

Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo ditinjau dari sifat kepribadian, Keterampilan Pengusaha, dan Pemasaran Digital.

Oleh:

Handoko Eko Prasstyio (182010200022)

Wisnu Panggah Setiyono (0007127301)

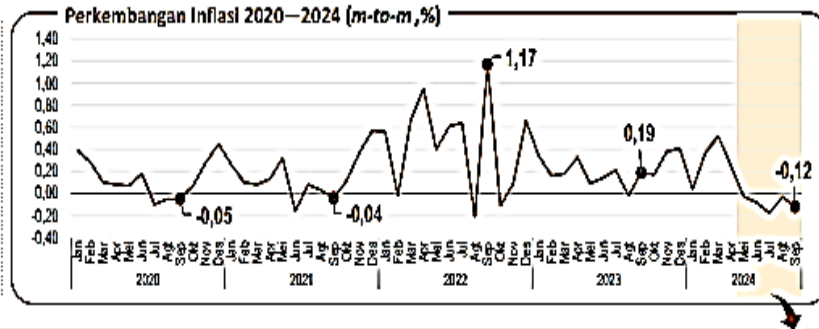
Prodi Manajemen

Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

1. Pendahuluan

DEFLASI KEMBALI TERJADI PADA SEPTEMBER 2024



- ✓ Secara historis, deflasi September 2024 merupakan deflasi terdalam dibandingkan bulan yang sama dalam lima tahun terakhir, dengan tingkat deflasi sebesar 0,12%.
- ✓ Sepanjang tahun 2024, terjadi deflasi berturut-turut pada bulan Mei hingga September.
- ✓ Dalam lima bulan terakhir, komoditas daging ayam ras masuk dalam lima besar komoditas utama yang menyumbang andil deflasi, dengan tingkat deflasi dan andil deflasi September 2024 sebesar 1,18% dan 0,02%.
- ✓ Deflasi yang terjadi dalam lima bulan terakhir, secara umum disumbang oleh penurunan harga komoditas bergejolak.

Perekonomian Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan adanya Program Hilirisasi yang dicanangkan oleh Pemerintah diharapkan mampu menciptakan kondisi negara dan masyarakat yang ideal untuk mewujudkan perubahan yang lebih baik. Di sisi lain, PLT Kepala Badan Pusat Statistik melaporkan pada bulan September 2024 telah terjadi Deflasi sebesar 0,12 persen terlihat lebih dalam dibandingkan dengan bulan Agustus 2024. Hal tersebut merupakan Deflasi bulan ke 5 secara beruntun. Dengan adanya Deflasi yang terjadi dalam 5 bulan berturut-turut tentunya menjadi sebuah kesulitan tersendiri dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan jalannya Usaha. Tidak banyak dari para pelaku UMKM menyatakan Pailit dan keluar dari pasar atau sering disebut dengan *Exit Strategy*

UMKM Kabupaten Sidoarjo

Kecamatan Subdistrict	2022	2023
(1)	(4)	(5)
Tarik	3.771	3.795
Prambon	4.215	4.243
Krebung	10.293	10.329
Porong	6.369	6.403
Jabon	4.813	4.834
Tanggulangin	11.589	11.647
Candi	10.167	10.247
Tulangan	8.706	8.762
Wonorejo	4.852	4.889
Sukodono	21.390	21.503
Sidoarjo	5.377	5.416
Buduran	5.336	5.374
Sedati	6.557	6.608
Waru	10.015	10.069
Gedangan	7.886	7.929
Taman	8.367	8.673
Krian	12.958	13.016
Balong Bendo	7.261	7.306
Kabupaten Sidoarjo	149.922	151.043

Pada saat krisis melanda dunia, perekonomian Indonesia sendiri hampir tidak merasakan dampak dan efek yang kegiatannya dijalankan oleh UMKM itu sendiri. Keberadaan UMKM sendiri sangat sering di jumpai dalam kehidupan bermasyarakat, mulai dari toko-toko , warung kopi, hingga perkafean. Menurut Data Badan Statistik Sidoarjo tahun 2022-2023 jumlah Usaha Mikro yang berada di Kabupaten Sidoarjo sebesar 151.043 pelaku usaha (2024). Hal tersebut berdampak signifikan dalam meminimalisir permasalahan pemerintah dalam mengentas Pengangguran.

2. Rumusan masalah

- Apakah **Sifat Kepribadian** Berpengaruh terhadap Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo?
- Apakah **Keterampilan Pengusaha** berpengaruh terhadap Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo?
- Apakah **Pemasaran Digital** berpengaruh terhadap UMKM Kabupaten Sidoarjo?
- Apakah **Sifat Kepribadian , Keterampilan Pengusaha, dan Pemasaran Digital** Berpengaruh terhadap Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo?

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif

Penentuan sampel

Teknik Pengambilan sampelnya menggunakan Teknik purposive sampling, dengan jumlah sampelnya sebanyak 50 responden serta ditentukan dengan rumus slovin

Teknik pengumpulan data

- Menggunakan data primer (*Head to Head*)
- Menggunakan metode tebar kuisisioner

Metode Analisis data

- Uji Convergen Validity
- Uji Discriminant Validity
- Uji Reliabilitas
- Uji Determinan
- Uji Path Coefisients
- Uji T Statistics

4. Hasil penelitian

Variabel	Indikator	Outer Loading	Hasil
<i>Sifat Kepribadian</i>	X1.1	0.921	Valid
	X1.2	0.867	Valid
	X1.3	0.931	Valid
	X1.4	0.908	Valid
	X1.5	0.949	Valid
<i>Keterampilan Pengusaha</i>	X2.1	0.917	Valid
	X2.2	0.890	Valid
	X2.3	0.900	Valid
	X2.4	0.915	Valid
	X2.5	0.909	Valid
	X2.6	0.911	Valid
	X2.7	0.907	Valid
	X2.8	0.904	Valid
	X2.9	0.879	Valid
	X2.10	0.874	Valid
	X2.11	0.895	Valid
	X3.1	0.927	Valid
	X3.2	0.948	Valid
	X3.3	0.943	Valid
	X3.4	0.939	Valid
	X3.5	0.916	Valid
	X3.6	0.874	Valid
<i>Exit Strategy</i>	Y1.1	0.930	Valid
	Y1.2	0.936	Valid
	Y1.3	0.879	Valid
	Y1.4	0.903	Valid
	Y1.5	0.929	Valid

Uji Convergent Validity

Pada Tabel 3 Hasil Output Smart PLS 4.0 menghasilkan indikator yang disetiap variabelnya memiliki Nilai Loading > 0,7 yang berarti variabel tersebut Valid. Hal ini menunjukkan bahwa indikator variabel yang memiliki nilai loading faktor > 0,7 memiliki tingkat validitas yang tinggi sehingga memenuhi convergent validity.

Hasil Penelitian

Hasil Average Variance Extract (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Sifat Kepribadian (X1)</i>	0.838
<i>Keterampilan Pengusaha (X2)</i>	0.810
<i>Pemasaran Digital (X3)</i>	0.855
<i>Exit Strategy (Y)</i>	0.838

Langkah selanjutnya adalah memenuhi validitas diskriminasi dengan cara membandingkan Average Variance Extract (AVE) dengan hasil masing-masing untuk mengetahui hubungan antara hasil berbasis model dan hasil lainnya. Setiap model dapat dikatakan memenuhi syarat validitas diskriminasi jika akar AVE lebih besar dari nilai antara Konstruknya.

Hasil penelitian

Uji Discriminant Validity

Dalam pengujian Validitas deskriminan dari indikator reflektif dapat dilihat pada nilai cross loading antara indikator dengan konstruknya. hasil Output SmartPLS di Masing-masing indikator menghasilkan Nilai Cross Loading $> 0,7$ dibandingkan dengan Nilai Cross Loading variabel lainnya yang bisa katakan bahwa indikator tersebut Valid.

Indikator	X1 (Sifat Kepribadian)	X2 (Keterampilan Pengusaha)	X3 (Pemasaran Digital)	Y (Exit Strategy)
X1.1	0.921	-0.152	0.229	0.402
X1.2	0.867	-0.261	0.213	0.339
X1.3	0.931	-0.228	0.259	0.453
X1.4	0.908	-0.131	0.102	0.497
X1.5	0.949	-0.147	0.162	0.516
X2.1	-0.230	0.917	0.068	0.267
X2.2	-0.182	0.890	0.214	0.368
X2.3	-0.291	0.900	0.121	0.278
X2.4	-0.120	0.915	0.141	0.369
X2.5	-0.222	0.909	0.129	0.277
X2.6	-0.115	0.911	0.234	0.403
X2.7	-0.138	0.907	0.158	0.342
X2.8	-0.228	0.904	0.051	0.296
X2.9	-0.164	0.879	0.170	0.311
X2.10	-0.098	0.874	0.130	0.313
X2.11	-0.200	0.895	0.084	0.237
X3.1	0.139	0.182	0.927	0.452
X3.2	0.247	0.134	0.948	0.480
X3.3	0.259	0.124	0.943	0.446
X3.4	0.236	0.084	0.939	0.517
X3.5	0.176	0.279	0.916	0.533
X3.6	0.021	0.026	0.874	0.299
Y1.1	0.368	0.343	0.540	0.930
Y1.2	0.536	0.322	0.507	0.936
Y1.3	0.519	0.250	0.409	0.879
Y1.4	0.413	0.313	0.376	0.903
Y1.5	0.401	0.407	0.426	0.929

Hasil Penelitian

Uji Reliabilitas

Dari tabel diatas menunjukan bahwa nilai Cronbach's alpha setiap konstruk memiliki nilai lebih besar dari 0,6 dan dapat dilihat bahwa nilai Composite reliability untuk setiap konstruk lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Reliabel. Pada tabel diatas termasuk variabel laten yang memiliki reliabilitas tinggi karena ke 5 variabel memiliki Cronbach's Alpha diatas 0,7.

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>X1 (Sifat Kepribadian)</i>	0.952	0.966
<i>X2 (Keterampilan Pengusaha)</i>	0.977	0.983
<i>X3 (Pemasaran Digital)</i>	0.966	0.978
<i>Y (Exit Strategy)</i>	0.952	0.955

Hasil Penelitian

Uji Determinan

Variabel	R Square	R-Square Adjusted
<i>Y (Exit Strategy)</i>	0.559	0.530

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai R-square sebesar 0.559 hal ini dapat diartikan bahwa kontribusi variabel Sifat Kepribadian (X1), Keterampilan Pengusaha (X2), dan Pemasaran Digital (X3) terhadap Exit Strategy (Y) sebesar 0.559 atau 55,9% . sedangkan sisanya sebesar 44,1% yang didapatkan dari 100% - 55,9% merupakan kontribusi dari variabel lain diluar penelitian. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam skala yang sedang (moderate).

Hasil Penelitian

Path Coefficients

Variabel	Y (Exit Strategy)
<i>X1 (Sifat Kepribadian)</i>	0.500
<i>X2 (Keterampilan Pengusaha)</i>	0.401
<i>X3 (Pemasaran Digital)</i>	0.338
<i>F (Exit Strategy)</i>	

Dari tabel 4.5 hasil menyatakan bahwa semua Variabel independen yang terdiri dari Variabel Sifat Kepribadian (X1), Keterampilan Pengusaha (X2), dan Pemasaran Digital (X3) memiliki nilai yang mendekati angka 1 yang artinya hubungan variabel tersebut bersifat positif.

Hasil Penelitian

T Statistics

Variabel	Original Sample (O)	T statistics (O/STDEVI)	P Values
<i>Sifat Kepribadian (X1) -> Exit Strategy (Y)</i>	0.401	0.200	0.005
<i>Keterampilan Pengusaha (X2) -> Exit Strategy (Y)</i>	0.338	0.213	0.003
<i>Pemasaran Digital (X3) -> Exit Strategy (Y)</i>	0.500	0.391	0.000

T Statistic sebagai uji pengukuran tingkat signif kan jika nilai T tersebut lebih dari 1,96. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seberapa signif kan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pembahasan



- **Sifat Kepribadian berpengaruh terhadap Exit Strategy**

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.6 memperlihatkan bahwa Sifat Kepribadian memiliki nilai Signifikan 0,005 (dibawah 0,05) hal ini dapat diartikan bahwa Sifat Kepribadian memiliki hubungan parsial terhadap Exit Strategy pada UMKM Kabupaten H1 **Diterima**.

Pembahasan



- **Keterampilan Pengusaha berpengaruh terhadap Exit Strategy**

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.6 memperlihatkan bahwa Keterampilan Pengusaha memiliki nilai Signifikan 0,003 (dibawah 0,05) hal ini dapat diartikan bahwa Keterampilan Pengusaha memiliki hubungan parsial terhadap Exit Strategy pada UMKM Kabupaten Sidoarjo. **H2 Diterima**

Pembahasan



- **Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Exit Strategy**

Hipotesis akhir pada penelitian ini memperlihatkan bahwa Pemasaran Digital memiliki nilai Signifikan 0,000 (dibawah 0,05) hal ini dapat diartikan bahwa Pemasaran Digital memiliki hubungan parsial terhadap pengambilan Exit Strategy pada UMKM Kabupaten Sidoarjo. **H3 Diterima**

Temuan penting penelitian

- Sifat Kepribadian mempengaruhi Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo karena berpengaruh besar dalam olah fikiran untuk menjalankan Bisnis menghindari kondisi yang tidak diinginkan.
- Keterampilan Pengusaha berpengaruh terhadap Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo hal ini dikarenakan keterampilan dan pengetahuan mengenai dunia usaha atau bisnis menjadi faktor utama bagi pelaku usaha untuk menjalankan usahanya agar berkembang ataupun terhindar dari keterpurukan.
- Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Exit Strategy UMKM Kabupaten Sidoarjo hal ini dikarenakan dengan perkembangan zaman semakin maju dan beralih didunia digital yang secara tidak langsung menjadi keharusan para pelaku usaha untuk mempromosikan atau memasarkan produk mereka dengan tehnik dan ilmu yang baru sehingga dapat mempengaruhi kondisi jalannya usaha di masa depan.
- Exit Strategy tidak hanya digunakan untuk Bisnis yang berskala Besar seperti Perusahaan atau lainnya, namun exit strategy juga sangat berguna bagi keberlanjutan sebuah usaha meski berskala Kecil seperti UMKM.

Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- Menambah literatur dan wawasan ilmiah di bidang manajemen keuangan dalam pengelolaan Bisnis, Usaha, ataupun dibidang lainnya.
- referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara variabel-variabel serupa, khususnya dalam konteks UMKM.

2. Manfaat Praktis

Bagi Pelaku UMKM Kabupaten Sidoarjo

- Diharapkan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya Sifat Kepribadian, Keterampilan Pengusaha, dan Pemasaran Digital dalam pengambilan Keputusan Exit Strategi
- Diharapkan mampu untuk membantu pengembangan dibidang manajemen Keuangan dalam pengelolaan dibidang apapun.

