

DAFTAR ISI

SKRIPSI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT (English)</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademik	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Batasan Penelitian	13
BAB II TINJAUAN LITERATUR	14
2.1 Kewirausahaan	14
2.2 Kriteria UMKM	15
2.3 Orientasi Kewirausahaan	17
2.4 Media Sosial	19
2.5 Hubungan Manajerial	21
2.6 Kinerja UMKM	22
2.7 Hubungan Antar Variabel	23
2.7.1 Hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM	23
2.7.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap Media Sosial 24	
2.7.3 Hubungan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM	25
2.7.4 Hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap Hubungan Manajerial	26

2.7.5 Pengaruh Hubungan manajerial terhadap Kinerja UMKM	27
2.8 Model Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.1.1 Metode Penelitian.....	30
3.1.2 Data Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.2.3 Ukuran Sample	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	39
3.5 Analisis dan Pengukuran Data.....	43
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.5.2 Analisis Data Penelitian Menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i>	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Penjelasan Hasil Penelitian.....	56
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Jumlah Responden terkait Kepemilikan Bisnis	57
4.2.2 Jumlah Responden terkait Letak Bisnis pada Kota Jambi dan Lama	58
4.2.3 Jumlah Responden terkait Skala Usaha Bisnis.....	59
4.2.4 Jumlah Responden terkait Jenis Bisnis	60
4.2.5 Jumlah Responden terkait Jumlah Aset Usaha	61
4.2.6 Jumlah Responden terkait Omzet Tahunan	62
4.2.7 Jumlah Responden terkait Jumlah Karyawan	63
4.2.8 Jumlah Responden terkait Kepemilikan Sosial Media pada Bisnisnya	64
4.2.9 Jumlah Responden terkait Media Sosial yang Sering digunakan untuk berbisnis	65
4.2.10 Jumlah Responden terkait Seringnya Penggunaan Media Sosial	66

4.2.11 Jumlah Responden terkait Konten yang Digunakan dalam Media Sosial.....	67
4.2.12 Jumlah Responden terkait Konten yang Digunakan dalam Media Sosial.....	68
4.3 Analisis Deskriptif.....	69
4.3.1 Orientasi Kewirausahaan.....	70
4.3.2 Media Sosial.....	74
4.3.3 Hubungan Manajerial.....	78
4.3.4 Kinerja UMKM.....	80
4.4 Uji Instrument Actual Test.....	83
4.4.1 Uji Outer Model.....	84
4.4.2 Uji Structural Model (<i>Inner Model</i>).....	98
4.5 Pembahasan.....	107
4.5.1 Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.....	107
4.5.2 Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif terhadap Media Sosial.....	108
4.5.3 Media Sosial Berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM.....	109
4.5.4 Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif terhadap Hubungan Manajerial.....	110
4.5.5 Hubungan Manajerial Berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Implikasi Teoritis.....	113
5.3 Implikasi Manajerial.....	115
5.3.1 Upaya Peningkatan Orientasi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Kinerja UMKM.....	116
5.3.2 Upaya Peningkatan Orientasi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Media Sosial.....	116
5.3.3 Upaya Peningkatan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja UMKM.....	117
5.3.4 Upaya Peningkatan Orientasi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Hubungan Manajerial.....	117
5.3.5 Upaya Peningkatan Hubungan Manajerial untuk	

Meningkatkan Kinerja UMKM	119
5.4 Keterbatasan Penelitian	121
5.5 Saran	122
5.5.1 Saran untuk Pemerintah	122
5.5.2 Saran untuk Pelaku UMKM	123
5.5.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	134



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM.....	1
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah UMKM di Provinsi Jambi.....	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Kriteria Uji Validitas	46
Tabel 3.3 Kriteria Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.1 Skala Interval.....	70
Tabel 4.2 Indikator Responden Orientasi Kewirausahaan	70
Tabel 4.3 Indikator responden Media Sosial.....	74
Tabel 4.4 Indikator Responden Hubungan Manajerial.....	78
Tabel 4.5 Indikator responden Kinerja UMKM	80
Tabel 4.6 Uji Convergent Validity & Internal Consistency Reliability 1	87
Tabel 4.7 Uji Convergent Validity & Internal Consistency Reliability 2	91
Tabel 4.8 Hasil Uji R-Square	100
Tabel 4.9 Hasil Uji F Square	101
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis	102
Tabel 4.11 Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kriteria UMKM.....	17
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Jenis Desain Penelitian	30
Gambar 3.2 Tahapan SEM	49
Gambar 4.1 Persentase Kepemilikan Bisnis Responden	57
Gambar 4.2 Persentase Letak Bisnis dan Lama Beroperasi	58
Gambar 4.3 Persentase Skala Usaha Bisnis	59
Gambar 4. 4 Persentase Jenis Bisnis	60
Gambar 4.5 Persentase Jumlah Aset.....	61
Gambar 4. 6 Persentase Omset Tahunan Responden	62
Gambar 4.7 Persentase Jumlah Karyawan Responden.....	63
Gambar 4. 8 Persentase Kepemilikan Sosial Media Responden	64
Gambar 4.9 Persentase Media Sosial Yang Sering Digunakan Responden	65
Gambar 4.10 Persentase Seringnya Penggunaan Media Sosial Responden	66
Gambar 4.11 Persentase Penggunaan Konten Media Sosial Responden	67
Gambar 4.12 Persentase Keefektifan Penggunaan Media Sosial Responden	68
Gambar 4.13 Hasil Outer Model 1	86
Gambar 4. 14 Hasil Outer Model 2.....	90
Gambar 4.15 Hasil Inner Model.....	99