

ANALISIS KINERJA KEUANGAN UMKM INDUSTRI KREATIF KOTA SURAKARTA

Muflik Malikun ¹⁾
Mulyono ²⁾

^{1, 2)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta
e-mail: ¹⁾ muflik.malikun@gmail.com
²⁾ mulyono2511@gmail.com

ABSTRACT

The creative industry sector in Surakarta has potential to compete in the era of the ASEAN Economic Community (AEC), to exploit the potential of creative Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Surakarta should improve productivity and company performance. This study aims to analyze of financial performance of creative MSMEs in Surakarta with operating profit as a proxy of performance, as well as analyze of capital and sales. Hypothesis in this study (1) Capital influence on sales (2) Capital influence on MSMEs performance (3) Sales influence on MSMEs performance. This study took a sample of 117 MSMEs entrepreneurs spread across 5 districts in Surakarta, with purposive sampling techniques. Hypothesis testing is done by using multiple regression analysis. The conclusion of the hypothesis test results (1) capital has positive and significant effect on sales, (2) capital has not significant effect on creative MSMEs (3) sales have positive and significant effect on the performance of creative MSMEs in Surakarta.

Keywords: *capital, sales, operating profit, performance of creative MSMEs*

PENDAHULUAN

Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) memberikan tantangan sendiri bagi negara Indonesia. Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang dipertimbangkan untuk membangun skema ekonomi nasional, terbukti mampu mendorong pembangunan ekonomi negara dan berperan memperluas lapangan pekerjaan dan berkontribusi terhadap PDB (Sabirin & Atem, 2016). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menyatakan (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan 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 perorangan atau badan usaha yang

bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana 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 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.

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah

usaha. Kelompok usaha mikro memiliki aset maksimal 50 juta dengan omzet maksimum 300 juta, kelompok usaha kecil memiliki aset > 50 juta – 500 juta dengan omzet > 300 juta – 2,5 Miliar, kelompok usaha menengah memiliki aset > 500 juta – 10 miliar dengan omzet > 2,5 Miliar - 50 Miliar.

Karakteristik UMKM berdasarkan definisi dari Bank Indonesia digolongkan berdasarkan aset atau hasil penjualan yaitu (1) Usaha Mikro, dengan kriteria hasil penjualan secara individu paling banyak Rp100 juta per tahun (2) Usaha Kecil, dengan kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1 miliar (3) Usaha Menengah, dengan kriteria kekayaan bersih lebih dari Rp 200 juta sampai paling banyak Rp 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (Krisnamurthi, 2003).

Dinas Koperasi dan UMKM Pemkot Surakarta menjelaskan jumlah UMKM di Kota Solo pada tahun 2016 mencapai sekitar 2.900 UMKM. Selanjutnya di tahun 2017 mengalami kenaikan jumlah menjadi sekitar 3.000 UMKM (<http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id>).

Perkembangan kota kreatif di suatu negara tidak terlepas dari usaha pemerintah dan para pelaku kreatif di kota tersebut. Pemerintah selaku fasilitator mesti dapat mendukung segala daya upaya yang dilakukan oleh para pelaku kreatif dalam mengembangkan kreativitas dan meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat. Pada tahun 2004, UNESCO meluncurkan program *Creative City Network* (CCN) dengan misi membentuk kerja sama internasional antara kota-kota yang menempatkan kreativitas sebagai faktor strategis untuk pembangunan berkelanjutan dengan melibatkan semua pihak terkait, yaitu pemerintah, swasta, organisasi profesional, komunitas, dan institusi budaya. CCN dirancang untuk memfasilitasi proses pertukaran pengalaman, pengetahuan, dan sumber daya

antara anggotanya sebagai jalan untuk mengangkat industri kreatif lokal dan menumbuhkan kerjasama di seluruh dunia dalam pembangunan perkotaan yang berkelanjutan. Tujuan CCN adalah memperkuat penciptaan, produksi, distribusi, dan konsumsi produk dan jasa budaya pada tingkat lokal; mempromosikan kreativitas dan ekspresi kreatif, meningkatkan akses dan partisipasi pada kehidupan berbudaya termasuk apresiasi terhadap produk budaya; mengintegrasikan industri kreatif dan budaya ke dalam strategi pengembangan lokal. Di Indonesia pada tahun 2014, pemerintah telah memfasilitasi empat kota untuk dapat secara resmi masuk dalam jaringan *Creative City Network*, yaitu Surakarta dan Bandung sebagai Kota *Design*, Yogyakarta dan Pekalongan sebagai kota *craft and folk art*. Pada akhirnya yang menjadi bagian dari CCN adalah Pekalongan dan Bandung (<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id>).

Kata kreatif berasal dari bahasa Inggris *creative*, yang juga merupakan perubahan kata dari kreasi atau *create*. Pengertian kreatif menurut Kamus bahasa Indonesia adalah (1) memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan. (2) Bersifat (mengandung) daya cipta. Pengertian Kreativitas (1) kemampuan untuk mencipta, daya cipta. (2) perihal berkreasi (Depdiknas, 2008). Menurut Howkins (2005) ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi di mana *input* dan *output*-nya adalah gagasan. Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2007).

Sejalan dengan uraian di atas, ekonomi kreatif menekankan pada kegiatan ekonomi untuk menciptakan nilai tambah melalui kreativitas sumber daya manusia. Industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh pelaku industri dengan kreativitas sumber daya manusia

sebagai aset utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Kreativitas SDM dari setiap industri amat penting untuk dikembangkan, dengan tujuan agar industri mampu menghasilkan sesuatu yang baru, atau menghasilkan suatu produk yang berbeda dari sebelumnya. Dengan demikian industri yang kreatif harus mampu menghasilkan ciri khas dari produk yang dihasilkan baik barang atau jasa, produk berdaya saing tinggi diharapkan tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal dan nasional, bahkan mampu bersaing di pasar Asean.

Sektor industri kreatif di Kota Surakarta tersebar di lima Kecamatan, meliputi kecamatan Jebres, Banjarsari, Pasar Kliwon, Serengan dan Laweyan di mana masing-masing kecamatan mempunyai keunggulan tersendiri dalam menghasilkan produk ekonomi kreatif berorientasi ekspor (*one village one product*). Sektor industri kreatif di Surakarta memiliki po-

tensi untuk bersaing di era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan diharapkan dapat berkompetisi di pasar negara-negara Masyarakat Ekonomi Eropa. Untuk memanfaatkan potensi tersebut, UMKM kreatif di Surakarta harus meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan. Selain dari pada itu, satu hal penting yang perlu dikembangkan adalah kemampuan menciptakan desain kreatif berorientasi ekspor.

Hasi penelitian Umrotun, Wahyuddin, dan Sholahuddin (2017) menyatakan sentra industri kreatif masing-masing kecamatan di kota Surakarta mempunyai keunggulan tersendiri dalam menghasilkan produk ekonomi kreatif berorientasi ekspor. Peta persebaran ekonomi kreatif berorientasi ekspor setiap kecamatan di kota Surakarta disajikan seperti tabel 1 berikut.

Tabel 1: Persebaran Ekonomi Kreatif Berorientasi Ekspor Setiap Kecamatan di Kota Surakarta

No.	Kecamatan	Potensi UMKM Kreatif berorientasi Ekspor
1	Jebres	Kerajinan tangan, konveksi, furniture, pengolahan tembakau, plastik, barang logam, makanan, sangkar burung, minuman
2	Banjarsari	Kerajinan tangan, furniture, pengolahan tembakau, plastik, makanan, barang logam, barang antik
3	Serengan	Kerajinan tangan, konveksi, pakaian jadi, furniture, percetakan, barang logam, kulit
4	Pasar Kliwon	Kerajinan tangan, konveksi, pakaian jadi, percetakan, makanan, kosmetik
5	Laweyan	Kerajinan tangan, konveksi, pakaian jadi, furniture, pengolahan tembakau, makanan

Sumber: Umrotun, Wahyuddin, dan Sholahuddin (2017)

Dalam menghadapi era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), sektor UMKM kreatif perlu mendapat perhatian dalam upaya meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia. Sektor industri kreatif yang berdaya saing di kota Surakarta amat penting untuk dikembangkan agar memiliki peluang besar untuk bersaing dalam kompetisi di pasar Asean. Keberadaan

UMKM kreatif di kota Surakarta penting untuk diberdayakan sebagai roda penggerak ekonomi, namun dalam menjalankan usahanya masih banyak yang menghadapi permasalahan dan kendala. Sudaryanto & Hanim (2002) menyatakan UMKM menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang ren-

dah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi. Lebih lanjut Wijanarko & Susilo (2016) berpendapat bahwa keberhasilan UMKM yang berorientasi pada ekonomi kreatif tidak hanya ditentukan dari *branding* atau usaha tetapi juga perlu didukung dengan promosi seperti *delivery order*, *word of mouth* (mulut ke mulut), dan pemanfaatan *social media*. Lebih lanjut Hartono & Hartomo (2014) menyatakan, dari pemetaan kondisi kinerja UMKM di wilayah Surakarta rata-rata permasalahan yang dihadapi pelaku usaha yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya promosi, serta dalam permodalan.

Venkatraman & Ramanujam (1986) menyatakan bahwa kinerja perusahaan dapat terdiri dari kinerja keuangan, kinerja bisnis, dan kinerja keorganisasian. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari penerimaan atas aset (*return on asset*), penerimaan atas penjualan (*return on sales*), dan *return on equity*. Indikator kinerja keuangan UKM dapat diukur dari penjualan pertahun, laba pertahun, dan aset (Ha, Thanh & hang, 2016). Widodo et al. (2003) menyatakan ukuran dalam menentukan kinerja usaha mikro menggunakan indikator-indikator kinerja yaitu nilai penjualan, keuntungan, nilai aset usaha, nilai aset keluarga, kredit, biaya hidup keluarga, dan tabungan keluarga. Omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi (Swastha, 2001). Laba adalah semua unsur pendapatan dan beban yang diakui dalam suatu periode (IAI, 2007). Laba sebelum pajak merupakan laba yang diperoleh dari seluruh pendapatan dikurangi dengan seluruh biaya, sebelum dikurangi pajak perseroan.

Kinerja keuangan sektor industri kreatif dapat dinilai dari pertumbuhan penjualan dari setiap tahunnya. Dalam mejalankan usaha, perusahaan membutuhkan modal untuk membiayai kegiatan usaha

sehingga modal merupakan elemen penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Menurut Munawir (2012) modal merupakan hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), surplus dan laba yang ditahan. Atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh utang-utangnya.

Modal kerja diperlukan untuk meningkatkan penjualan karena dengan adanya pertumbuhan penjualan perusahaan harus memiliki dana untuk membiayai aktiva lancar. Misalnya bila perusahaan mengalami peningkatan penjualan secara kredit, maka pada posisi aktiva lancar yaitu pada piutang perusahaan akan mengalami peningkatan pula. Begitu juga dengan persediaan karena semakin banyak barang yang dijual maka persediaan akan bertambah karena adanya peningkatan penjualan. Volume penjualan merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang mempengaruhi kebutuhan modal kerja, maka dari itu perusahaan memerlukan sumber pembiayaan atau dana dengan adanya peningkatan penjualan tersebut (Supriadi dan Puspitasari, 2012).

Penelitian empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta pernah dilakukan oleh Hartono & Hartomo (2014), dimana proksi perkembangan usaha diukur dari peningkatan penjualan. Hasil temuan menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugrahini, Pardi, dan Ismunawan (2016), menghasilkan temuan bahwa kredit modal kerja dan jumlah karyawan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pendapatan UMKM di kecamatan Kartasura. Penelitian Fatmasari Sukesti & Nurhayati (2015) menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UKM makanan kecil di kota Semarang. Penelitian Supriadi dan Puspitasari (2012) menyatakan bahwa modal

kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan, dan selanjutnya modal pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Pada penelitian Maheswara, Setiawina & Saskara (2016) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UKM sektor perdagangan di kota Denpasar menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah penjualan, dan selanjutnya jumlah penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UKM.

Berdasarkan permasalahan dan hasil temuan penelitian sebelumnya, kinerja keuangan UMKM kreatif di Surakarta dapat diukur dari laba pertahun yang dicapai perusahaan. Besar kecilnya laba dapat dipengaruhi oleh jumlah penjualan yang dicapai perusahaan, dan penjualan dapat dipengaruhi oleh modal. Permasalahan dalam penelitian ini apakah modal berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan, apakah modal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kreatif, dan apakah penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kreatif. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini (1) untuk menganalisis pengaruh modal terhadap penjualan, (2) untuk menganalisis pengaruh modal terhadap kinerja UMKM kreatif (3) menganalisis pengaruh penjualan terhadap kinerja UMKM kreatif.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (1) modal berpengaruh positif terhadap penjualan, (2) modal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kreatif. (3) penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kreatif.

Kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian ini untuk memberikan informasi tentang kondisi kinerja keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kreatif di Surakarta tercermin dari tingkat pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan laba. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai kebijakan bagi pelaku UMKM kreatif di Surakarta untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dalam rangka menghadapi era Masyarakat

Ekonomi Asean (MEA). Bagi para peneliti yang akan datang, dapat digunakan sebagai kajian teoritis dan bahan referensi berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM kreatif yang ada di lima kecamatan kota Surakarta yang terdiri dari kecamatan Jebres, Banjarsari, Pasar Kliwon, Serengan dan Laweyan. Karakteristik UMKM dalam penelitian ini menggunakan definisi dari Bank Indonesia yaitu:

1. Usaha Mikro, dengan kriteria hasil penjualan maksimum Rp100 juta/tahun
2. Usaha Kecil, dengan kriteria hasil penjualan antara Rp 101 juta – Rp 1 miliar/tahun
3. Usaha Menengah, dengan kriteria hasil penjualan diatas Rp 1 miliar/tahun

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan mendasarkan pada kriteria yang ditetapkan oleh peneliti yaitu (1) pelaku UMKM kreatif yang akan dijadikan responden bersedia untuk mengisi kuesioner dan bersedia di wawancarai; (2) responden masuk dalam kelompok UMKM sesuai dengan kriteria populasi dan domisili usaha di kota Surakarta; dan (3) pelaku UMKM memiliki data laporan keuangan yang lengkap. Dari hasil survey di lapangan jumlah sampel yang layak untuk dianalisis adalah sebanyak 117 UMKM terdiri dari:

- | | |
|---------------------------|------------|
| 1. Kecamatan Jebres | : 23 UMKM |
| 2. Kecamatan Banjarsari | : 24 UMKM |
| 3. Kecamatan Pasar Kliwon | : 20 UMKM |
| 4. Kecamatan Serengan | : 23 UMKM |
| 5. Kecamatan Laweyan | : 27 UMKM |
| Jumlah responden | : 117 UMKM |

Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan seperangkat kuesioner yang disebarakan kepa-

da (1) Pelaku Usaha Mikro; (2) Pelaku Usaha Kecil; (3) Pelaku Usaha Menengah. Untuk menganalisis kinerja keuangan UMKM kreatif, penelitian ini menggunakan variabel sebagai berikut:

1. Variabel dependen sebagai proksi dari kinerja UMKM kreatif adalah laba bersih usaha per tahun.
2. Variabel independen terdiri:
 - a. Modal adalah jumlah dana yang digunakan UMKM kreatif untuk menjalankan operasional perusahaan yang berasal dari dana sendiri maupun pinjaman per tahun.
 - b. Penjualan adalah hasil penjualan per tahun yang dicapai UMKM kreatif.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi OLS (*Ordinary Least Square*). Untuk mengetahui apakah model regresi dinyatakan BLUE maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi yang disyaratkan, terdiri dari uji uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Sales} = \alpha + \beta_1 \text{Modal} + \beta_2 \text{Kinerja} + \beta_3 \text{Sales} + \text{Error}$$

Keterangan:

- Kinerja = Kinerja UMKM kreatif
- Modal = Modal UMKM kreatif
- Sales = Hasil penjualan
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi
- = *Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Identitas UMKM Kreatif di Surakarta

1. Skala usaha UMKM kreatif di Surakarta
UMKM kreatif di Surakarta yang responden dalam penelitian ini terdiri dari 117 pengusaha terdiri dari 13 Usaha Mikro (11%), 75 Usaha Kecil (64%) dan 29 Usaha Menengah (25%).
2. Jenis Usaha
Jenis usaha UMKM kreatif di Surakarta disajikan seperti tabel 3 berikut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi UMKM kreatif dari masing-masing kecamatan di kota Surakarta mempunyai keunggulan tersendiri dalam menghasilkan produk ekonomi kreatif berorientasi ekspor. Berdasarkan jenis usaha, potensi UMKM Kreatif di Surakarta paling banyak adalah industri mebel (furniture) 22%; selanjutnya industri batik 18%; kerajinan kayu dan rotan 14%; dan industri makanan 13%.

3. Jenis Kelamin
Identitas UMKM kreatif di Surakarta berdasarkan jenis kelamin disajikan seperti tabel 4 berikut.

Tabel 2. Deskripsi Responden

Skala Usaha	Hasil Penjualan	Jumlah	Persentase
Usaha Mikro	Rp 32.600.000 – Rp 62.000.000	13	11%
Usaha Kecil	Rp 310.000.000 – Rp 980.000.000	75	64%
Usaha Menengah	Rp 1,03 M – Rp 2,85 Miliar	29	25%
Total		117	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 3. Jenis Usaha UMKM Kreatif di Surakarta

Potensi UMKM Kreatif	Jebres	Banjarsari	Serengan	Pasar Kliwon	Laweyan	Jml	%
Kerajinan kayu & rotan	3	2	4	3	4	16	14%
Batik	4	-	3	7	7	21	18%
Pakaian jadi	-	-	2	4	3	9	8%
Mebel/furniture	6	7	5	4	4	26	22%
Pengolahan tembakau	2	3	-	-	4	9	8%
Plastik	3	3	-	-	-	6	5%
Barang logam	-	2	2	-	-	4	3%
Makanan	3	4	-	3	5	15	13%
Minuman	-	-	-	-	-	0	0%
Sangkar burung	2	-	-	-	-	2	2%
Barang antik	-	3	-	-	-	3	3%
Percetakan	-	-	2	-	-	2	2%
Kulit	-	-	2	-	-	2	2%
Kosmetik	-	-	-	2	-	2	2%
Jumlah	23	24	20	23	27	117	100%
Persentase	20%	21%	17%	20%	23%	100%	

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 4. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kreatif di Surakarta

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Jebres	15	8	23
2	Banjarsari	15	9	24
3	Serengan	11	9	20
4	Pasar Kliwon	12	11	23
5	Laweyan	15	12	27
	Jumlah	68	49	117
	Persentase	58%	42%	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 5. Tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kreatif di Surakarta

No.	Kecamatan	SD	SLTP	SLTA	PT	Jumlah
1	Jebres	0	4	16	3	23
2	Banjarsari	0	8	14	2	24
3	Serengan	2	5	11	2	20
4	Pasar Kliwon	1	9	12	1	23
5	Laweyan	0	5	17	5	27
	Jumlah	3	31	70	13	117
	Persentase	3%	26%	60%	11%	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kreatif di Surakarta

yang menjadi responden terdiri dari laki-laki 58% dan perempuan 42%.

4. Tingkat Pendidikan Identitas UMKM kreatif di Kota Surakarta berdasarkan tingkat pendidikan disajikan seperti tabel 5 di atas. Tingkat pendidikan pelaku UMKM kreatif di Kota Surakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas 60% berpendidikan SLTA ; 26% berpendidikan SLTP; 11% berpendidikan perguruan tinggi dan 3% berpendidikan sekolah dasar.

5. Statistik Deskriptif Kinerja UMKM Kreatif Statistik deskriptif variabel modal, penjualan dan kinerja UMKM kreatif yang diprosikan dari laba usaha disajikan seperti tabel 6 di bawah ini.

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan laba usaha per tahun yang dicapai UMKM untuk menjalankan kegiatan usahanya minimum Rp 16.050.000 dan maksimum Rp 205.700.000 dengan rata-rata Rp 84.925.269. Modal yang digunakan UMKM untuk menjalankan kegiatan usahanya minimum Rp 30.700.000 dan maksimum Rp 2.042.500.000 dengan rata-rata sebesar Rp 543.243.590. Hasil penjualan per tahun yang dicapai UMKM minimum Rp 32.600.000 sampai dengan Rp 2.850.000.000

dengan rata-rata sebesar Rp 676.192.308.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS berikut ini disajikan hasil uji asumsi klasik meliputi Uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas.

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas disajikan seperti tabel 7 di bawah ini.

Hasil uji normalitas melalui *Kolmogorov-Smirnov test* diperoleh *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,795 > 0,05 berarti residual normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas disajikan seperti tabel 8 di bawah ini.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen (modal dan sales) tidak saling berkorelasi linear. Hal ini ditunjukkan dari nilai *tolerance* (0,130; 0,130) > 0,1 dan *Variance Inflation Factors* (7,680; 7,680) < 10. Dengan demikian model dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas disajikan seperti tabel 9 di bawah ini.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Kinerja UMKM Kreatif

	N	Minimum	Maximum	Mean
Laba usaha	117	16.050.000	205.700.000	84.925.269
Modal	117	30.700.000	2.042.500.000	543.243.590
Penjualan	117	32.600.000	2.850.000.000	676.192.308

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig.(2-tailed)</i>	Standar	Keterangan
0,799	Sig. > 0,05	Residual Normal

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Standar	Keterangan
Modal	0,130	7,680	Tolerance > 0,1 VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Sales	0,130	7,680		Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Standar	Keterangan
Modal	0,118	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Sales	0,554		Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Asymp. Sig.(2-tailed)	Standar	Keterangan
0,404	Sig. > 0,05	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 11. Hasil Regresi Pengaruh Modal terhadap Penjualan

Variabel	B	t	Sig.
Modal	1,204	22,716	0,000**
F	= 768,161 (Sig. 0,000)		
R ²	= 0,869		

Sumber: Data primer diolah, 2018

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel independen (modal dan sales) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *absolut residual*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi (0,118; 0,554) > 0,05, berarti model dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi disajikan seperti tabel 10 di atas.

Hasil uji autokorelasi melalui *Runs test* diperoleh *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,404 > 0,05. Dengan demikian model dalam penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi

1. Pengaruh Modal terhadap Penjualan
Hasil regresi pengaruh modal terhadap penjualan menghasilkan koefisien regresi positif sebesar 1,204 berarti setiap kenaikan modal 1 rupiah akan meningkatkan penjualan sebesar 1,204 rupiah. Nilai t hitung sebesar 22,716 dengan *p value* sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 1% berarti modal berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan UMKM kreatif di Surakarta. Nilai F sebesar 768,161 dengan *p value* sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 1% berarti model penelitian ini layak atau fit dalam memprediksi pengaruh modal terha-

Tabel 12. Hasil Regresi Pengaruh Modal dan Penjualan terhadap Kinerja UMKM

Variabel	B	t	Sig.
Modal	0,018	1,283	0,202
Penjualan	0,038	3,456	0,001**
F	= 83,957		
Adj.R ²	= 0,589		

Keterangan: **signifikan pada 1%, *signifikan pada 5%

Sumber: Data primer diolah, 2018

dap penjualan UMKM kreatif di Surakarta. Koefisien determinasi R^2 sebesar 0,869 berarti persentase sumbangan variabel modal dalam menjelaskan variabel penjualan adalah sebesar 86,9%.

2. Pengaruh Modal dan Penjualan terhadap Kinerja

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi modal adalah positif sebesar 0,018 berarti setiap kenaikan modal 1 rupiah akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,018 rupiah. Nilai t hitung sebesar 1,283 dengan p value sebesar 0,202 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 5% berarti modal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kreatif di Surakarta.

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi penjualan adalah positif sebesar 0,038 berarti setiap kenaikan penjualan 1 rupiah akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,038 rupiah. Nilai t hitung sebesar 3,456 dengan p value sebesar 0,001 yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 1% berarti penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kreatif di Surakarta.

Nilai F sebesar 83,957 dengan p value sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 1% berarti model penelitian ini layak atau fit dalam memprediksi pengaruh modal dan penjualan terhadap kinerja UMKM kreatif di Surakarta. Koefisien determinasi $Adj.R^2$ sebesar 0,589 berarti

persentase sumbangan variabel modal dan penjualan dalam menjelaskan variabel kinerja adalah sebesar 58,9% sisanya 41,1% dijelaskan variabel lain diluar model.

Pembahasan

1. Pengaruh Modal terhadap Penjualan
Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan UMKM kreatif di Surakarta, peningkatan modal usaha akan mempengaruhi peningkatan hasil penjualan UMKM kreatif di Surakarta. Dengan demikian hipotesis 1 diterima. Pengaruh positif modal terhadap penjualan menunjukkan bahwa, pada saat perusahaan mencapai penjualan yang tinggi umumnya perusahaan memerlukan modal kerja yang besar untuk membiayai kegiatan produksinya. Sehingga semakin besar modal kerja akan mendorong pertumbuhan penjualan perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Supriadi dan Puspitasari (2012) bahwa modal memiliki efek positif pada penjualan. Modal kerja diperlukan untuk meningkatkan penjualan karena dengan adanya pertumbuhan penjualan perusahaan harus memiliki dana untuk membiayai aktiva lancar. Misalnya bila perusahaan mengalami peningkatan penjualan secara kredit, maka pada posisi aktiva lancar yaitu pada piutang perusahaan akan mengalami peningkatan pula. Begitu juga dengan persediaan karena semakin banyak barang yang dijual maka persediaan akan bertambah

karena adanya peningkatan penjualan. Volume penjualan merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang mempengaruhi kebutuhan modal kerja, maka dari itu perusahaan memerlukan sumber pembiayaan atau dana dengan adanya peningkatan penjualan tersebut. Temuan ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hartono & Hartomo (2014), menyatakan modal berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Surakarta, di mana proksi perkembangan usaha diukur dari peningkatan penjualan. Temuan ini juga mendukung penelitian Maheswara, Setiawina & Saskara (2016) bahwa modal berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah penjualan UKM sektor perdagangan di kota Denpasar.

2. Pengaruh Modal terhadap Kinerja UMKM Kreatif

Penggunaan modal kerja yang bersumber dari internal dan eksternal perusahaan, digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pada saat kegiatan produksi meningkat, perusahaan memerlukan modal kerja yang semakin besar sehingga laba yang dicapai umumnya juga akan semakin besar. Peningkatan laba usaha merupakan suatu ukuran yang mencerminkan kinerja UMKM kreatif di Surakarta akan semakin baik. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal tidak berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan UMKM kreatif di Surakarta. Dengan demikian hipotesis 2 ditolak. Hal ini dapat terjadi karena peningkatan modal kerja belum mampu menghasilkan penjualan yang optimal, sehingga laba usaha yang dicapai juga kurang optimal. Faktor-faktor lain diluar model seperti modal asing, total biaya, dan umur perusahaan juga turut mempengaruhi laba usaha. Dengan demikian, penggunaan modal

yang semakin besar tidak dapat mempengaruhi langsung laba usaha.

3. Pengaruh Penjualan terhadap Kinerja UMKM Kreatif

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan UMKM kreatif di Surakarta, peningkatan hasil penjualan akan mempengaruhi peningkatan kinerja UMKM kreatif di Surakarta. Dengan demikian hipotesis 3 diterima. Peningkatan penjualan dari hasil produksi memberikan kontribusi positif pada peningkatan laba bersih, sehingga laba usaha sebagai proksi kinerja mengindikasikan kinerja yang semakin baik pada pelaku UMKM kreatif di Surakarta. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Supriadi dan Puspitasari (2012) dan Maheswara, Setiawina & Saskara (2016) bahwa modal memiliki efek positif pada penjualan.

KESIMPULAN

Temuan dari hasil penelitian ini, modal berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan, dan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM kreatif di Surakarta. Implikasi dari hasil temuan penelitian ini, modal kerja diperlukan untuk meningkatkan penjualan karena dengan adanya pertumbuhan penjualan perusahaan harus memiliki dana untuk membiayai aktiva lancar. Peningkatan penjualan dari hasil produksi memberikan kontribusi positif pada peningkatan laba bersih, sehingga laba usaha sebagai proksi kinerja mengindikasikan kinerja yang semakin baik pada pelaku UMKM kreatif di Surakarta.

Peningkatan produktivitas dan kinerja perusahaan amat penting dicapai bagi Pelaku UMKM kreatif di Surakarta. Pertumbuhan kinerja yang semakin baik akan memberikan peluang yang semakin besar bagi UMKM kreatif untuk bersaing di era Masyarakat Ekonomi ASEAN

(MEA). Untuk memaksimalkan penjualan dan laba usaha, pelaku UMKM kreatif perlu menetapkan alokasi modal kerja yang efektif dan efisien, baik bersumber dari modal kredit, penjualan aktiva, atau lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Indonesia, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka. Jakarta.
- Fatmasari, Sukesti dan Nurhayati, 2015, "Strategi Pengembangan UKM melalui Peningkatan Modal Kerja dengan Variabel Intervening Pengembangan Bisnis Pada UKM Makanan Kecil di Kota Semarang", *The 2nd University Research Colloquium 2015*, Universitas Muhammadiyah Semarang. Hal. 207-216.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ha, D.T., Thanh, B.D., & Hang, H.T.T., 2016, "Impact of Working Capital on Financial Performance of Small and Medium-Sized Enterprises in Vietnam", *Review of Contemporary Business Research*, Vol. 5 (1), pp. 158-163.
- Hartono dan Hartomo, D.D., 2014, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta", *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 14 (1), Hal. 15–30.
- Howkins, J., 2005, *The Creative Economy: Knowledge-Driven Economic Growth*, Jodhpur, India.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2007, *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2007, *Studi Industri Kreatif Indonesia*, Kementerian Perdagangan RI, Jakarta
- Krisnamurthi, Bayu, 2003, "Usaha Mikro, Kecil dan Menengah: Ekonomi Rakyat dengan Cara Berekonomi Mereka Sendiri", *Proceeding. Kongres XV ISEI di Malang*, 13-15 Juli.
- Maheswara, A.A.N.G., Setiawina, N.D., dan Saskara, I.A.N., 2016, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar", *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 5 (12), Hal. 4271-4298.
- Munawir, S, 2007, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Delapan, Liberty, Yogyakarta.
- Nugrahini, I.F.N.D., Pardi, dan Ismunawan, 2016, "Kredit Modal Kerja, Aset, Jumlah Pegawai dan Biaya Pemasaran terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Kartasura", *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil Menengah*, Vol. 1 (2), Hal. 78-90.
- Sabirin & Atem, 2016, "Menilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kesiapan Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)", *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil Menengah*, Vol. 1 (2), Hal. 41-50.
- Sudaryanto dan Hanim, A., 2002. "Evaluasi kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA): Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis", *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 1 (2), Hal. 1-32.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, 2001, *Manajemen penjualan*, Edisi 3, BPFE, Yogyakarta.
- Umrotun, Wahyuddin, M., dan Sholahuddin, M., 2017, "Analisis Spasial Ekonomi Kreatif Berorientasi Ekspor Kota Surakarta", *The 6th University Research Colloquium 2017-Universitas Muhammadiyah Magelang*, ISSN 2407-9189, Hal. 135-140.

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Venkatraman and Ramanujam, V., 1986, "Measurement of Business Performance in Strategy Research: a Comparison of Approaches". *Academy of Management Review*, Vol. 11, pp. 801-814.
- Widodo, Tri, et al. 2003. "Dampak Pola Pembiayaan Usaha Skala Mikro terhadap Kinerja Bank dan Nasabah (ULM PT Bank BNI Wilayah Jabotabek, Jawa Barat dan DI Yogyakarta)", Kerjasama Pusat Studi Ekonomi & Kebijakan Publik Universitas Gajah Mada dan Tim Penelitian & Pengembangan Biro Kredit Bank Indonesia.
- Wijanarko, A., dan Susilo I., 2016, "Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif Key Success Factors of Small and Medium Enterprises", *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*, 2016, Hal. 67-81.

Online:

- Aries Wasita Widiastuti, "Tingkatkan kualitas UMKM, Pemkot Surakarta berikan pembinaan dan pendampingan", Diakses: Jumat, 19 Januari 2018, Pukul 10:07 WIB. Diunduh: 2 Maret 2018, Pukul 20:10 WIB. (<http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id>.)
- Tri Damayantho, "10 Kota Kreatif di Indonesia", Diakses: Jumat, 16 Mei 2017, Pukul 13:30 WIB. Diunduh: 3 Maret 2018, Pukul 11:00 WIB. (<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id>)