

**PENGELOLAH KEUANGAN, KEMAMPUAN SUMBER DAYA MANUSIA,
DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGUKUR KINERJA USAHA
KECIL (UKM)**

Akhmad Nasir¹, Achmad Nur Fuad Chalimi²

¹(Ekonomi manajemen) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
e-mail : nasir.stieg@gmail.com

²(Ekonomi Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
e-mail : fuad.stieg@gmail.com

Abstract

For small businesses to achieve good results, they need to know how to manage their business finances. Small and medium-sized companies with good performance have strong competitive advantages. To achieve this, we need talented people. The aim of this research is to investigate the impact of financial management, human resource capabilities and marketing strategies on UMK performance. This research uses a sample of 99 UMK in the trade sector who are under the guidance of the Sidoarjo Regency Cooperative. The sample was determined using the Slovin formula and the sampling technique used was a simple random sample. Data was collected through distributing questionnaires using a survey method. To answer the research hypothesis, an analytical tool called multiple linear regression was used. The findings of this research indicate that financial management, human resource capabilities and marketing strategies have a positive impact on UMK performance.

Keywords: Financial Management, Human Resources Competency, Marketing Strategy, UMK Performance

Abstrak

Agar usaha kecil dapat mencapai hasil yang baik, mereka perlu mengetahui cara mengelola keuangan bisnisnya. Perusahaan kecil dan menengah dengan kinerja yang baik memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Untuk mencapai ini, kita membutuhkan orang-orang yang berbakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak manajemen keuangan, kemampuan sumber daya manusia dan strategi pemasaran terhadap kinerja UKM. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 99 pelaku UKM sektor perdagangan yang merupakan binaan Koperasi Kabupaten Sidoarjo. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel acak sederhana. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan metode survei. Untuk menjawab hipotesis penelitian, alat analisis yang disebut regresi linier berganda digunakan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa

manajemen keuangan, kemampuan sumber daya manusia dan strategi pemasaran memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM.

Kata Kunci : Manajemen Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Kinerja UKM

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha kecil dan menengah sangat penting di Indonesia dan dipertimbangkan oleh pemerintah karena dapat mempekerjakan banyak pekerja dan menyediakan sumber pendapatan bagi kelas menengah ke bawah. Produktivitas UKM di wilayah ini niscaya akan berdampak pada ketersediaan lapangan kerja dan tentunya akan berkontribusi dalam mengurangi jumlah pengangguran. Usaha kecil lebih mampu menahan guncangan. Hal ini menjadi jelas selama krisis ekonomi, ketika banyak perusahaan besar hancur. Namun, usaha kecil mampu bertahan dan bahkan dapat dikatakan menjadi penyelamat terhadap dampak krisis (Ratnawati & Hikmah, 2013).

Usaha kecil dan menengah merupakan penggerak perekonomian khususnya di Kabupaten Sidoarjo. Mengingat pentingnya Usaha Kecil Menengah (UKM) bagi perekonomian, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kabupaten Sidoarjo telah melakukan berbagai upaya agar UKM tersebut dapat berkembang. Upaya Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sidoarjo dalam mendukung pengembangan UKM antara lain memfasilitasi perizinan, memberikan permodalan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), serta melakukan fungsi monitoring dan evaluasi. Meskipun usaha kecil dan menengah memainkan peran penting dalam perekonomian dan menerima dukungan dari pemerintah, pengembangannya tidaklah mudah.

Jumlah usaha kecil dan menengah yang jumlahnya meningkat pesat memberikan tuntutan yang tinggi terhadap kelangsungan hidup dan daya saingnya. Agar tetap kompetitif, usaha kecil harus memperhatikan perkembangan usahanya. Kinerja mengacu pada hasil operasional kualitatif dan kuantitatif yang dicapai suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Kinerja adalah pencapaian keseluruhan individu dalam menyelesaikan suatu tugas dalam jangka waktu tertentu, seperti standar, sasaran, atau kriteria prestasi kerja yang telah ditetapkan dan disepakati bersama. (Wahyudiati & Isroah, 2018) menemukan dalam penelitiannya bahwa kinerja berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi dan kepuasan pelanggan, serta merupakan hasil kerja yang memberikan kontribusi ekonomi. Kinerja adalah ukuran apakah suatu perusahaan telah mencapai tujuannya.

Agar usaha kecil dapat berjalan dengan baik, mereka perlu tahu cara mengelola keuangan bisnis. Manajemen keuangan merupakan aspek yang sering diabaikan dalam bisnis kecil. Pengetahuan akuntansi mereka yang terbatas membuat mereka tidak dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga berdampak pada keberhasilan bisnisnya. (Anggraeni, 2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa keahlian manajemen keuangan merupakan komponen kunci dalam konteks manajemen bisnis, mulai dari penganggaran hingga perencanaan penghematan bisnis dan pengetahuan keuangan dasar untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan. Kami menganggapnya bermanfaat bagi ekonomi agen. Manajemen keuangan yang tepat diperlukan ketika menjalankan bisnis untuk mencapai hasil yang baik. Kinerja keuangan yang lebih baik akan meningkatkan kinerja UKM (Wahyudiati & Isroah, 2018).

Perusahaan kecil dan menengah yang kinerjanya baik akan mempunyai keunggulan kompetitif yang kuat. Untuk mencapai ini, kita membutuhkan orang-orang yang berbakat. Kompetensi SDM adalah kompetensi yang terkait dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan ciri kepribadian yang secara langsung mempengaruhi kinerja (Anwar, 2012). Kemampuan SDM merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja UKM. Hal ini karena suatu entitas didefinisikan oleh bagaimana orang-orang yang terlibat di dalamnya menjalankan bisnisnya (Wahyudiati & Isroah, 2018). Penelitian (Ardiana, Brahmayanti, Subaedi, 2010) menunjukkan bahwa diperlukannya sumber daya manusia yang berkualitas terutama pada bidang kompetensi sumber daya manusia seperti kompetensi pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi kewirausahaan. (Fibriyani & Mufidah, 2018) menemukan dalam penelitiannya bahwa kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Semakin baik kemampuan SDM, semakin baik pula kinerja UKM. Namun penelitian ini (Ardiana *et al.*, 2010) sampai pada kesimpulan yang berbeda. Artinya, pengetahuan tentang departemen SDM UKM tidak mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut.

Dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin cepat, perkembangan usaha kecil dan menengah pun terus meningkat. Perkembangan ini tentu saja akan menjadi tantangan bagi para pelaku UKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan strategi pemasaran efektif yang akan membantu mereka mengembangkan bisnis dan meraih kinerja yang baik. Pengembangan menjadi sulit bagi usaha kecil jika pemilik usaha tidak tahu cara memasarkan produknya secara efektif (Amalia, 2018). (Purwaningsih & Kusuma, 2015) menemukan dalam penelitiannya bahwa teknik pemasaran memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM. Semakin baik teknik pemasaran bisnis kecil Anda, semakin baik pula kinerjanya. Meskipun hasilnya beragam (Krisdanti & Rodhiyah, 2016), ditemukan bahwa kreativitas dan inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja 4.444 UKM.

Terhadap latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan pertanyaan apakah manajemen keuangan, kemampuan sumber daya manusia dan aspek pemasaran

mempengaruhi kinerja UKM. Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah mampu memberikan pertimbangan bagi UKM agar mampu bertahan dan bersaing dengan pelaku ekonomi lain serta berkinerja baik. Usaha kecil perlu mengelola keuangannya dengan baik, menghargai karyawannya, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kinerja mereka. Diharapkan pula bahwa penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi para peneliti saat memberikan saran dan dukungan kepada UKM.

Teori utama yang mendasari penelitian ini adalah teori sikap. Sikap merupakan reaksi atau tanggapan seseorang terhadap suatu objek yang menimbulkan perilaku tertentu pada orang tersebut terhadap objek tersebut (Azwar, 2010). (Tang & Chen, 2008) menyatakan bahwa sikap mencakup komponen kognitif yang terkait dengan keyakinan, sedangkan komponen afektif mencakup konotasi simpati atau tidak suka. Sikap adalah proses mengevaluasi sikap individu terhadap suatu objek. Objek yang ditanggapi oleh seorang individu dapat berupa suatu benda, orang, atau informasi. Proses dimana manusia mengevaluasi objek dapat mengambil bentuk evaluasi positif dan negatif (Sarlito & Meinarno, 2009).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa sikap adalah suatu reaksi atau tanggapan berupa penilaian dari seseorang terhadap suatu objek. Sikap ini juga dapat dilihat sebagai cerminan kepedulian mereka terhadap lingkungan. Pembentukan sikap dipengaruhi oleh faktor internal dan pengaruh lingkungan. Dalam penelitian ini digunakan teori sikap karena menurut penelitian ini pelaku UKM harus mempunyai sikap agar dapat meningkatkan kinerja usahanya, seperti melakukan pengelolaan keuangan yang baik, memperhatikan sumber daya manusia yang mendukung usahanya, dan lebih kreatif serta inovatif. cerdik. Ini untuk membuat keputusan. Strategi pemasarannya sedang berkembang.

B. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh pengelolaan keuangan terhadap mengukur kinerja usaha kecil (UKM) ?
2. Seberapa besar pengaruh sumber daya manusia terhadap mengukur kinerja usaha kecil (UKM) ?
3. Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap mengukur kinerja usaha kecil (UKM) ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha kecil dan menengah di Kabupaten Sidoarjo. UKM di Tulungagung dipilih karena Tulungagung merupakan pusat kegiatan sektor ekonomi di Bali, dan sektor perdagangan dipilih karena merupakan sektor pertama yang diklasifikasikan ke dalam empat kategori yang ada yaitu perdagangan, agribisnis, industri

non pertanian dan berbagai jasa) memungkinkan generalisasi populasi. Data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu persepsi responden terhadap variabel yang diuji. Menurut para pemangku kepentingan, data yang digunakan adalah data primer seperti pendapat partisipan penelitian yang dikumpulkan melalui survei kuesioner. Kedua, teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi jawaban responden guna menarik kesimpulan. Responden survei ini adalah pemilik usaha kecil dan menengah sektor komersial binaan Dinas Koperasi Kabupaten Sidoarjo (sebanyak 9.625 badan usaha). Pilihan sektor perdagangan ditetapkan pada sektor di mana sebagian besar pelaku dalam empat klasifikasi yang ada (perdagangan, agribisnis, industri non-pertanian, dan jasa lain-lain) terwakili, agar dapat digeneralisasikan ke populasi.

Sampel untuk penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Oleh karena itu, ukuran sampel yang digunakan adalah 99 pelaku UKM. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. h. Suatu metode pemilihan sampel dengan cara memilih secara acak anggota sampel dari suatu populasi tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut. Metode ini digunakan karena anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2009).

Keabsahan hasil survei tergantung pada alat ukur yang digunakan dan data yang diperoleh, sehingga keseriusan responden dalam menjawab survei sangatlah penting. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini melakukan pengujian untuk mengetahui apakah instrumen survei dan data berupa tanggapan responden telah terjawab dengan benar. Pengujian meliputi pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Namun, uji asumsi klasik dilakukan secara apriori, karena model regresi yang baik adalah model yang bebas dari masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas data. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian perlu diuji.

HASIL PENELITIAN

Data untuk penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 99 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi mahasiswa yang akan dijadikan sampel penelitian ini dan melakukan penyebaran kuesioner secara langsung. Sebanyak 99 salinan kuesioner didistribusikan, tergantung pada ukuran sampel penelitian. Dari total kuesioner yang disebar, terdapat 12 kuesioner yang tidak terisi lengkap sehingga menyisakan 87 kuesioner yang harus diolah.

Uji instrumen menunjukkan bahwa koefisien korelasi item kuesioner untuk semua variabel valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi Pearson masing-masing variabel. Nilai setiap variabel lebih besar dari 0,3 dan instrumen dinyatakan reliabel karena nilai alpha Cronbach untuk setiap variabel lebih besar dari 0,70. Sebelum melakukan analisis

regresi linier berganda, uji asumsi klasik terlebih dahulu dilakukan. Berdasarkan uji asumsi klasik, ditemukan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal dan tidak terdapat masalah multikolinearitas maupun heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil uji regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 1:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficient		Standardized	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0,312	1,619		0,193	0,848
Pengelolaan Keuangan	0,552	0,152	0,543	3,630	0,000
Kemampuan SDM	0,080	0,038	0,096	3,630	0,039
Strategi Pemasaran	0,309	0,132	0,354	2,338	0,022
Adjsted Rsquare : 0,838					
F hitung : 149,364					
Sig F : 0,000					

Sumber : Data di oleh, 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas, persamaan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,543X_1 + 0,096 X_2 + 0,354 X_3 + \epsilon$$

Interpretasi persamaan di atas untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

Koefisien regresi koefisien pengelolaan keuangan nilai (X_1) sebesar 0,543 yang menunjukkan bahwa peningkatan pengelolaan keuangan akan meningkatkan kinerja UKM sebesar 54,3%. Koefisien regresi (X_2) kapabilitas SDM sebesar 0,096, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan level kapabilitas SDM maka akan terjadi peningkatan kinerja UKM sebesar 9,6%. Nilai koefisien regresi (X_3) strategi pemasaran sebesar 0,354 yang menunjukkan bahwa setiap perbaikan strategi pemasaran maka kinerja UKM akan meningkat sebesar 35,4%.

Sebelum menggunakan model regresi untuk menguji hipotesis, kelayakan model regresi harus dikonfirmasi terlebih dahulu. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi uji F dan R^2 yang disesuaikan. Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada Tabel 5.7, uji F dari analisis varians memberikan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Nilai tingkat signifikansi ini menunjukkan bahwa model persamaan regresi layak digunakan dalam penelitian ini. Jika kita melihat kolom "Adjusted R

Squared” pada Tabel 1 di atas, kita dapat melihat bahwa nilainya adalah 0,838. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 0,838 atau 83,8% terhadap variabel terikat. Sisanya sebesar 16,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji-t pada Tabel 1 yang merupakan uji hipotesis, maka dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel dan menjawab hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05).

1. Pengaruh manajemen keuangan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah.

Hipotesis pertama adalah bahwa manajemen keuangan memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM. Dari tabel di atas dapat dilihat hasil uji t untuk variabel “Manajemen Keuangan” (X1) menunjukkan nilai signifikansi t sebesar 0,000 dan koefisien regresi (beta) positif sebesar 0,543. Manajemen keuangan memiliki nilai kepentingan $0,000 < 0,05$, H1 diterima. Artinya, pengelolaan keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Semakin baik bisnis kecil mengelola keuangannya, semakin efisien kinerja bisnisnya. Manajemen keuangan mengacu pada semua aktivitas yang terkait dengan perolehan, pembiayaan, dan pengelolaan aset yang memiliki beberapa tujuan menyeluruh. Keahlian dalam manajemen keuangan dapat membantu mitra bisnis dalam segala aspek manajemen bisnis, mulai dari penganggaran, perencanaan penghematan perusahaan, hingga pengetahuan keuangan dasar untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan. Manajemen keuangan yang tepat diperlukan ketika menjalankan bisnis untuk mencapai hasil yang baik. Temuan penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Safii & Rahayu, 2021). yang menyatakan bahwa kinerja UKM sangat dipengaruhi oleh pengelolaan keuangan. Jika aspek keuangan semakin baik maka kinerja UKM akan semakin naik.

2. Pengaruh kemampuan sumber daya manusia terhadap kinerja usaha kecil.

Hipotesis kedua adalah bahwa kemampuan SDM memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM. Tabel 5.7 menunjukkan hasil uji t untuk variabel “Kemampuan SDM” (X2) menunjukkan nilai t-signifikansi sebesar 0,039 dan koefisien regresi (beta) positif sebesar 0,096. Nilai signifikansi kemampuan SDM adalah 0,039. Jika $0,039 < 0,05$, H2 diterima. Artinya kemampuan SDM mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja UKM. Semakin kuat kemampuan SDM, semakin baik kinerja bisnis. Kemampuan seseorang adalah sesuatu yang dimiliki seseorang sejak lahir yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kerjanya. Kompetensi SDM adalah kompetensi yang terkait dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan ciri kepribadian yang secara langsung memengaruhi kinerja. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh (Anom & Safii, 2022) yang menemukan bahwa

kapabilitas SDM berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Semakin baik kemampuan SDM, semakin baik pula kinerja UKM.

3. Pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah.

Hipotesis ketiga adalah bahwa strategi pemasaran memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM. Dari Tabel 5.7 hasil uji t variabel “Strategi Pemasaran” (X3) menunjukkan nilai signifikansi t sebesar 0,022 dan koefisien regresi (beta) positif sebesar 0,354. Nilai signifikansi strategi pemasaran adalah 0,022. Jika 0,05 maka H3 diterima. Artinya, strategi pemasaran berdampak positif terhadap kinerja UKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran yang diterapkan, maka semakin baik pula kinerja UKM. Strategi pemasaran adalah upaya untuk menjual produk (barang atau jasa) menggunakan rencana dan taktik khusus untuk meningkatkan penjualan. Tentu saja, agar usaha kecil dapat berkembang, mereka perlu kreatif dan inovatif dalam mengembangkan strategi pemasaran efektif yang memberikan hasil positif. Apabila pemilik tidak mengetahui cara memasarkan produk secara efektif, maka usaha kecilnya akan sulit berkembang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Purwaningsih dan Pajar (2015) serta Purwidianti (2015) yang menemukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM (Safii & Anom, 2021). Semakin baik strategi pemasaran bisnis kecil Anda, semakin baik pula kinerjanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan permasalahan penelitian, tujuan, hipotesis dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan keuangan UKM, semakin baik pula kinerja bisnisnya. Kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterampilan manajerial individu, semakin baik kinerja perusahaan. Strategi pemasaran memiliki dampak positif terhadap kinerja bisnis kecil. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran UKM dijalankan, maka semakin baik pula kinerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E. (2018). Implementasi Program Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) Di Kecamatan Ciseeng, Kab. Bogor, Provinsi Jawa Barat. Universitas Pamulang, Tangerang Selatan.
- Anggraeni, B. D. (2015). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus: UKM Depok. Jurnal Vokasi Indonesia, 3(1), 22–30. Retrieved from <http://www.jvi.ui.ac.id/index.php/jvi/article/view/23>

- Anom, L., & Safii, A. A. (2022). Enhancing MSME Performance through Market Sensing Capability, Innovation Capability, and Iconic Ethnic Product Development. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 6(1), 1-10.
- Anwar, M. P. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Bandung: Refika Aditama.
- Ardiana, I. D. K. R., Brahmayanti, I. A., & Subaedi. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 42–55. Retrieved from <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.42-55>
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fibriyani, V., & Mufidah, E. (2018). Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Pasuruan. In *Conference on Innovation and Application of Science and Technology* (pp.148–157). Retrieved from <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/618>
- Krisdanti, G., & Rodhiyah, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Ukm Pada Sektor Industri Pengolahan Makanan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13379>
- Purwaningsih, R., & Kusuma, P. D. (2015). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi* (pp. 7–12). Retrieved from https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/PROSIDING_SNST_FT/article/view/1113
- Purwidiyanti, W., & Rahayu, T. S. M. (2015). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Industri Kecil Dan Menengah Di Purwokerto Utara. *Kinerja: Journal Business and Economics*, 19 (2), 149– 159.
- Ratnawati, A. T., & Hikmah. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UKM (Studi Kasus UKM Di Kabupaten dan Kota Semarang). *E-Jurnal Serat Acitya*, 2(1), 102–114. Retrieved from <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/41>
- Safii, A. A., & Anom, L. (2021). Peran Moderasi Financial Access Pada Pengaruh Human Capital Dan Social Capital Terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi*, 14(1), 36-49.
- Safii, A. A., & Rahayu, S. (2021). Human Capital and Social Capital as Determining Factors of The Msmes Surviving Ability. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 5(1), 1-19.
- Sarlito, S. W., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Harmonika.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.

- Tang, T., & Chen, Y.-J. (2008). Intelligence Vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, and Unethical Behavior across College Major and Gender. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 1–26. Retrieved from https://econpapers.repec.org/article/kapjbuset/v_3a82_3ay_3a2008_3ai_3a1_3ap_3a1-26.htm
- Wahyudiati, D., & Isroah. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi SDM (SDM) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UKM) Di Desa Kasongan. *Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2), 1–11. Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/13761>