

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia sudah sangat berpengaruh dalam bisnis kecil maupun bisnis besar. Banyak bisnis yang sudah berjalan tetapi tidak memiliki keberlanjutan dan keberhasilan dalam bisnisnya, karena tidak mempertimbangkan bisnisnya dalam jangka panjang. Keberhasilan bisnis adalah suatu keadaan dimana bisnis mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Tujuan utama dari sebuah bisnis adalah membuat bisnisnya berhasil dan mempertahankan bisnisnya sehingga dapat memaksimalkan kekayaan pemilik. Bisnis memiliki beberapa kriteria yaitu, bisnis pemula yang biasanya disebut *start-up* bisnis, bisnis skala menengah dan terakhir adalah bisnis yang besar (*sustainable business*).

Bisnis pemula (*start-up*) merupakan sebuah perusahaan yang baru saja dibangun atau dalam masa rintisan, namun tidak berlaku dalam semua bidang bisnis yang ada. *Start-up* bisnis merupakan suatu bisnis yang mempunyai potensi untuk dikembangkan ke dalam skala bisnis yang lebih besar. *Start-up* bisnis yang berkembang adalah bisnis yang relatif baru dijalankan dengan kemampuan pelaku bisnis yang dapat melihat kebutuhan pasar. Demikian halnya dengan keberhasilan *start-up* bisnis yang dirintis dalam bidang tertentu.

Keberhasilan *start-up* bisnis dapat berkembang ketika suatu bisnis itu memiliki suatu potensi untuk bersaing dan pelaku bisnis yang memiliki tingkat kinerja yang tinggi, tegas, dan yakin terhadap kemampuan diri sendiri. *Start-up* bisnis juga dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan daerah dari keberhasilan bisnis yang dijalankan. Seperti kota Medan, dengan adanya *start-up* bisnis jumlah pengangguran di kota Medan dapat di minimumkan dengan memberikan arahan melalui sosialisasi kepada masyarakat sehingga kemampuan yang dimiliki dari pelaku usaha dapat dikembangkan dan usahanya dapat didaftarkan kepada Dinas Koperasi dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di kota Medan.

Tabel 1.1
Data Rekapitulasi UMKM Kota Medan 2018

Sektor Usaha	Jumlah UMKM	Persentase (%)
Produksi	301	38,94
Kuliner	438	56,66
Jasa	31	4,02
Perikanan & Peternakan	3	0,38
Jumlah	773	100

Sumber data: Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan 2018

Pada tabel 1.1 memberikan penjelasan terkait keberadaan *start-Up* bisnis di kota Medan yang sudah terdaftar sangat bervariasi. Sektor *start-up* bisnis yang memiliki persentase terkecil adalah pertanian dan peternakan 0,38 persen sedangkan persentase tertingginya adalah kuliner dengan 56,66 persen. Perkembangan *start-up* bisnis diharapkan dapat mencapai keberhasilan yang tidak terlepas dari peran faktor internal yang dikelola.

Dalam mengelola suatu bisnis *entrepreneur* memerlukan suatu kemampuan atau kompetensi yang dapat mendukung dan menjadi salah satu faktor keberhasilan yaitu kompetensi pemasaran, kompetensi keuangan, kompetensi sumber daya manusia dan kompetensi operasional. Kompetensi pemasaran merupakan kemampuan yang dibutuhkan untuk menemukan pasar yang tepat, fokus terhadap pelanggan, dan menjaga keberlangsungan bisnisnya. Seorang *entrepreneur* harus bisa menemukan pasar yang tepat untuk dijadikan pangsa pasar dan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pelanggan supaya dapat menjaga keberlangsungan bisnisnya dalam jangka panjang.

Kompetensi keuangan merupakan kemampuan dibidang keuangan yang bermanfaat untuk mengatur data keuangan, penjualan, pembelian dan pembukuan sampai laporan keuangan. Seorang *entrepreneur* yang berdaya saing tinggi harus dapat mengatur keuangan bisnisnya, supaya tidak terjadi kegagalan. Cara yang dilakukan dengan memperhatikan tingkat penjualan, pembelian dan mengatur laporan pembukuan setiap bulannya supaya dapat mengetahui langkah yang akan dilakukan untuk mengatasi jika ada kerugian di bulan yang lampau.

Kompetensi sumber daya manusia merupakan kemampuan dibidang komunikasi yang dapat membangun hubungan dengan orang lain yang berposisi sebagai rekan kerja, karyawan, pelanggan. Memperhatikan kebutuhan karyawanakan menjadi dasar untuk dapat mempertahankan bisnisnya, karena yang bekerja membantu entrepreneur dalam menjalankan bisnisnya adalah karyawan, dan sangat baik ketika seorang entrepreneur menjaga hubungan yang baik dengan karyawannya supaya tidak terjadi hal-hal yang buruk menimpa bisnisnya. Kompetensi operasional merupakan kemampuan dalam penyusunan sistem yang dipakai dalam menjalankan bisnis seperti sistem kerja yang berbasis komputer dengan tingkat akurasi dan efisiensi yang tinggi. Bisnis yang berbasis komputer akan lebih cepat berkembang, karena dalam teknologi yang maju para entrepreneur akan menjalankan bisnisnya melalui sosial media dan mencari jaringan bisnis dengan kemajuan teknologi yang ada.

Pada penelitian terdahulu terdapat bisnis yang gagal dalam mengelola faktor internalnya, bisnis yang gagal itu adalah sentera makanan yang dibina oleh PEMKOT Surabaya yang kurang sukses berjualan. Bisnis ini berada di jalan urip sumoharjo, ampel semolowaru, gunung anyer dimana omset perharinya hanya sebesar Rp 200.000 (Ida, 2016). Kegagalan dari sentera makanan ini dikarenakan pengelolaan faktor internal dari bisnis yang dijalankan kurang maksimal (Sitepu, 2017).

Melalui penelitian dari data Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan diatas ada bisnis dari sektor kuliner yang kurang berkembang yaitu, rumah snack seroja di jalan seroja komp. citra seroja Blok F No. 1 Sunggal, dimana omset perharinya hanya Rp. 100.000. Kegagalan dari Rumah Snack Seroja ini dikarenakan pengelolaan faktor internal dari bisnis yang dijalankan kurang maksimal. Bisnis yang gagal dalam mengelola aspek internalnya akan terancam mengalami kebangkrutan sehingga tidak dapat bersaing dengan bisnis lainnya yang ada dipasar, bisnis rumah snack seroja hanya fokus pada aspek operasinya dan mengabaikan aspek pemasaran, keuangan dan sumberdaya manusia. Kegagalan *start-up* bisnis dalam mengelola faktor internalnya sangat penting untuk diteliti karena ketika terjadi peningkatan kegagalan *start-up* bisnis akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat kota Medan.

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini beberapa bisnis yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan dalam mengelola kompetensi keuangannya.

Tabel 1.2
Perkiraan Omset Per hari 2018

No	Nama Usaha	Alamat	Modal Sendiri	Omset pertahun	Omset perhari (360)
1	Salmah Bordir	Jl.Pembangunan g.pisang No.2	Rp 25.000.000	Rp 55.000.000	Rp 153.000
2	Rumah Gordyn	Rengas Pulau	Rp 20.000.000	Rp 180.000.000	Rp 500.000
3	Alpha Gemilang	Jl.Setia budi No. 8	Rp 40.000.000	Rp 96.000.000	Rp 267.000
4	Rumah Snack seroja	Jl.Seroja komp.citra seroja Blok F No. 1	Rp 30.000.000	Rp 36.000.000	Rp 100.000
5	Rania Home Made	Jl. Mojopahit No. 67 C	Rp 50.000.000	Rp 200.000.000	Rp 555.556
6	Ayam Penyet Bang FA	Jl.Denai	Rp 30.000.000	Rp 120.000.000	Rp 333.334
7	CV. Mentari Persada	Jl. Tuba I No. 44	Rp 150.000.000	Rp 240.000.000	Rp 666.667
8	Ridha Rottan	Jl. Jend Gatot Subroto KM. 3,5 No. 355 Medan	Rp 50.000.000	Rp 120.000.000	Rp 333.334
9	Lembaga Pelatihan Kursus Paramita	Jl. Kualu No.69	Rp 50.000.000	Rp 70.000.000	Rp 195.000
10	Ayam Penyet dan Bakso Lumayan	Jl. Teladan	Rp 80.000.000	Rp 105.000.000	Rp 291.000

Sumber data: Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan 2018

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor internal sangat berpengaruh pada sebuah bisnis, sehingga sangat penting untuk mengetahui kompetensi pemilik bisnis tersebut. Dan dalam penelitian ini, peneliti mengambil faktor internalnya yang terdiri dari kompetensi pemasaran dan kompetensi keuangan.

Pengelolaan bisnis sangat penting dilakukan oleh *entrepreneur* untuk dapat mempertahankan posisinya dipasar dan dapat menarik konsumen menjadi konsumen yang loyal terhadap bisnis yang dijalankan, peluang kegagalan dalam pengelolaan *start-up* bisnis akan lebih besar dibandingkan dengan bisnis yang berskala menengah atau besar. Hal ini dikarenakan pada level *start-up* sebuah bisnis harus memiliki perhatian dan optimalisasi pada pengelolaan faktor internalnya. *Entrepreneurs* yang mengelola *start-up* bisnis harus memiliki pondasi yang kuat dan memperhatikan peluang untuk berkembang dan memenangkan persaingan bisnis.

Dari latar belakang diatas, penulis memilih kota Medan sebagai tempat penelitian untuk *start-up* bisnis. Dengan alasan tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kompetensi Pemasaran Dan Kompetensi Keuangan Terhadap Keberhasilan *Start-up* Bisnis Di Kota Medan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kompetensi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di Kota Medan?
2. Apakah kompetensi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh kompetensi pemasaran yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di kota Medan

2. Mengetahui pengaruh kompetensi keuangan yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di kota Medan

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini , nantinya diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang dibuat penulis, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Sebagai pembelajaran untuk lebih bisa meningkatkan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian dan untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai kompetensi pemasaran dan kompetensi keuangan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis.

2. Bagi Universitas HKBP Nommensen dan Prodi Manajemen

Sebagai penambah literatur kepustakaan dibidang penelitian khususnya kewirausahaan mengenai kompetensi pemasaran dan kompetensi keuangan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis. Dan penelitian ini juga dapat menjadi salah satu referensi dan sebagai penambahan literatur kepustakaan dibidang penelitian khususnya untuk Prodi Manajemen mengenai kompetensi pemasaran dan kompetensi keuangan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis.

3. Bagi *Start-up* Bisnis di Kota Medan

Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi bisnis atau organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam bisnis dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kompetensi perusahaan tentang kompetensi pemasaran dan kompetensi keuangan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis.

4. Bagi Penelitian Berikutnya

Penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti yang ingin meneliti tentang keberhasilan *start-up* bisnis di kota lain.

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Bisnis Pemula (*Start-up*)

Menurut Sutanto *start-up* bisnis merupakan perusahaan rintisan yang umurnya kurang dari lima tahun dengan tahapan pertumbuhan untuk mencapai tujuan menuju kesuksesan sesuai yang perusahaan tentukan secara internal dan Saiman mengemukakan *start-up* bisnis dikelola oleh seseorang *entrepreneur* dengan motivasi untuk mendapatkan laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian (Sitepu, 2017). ***Entrepreneur yang berhasil adalah entrepreneur yang mampu bertahan dengan segala keterbatasannya, memanfaatkan, dan meningkatkan untuk memasarkan (tidak hanya menjual) peluang tersebut dengan baik serta terus menciptakan reputasi yang membuat perusahaan itu berkembang (Hendro 2011:30).***

2.2 Keberhasilan *Start-up* Bisnis

Keberhasilan merupakan suatu keadaan dimana seseorang mendapatkan hasil dari yang telah dilakukan atau dikerjakan. Keberhasilan mampu menjadi penentu sebuah usaha itu dapat lanjut atau berhenti, karena dapat menjadi suatu penilaian bagi perusahaan atau organisasi. Keberhasilan *start-up* bisnis merupakan bisnis yang mengalami pertumbuhan dari yang telah dilakukan atau dikerjakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Porter mengemukakan Suatu bisnis dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi ini terpenuhi yaitu: (Setyawati, 2016):

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi kuat pasar
2. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan serta diperbaharui terus-menerus secara berkesinambungan sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman dari lingkungan di luar perusahaan

3. Perusahaan mampu memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya reputasi merek dan strategi biaya rendah.

Meredith mengemukakan ada beberapa hal yang menjadi pendorong *entrepreneur* dapat berhasil yaitu dengan melihat dari kemampuan yang dimilikinya dengan ciri-ciri dan watak/karakter wirausahasebagai berikut: (Suryana dan Bayu, 2010:50)

Tabel 2.1
Ciri-ciri dan Watak Wirausaha

Ciri-ciri	Watak
1. Percaya diri	Kepercayaan(keteguhan), ketidaktergantungan, optimisme
2. Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan atau haus akan prestasi, berorientasi laba atau hasil, tekun dan tabah,
3. Pengambilan risiko	tekad, kerja keras, motivasi, enerjik dan penuh inisiatif
4. Kepemimpinan	Mampu mengambil risiko, dan suka pada tantangan
5. Keorisinalan	Mampu memimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menanggapi saran dan kritik
6. Berorientasi ke masa depan	Inovatif(pembaharu), kreatif, fleksibel, banyak sumber, dan serba bisa serta pandangan ke depan dan perspektif

MenurutRahmawati, dkk (2016:80) ada beberapa upaya yang perlu dilakukan oleh pelaku bisnis untuk memperkuat daya saing di pasar sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dan standard produk
2. Meningkatkan aspek finansial

3. Meningkatkan kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan
4. Memperkuat dan meningkatkan akses dan transfer teknologi untuk pengembangan UMKM yang inovatif

Start-up bisnis mempunyai peluang sukses dan gagal. Start-up bisnis yang sukses akan mendapatkan banyak manfaat, namun jika start-up bisnis mengalami kegagalan maka semua manfaat tidak diperoleh. Menurut David E. Rye (1996) mengemukakan ada beberapa alasan seorang wirausaha gagal, yaitu: Echdar (2013:30).

1. Minimnya pengetahuan dan pengalaman manajemen
2. Manajemen keuangan perusahaan yang buruk, tidak mampu memisahkan antara pengeluaran perusahaan dan pribadi
3. Pengendalian bisnis yang kurang memadai
4. Pemilihan lokasi tempat usaha awal yang kurang tepat
5. Perencanaan ekspansi usaha baru yang buruk, misalnya membuka usaha baru diluar usaha kompetensinya/diluar *core business*-nya
6. Lemahnya pengelolaan usaha
7. Keterbatasan akses kepada perbankan
8. Keterbatasan dalam aspek pasar

2.3 Indikator Keberhasilan *Start-up* Bisnis

Menurut Wickham menyatakan kriteria- kriteria kesuksesan dapat dilihat dari beberapa hal yang penting dan dalam penelitian ini dibuat sebagai indikator keberhasilan *start-up* bisnis yaitu: (Sitepu, 2017)

1. Kondisi keuangan secara keseluruhan contohnya : penjualan, profit, dll
2. Rasio keuangan contohnya : profit margin, tingkat pengembalian modal dll
3. Rasio likuiditas keuangan contohnya : rasio debit
4. Keseluruhan jumlah ketersediaan stok dipasar, harga pasar, kapitalisasi pasar

5. Pertumbuhan contohnya: peningkatan penjualan dan keuntungan usaha
6. Penilaian pelanggan contohnya: tingkat kepuasan pelanggan, tingkat loyalitas
7. Inovasi contohnya: jumlah produk baru yang berhasil dihasilkan dalam usaha
8. Ketersediaan pasar contohnya: ketersediaan pasar, posisi pasar

2.4 Faktor-faktor Keberhasilan *Start-up* Bisnis

Menurut Hamdani menjelaskan tolak ukur keberhasilan bisnis pada umumnya difokuskan pada pelaku yang memiliki kompetensi yaitu:(Setyawati, 2016).

1. Seseorang dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan
2. Kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, dan nilai
3. Tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan.

2.5 Kompetensi

Menurut Haris, et. al, menyatakan kompetensi adalah “*are underlying bodies of knowledge, abilities, experience and other requirement necessary to successfully perform the job*” (Santra, 2009), artinya tubuh yang mendasari pengetahuan, kemampuan, dan persyaratan lain yang diperlukan untuk berhasil melakukan pekerjaan.

National Leadership Council Australia (NLC)dalam Munaishece dan Papatungan mengemukakan kompetensi adalah “ *A cluster of related knowledge, skills, and attitudes that affects a major part of one’s job (a role of responsibility), that correlates with performance on the job, that can be measured against well-accepted standards, and that can be improved via training and development*” (Santra, 2009), artinya sekelompok pengetahuan, keterampilan, dan sikap terkait yang mempengaruhi sebagian besar pekerjaan seseorang (peran tanggungjawab) yang berkorelasi dengan kinerja pekerjaan, yang dapat diukur berdasarkan standard yang diterima dengan baik, dan yang dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pengembangan.

Berdasarkan uraian teori diatas dapat disimpulkan bahwa definisi kompetensi yang digunakan pada penelitian ini adalah sekelompok pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang harus dimiliki oleh seseorang supaya dapat diukur dengan baik dalam melakukan pekerjaan dan dapat ditingkatkan dengan pelatihan dan pengembangan.

2.6 Kompetensi Pemasaran

Menurut *American Marketing Association* (AMA) mengemukakan Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. (Kotler dan Keller 2008:5).

Menurut Canon, et al (2008:8) **Pemasaran adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen.** Menurut pendapat diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses yang dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan.

Kompetensi pemasaran adalah kompetensi yang dibutuhkan untuk menemukan pasar yang tepat, fokus terhadap pelanggan, dan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Pemasaran juga menjadi aspek yang sangat penting untuk mendatangkan pendapatan melalui konsumen yang melakukan transaksi. Kegiatan yang dilakukan oleh pihak pemasaran melalui strategi dan konsep yang fokus pada solusi, target pasar atau pesan yang disampaikan dengan jelas kepada konsumen terkait produk yang dihasilkan oleh sebuah bisnis. Indikator kompetensi pemasaran di adaptasi dari karakteristik kompetensi untuk bidang pemasaran.

2.7 Indikator Kompetensi Pemasaran

Menurut Spencer dan Spenser's membagi karakteristik kompetensi menjadi lima dan di adaptasi menjadi indikator kompetensi dalam bidang pemasaran sebagai berikut:(Herachwati, et al, 2012).

1. *Motives*, yaitu sesuatu dimana seseorang secara konsisten berfikir sehingga karyawan melakukan tindakan.
2. *Traits*, yaitu watak yang membuat orang untuk berperilaku atau bagaimana seseorang karyawan merespon sesuatu dengan cara tertentu. Misalnya, percaya diri, kontrol diri , atau ketabahan
3. *Self-concept*, yaitu sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seorang karyawan.
4. *Knowledge*, yaitu informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang tertentu. Pengetahuan merupakan kompetensi yang kompleks.
5. *Skills*, yaitu kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas tertentu baik secara fisik maupun mental.

Dalam penelitian ini karyawan dimaksud sebagai *entrepreneur* yang mengelola suatu bisnis yang dimiliki untuk mencapai keberhasilan dalam bisnisnya.

2.8 Kompetensi Keuangan

Menurut Sheridan, et. Al (2011) menyatakan keuangan adalah studi tentang bagaimana orang dan bisnis mengevaluasi investasi dan mencari modal untuk mendanai investasi tersebut.dan Gitman (2010) menyatakan keuangan dapat definisikan sebagai seni dan ilmu dari mengelola uang. Keuangan berkaitan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang antar individu, bisnis, dan pemerintah. Silaban dan Siahaan (2017:1).

Menurut pendapat diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa keuangan adalah seni dan ilmu tentang bagaimana orang dan sebuah bisnis dapat mengelola dan mengevaluasi investasi serta mencari modal untuk dapat mendanai investasi tersebut yang berkaitan dengan proses, lembaga, pasar dan instrument yang terlibat dalam transfer uang antar individu, bisnis dan pemerintah.

Kompetensi keuangan adalah kemampuan dibidang keuangan yang bermanfaat untuk mengatur keuangan, pembelian, penjualan, pembukuan, sampai pada laporan keuangan.Aspek finansial merupakan aspek yang berhubungan erat

dengan perputaran arus kas/keuangan dalam sebuah bisnis. Keberhasilan bisnis tercipta ketika kompetensi keuangan mengalokasikan dana sesuai dengan kebutuhan. Pengelolaan biaya-biaya dapat dilakukan seefisien mungkin dan kebijakan keunggulan linear dengan tujuan perusahaan baik secara jangka panjang dan jangka pendek.

Menurut Wjatno aspek *financial competence* atau yang biasa disebut pengelolaan keuangan berupa laporan laba rugi laba pro forma, anggaran penjualan harus tersusun ditahap awal sehingga dapat fokus pada biaya-biaya operasional dan Mariotti mengemukakan bukti keuangan yang dibutuhkan untuk mengukur kompetensi bidang keuangan adalah mempersiapkan *income statement montly, quartery, dan annually* (Sitepu, 2017). *Entrepreneur* juga harus mempertimbangkan rasio keuangan dengan teliti sehingga kondisi keuangan perusahaan mampu membiayai semua transaksi yang terjadi di perusahaan/bisnis.

Pengelolaan modal kerja untuk *start-up* bisnis sangat perlu dilakukan untuk dapat mempertahankan bisnisnya dalam jangka panjang. **Secara Spesifik terdapat empat hal dalam mengelola modal kerja (Suyaman 2015:115):**

1. ***Cash Management*, yaitu upaya untuk mengoptimalkan jumlah kas yang dibutuhkan. Biasanya kas harus ada untuk kebutuhan transaksi, berjaga-jaga, maupun kebutuhan spekulatif lainnya.**
2. ***Inventory Management*, yaitu upaya untuk mengelola tingkatan sediaan sehingga tidak terjadi *over-stock* yang menyebabkan kebutuhan modal kerja terlalu besar (padahal tidak diperlukan). Atau *under-stock* yang menyebabkan permintaan konsumen tidak terpenuhi.**
3. ***Account Receivable Management*, yaitu upaya mengelola besarnya piutang pada konsumen.**
4. ***Account Payable Management*, yaitu upaya untuk mengelola besarnya utang dagang yang dimiliki.**

2.9 Indikator Kompetensi Keuangan

Menurut Spencer dan Spenser's membagi karakteristik kompetensi menjadi lima dan di adaptasi menjadi indikator kompetensi dalam bidang keuangan sebagai berikut:(Herachwati, et al, 2012).

1. *Motives*, yaitu sesuatu dimana seseorang secara konsisten berfikir sehingga karyawan melakukan tindakan. Dalam penelitian ini karyawan dimaksud sebagai pelaku bisnis.
2. *Traits*, yaitu watak yang membuat orang untuk berperilaku atau bagaimana seseorang karyawan merespon sesuatu dengan cara tertentu. Misalnya, percaya diri, kontrol diri , atau ketabahan
3. *Self-concept*, yaitu sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seorang karyawan.
4. *Knowledge*, yaitu informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang tertentu. Pengetahuan merupakan kompetensi yang kompleks.
5. *Skills*, yaitu kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas tertentu baik secara fisik maupun mental.

Dalam penelitian ini karyawan dimaksud sebagai *entrepreneur* yang mengelola suatu bisnis yang dimiliki untuk mencapai keberhasilan dalam bisnisnya.

2.10 Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat membantu penulis untuk dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang memiliki kesamaan dalam penelitian, yang kemudian dapat diajukan sebagai hipotesis. Beberapa penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keberhasilan start-up bisnis adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tujuan/Fokus Penelitian	Metodologi	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Fransisca Desiana Pranata Sari, Sri Nathasya Br Sitepu (2016)	“Peran Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Keberlangsungan Start-Up Bisnis Kota Surabaya”	Deskriptif Kualitatif	-Dependen Keberlangsungan Start-Up Bisnis -Independen Faktor internal dan faktor eksternal	Penelitian ini berhasil mendapatkan identifikasi awal mengenai faktor-faktor yang berperan dalam keberhasilan start-up bisnis kota Surabaya. Peran yang dimaksud adalah dari faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor ini sebaiknya perlu menjadi fokus utama perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya supaya dapat bertahan dalam persaingan.
2	Sri Nathasya Br Sitepu (2017)	“Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis di Kota Surabaya”	Kuantitatif (dengan menggali penelitian terdahulu dan teori yang menganalisis pengaruh faktor internal terhadap	-Dependen Keberhasilan Start-Up Bisnis -Independen Faktor Internal	Keseluruhan variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap kesuksesan start-up bisnis di kota Surabaya. Besarnya porsi pengaruh variabel independen sangat bervariasi. Kesuksesan start-up bisnis pada urutan:

			keberhasilan bisnis)		1. Variabel <i>human relation</i> sebesar 0,446. 2. Variabel <i>operational (technical competence)</i> senilai 0,207. 3. Variabel <i>finance</i> sebesar 0,201. 4. Variabel <i>marketing</i> sebesar 0,164.
3	Christina Yanita Setyawati (2016)	“Dampak Mentoring pada Keberhasilan <i>Start-up Business</i>: (Studi Kasus pada <i>Start-Up Business</i> di Indonesia)”	Deskriptif Kuantitatif	-Dependen Keberhasilan <i>Start-Up Business</i> -Independen Dampak Mentoring	Pada periode penelitian, para mentor memberikan pengaruh positif bagi para mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan mentoring yang dilakukan pada saat mata kuliah kewirausahaan yaitu dengan memberikan waktu, perhatian khusus, saran, pelatihan untuk memulai bisnis, mengarahkan untuk fokus pada tujuan bisnis sehingga dapat memajukan bisnis.

2.11 Kerangka Berfikir

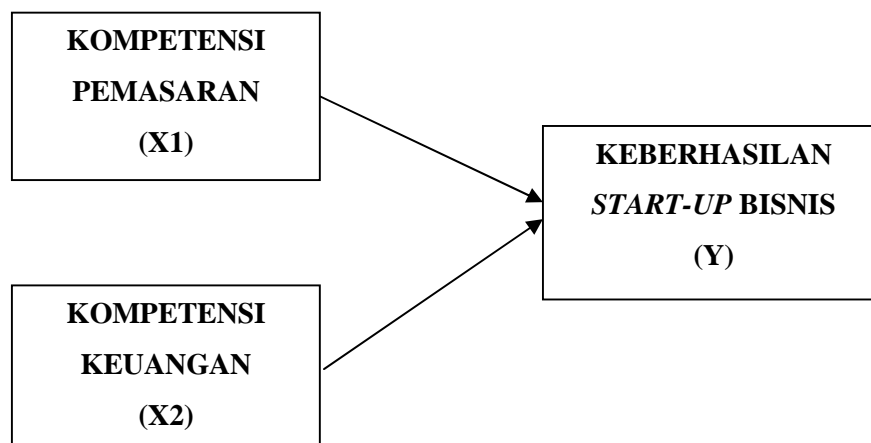
1. Hubungan kompetensi pemasaran dengan keberhasilan *start-up* bisnis

Penelitian terdahulu oleh Sari dan Sitepu (2016) menunjukkan bahwa pengaruh peran faktor internal dan eksternal pada keberlangsungan *start-up* bisnis di kota Surabaya berpengaruh signifikan karena dalam penelitian ini mengatakan bahwa kedua faktor ini sebaiknya perlu menjadi fokus utama perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya supaya dapat bertahan dalam persaingan. Penelitian terdahulu oleh Sitepu (2017) menunjukkan pengaruh positif sebesar 0.164 terhadap keberhasilan *start-up* bisnis oleh aspek pemasaran.

2. Hubungan kompetensi keuangan dengan keberhasilan *start-up* bisnis

Penelitian terdahulu oleh Sari dan Sitepu (2016) faktor internal yang salah satunya adalah kompetensi keuangan berpengaruh signifikan pada keberhasilan *start-up* bisnis di kota Surabaya karena pada penelitian ini faktor internal menjadi salah satu fokus utama dalam mengembangkan bisnisnya supaya dapat bertahan dalam persaingan. Penelitian ini kemudian dilanjutkan oleh Sitepu (2017) menunjukkan bahwa kompetensi keuangan berpengaruh positif terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di Surabaya dengan nilai sebesar 0,201. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Wood, 2006) yang menemukan aspek pendanaan berdampak positif bagi kinerja bisnis.

Untuk mengarahkan penulisan skripsi diperlukan kerangka pemikiran yang menunjukkan adanya hubungan teoritis antara variabel yang diteliti.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

2.12 Hipotesis

Hipotesis adalah sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono 2017:159). Sesuai dengan fokus permasalahan yang sedang diteliti peneliti terkait keberhasilan *start-up* bisnis di kota Medan, maka penelitian hipotesisnya adalah:

1. Kompetensi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di kota Medan.
2. Kompetensi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan *start-up* bisnis di kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Di mana jenis yang digunakan adalah statistik deskriptif, statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan pada bisnis yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini pada saat pengambilan data pertama yaitu pada bulan Oktober 2018, sampai selesai.

3.3 Populasi, Sampel dan Metode *Sampling*

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain (Sugiyono, 2017:80). Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *entrepreneur* di kota Medan yang terdaftar di Dinas UMKM Kota Medan 2018 terdapat 773 UMKM.

Sampel adalah sebagian dari unsur atau elemen atau unit pengamatan dari populasi yang sedang dipelajari tersebut (Asra, et. al. 2015). Sampel dalam penelitian ini adalah *entrepreneur* yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan yang masih beroperasi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang responden, karena dianggap

mampu mewakili populasi yang ada berdasarkan model estimasi menggunakan maximum likelihood (ML) minimum diperlukan sampel 100 (Ghozali 2008:64)

Adapun metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan prosedur mendapatkan sampel dengan kriteria yang sesuai atau yang diharapkan pada suatu penelitian. pertimbangan pemilihan sampel (start-up bisnis) yang dipilih jika sudah memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. *Start-up* bisnis yang memiliki umur operasional minimal 3 tahun
2. *Start-up* bisnis yang beroperasi di kota Medan
3. Terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan tahun 2018

3.4 Jenis Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi secara langsung oleh *entrepreneur* yang termasuk dalam start-up bisnis data sekunder dalam hal ini antara lain mencakup identitas konsumen (umur usaha, bidang usaha, nama usaha, no telp, nama pemilik, alamat usaha berdasarkan kecamatan, Pendidikan, tipe bisnis, ide bisnis, pengalaman bisnis dan email). Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup data mengenai jumlah UMKM di kota Medan, dan hal lain yang menunjang materi penulisan pada penelitian ini.

3.5 Metode Pengambilan Data

Dalam memperoleh data, metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan kuisoner yang dibagikan melalui *print out* untuk memperoleh data dari hasil pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Untuk mempermudah responden yang sesungguhnya dalam mengisi kuesioner maka peneliti melakukan *pre-test* dengan total sampel adalah 30.

3.6 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen yaitu variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kompetensi pemasaran dan kompetensi keuangan. Variabel endogen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel endogen dalam penelitian ini adalah keberhasilan *start-up* bisnis. Definisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Operasionalisasi	Ukuran
Kompetensi Pemasaran (X1)	kompetensi yang dibutuhkan untuk menemukan pasar yang tepat, fokus terhadap pelanggan, dan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan.	Kompetensi pemasaran dioperasionalkan sebagai ukuran kemampuan pelaku bisnis dalam memasarkan dan meningkatkan pembelian berdasarkan karakteristik kompetensi yang diadaptasi dalam bidang pemasaran yaitu, 1) <i>Motives</i> , 2) <i>Traits</i> , 3) <i>Self-concept</i> , 4) <i>Knowledge</i> , 5) <i>Skills</i> .	Skala Ordinal
Kompetensi Keuangan (X2)	kemampuan dibidang keuangan yang bermanfaat untuk mengatur keuangan, pembelian, penjualan, pembukuan, sampai pada laporan keuangan. Keberhasilan bisnis tercipta ketika <i>financial competence</i> mengalokasikan dana sesuai dengan kebutuhan.	Kompetensi keuangan dioperasionalkan sebagai ukuran kemampuan pelaku bisnis untuk mengelola keuangan dalam waktu tertentu berdasarkan karakteristik kompetensi yang diadaptasi dalam bidang keuangan yaitu, 1) <i>Motives</i> , 2) <i>Traits</i> , 3) <i>Self-concept</i> , 4) <i>Knowledge</i> , 5) <i>Skills</i> .	Skala Ordinal
Keberhasilan Start-up Bisnis (Y)	Kesuksesan <i>start-up</i> bisnis dapat terealisasikan jika bisnis mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan.	Keberhasilan <i>start-up</i> bisnis dioperasinalisasikan sebagai keadaan dimana bisnisnya mampu memenuhi target yang ditetapkan dengan kriterianya antara lain, 1) profit penjualan, 2) tingkat pengembalian, 3) likuiditas	Skala Ordinal

		keuangan, 4) ketersediaan stok di pasar, harga pasar, kapitalisasi pasar, 5) peningkatan penjualan dan keuntungan usaha, 6) tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat loyalitas, 7) jumlah produk baru yang dihasilkan dalam usaha, 8) ketersediaan pasar dan posisi pasar.	
--	--	--	--

3.7 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Sampel yang terpilih akan diminta untuk mengisi kuesioner sebagai instrument penelitian, yang diadopsi dari artikel-artikel ilmiah. Kemudian dilakukan modifikasi untuk maksud menerjemahkan dan menyesuaikan dengan konteks penelitian, tetapi esensi (inti) dari setiap indikator pertanyaan tetap dipertahankan. Setiap indikator memiliki skala pengukuran dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian variabel tersebut menjadi titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Pengukuran menggunakan skala ordinal yang memiliki enam tingkatan jawaban masing-masing mempunyai nilai 1-6 dengan alasan mencegah responden menjawab netral dan harus menentukan pilihan apa yang seharusnya dirasakan. Setiap jawaban responden akan diukur dengan ketentuan sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Skala Ordinal

Pilihan jawaban	Skor
Sangat setuju	6
Setuju	5
Cenderung setuju	4
Cenderung tidak setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah kriteria utama keilmiahannya suatu penelitian. Validitas menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria – kriteria tertentu. Validitas item kuisioner digunakan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan dalam suatu item dalam mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas pada penelitian ini dengan menggunakan program LISREL yang bertujuan untuk mengetahui faktor pada setiap indikator penelitian. *Rule of thumb* digunakan untuk menilai validitas pengukuran adalah variabel-variabel teramati yang mempunyai *t-value* dari *standardized loading factor* > 1,95 dan *standardized loading factors* 0,70. Pada penelitian ini menggunakan *standardized loading factor* 0,50 yang adalah sangat signifikan (Hair *et.al.*, 1995) dalam Wijianto (2008:65).

3.8.2. Uji Reliabilitas

Untuk menunjukkan tingkat konsistensi atau stabilitas alat ukur atau instrumen dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas konstruk. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur nilai *construct reliability* dan nilai *variance extracted*. Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *construct reliability* 0,70 dan nilai *variance extracted* 0,50.

3.9 Uji Asumsi Untuk Pengukuran SEM

3.9.1 Uji Normalitas

Teknik estimasi dalam SEM yang menggunakan teknik *Maximum Likelihood Estimation*, maka sebaiknya asumsi normalitas pada data terpenuhi. Dengan tujuan untuk mengidentifikasi normalitas sebaran data. Data yang normal diperlukan untuk menghindari bias dalam analisis data. Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *p-value*, *chi square*, *skewness* dan *kurtosis* lebih besar dari 0.05. Apabila nilai *p-value*, *chi square*, *skewness* dan *kurtosis* dalam output LISREL menunjukkan nilai lebih dari 0,05 maka data mengikuti distribusi normal, sedangkan apabila nilai lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

3.10 Metode Analisis Data

Dalam statistik terdapat beberapa teknik salah satunya dengan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM), yang mana penelitian ini akan menggunakan metode SEM dengan bantuan *software* LISREL. SEM merupakan generasi kedua teknik analisis *multivariate* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai suatu model.

Menurut **Bollen (1989)** dalam **Ramadiani (2010)** menjelaskan SEM dapat melakukan pengujian secara bersama-sama, yaitu: model struktural yang mengukur hubungan antara *independent* dan *dependent construct*, serta model *measurement* yang mengukur hubungan (nilai *loading*) antara variabel indikator dengan konstruk (variabel laten). Untuk mengetahui variabel laten yang berkaitan satu sama lain, ada ketentuan variabel laten yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

Pada penelitian ini variabel eksogen diartikan sebagai variabel bebas atau independen yang dihubungkan dengan variabel terikat, yang mana variabel tersebut adalah produk, promosi, dan proses. Sedangkan variabel endogen diartikan sebagai variabel terikat atau dependen, yang mana variabel tersebut adalah keputusan konsumen. Terdapat beberapa alasan lebih mendorong penggunaan SEM dalam penelitian ini adalah:

- a. SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat *multi relationship* dan hubungan tersebut dibentuk dalam model struktural.
- b. Sebuah kemampuan untuk merepresentasikan konsep yang tidak dapat diamati secara langsung (*unobserved*) dan variabel manifest (indikator) dalam hubungan tersebut dan menangani kesalahan pengukuran dalam proses estimasi.
- c. Mendefinisikan sebuah model untuk menjelaskan seperangkat hubungan secara keseluruhan.

Menurut **Hair et.al.(1998)** dalam **Wijianto (2008:51)** menyatakan terdapat tiga ukuran-ukuran keseluruhan model yaitu ukuran kecocokan absolut (*absolute fit measures*),

ukuran kecocokan inkremental (*incremental fit measures*), dan ukuran kecocokan parsimoni (*parsimonious fit measures*).

Tabel 3.3
Perbandingan Ukuran-Ukuran GOF

Ukuran GOF	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima
Absolute-Fit Measures	
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	Rata-rata perbedaan per <i>degree of freedom</i> yang diharapkan terjadi dalam populasi dan bukan dalam sampel. <i>RMSEA</i> 0.08 adalah <i>good fit</i> , sedang <i>RMSEA</i> < 0.05 adalah <i>close fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index (GFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>GFI</i> 0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>GFI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Standardized RMR</i>	Residual rata-rata antara matrik (korelasi atau kovarian) teramati dan hasil estimasi. <i>Standardized RMR</i> 0.05 adalah <i>good fit</i> .
<i>Expected Cross-Validation Index (ECVI)</i>	Digunakan untuk perbandingan antar model. Semakin kecil semakin baik. Pada model tunggal, nilai <i>ECVI</i> dari model yang mendekati nilai <i>saturated ECVI</i> menunjukkan <i>good fit</i> .
Incremental Fit Measures	
<i>Tucker-Lewis Index atau Non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>TLI</i> 0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>TLI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>NFI</i> 0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>NFI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>AGFI</i>

	0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>AGFI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Relative Fit Index</i> (<i>RFI</i>)	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>RFI</i> 0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>RFI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Incremental Fit Index</i> (<i>IFI</i>)	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>IFI</i> 0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>IFI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Comparative Fit Index</i> (<i>CFI</i>)	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. <i>CFI</i> 0.90 adalah <i>good-fit</i> , sedang 0.80 <i>CFI</i> < 0.90 adalah <i>marginal fit</i> .
Parsimoniuos Fit Measures	
<i>Akaike Information Criterion</i> (<i>AIC</i>)	Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik; digunakan untuk perbandingan antar model. Pada model tunggal, nilai <i>AIC</i> dari model yang mendekati nilai <i>saturated AIC</i> menunjukkan <i>good fit</i> .
<i>Consistent Akaike Information Criterion</i> (<i>CAIC</i>)	Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik; digunakan untuk perbandingan antar model. Pada model tunggal, nilai <i>AIC</i> dari model yang mendekati nilai <i>saturated AIC</i> menunjukkan <i>good fit</i> .
Other Gofi	
Critical “N” (CN)	CN 200 menunjukkan ukuran sampel mencukupi untuk digunakan mengestimasi model. Kecocokan yang memuaskan atau baik

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif diperlukan sebagai gambaran umum akan data yang diperoleh. Analisis deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari deskriptif profil responden dan deskriptif instrumen penelitian. Untuk deskriptif profil responden digunakan program *SPSS* versi 20 yaitu *crosstabulation* (tabulasi silang). Tabulasi silang berguna untuk mengetahui hubungan atau distribusi respon antara variabel data (profil) bentuk kolom dan baris (Yamin & Kurniawan, 2013:22).