62	4	3	4	4	15	3,75	3	4	4	3	14	3,50
63	4	4	5	3	16	4,00	4	4	3	4	15	3,75
64	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	3	15	3,75
65	5	5	3	3	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
66	4	4	4	3	15	3,75	4	4	3	3	14	3,50
67	4	3	3	4	14	3,50	4	4	4	3	15	3,75
68	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
69	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
70	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
71	4	4	4	4	16	4,00	4	3	4	4	15	3,75
72	4	4	4	4	16	4,00	4	4	5	5	18	4,50
73	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
74	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
75	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
76	4	4	3	3	14	3,50	4	4	3	4	15	3,75
77	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
78	4	4	3	3	14	3,50	4	5	4	5	18	4,50
79	4	4	3	3	14	3,50	4	3	3	3	13	3,25
80	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	3	15	3,75
81	3	3	4	3	13	3,25	4	3	4	4	15	3,75
82	4	4	3	4	15	3,75	4	5	4	4	17	4,25
83	4	4	4	3	15	3,75	5	4	3	3	15	3,75
84	5	5	5	5	20	5,00	5	4	4	3	16	4,00
85	3	3	4	4	14	3,50	3	4	4	4	15	3,75
86	4	4	3	3	14	3,50	5	4	4	4	17	4,25
87	4	3	4	4	15	3,75	4	4	3	3	14	3,50
88	4	4	4	4	16	4,00	4	4	3	4	15	3,75
89	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	5	18	4,50
90	3	3	3	3	12	3,00	4	4	4	3	15	3,75
91	4	4	5	4	17	4,25	5	5	5	4	19	4,75
92	4	4	3	3	14	3,50	4	3	4	4	15	3,75
93	4	3	4	3	14	3,50	4	4	3	3	14	3,50
94	4	4	4	3	15	3,75	4	4	5	5	18	4,50
95	4	3	3	4	14	3,50	4	3	3	4	14	3,50
96	4	4	4	4	16	4,00	4	3	4	3	14	3,50
97	5	5	3	3	16	4,00	4	3	4	4	15	3,75

98	5	5	4	4	18	4,50	4	3	4	4	15	3,75
99	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
¹⁰ ₀	5	5	4	4	18	4,50	4	4	5	5	18	4,50



Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

Correlations		LingkunganInternalX1
X11	Pearson Correlation	,575
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X12	Pearson Correlation	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X13	Pearson Correlation	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X14	Pearson Correlation	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X15	Pearson Correlation	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X16	Pearson Correlation	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X17	Pearson Correlation	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X18	Pearson Correlation	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X19	Pearson Correlation	,596*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X110	Pearson Correlation	,623
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X111	Pearson Correlation	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100

X112	Pearson Correlation	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X113	Pearson Correlation	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X114	Pearson Correlation	,481
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
LingkunganInternalX1	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	14

Correlations

Correlations		LingkunganEksternalX2
X21	Pearson Correlation	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X22	Pearson Correlation	,838
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X23	Pearson Correlation	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X24	Pearson Correlation	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X25	Pearson Correlation	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X26	Pearson Correlation	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X27	Pearson Correlation	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X28	Pearson Correlation	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X29	Pearson Correlation	,915**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X210	Pearson Correlation	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X211	Pearson Correlation	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
LingkunganEksternalX2	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

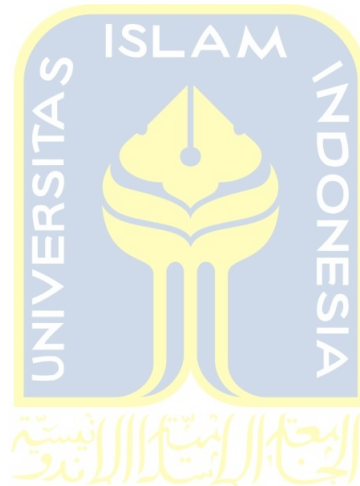
	N	%

	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

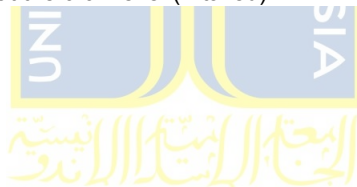
Cronbach's Alpha	N of Items
,957	11



Correlations

Correlations		KeunggulanBersaingZ
Z11	Pearson Correlation	,727
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Z12	Pearson Correlation	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Z13	Pearson Correlation	,671
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Z14	Pearson Correlation	,634
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
KeunggulanBersaingZ	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

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



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

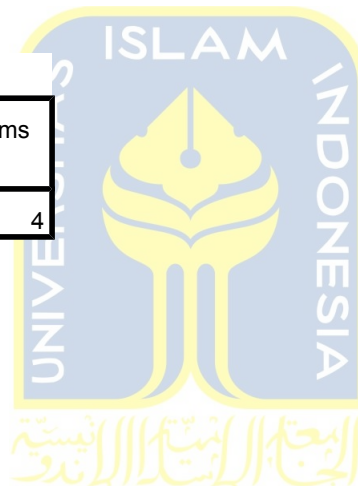
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	4



Correlations

Correlations		KinerjaY
Y11	Pearson Correlation	,652**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Y12	Pearson Correlation	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Y13	Pearson Correlation	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Y14	Pearson Correlation	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
KinerjaY	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

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

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



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

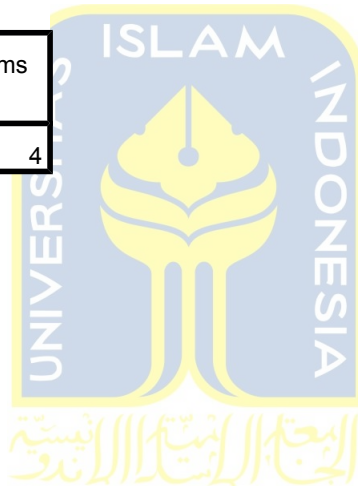
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,748	4



Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X11	100	2	5	4,05	,626
X12	100	2	5	3,88	,640
X13	100	2	5	3,93	,590
X14	100	2	5	3,80	,603
X15	100	2	5	3,84	,615
X16	100	2	5	3,64	,772
X17	100	2	5	3,61	,764
X18	100	2	5	3,69	,662
X19	100	2	5	3,77	,601
X110	100	2	5	3,63	,597
X111	100	2	5	3,78	,629
X112	100	2	5	3,46	,673
X113	100	2	5	3,68	,584
X114	100	2	5	3,56	,641
LingkunganInternalX1	100	2,00	4,86	3,74	,436
Valid N (listwise)	100				

Descriptives



Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X21	100	2	5	4,14	,667
X22	100	1	5	3,90	,704
X23	100	1	5	3,88	,715
X24	100	1	5	3,89	,777
X25	100	2	5	3,89	,650
X26	100	1	5	3,84	,677
X27	100	2	5	3,86	,725
X28	100	1	5	3,89	,827
X29	100	1	5	3,73	,723
X210	100	1	5	3,76	,638
X211	100	1	5	3,66	,670
LingkunganEksternalX2	100	1,27	5,00	3,86	,593
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Z11	100	3	5	4,09	,473
Z12	100	3	5	3,95	,609
Z13	100	2	5	3,73	,649
Z14	100	3	5	3,63	,597
KeunggulanBersaingZ	100	3,00	5,00	3,85	,399
Valid N (listwise)	100				

Descriptives



Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y11	100	3	5	4,14	,513
Y12	100	1	5	3,94	,649
Y13	100	3	5	3,91	,605
Y14	100	1	5	3,86	,667
KinerjaY	100	2,00	5,00	3,96	,461
Valid N (listwise)	100				



Pengujian Tahap Pertama

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LingkunganEksternalX2, LingkunganInternalX1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaingZ

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,560 ^a	,313	,299	,33391

a. Predictors: (Constant), LingkunganEksternalX2,

LingkunganInternalX1

b. Dependent Variable: KeunggulanBersaingZ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,935	2	2,468	22,132	,000 ^b
	Residual	10,815	97	,111		
	Total	15,750	99			

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaingZ

b. Predictors: (Constant), LingkunganEksternalX2, LingkunganInternalX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,944	,304		6,388	,000
	LingkunganInternalX1	,246	,087	,269	2,813	,006
	LingkunganEksternalX2	,256	,064	,380	3,984	,000

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaingZ

b. Predictors: (Constant), LingkunganEksternalX2, LingkunganInternalX1

Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,33051662
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,822
Asymp. Sig. (2-tailed)		,509

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,156	,182		-,854	,395
	LingkunganInternalX1	-,017	,052	-,036	-,328	,744
	LingkunganEksternalX2	,123	,038	,147	,191	,191

a. Dependent Variable: Abs_Res1



Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LingkunganInternalX1	,777	1,288
	LingkunganEksternalX2	,777	1,288

a. Dependent Variable: KeunggulanBersaingZ

Pengujian Tahap Kedua

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KeunggulanBersaingZ, LingkunganInternalX1, LingkunganEksternalX2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KinerjaY

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,677 ^a	,458	,441	,34461

a. Predictors: (Constant), KeunggulanBersaingZ,

LingkunganInternalX1, LingkunganEksternalX2

b. Dependent Variable: KinerjaY

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,647	3	3,216	27,077	,000 ^b
	Residual	11,400	96	,119		
	Total	21,047	99			

a. Dependent Variable: KinerjaY

b. Predictors: (Constant), KeunggulanBersaingZ, LingkunganInternalX1, LingkunganEksternalX2

oefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,866	,374		2,314	,023
	LingkunganInternalX1	,361	,094	,342	3,855	,000
	LingkunganEksternalX2	,238	,072	,306	3,325	,001
	KeunggulanBersaingZ	,215	,065	,386	4,052	,000

a. Dependent Variable: KinerjaY

b. Predictors: (Constant), KeunggulanBersaingZ, LingkunganInternalX1, LingkunganEksternalX2

Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33934516
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,104
	Negative	-,064
Kolmogorov-Smirnov Z		1,038
Asymp. Sig. (2-tailed)		,231

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,151	,226		,668	,506
	LingkunganInternalX1	,010	,056	,022	,180	,858
	LingkunganEksternalX2	-,007	,043	-,020	-,158	,875
	KeunggulanBersaingZ	,028	,063	,054	,439	,662

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LingkunganInternalX1	,718	1,393
	LingkunganEksternalX2	,667	1,498
	KeunggulanBersaingZ	,687	1,456

a. Dependent Variable: KinerjaY