

REPUBLIC INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202167757, 22 November 2021

## Pencipta

Nama : **Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak., Nia Kurniati Bachtiar, S.E., S.Si., M.Sc dkk**

Alamat : Ngadikromo 02/06, Sidomulyo, Salaman, Magelang, JAWA TENGAH, 56162

Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **Universitas Muhammadiyah Magelang**

Alamat : Jl. Mayjend Bambang Soegeng KM 5, Mertoyudan, Magelang, JAWA TENGAH, 56172

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Modul**

Judul Ciptaan : **Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE) Untuk Business Di Era 4.0**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 17 November 2021, di Magelang

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000288983

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia  
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual  
u.b.  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Dr. Syarifuddin, S.T., M.H.  
NIP.197112182002121001

## Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

## LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak.	Ngadikromo 02/06, Sidomulyo, Salaman
2	Nia Kurniati Bachtiar, S.E., S.Si., M.Sc	Jl. Sunan Kalijaga 1A No.2,
3	Faqiatul Mariya Waharini, S.E., M.Si.	Janan 01/04, Borobudur





Judul	Kepengarangan	Tanggal	Actions
Profil Hasil Penelitian Revitalisasi Visi Institusi (PRVI) Universitas Muhammadiyah Magelang Tahun Akademik 2020-2021	Muji Setiyo; Barkah Susanto, Retno Rusdijjati; Sumarno Adl Subrata; Ajengesti Pujowati; Ening Widihastuti	23.11.21	Hapus
Evaluasi Rencana Tata Ruang dalam Memfasilitasi Pengembangan Kegiatan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Kawasan Wisata Baron Kabupaten Gunungkidul)	Ratika Tulus Wahyuhana, S.T.,M.T. Diesyana Ajeng Pramesti, S.E., M.Sc	18.11.21	Hapus
Analisis Pengembangan Engine Control Unit (ECU) Modelling Untuk Pengendalian Bahan Bakar Berdasarkan Driver Behaviour Pada Passenger Car	Suroto Munahar; Bagyo Condro Purnomo	18.11.21	Hapus
English for business: an introduction and practices for students	Umi Rachmawati	23.11.21	Hapus
Membangun Instrumen Penelitian Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE) untuk UMKM di era 4.0	Nur Laila Yuliani; Nia Kurniati Bachtiar; Faqiyatul Mariya Waharini	23.11.21	Hapus

## SURAT PENGALIHAN HAK CIPTA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. N a m a : Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak.  
Alamat : Ngadikromo RT02 RW06 Sidomulyo Salaman Magelang 56162
2. N a m a : Nia Kurniati Bachtiar, S.E., S.Si., M.Sc.  
Alamat : Jl. Sunan Kalijaga 1A No. 2 Magelang 56123
3. N a m a : Faqiatul Mariya Waharini, S.E., M.Si.  
Alamat : Janan RT 001 RW 004 Borobudur Magelang 56553

Adalah **Pihak I** selaku pencipta, dengan ini menyerahkan karya ciptaan saya kepada :

N a m a : Universitas Muhammadiyah Magelang  
Alamat : Jl. Mayjend Bambang Soegeng KM 5, Mertoyudan, Magelang

Adalah **Pihak II** selaku Pemegang Hak Cipta berupa **Modul : *Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE) untuk Business di Era 4.0*** untuk didaftarkan di Direktorat Hak Cipta dan Desain Industri, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Demikianlah surat pengalihan hak ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Magelang, 17 November 2021

Pemegang Hak Cipta  
Rektor



Dr. Lilik Andriyani, SE., M.Si

Pencipta



1. Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak.

2. Nia Kurniati Bachtiar, S.E., S.Si., M.Sc

3. Faqiatul Mariya Waharini, S.E., M.Si.



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, pemegang hak cipta:

N a m a : Universitas Muhammadiyah Magelang  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. Mayjend Bambang Soegeng KM 5, Mertoyudan, Magelang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya Cipta yang saya mohonkan:

Berupa : Modul  
Berjudul : *Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE)* untuk *Business* di Era 4.0

- Tidak meniru dan tidak sama secara esensial dengan Karya Cipta milik pihak lain atau obyek kekayaan intelektual lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 68 ayat (2);
  - Bukan merupakan Ekspresi Budaya Tradisional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38;
  - Bukan merupakan Ciptaan yang tidak diketahui penciptanya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39;
  - Bukan merupakan hasil karya yang tidak dilindungi Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 dan 42;
  - Bukan merupakan Ciptaan seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 dan;
  - Bukan merupakan Ciptaan yang melanggar norma agama, norma susila, ketertiban umum, pertahanan dan keamanan negara atau melanggar peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 74 ayat (1) huruf d Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
2. Sebagai pemohon mempunyai kewajiban untuk menyimpan asli contoh ciptaan yang dimohonkan dan harus memberikan apabila dibutuhkan untuk kepentingan penyelesaian sengketa perdata maupun pidana sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Karya Cipta yang saya mohonkan pada Angka 1 tersebut di atas tidak pernah dan tidak sedang dalam sengketa pidana dan/atau perdata di Pengadilan.
4. Dalam hal ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Angka 1 dan Angka 3 tersebut di atas saya / kami langgar, maka saya / kami bersedia secara sukarela bahwa:
- a. permohonan karya cipta yang saya ajukan dianggap ditarik kembali; atau
  - b. Karya Cipta yang telah terdaftar dalam Daftar Umum Ciptaan Direktorat Hak Cipta, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia R.I dihapuskan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
  - c. Dalam hal kepemilikan Hak Cipta yang dimohonkan secara elektronik sedang dalam berperkara dan/atau sedang dalam gugatan di Pengadilan maka status kepemilikan surat pencatatan elektronik tersebut ditangguhkan menunggu putusan Pengadilan yang berkekuatan hukum tetap.

Demikian Surat pernyataan ini saya/kami buat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Magelang , 17 November 2021

Rektor



(Dr. Lilik Andriyani, SE., M.Si)  
Pemegang Hak Cipta\*

# **DOKUMEN KARYA CIPTA**

## ***Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE) untuk Business di Era 4.0***

### **Jenis Ciptaan:**

Modul

### **Pencipta:**

- 1. Nur Laila Yuliani**
- 2. Nia Kurniati Bachtiar**
- 3. Faqiatul Mariya Waharini**

**Universitas Muhammadiyah Magelang  
Tahun 2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

No.	Nama Pencipta	Alamat Lengkap, email, dan Kewarganegaraan
1.	Nur Laila Yuliani	Ngadikromo RT02 RW06 Sidomulyo Salaman Magelang, <a href="mailto:nurlailay@unimma.ac.id">nurlailay@unimma.ac.id</a> , Indonesia
2.	Nia Kurniati Bachtiar	Jl. Sunan Kalijaga 1A No. 2 Magelang, <a href="mailto:nia@unimma.ac.id">nia@unimma.ac.id</a> , Indonesia
3.	Faqiatul Mariya Waharini	Janan RT 001 RW 004 Borobudur Magelang <a href="mailto:maria.waharini@gmail.com">maria.waharini@gmail.com</a> , Indonesia

Dengan ini kami/saya menyatakan bahwa karya ciptaan yang berjudul:  
***Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE) untuk Business di Era 4.0***

adalah milik saya dan tidak meniru atau menggunakan karya cipta orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Magelang, 17 November 2021

Pencipta



Nur Laila Yuliani

Nia Kurniati Bachtiar

Faqiatul Mariya Waharini

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	1
DAFTAR ISI .....	2
RINGKASAN CIPTAAN.....	3
LATAR BELAKANG .....	4
A. Urgensi .....	4
B. Manfaat.....	4
C. Rencana Pengembangan.....	4
D. Potensi Komersialisasi Karya Ciptaan.....	5
TEKNIS .....	6
A. Judul .....	6
B. Jenis Ciptaan .....	6
C. Fungsi dan Cara Kerja/Cara pemanfaatan .....	6
D. Proses pengujian yang telah dilakukan beserta hasil ujinya .....	6
SPESIFIKASI KARYA CIPTAAN .....	7
A. Gambar Desain .....	7
B. Tingkat Kesiapterapan Teknologi .....	8



## RINGKASAN CIPTAAN

*Growth Stage Model* (GSM) merupakan model tahapan usaha yang dapat memperlihatkan dimana posisi sebuah usaha dalam tahapan pertumbuhannya dan pendekatan yang cocok dalam menghadapi tahapan pertumbuhan tersebut. Pengembangan GSM menjadi GSM-DE (*Growth Stage Model-Digital Era*) merupakan temuan baru atau dikenal dengan istilah “*extended*”. Pengembangan ini ditandai dengan penambahan konstruk ketahanan, literasi akuntansi, teknologi dan *Business Model Innovation* (BMI). Selain itu, Keberlangsungan usaha merupakan dampak dari pengimplementasian GSM-DE sehingga pengembangan konstruk keberlangsungan usaha juga dilakukan dalam penelitian ini.

GSM-DE ini merupakan model pertumbuhan usaha yang dihasilkan dan dapat diterapkan pada saat sekarang ini. Adanya perubahan tahapam pada GSM dikarenakan adanya perubahan lingkungan yang terjadi terutama di era industri 4.0. Pengembangan model menjadi GSM-DE diharapkan dapat mengukur keberlangsungan usaha UMKM dengan menggunakan model *resilience* yang disesuaikan.

Kata kunci : *Growth Stage Model Digital Era* (GSM-DE), ketahanan, literasi akuntansi, teknologi, *Business Model Innovation* (BMI)

# LATAR BELAKANG

## A. Urgensi

Model yang dihasilkan penelitian ini merupakan pengembangan model dari *Growth Stage Model* (GSM) yang dikembangkan oleh Storey & Greene (2010), dimana pada model tersebut, tahap pertumbuhan usaha terbagi menjadi 6 tahap. Model pengembangan yang kami kembangkan, diberi nama *Growth Stage Model – Digital Era* (GSM-DE) dikarenakan dinamika bisnis modern yang semakin cepat dan mendapat pengaruh yang sangat besar dari proses digitalisasi.

GSM-DE ini menggambarkan 3 tahap pertumbuhan usaha, dimulai dari tahap 1 yaitu *start-up*, yaitu pada saat usaha (UMKM) baru saja berdiri. Pada tahap ini strategi ketahanan (*resilience*) sangat diperlukan untuk dapat melompat ke tahap berikutnya. Selain itu, penggunaan teknologi menjadi penting dalam membantu usaha melaju ke tahap 2.

Pada tahap 2 usaha sudah mencapai kedewasaan (*maturity*). Strategi yang harus dilakukan adalah strategi pertumbuhan dengan literasi akuntansi sebagai aspek pengantar untuk melaju ke tahap terakhir, yaitu tahap 3 atau tahap pemulihan (*recovery*).

Tahap akhir dalam GSM-DE ini terbagi menjadi 2 arah bergantung pada peran pemilik atau wirausaha. Di tahap ini, digambarkan sebuah usaha dapat turun dan mati (*declined*) karena siklus hidup produk yang sudah berakhir. Namun, jika sang pemilik berhasil menunjukkan kepemimpinan (*leadership*) yang terarah dan dengan adanya *Business Model Innovation* (BMI) yang diterapkan dalam usaha, maka, keberlangsungan (*sustainability*) usaha dapat dicapai.

## B. Manfaat

GSM-DE ini diharapkan dapat membantu bisnis atau usaha dalam memprediksi dan menerapkan strategi-strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya, sehingga keberlangsungan usaha (*sustainability*) dari bisnis dapat tercapai.

## C. Rencana Pengembangan

GSM-DE ini masih perlu banyak diujicobakan di lingkungan usaha yang ada, sehingga bisa memberikan dampak yang nyata dalam pengambilan keputusan terkait dengan strategi-strategi dan langkah-langkah dalam mengembangkan usaha.

#### **D. Potensi Komersialisasi Karya Ciptaan**

Potensi penggunaan model GSM-DE ini dapat ditawarkan ke Dinas Koperasi dan UMKM, pemerintah daerah, asosiasi, dan paguyuban UMKM untuk dilakukan pendampingan dalam membentuk model pertumbuhannya. Dengan pendampingan tersebut diharapkan usaha-usaha dapat tetap terjaga keberlangsungan usahanya terutama untuk mengatasi hambatan yg dihadapi d era 4.0



## TEKNIS

### A. Judul

Judul : *Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE)* untuk *Business* di Era 4.0

Lembaga Pembuat : Universitas Muhammadiyah Magelang

### B. Jenis Ciptaan

*Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE)* untuk *Business* di Era 4.0

### C. Fungsi dan Cara Kerja/Cara pemanfaatan

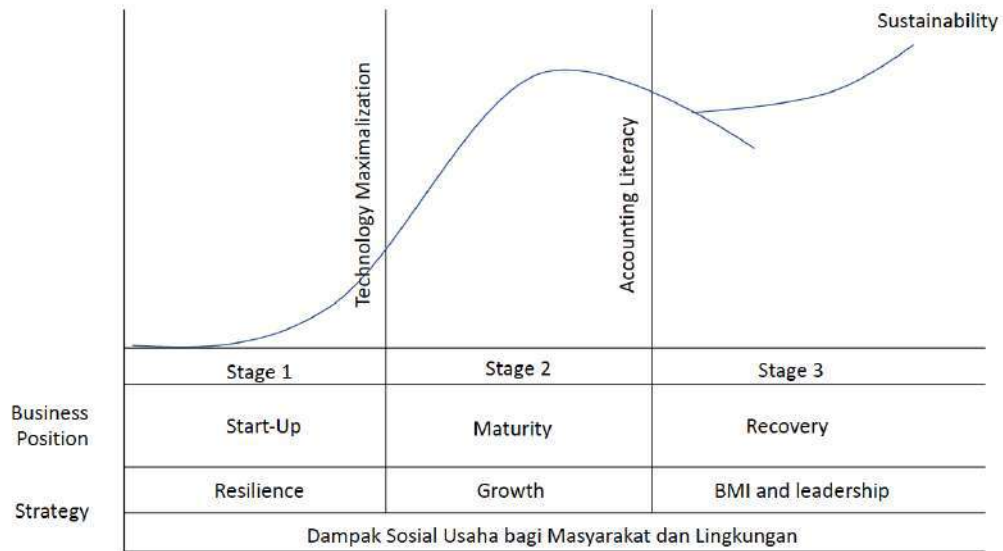
Model ini digunakan sebagai pedoman dalam menentukan strategi yang sesuai berdasarkan tahap pertumbuhan usaha setiap UMKM. Dengan mengikuti model ini dapat ditentukan strategi yang sesuai untuk tahapan tertentu dan strategi yang cocok diterapkan untuk melompat ke tahap selanjutnya dalam pertumbuhan usaha. Selain itu, model ini menjelaskan bahwa di tahap pertumbuhan manapun dari sebuah usaha, diperlukan adanya dampak sosial yang disalurkan usaha tersebut baik pada lingkungan maupun masyarakat sekitar. Akhirnya, model ini menjelaskan bahwa untuk mencapai keberlangsungan usaha, seorang wirausaha akan menghadapi tahap *recovery* dimana usaha tersebut dapat jatuh ke *area valley of the death* atau kembali naik dan melanjutkan keberlangsungan usahanya.

### D. Proses pengujian yang telah dilakukan beserta hasil ujinya

*Growth Stage Model Digital Era (GSM-DE)* sedang diujicobakan pada mitra penelitian. Mitra penelitian adalah sebuah UMKM yang saat ini berada pada tahap pertumbuhan 1. Untuk dapat mengetahui efektivitas model tersebut, perlu untuk dilakukan monitoring secara berkala pada jangka waktu tertentu.


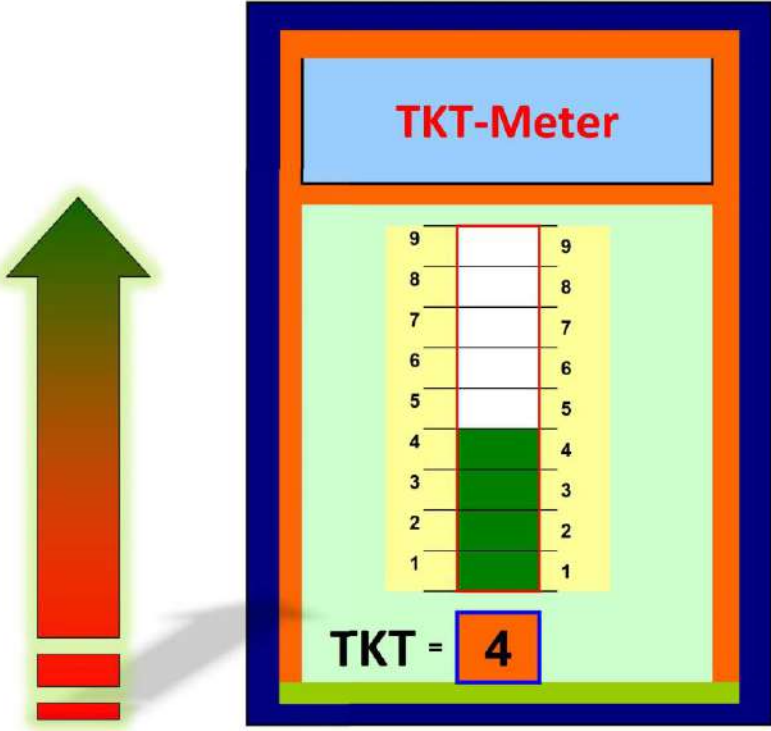
# SPESIFIKASI KARYA CIPTAAN

## A. Gambar Desain



Gambar 1. Proposed Model for GSM-DE

## B. Tingkat Kesiapterapan Teknologi

 <p>KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI          DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN          Jl. M. H. Thamrin No. 8 Jakarta Pusat 10340-Gedung II BPPT Lantai 19          Telepon 021 3189758 Faksimile 021 3102156/31023902          Homepage : www.ristekdikti.go.id</p>				
<b>RINGKASAN HASIL          PENGUKURAN TINGKAT KESIAPTERAPAN TEKNOLOGI (TKT)</b>				
No:				
<b>Nama/Judul Teknologi</b>	Growht Stage Model Digital Era (GSM-DE) untuk Business di Era 4.0			
<b>Bidang Teknologi</b>	Sosial Humaniora			
<b>Pimpinan Program / Kegiatan</b>	Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc.			
<b>Lembaga / Unit Pelaksana</b>	Universitas Muhammadiyah Magelang			
<b>Alamat / Kontak</b>	Ngadikromo RT02 RW06 Sidomulyo Salaman Magelang 56162			
<b>Telp/Fax</b>	081578737032			
<b>Email</b>	nurlailay@unimma.ac.id			
<b>Tanggal Pengukuran TKT</b> :				
<b>Level TKT yang dicapai</b> :	<table border="1" style="display: inline-table;"> <tr> <td style="background-color: orange; text-align: center; font-size: 24px;"><b>4</b></td> <td>(dari 9 level)</td> <td>% Komplit Indikator = 80%</td> </tr> </table>	<b>4</b>	(dari 9 level)	% Komplit Indikator = 80%
<b>4</b>	(dari 9 level)	% Komplit Indikator = 80%		
 <p style="text-align: center; font-size: 24px;"><b>TKT = 4</b></p>				



## DAFTAR REFERENSI

1. Tirto.id. 2020. Available at: <https://tirto.id/kadin-sebut-ada-30-juta-umkm-tutup-akibat-pandemi-covid-19-fUa4>, [Accessed 24 Oktober 2020].
2. Kongolo, M. 2010. Job creation versus job shedding and the role of SMEs in economic development. *African Journal of Business Management*, 4(11), 2288-229.
3. Savlowschi, L. I., & Robu, N. R. 2011. The Role of SMEs in Modern Economy. *Economia, Seria Management*, 14(1), 277-281.
4. Ogbo, A., & NWACHUKWU, A. C. 2012. The Role of Entrepreneurship in Economic Development: The Nigerian Perspective. *European Journal of Business and Management*, 4(8), 95-105
5. Etuk, R. U., Etuk, G. R., & Michael, B. 2014. Small And Medium Scale Enterprises (SMEs) And Nigeria's Economic Development. *Mediterranean. Journal of Social Sciences*, 5(7), 656-662.
6. Pandya, V. 2012. Comparative analysis of development of SMEs in developed and developing countries. *The 2012 International Conference on Business and Management*. Bangkok.
7. Tambunan, T. 2008. SME Development, Economic Growth, and the Government Intervension in Developing Country : The Indonesia Story. *Journal International Entrepreneurship*, 6(1), 147-167
8. Faherty, U., & Stephens, S. 2016. Innovation in micro enterprises: reality or fiction? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(2), 349-362.
9. Salavou, H., Baltas, G., & Lioukas, S. 2004. Organisational innovation in SMEs: The importance of strategic orientation and competitive structure. *European Journal of Marketing*, 1091-1112.
10. McAdam, R., McConvery, T., & Armstrong, G. 2004. Barriers to innovation within small firms in a peripheral location. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 206-221.
11. SindoNews. 2018. Available at: <https://jabar.sindonews.com/read/1238/1/banyak-ukm-tumbang-di-tahun-pertama-ini-penyebabnya-1536512942>, [Accessed 26 Oktober 2020].
12. Steinmetz, L. (1969). Critical Stages of Small Business Growth. *Business Horizons*, 12(1), 29-36.
13. Greiner, L. (1972). Evolution and Revolution as Organisations Grow: A Company's past has clueas for management that are critical to future seccess. *Harvard Business Review*, -( ), -
14. Churchill, N., & Lewis, V. (1983). The Five stages of Small Business Growth. *Harvard Business Review*, 3(3), -.
15. Scott, M., & Bruce, R. (1987). Five Stages of Growth in Small Business. *Long Range Planning*, 20(3), 45-52.
16. Storey, D. & Greene, F., 2010. *Small Business and Entrepreneurship*. 1st Edition ed. Essex: Pearson Education Limited.
17. Xiao, L. (2011). Financing high-tech SMEs in China: A three-stage model of business development . *Journal Entrepreneurship & Regional Development*, 217-234.
18. Dobbs, M., & Hamilton, R. (2007). Small business growth: recent evidence and new directions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 13 No. 5, 296-322
19. Dowell, D., Heffernan, T., & Morrison, M. (2013). Trust formation at the growth stage of a business-to-business relationship: A qualitative investigation. *Qualitative Market Research*, Vol. 16 No. 4, 436-451
20. Solli-Sæther, H., & Gottschalk, P. (2010). The Modeling Process for Stage Models. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 279-293.
21. Yunal, V. O. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat. *Agora*.
22. Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia. Journal of Indonesian Agribusiness*, 3(1), 39-54
23. Prapti NSS, R. L., Suryawardana, E., & Triyani, D. (2015). Analisis Dampak Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Pertumbuhan Usaha Ekonomi Rakyat di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*
24. Puspitaningrum, M. (2015). Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kinerja Keuangan Daerah di Provinsi DIY Dengan Pertumbuhan UMKM Sebagai Variabel intervening. *Nominal*
25. Bachtiar, N. k., & Al-Amin, M. (2019). SMEs' Growth Stage Model: A Literature Review and Development Model. *Jurnal Analisis Ekonomi Bisnis*, 1-19
26. Ansong, E., & Boateng, R. (2019). Surviving in the digital era – business models of digital enterprises in a developing economy. *Digital Policy, Regulation and Governance*, Vol. 21 No. 2, 164-178

27. Saini, A. K., & Khurana, V. K. (2018). Business Model Innovation In The Digital Era: Issues And Challenges. *Emerging Paradigms of Digitization: A Management Perspective*(pp. 01-06). New Delhi: Management Development Programmes (MDPs) CELL Department of Management
28. Borda-rodriguez, A., Johnson, H., Shaw, L., & Vicari, S. (2016). What Makes Rural Co-Operatives Resilient In Developing Countries?†. *Journal of International Development*, 89–111
29. Sheffi, Y., & Rice, J. (2005). A supply chain view of the resilient enterprise. *MIT Sloan Management Review*, 41–48.
30. Reinmoeller, P., & van Baardwijk, N. (2005). The link between diversity and resilience. *MIT Sloan Management Review*, 61–65.
31. Pettit, T., Fiksel, J., & Croxton, K. (2010). Ensuring supply chain resilience: development of a conceptual framework. *Journal of Business Logistics*, 1–21.
32. Demmer, W. A., Vickery, S. K., & Calantone, R. (2011). Engendering resilience in small- and medium-sized enterprises (SMEs): a case study of Demmer Corporation. *International Journal of Production Research*.
33. Jogiyanto H. Pedoman Survei Kuisisioner: Pengembangan Kuisisioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta; 2011
34. Maione C, Nelson DR, Barbosa RM. Research on social data by means of cluster analysis. *Applied Computing and Informatics* 2018.

# **Membangun Instrumen Penelitian *Growth Stage Model Digital Era* (GSM-DE) untuk UMKM di era 4.0**

**Penulis:**

**Nur Laila Yuliani, SE, MSc, AK, Ca**

**Nia Kurniati Bachtiar, SE, S.Si, MSc**

**Faqiyatul Mariya Waharini, SE, M.Si**

**Editor:**

**Prof. Dr. Sony Heru Priyanto**



# Membangun Instrumen Penelitian *Growth Stage Model Digital Era* (GSM-DE) untuk UMKM di era 4.0

ISBN:

Hak Cipta 2021 pada Penulis

Hak penerbitan pada UNIMMA PRESS. Bagi mereka yang ingin memperbanyak sebagian isi buku ini dalam bentuk atau cara apapun harus mendapatkan izin tertulis dari penulis dan penerbit UNIMMA PRESS.

## Penulis:

Nur Laila Yuliani, SE, MSc, Ak.K.-Ca

Nia Kurniati Bachtiar, SE, S.Si, MSc

Faqiyatul Mariya Waharini, SE, MS.i

## Editor:

Prof. Dr. Sony Heru Priyanto

## Lay out

<< Nama Layouter Lengkap dengan Gelar >>

## Desain sampul:

<< Nama Desainer Lengkap dengan Gelar >>



## Penerbit:

UNIMMA PRESS

Gedung Rektorat Lt. 3 Kampus 2 Universitas Muhammadiyah  
Magelang

Jl. Mayjend. Bambang Soegeng, Mertoyudan, Magelang 56172

Telp. (0293) 326945

E-Mail: unimmapress@ummgl.ac.id

Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
All Right Reserved  
Cetakan I, 2021



# Kata Pengantar

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi mencapai 61,07% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDP) Indonesia pada tahun 2021 dan mampu menyerap 97% tenaga kerja dari total tenaga kerja Indonesia. Namun demikian, UMKM juga adalah entitas yang paling rentan dengan perubahan yang terjadi. Salah satunya adalah perkembangan teknologi 4.0 yang membuat siklus hidup menjadi lebih pendek. Oleh karena itu monograf ini menyajikan sebuah model yang akan membantu pelaku usaha terutama UMKM untuk menjaga keberlangsungan usahanya di era 4.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlangsungan sebuah usaha ditopang oleh pertumbuhan dan ketahanan usaha. Namun demikian, selain kedua hal tersebut, ada faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah UMKM. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, diharapkan para pelaku usaha dapat terhindar dari tahap penurunan usaha dan menjaga keberlangsungan usaha mereka.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Kemendikbudristek yang telah membiayai penelitian ini melalui skema PTUPT. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada informan penelitian serta pakar yang telah membantu kami dalam penyelesaian penelitian. Kami menyadari, monograf ini masih banyak kekurangan dalam segi substansi maupun penyajiannya. Untuk itu, kami mengharapkan saran dari para pembaca. Semoga monograf ini bermanfaat.

Magelang, 19 November 2021

Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text.

Dst



Kota, Bulan Tahun

Penulis

# Daftar Isi

<i>Kata Pengantar</i> .....	<b><u>52</u></b>
<i>Daftar Isi</i> .....	<b><u>73</u></b>
<i>Daftar Singkatan (Jika ada)</i> .....	<b><u>85</u></b>
<b>1. Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	<b>1</b>
1.2. Permasalahan .....	<b><u>32</u></b>
1.3. Tujuan dan Urgensi Studi .....	<b><u>54</u></b>
<b>2. Kajian Pustaka</b> .....	<b><u>85</u></b>
<b>3. Metode</b> .....	<b><u>1612</u></b>
3.1. Peta Penelitian .....	<b><u>1612</u></b>
3.2. Aaaa bbbbbb .....	<b><u>Error! Bookmark not defined.15</u></b>
3.3. Ccccc Ccccc.....	<b><u>Error! Bookmark not defined.15</u></b>
3.4. Dst dst.....	<b><u>Error! Bookmark not defined.15</u></b>
<b>4. Hasil dan Pembahasan</b> .....	<b><u>1915</u></b>
4.1. Proses Pengambilan Data .....	<b><u>1916</u></b>
4.2. Model yang diusulkan.....	<b><u>Error! Bookmark not defined.4</u></b>
<b>5. Kesimpulan dan Rekomendasi</b> .....	<b><u>85</u></b>
<i>Daftar Referensi</i> .....	<b><u>106</u></b>
<i>Glosarium</i> .....	<b><u>137</u></b>
<i>Indeks</i> .....	<b><u>148</u></b>
<i>Profil Penulis dan Editor</i> .....	<b><u>159</u></b>

## *Daftar Singkatan*

<i>GSM</i>	<i>Growth Stage Model</i>
<i>GSM-DE</i>	<i>Growth Stage Model Digital Era</i>
<i>TBL</i>	<i>Triple Bottom Line</i>
<i>Bbb</i>	<i>...</i>
<i>Ceee</i>	<i>...</i>

---

## 20.1.      Pendahuluan

---

### 20.1.1.1. Latar Belakang

UMKM adalah salah satu penopang utama Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia dengan kontribusi mencapai 61,07% atau sekitar Rp285 triliun pada tahun 2021. Selain itu UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97 persen dari total tenaga kerja Indonesia [1]. Pentingnya peran UMKM dalam perekonomian sebuah negara telah banyak diteliti oleh peneliti di Indonesia maupun asing. Penelitian-penelitian tersebut menekankan bahwa UMKM dapat meningkatkan perekonomian negara melalui penciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan PDB [2-6].

Selama ini, UMKM di Indonesia dianggap sebagai entitas yang rentan terhadap perubahan dan dinamika industri [7]. Hal ini sejalan dengan sifat UMKM yang tergeneralisasi secara internasional sebagai sebuah entitas yang memiliki tenaga kerja, aset, pengetahuan, kemampuan modal dan finansial, serta akses terhadap industri yang terbatas [8-10] . Survey yang dilakukan oleh Asian Development Bank pada Juli 2020 menyebutkan bahwa selama

pandemi, hampir 50% UMKM menutup usahanya dengan permasalahan terkait gangguan permintaan domestik, gangguan produksi, dan pembatalan kontrak.

Pemerintah terus melakukan pengembangan UMKM untuk memastikan bahwa UMKM tersebut mendatangkan keuntungan, dapat menghidupi pemiliknya hingga dapat bertahan dalam pasar persaingan baik lokal, nasional maupun global. Selain pemerintah, peran sektor swasta, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), serta akademisi juga terus dilakukan. Namun upaya tersebut belum mampu menurunkan jumlah UMKM yang tutup atau bangkrut. Sindo news di tahun 2018 menyebutkan bahwa 78% UMKM tumbang di tahun-tahun awal pendiriannya [11]. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai program yang diberikan selama ini belum cukup untuk membantu UMKM untuk tetap beroperasi dalam jangka waktu yang lama.

Hal tersebut diperparah dengan adanya pandemic covid-19 yang melanda dunia, dimana di Indonesia dilaporkan 69,02% UMKM mengalami kesulitan pendanaan di saat pandemic Covid-19 [1]. Dengan adanya situasi yang tidak dapat dikontrol seperti krisis yang



terjadi belakangan ini dan adanya hambatan-hambatan eksternal seperti persaingan usaha, dinamika industriy dan siklus hidup produk (SHP) yang makin pendek menjadikan perlu adanya sebuah skema dan instrumentinstrumen untuk membantu keberlangsungan usaha khususnya pada UMKM.

### 20-2-1.2. Permasalahan

Perkembangan Teknologi 4.0 menjadi salah satu faktor pendeknya SHP, disamping perubahan instrumen pembentuk SHP lainnya. Dengan pendeknya SHP, pengusaha UMKM harus dengan cepat mengantisipasi agar produknya bisa mengikuti perkembangan pasar. Kalau tidak, UMKM tidak bisa mengendalikan usahanya dan bersaing di pasar.

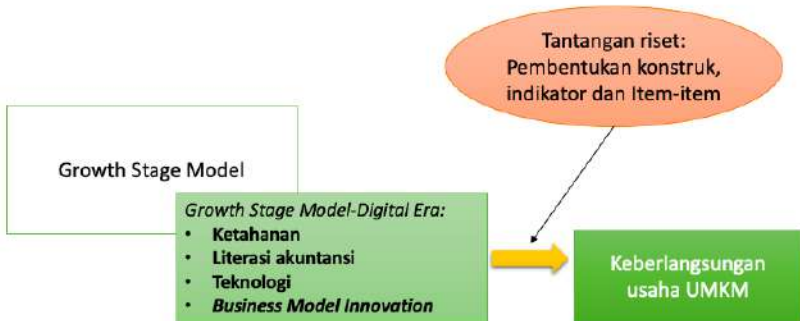
Untuk itu, Pengusaha UMKM perlu memahami SHP beserta instrumennya agar pengusaha UMKM bisa mengarahkan, memonitor usahanya. dan melakukan adaptasi.

Meskipun penting, namun sayangnya belum ada riset yang mencoba mendalami persoalan tersebut, dalam perspektif UMKM. Berdasarkan permasalahan tersebut, muncullah ide untuk

~~membuat~~Diperlukan sebuah model yang tepat untuk menghindarkan UMKM dari kerentanan, khususnya terkait pertumbuhan dan keberlangsungan usaha.

Salah satu model terkait tahapan usaha yang biasa digunakan adalah *Growth Stage Model* (GSM) yang dapat memperlihatkan posisi sebuah usaha dalam tahapan pertumbuhannya dan pendekatan yang cocok dalam menghadapi tahapan pertumbuhan tersebut. Namun sayangnya tahapan GSM yang ada belum mencakup perkembangan UMKM terutama di era digital. Penelitian ini mencoba mengembangkan GSM menjadi GSM-DE (*Growth Stage Model-Digital Era*) ~~dikarenakan~~ massive-nya peran digitalisasi pada dunia usaha. Pengembangan GSM menjadi GSM-DE merupakan temuan baru atau dikenal dengan istilah “*extended*”. Pengembangan ini ditandai dengan penambahan konstruk **ketahanan, literasi akuntansi, teknologi dan *Business Model Innovation* (BMI)**. Selain itu, ~~k~~Keberlangsungan usaha merupakan dampak dari ~~pengimplementasian~~ GSM-DE sehingga peng~~e~~ambangan konstruk keberlangsungan usaha juga dilakukan dalam penelitian ini. ~~Dibawah ini adalah~~Berikut ini dipaparkan peta permasalahan

penelitian yang kami angkat, dimana untuk mencapai keberlangsungan usaha UMKM, terdapat tantangan riset dalam pembentukan konstruk, indikator dan item-item.



Gambar 1. Permasalahan Penelitian

### 20-3-1.3. Tujuan dan Urgensi Studi

Tujuan khusus yang dicapai dalam penelitian ini adalah menghasilkan indikator, dan item-item konstruk penelitian untuk model *GSM-DE*. Sedangkan urgensi (keutamaan) penelitian berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang menyatakan bahwa UMKM menopang perekonomian Indonesia. Sehingga, Dengan menjaga keberlangsungan usaha UMKM akan bermuara pada ketahanan ekonomi Indonesia.

Untuk mendukung kedalaman dan dampak dari penelitian ini, selain mengembangkan model GSM-DE, penelitian ini menggunakan konsep *resilience* model yang sesuai untuk membantu merumuskan atribut, kesadaran akan resiko, perlindungan resiko, keunggulan bersaing, inovasi hingga manajemen strategis [28-31] yang disesuaikan dengan UMKM. Konstruk yang dihasilkan dapat dipergunakan sebagai rujukan bagi para peneliti UMKM di Indonesia.

Selanjutnya, pembangunan konstruk/instrumen sangatlah penting agar memperoleh validitas isi yang baik supaya item-item pertanyaan tidak membingungkan dan tidak ambigu [32]. Ketepatan penggunaan instrumen penelitian bagi para peneliti UMKM sangat penting utama untuk mendapatkan hasil riset yang memiliki validitas tinggi. Hasil penelitian yang memiliki validitas tinggi memberikan kontribusi nyata dan dapat dipergunakan untuk evaluasi kinerja (dalam hal ini keberlangsungan usaha) objek yang diteliti.

Penelitian ini mengintegrasikan teori-teori yang ada dan penelitian-penelitian sebelumnya sebagai sarana untuk menyusun

instrumen penelitian survei sehingga dapat menghasilkan instrumen penelitian dengan validitas internal yang baik. Dengan alasan bahwa penelitian survei memiliki keterbatasan yaitu validitas internal rendah, namun memiliki validitas eksternal yang baik yaitu generalisasi penelitian. Hasil dari penelitian ini juga dipergunakan sebagai evaluasi keberlangsungan usaha UMKM pada lingkungan yang sebenarnya.

## 21.2. Kajian Pustaka

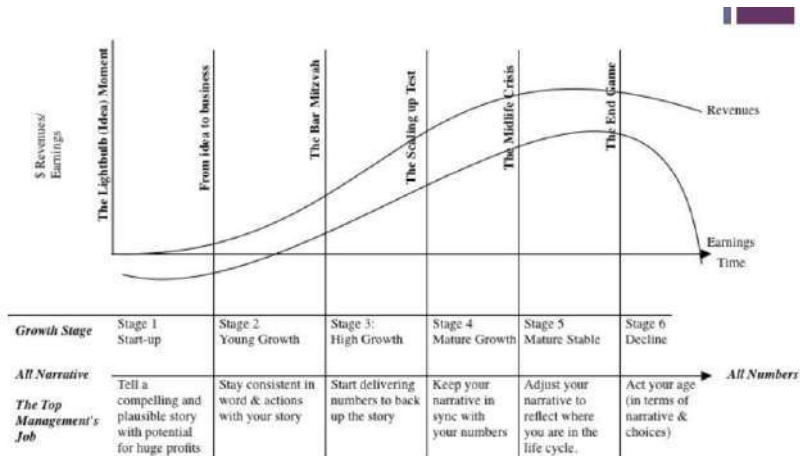
---

### 21.1.2.1. Growth Stage Model

*Growth Stage Model (GSM)* atau yang sering disebut dengan model tahap pertumbuhan usaha bukanlah model baru di dunia usaha. Penelitian sebelumnya [12-16] ~~Sejak Steinmelz (1969), Greiner (1972), Churchill dan Lewis (1983), Scott dan Bruce (1987) hingga Storey and Greene (2010),~~ menjelaskan GSM sebagai sebuah acuan untuk melihat bagaimana pertumbuhan dan siklus hidup sebuah usaha dengan berbagai variabel pengukuran. Dimulai dari usia, ukuran, kontrol, jenjang hirarki, krisis hingga strategi [12-16]. Model ini dimulai dengan mengenal 4 (empat) tahapan dalam pertumbuhan usaha yang dibedakan menurut sistem kontrolnya, dari supervisi langsung, kontrol melalui supervisor, kontrol tidak langsung, hingga kontrol melalui pembagian divisi [12]. Pengembangan kedua terdiri dari 5 (lima) tahapan yang berfokus pada krisis yang dihadapi sebelum melompat pada tahapan pertumbuhan usaha berikutnya disertai dengan strategi pertumbuhan usaha di setiap tahapannya [13]. Churchill and Lewis (1983) [11] lah

~~yang pertama kali memperkenalkan~~ GSM dalam bentuk kurva lengkung yang mendefinisikan bahwa usaha tidaklah selalu meningkat tanpa hambatan atau lengkungan pada kurva pertumbuhannya pertama kali diperkenalkan pada tahun 1983 [14]. Peningkatan yang lebih mendalam dilakukan penelitian selanjutnya yang memperlihatkan bagaimana fluktuasi pertumbuhan sebuah usaha sebelum melompat ke tahapan pertumbuhan selanjutnya [15]. Hingga akhirnya, GSM yang lebih detail diperkenalkan pada tahun 2010 yang mencakup 6 (enam) tahapan usaha dan memperlihatkan bagaimana strategi **ketahanan** sebuah usaha sejak mulai beroperasi hingga usaha tersebut mengalami *declined* di pasar [16] seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:





Gambar 2. *Growth Stage Model* [16]

Penelitian mengenai GSM tidak berhenti pada pembuatan dan pengembangan model saja[17-19]. Namun, perkembangan pada penelitian-penelitian internasional telah sampai pada implementasi growth stage model pada skema pendanaan usaha dengan **literasi akuntansi** yang baik [17], pengembangan pengetahuan[18], level kepercayaan[8] hingga *e-government* [19]. Dengan perkembangan model yang beragam dan pengimplementasiannya yang tidak terbatas hanya pada usaha besar dan kecil saja, GSM dapat membantu wirausaha/manajemen dalam proses penentuan strategi usaha sesuai tahapan pertumbuhan usaha mereka. hal ini dikarenakan setiap tahapan usaha memiliki pendekatan, kebutuhan,

kesulitan yang berbeda sehingga membutuhkan strategi yang berbeda [12-17][19]

Perkembangan penelitian internasional mengenai GSM kurang sejalan dengan penelitian nasional mengenai topik yang sama. Sejauh ini, GSM kurang dieksplor oleh peneliti-peneliti Indonesia. Penelitian tentang pertumbuhan usaha hanya berfokus pada menjadikan pertumbuhan usaha sebagai variabel dependen [20-22] dan sebagai variabel intervening [13] baik itu mendiskusikan mengenai motivasi berwirausaha [20], peran wirausaha wanita [21], pembangunan infrastruktur [22], pendapatan sektor pariwisata [23]. Belum adanya penelitian mengenai GSM pada penelitian-penelitian di Indonesia membuat topik ini menjadi menarik untuk dibahas dan menjadi novelty utama dalam penelitian ini.

Selain perkembangan penelitian GSM di penelitian nasional dan internasional, terjadi pula pertentangan dalam penelitian-penelitian yang patut untuk dibahas disini. saat peneliti-peneliti terdahulu beranggapan bahwa semakin kompleksnya perkembangan dunia usaha, berarti semakin detailnya tahapan sebuah usaha (hal ini

diperlihatkan dari pertumbuhan tahapan GSM dari 4 tahapan menjadi 6 tahapan)[12-17]. Penelitian-penelitian terbaru beranggapan bahwa dengan tingginya ketergantungan masyarakat pada **teknologi** dan bagaimana teknologi khususnya internet mengubah cara konsumen berbelanja, bertransaksi dan perusahaan dalam memasarkan produknya, maka tahapan pada GSM seharusnya semakin pendek [24-26]. Selain itu, untuk mencapai keberlangsungan dan ketahanan usaha, penelitian lainnya menyarankan *Business Model Innovation (BMI)* sebagai jalan keluar terbaik di era digital seperti saat ini [27].

## **2.2. Growth Stage Model Digital Era dan keberlanjutan usaha UMKM**

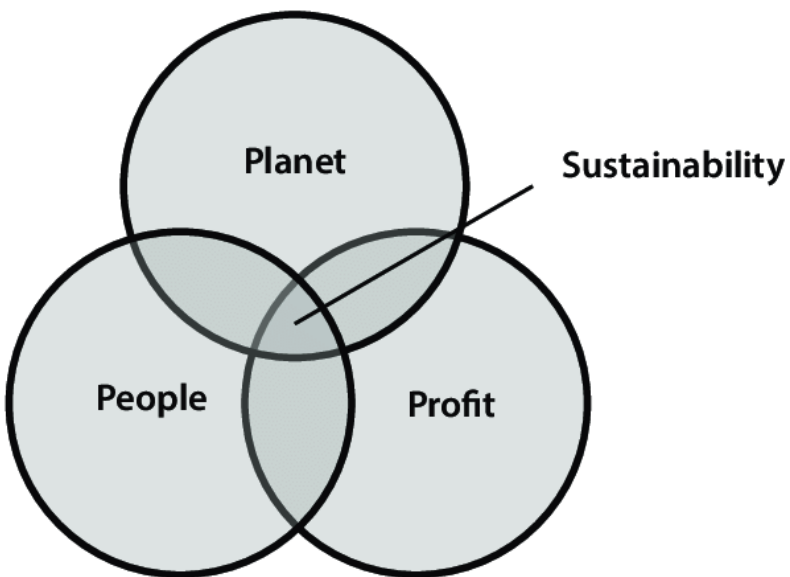
Penelitian GSM dan perkembangannya di era digital saat ini adalah penting untuk memperkaya dan memperdalam khasanah keilmuan modern dan penerapannya secara riil. pengembangan GSM dari 6 tahapan menjadi GSM untuk era digital (yang dalam penelitian ini disebut dengan GSM-DE) dilakukan melalui pembentukan konstruk, indikator, dan item-item konstruk pada

UMKM. GSM-DE dengan **ketahanan, literasi akuntansi, teknologi dan *Business Model Innovation* (BMI)** merupakan dimensi yang penting bagi bisnis UMKM untuk tetap menjaga keberlangsungan usaha mereka.

Keberlangsungan usaha menjadi isu utama di dunia usaha karena menjadi tujuan utama dari setiap usaha baik UMKM maupun perusahaan-perusahaan global [10, 12, 26]. Keberlangsungan usaha juga menjadi faktor yang paling diperhatikan dengan adanya studi empiris yang menyatakan bahwa UMKM adalah entitas yang sangat rapuh dalam keberlangsungannya dan mayoritas usaha kecil tutup di tahun-tahun pertama sejak usaha tersebut didirikan [16, 19, 25]. Selain itu, kajian lainnya menyebutkan bahwa keberlangsungan usaha menunjang pertumbuhan ekonomi, inovasi dan ketenagakerjaan. Sedangkan, elemen yang mendukung keberlangsungan tersebut, termasuk pengaruh keuangan, stakeholders dan inovasi [35,36].

Namun, jauh sebelum itu, kita mengenal teori *Triple Bottom Line* (TBL) untuk konsep sustainability atau keberlangsungan yang

dikembangkan oleh John Elkington pada tahun 1994. Teori ini bukan hanya dapat diterapkan pada usaha, namun juga digunakan luas pada bidang keilmuan Sosiologi, Ekologi hingga psikologi. Teori ini menjelaskan bahwa sebuah usaha haruslah memiliki dampak bukan hanya secara ekonomi (*Profit*), namun juga dampak terhadap lingkungan (*Planet*) dan pada orang-orang sekitar (*People*). Teori TBL dapat dilihat dari gambar 3.



Gambar 3. Model Triple Bottom Line [37]

Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti berargumen bahwa keberlangsungan sebuah usaha dapat diperoleh dengan cara

memberi dampak yang luas baik secara ekonomi dan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini memasukkan dampak sosial sebagai salah satu ~~indicator~~indikator dalam keberlangsungan usaha.

## 22.3. Metode

---

### 22.3.1. Peta Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengembangkan konstruk dari *GSM* menjadi *GSM-DE* serta mengembangkan keberlangsungan usaha dari UMKM. Langkah-langkah yang ditempuh, antara lain:

#### Membuat Instrumen Penelitian

1. Menentukan kluster masing-masing industry UMKM menggunakan *Correlation Based Feature Selection* (CFS) [33]  
Metode *CFS* untuk penghitungan dan perbandingan tingkat korelasi antara masing-masing variabel dengan variabel *class*-nya dan antara variabel dengan variabel lainnya. Klusterisasi awal meliputi umur usaha, ukuran usaha, sumber daya manusia dan aset. Guna mendapatkan kelompok kluster, konstruk, dan item-item konstruk yang tepat maka dilakukan wawancara terstruktur.



2. Membentuk definisi konstruk *Growth Stage Model Digital Era* yang difokuskan pada teori *Growth Stage Model* [17], melalui tahap sebagai berikut:

a. Pembentukan awal

Pembentukan awal dilakukan dengan mengkaji penelitian sebelumnya dan teori yang relevan untuk mendapatkan item-item pembentuk konstruk GSM.

b. Pretest

*Pretest* atau uji pertama dilakukan dalam bentuk studi *pilot* dengan melibatkan partisipan *FGD* untuk mengkonfirmasi item-item yang membentuk konstruk-konstruk tersebut. *Pretest* digunakan untuk menguji validitas isi (*content validity*). *Pretest* dilakukan dengan membentuk panel pakar yang terdiri dari pakar/ahli. Para pakar/ahli adalah untuk mengkonfirmasi kebenaran item-item yang membentuk konstruk [34]. Penggunaan pakar dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

1. Para pakar/ahli diminta mengurutkan item-item ke dalam kategori konstruk
2. Pakar kemudian diberikan definisi dari masing-masing konstruk, tanpa diberi nama konstruk atau label dari konstruk, dengan maksud untuk menghindari bias intrepresasional. Namun guna menghindari bias intrepresasional pakar/ahli diminta untuk memberikan nama sendiri pada konstruk.

c. Melakukan Uji Intrumen

Uji instrumen merupakan uji kedua (*pilot* kedua) dengan skala penuh (*full scale*). Uji instrumen bertujuan menguji tingkat reliabilitas lebih lanjut dengan menggunakan responden-responden yang memiliki latar belakang yang sama dengan target penelitian. Uji lapangan akhir (*field test*) untuk menguji reliabilitas dan validitas konstruk dengan menggunakan responden sepenuhnya.

## 23.4. Hasil dan Pembahasan

---

Dalam melakukan penelitian GSM-DE ini, diperlukan indikator dan ~~instrument~~instrumen/konstruk yang akan digunakan dalam membuat kuesioner yang akan disebarakan nantinya. Pemilihan ~~indicator~~indikator dan ~~instrument~~instrumen/konstruk awalnya didasarkan dari *review literature* yang dilakukan berdasarkan buku-buku yang berhubungan dengan keberlangsungan usaha, ketahanan usaha dan pertumbuhan usaha. [38-41]. ~~Indicator~~Indikator dan ~~instrument~~instrumen/konstruk tersebut lalu digunakan dalam proses wawancara dan FGD yang dilakukan pada informan penelitian.

### 23.4.4.1. Proses Pengambilan Data

Setelah memetakan indikator dan instrumen yang akan digunakan, proses pengambilan data diawali dengan mengklasifikasikan UMKM yang ada sesuai dengan kriteria penelitian. Setelah itu dilaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara dengan informan yang bersedia baik secara *online* via *zoom meeting* maupun tatap muka. Informan dipilih berdasarkan kriteria yang telah

ditetapkan sebelumnya untuk mendapatkan hasil yang valid dan sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria informan terbagi dalam:

- a. Usaha yang telah berdiri diatas 2 tahun
- b. Usaha memiliki tujuan dan kegiatan sosial sebagai penunjang TRL (*Triple Bottom Line*)
- c. Usaha memiliki struktur organisasi, mulai dari pemilik, manajer, dan divisi-divisi
- d. Usaha memiliki minimal 5 orang karyawan
- e. Usaha menggunakan media digital dalam menjalankan usaha (minimal memiliki *website*)
- f. Usaha berlokasi di Yogyakarta

Berdasarkan kriteria yang ada didapatkan 7 informan. Data informasi yang diperoleh seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1. Data Informan**

No	Nama Pemilik	Kode Informan	Nama Usaha	Jenis Usaha
1	Nova Suparmanto	A	Astoetik	Teknologi alat batik listrik
2	Hardika Dwi Hermawan, MSc	B	Desamind	Platform pemberdayaan desa

3	Istofani Apy Dwiyani	C	Fit In Line	Fashion e-commerce
4	Herlin Dwi Yuliandari	D	Jejualan	Marketplace untuk UMKM
5	Miftahudin Nur Ihsan	E	Smart Batik	Batik motif unik
6	Deddy Effendy, ST	F	Palm Craft	Kerajinan
7	Cinderah Mahendra Putra	G	ChknXcoffeeholics	Kedai Kopi dan Usaha Kuliner

Proses pengambilan data yang dilakukan dengan metode wawancara dan FGD menghasilkan indikator dan instrumen yang menurut para informan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dan dapat menjadi faktor-faktor pendukung dalam *Growth Stage Model-Digital Era* (GSM-DE) yang disusun oleh penelitian ini.



Tabel 2. Data indikator yang didapatkan dari responden

No	Indikator berdasarkan review literatur	A	B	C	D	E	F	G
1.	Keberlangsungan usaha	√	√	√	√	√	√	√
2.	Ketahanan	√	√	√	√	√	√	√
3.	Pertumbuhan	√	√	√	√	√	√	√
4.	Dampak Sosial	√	√	√	√	√	√	-
5.	Karakter wirausaha	√	√	√	√	√	√	√
6.	Literasi Keuangan	-	√	-	√	√	√	√
7.	Kinerja usaha	√	√	√	√	√	√	√
8.	Peran Founder	√	√	√	√	√	√	√
9.	Digitalisasi	√	√	√	√	√	√	√
10.	Kreatifitas	√	√	√	√	√	√	√
11.	Perkembangan Produk	√	-	√	√	√	-	√
12.	Rencana masa depan	√	√	√	√	√	√	√
13.	Business Model Innovation	√	√	√	√	√	√	√
14.	Antisipasi terhadap Declined ( <a href="#">penurunan usaha</a> )	√	√	√	√	√	√	√
15.	Sumber pendanaan	internal	Internal, eksternal	internal	internal	Internal, eksternal	Internal, eksternal	internal



<b>No</b>	<b>Indikator berdasarkan review literatur</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>
16.	Growth Stage Model (GSM) yang lebih sesuai dengan kondisi saat ini	3 tahap	3 tahap	3 tahap	6 tahap	3 tahap	6 tahap	3 tahap

Indikator yang didapatkan dari informan lalu dikelompokkan untuk mendapatkan indikator-indikator untuk tiap instrumennya. Hasil dari pengelompokan tersebut lalu divalidasi oleh 4 (empat) orang pakar yang terdiri dari dua pakar dari akademisi dan dua pakar dari praktisi. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan masukan-masukan dalam penentuan indikator yang tepat. Selain itu juga dapat memberikan masukan terkait *Growth Stage Model* pada saat sekarang ini. Tabel 3 menunjukkan daftar pakar dalam diskusi pada penelitian ini.

**Tabel 3. Daftar Pakar**

No	Nama Pakar	Kode Pakar	Asal Instansi
1	Prof. Sony Heru Priyanto	A	Podomoro University
2	Dr. Radian Dananjoyo	B	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3	Irvan Hermala, M.Sc.	C	Berbagi Listrik
4	Fuad Fauzi, S.E.	D	Ayana Digital Media

Proses validasi pakar dilakukan dengan metode wawancara dengan diskusi mengenai indikator-indikator yang didapatkan sebelumnya. Dibawah ini adalah hasil diskusi bersama pakar:

Tabel 3. Data indikator berdasarkan validasi pakar

No	Indikator berdasarkan informan	Instrumen dari Pakar
1.	Keberlangsungan usaha	Strategi usaha, jaringan ( <i>networking</i> ), inovasi, adaptasi, unique selling point, kepemimpinan ( <i>leadership</i> )
2.	Ketahanan	Inovasi, target pasar, teknologi, <i>value</i> , <i>customer engagement</i> , tim, kepemimpinan ( <i>leadership</i> ), finansial, kerjasama, legalitas
3.	Pertumbuhan	Pendapatan, jangkauan usaha, jumlah karyawan, lama usaha
4.	Dampak Sosial	Tidak perlu dimasukkan
5.	Karakter wirausaha	Berani mengambil resiko, kolaborasi, disiplin, jujur, terbuka ( <i>open-minded</i> ), optimis, tidak mudah menyerah, kreatif, pola pikir pertumbuhan usaha ( <i>growth mindset</i> ), mandiri
6.	Literasi Keuangan	Pengetahuan keuangan, pembagian peran pengurusan keuangan, jenis-jenis laporan keuangan
7.	Kinerja usaha	Laporan keuangan, peningkatan konsumen, peningkatan kesejahteraan
8.	Peran Founder	Tidak perlu dimasukkan
9.	Digitalisasi	Penggunaan teknologi, keragaman media teknologi
10.	Kreatifitas	Dimasukkan dalam indikator karakter wirausaha

No	Indikator berdasarkan informan	Instrumen dari Pakar
11.	Perkembangan Produk	Dimasukkan dalam instrumen strategi pada indikator keberlangsungan usaha
12.	Rencana masa depan	Dimasukkan dalam instrumen strategi pada indikator keberlangsungan usaha
13.	<i>Business Model Innovation</i>	Fleksibilitas <i>Business Model</i> , <i>Business Model Transformasional</i>
14.	Antisipasi terhadap <i>Declined</i> (penurunan usaha)	Kepemimpinan ( <i>leadership</i> ), inovasi, pasar yang jelas ( <i>targetted customer</i> ), <i>value</i> pemimpin dan <i>value</i> usaha, komitmen
15.	Sumber pendanaan	Tidak perlu dimasukkan
16.	<i>Growth Stage Model</i> (GSM) yang lebih sesuai dengan kondisi saat ini	3 tahap serta menambahkan beberapa indikator, strategi dan instrumen

### 23.3.4.3. Uji Validitas dan Reabilitas

Berdasarkan hasil diskusi dan validasi pakar didapatkan 9 (sembilan) indikator dengan masing-masing instrumen. Indikator dan instrumen yang didapatkan dari pakar lalu disusun menjadi kuesioner yang dapat dilihat pada bagian lampiran monograf ini.

Setelah itu, penelitian ini melakukan pilot test pada responden terbatas, yaitu 50 responden yang berada di kota Magelang dengan kriteria:

- a. UMKM yang memiliki karyawan lebih dari 3 orang
- b. UMKM yang telah berdiri lebih dari 1 tahun
- c. Bukan *frenchise*

Hasil uji validitas dan reabilitas dari questionnaire yang dibagikan ke responden dapat dilihat pada tabel :

Pernyataan	GW	TK	BM	KU	KT	KB	KW	DC	LA	Keterangan
KU1	0,886									Valid
KU2	0,603									Valid
KU3	0,816									Valid

Pernyataan	GW	TK	BM	KU	KT	KB	KW	DC	LA	Keterangan
KU4	0,716									Valid
KU5	0,625									Valid
KU6	0,771									Valid
KT1		0,806								Valid
KT2		0,700								Valid
KT3		0,558								Valid
KT4		0,671								Valid
KT5		0,692								Valid
KT6		0,700								Valid
KT7		0,665								Valid
KT8		0,208								Tidak Valid
KT9		0,448								Tidak Valid
KT10		0,219								Tidak Valid
KB1			0,493							Tidak Valid
KB2			0,843							Valid
KB3			0,843							Valid
KW1				0,629						Valid



Pernyataan	GW	TK	BM	KU	KT	KB	KW	DC	LA	Keterangan
KW2				0,435						Tidak Valid
KW3				0,708						Valid
KW4				0,719						Valid
KW5				0,669						Valid
KW6				0,729						Valid
KW7				0,860						Valid
KW8				0,822						Valid
KW9				0,739						Valid
KW10				0,705						Valid
KW11				0,252						Tidak Valid
DC1					0,807					Valid
DC2					0,912					Valid
DC3					0,878					Valid
DC4					0,916					Valid

Pernyataan	GW	TK	BM	KU	KT	KB	KW	DC	LA	Keterangan
DC5					0,902					Valid
LA1						0,806				Valid
LA2						0,551				Valid
LA3						0,884				Valid
LA4						0,851				Valid
LA5						0,698				Valid
LA6						0,718				Valid
GW1							0,867			Valid
GW2							0,589			Valid
GW3							0,867			Valid
GW4							0,835			Valid
TK1								0,944		Valid

Pernyataan	GW	TK	BM	KU	KT	KB	KW	DC	LA	Keterangan
TK2								0,94		Valid
								4		
BM1									0,92	Valid
									8	
BM2									0,92	Valid
									8	

Bedasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa ada beberapa instrumen yang tidak valid di beberapa indikator yang telah didapatkan sebelumnya, dibawah ini adalah data validitas yang didapatkan dari uji validitas yang dilakukan menggunakan SPSS 26 dengan analisis *confirmatory factor analysis* dan *combarch alfa*:

Indikator	Total instrumen	Jumlah instrumen tidak valid
Keberlangsungan usaha	6	-
Ketahanan	11	3
Pertumbuhan	4	-
Karakter wirausaha	11	2
Literasi Keuangan	6	-
Kinerja usaha	3	1
Digitalisasi	2	-
Business Model Innovation	2	-
Strategi menghindari declined	5	-

Selain itu, Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diperoleh hasil bahwa terdapat kinerja bisnis tidak reliabel, sehingga kinerja bisnis tidak akan dipakai dalam penelitian selanjutnya. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Keberlangsungan Usaha	0,832	Reliabel
Ketahanan Usaha	0,812	Reliabel
<b>Kinerja Bisnis</b>	<b>0,594</b>	<b>Tidak Reliabel</b>
Karakter Wirausaha	0,891	Reliabel
Decline	0,929	Reliabel
Literasi Akuntansi	0,847	Reliabel
<i>Growth</i>	0,802	Reliabel
Teknologi	0,877	Reliabel
<i>Business Model innovation</i>	0,838	Reliabel

*Sumber : data primer yang diolah 2021*



## 24.5. Kesimpulan dan Rekomendasi

---

Penelitian ini bertujuan untuk ~~melihat dan mengetahui~~ ~~menyusun~~ indikator dan ~~instrument~~ ~~instrumen~~ yang berpengaruh dalam menyusun *Growth Stage Model – Digital Era* (GSM-DE) sebagai pengembangan dari *Growth Stage Model* (GSM) yang telah ada sebelumnya. Diharapkan dengan adanya model ini, dapat membantu para pelaku usaha khususnya UMKM dalam ~~memahami dan menunjang~~ ~~meningkatkan~~ pertumbuhan usaha mereka.

Penelitian ini dimulai dengan argument yang menyatakan bahwa dalam menunjang keberlangsungan usaha diperlukan adanya pertumbuhan dan ketahanan usaha [4][6-9][34-36]. Selain itu, dengan mengikuti perkembangan saat ini dimana digitalisasi merasuki setiap layer dalam usaha, maka penelitian ini menambahkan beberapa indikator dan ~~instrument~~ ~~instrumen~~ yang dinilai sesuai dengan era digital.

IndicatorIndikator yang awalnya didapatkan melalui kajian literatur, lalu dijadikan instrumentinstrumen wawancara pada 7 informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil tersebut lalu divalidasi oleh pakar baik dari akademisi maupundan praktisi yang akhirnya menghasilkan *set of questionnaire*.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dan instrumentinstrumen yang sudah tervalidasi, yang terdiri dari: keberlangsungan usaha, ketahanan usaha, pertumbuhan, karakter wirausaha, literasi keuangan, kinerja usaha, digitalisasi, *business model innovation* dan strategi menghindari *declined*.

Akhirnya, questionnaire yang dihasilkan dari penelitian ini perlu diujicoba lebih mendalam pada responden yang lebih luas untuk melihat keefektifitas dari instrument yang digunakan. Selain itu, perlu juga diujicobakan pada berbagai jenis UMKM bukan hanya makanan dan minuman.

## Daftar Referensi

1. Kemenkeu.go.id. 2021. Available at: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>, [Accessed 14 November 2021].
2. Kongolo, M. 2010. Job creation versus job shedding and the role of SMEs in economic development. *African Journal of Business Management*, 4(11), 2288-229.
3. Savlovschi, L. I., & Robu, N. R. 2011. The Role of SMEs in Modern Economy. *Economia, Seria Management*, 14(1), 277-281.
4. Ogbo, A., & NWACHUKWU, A. C. 2012. The Role of Entrepreneurship in Economic Development: The Nigerian Perspective. *European Journal of Business and Management*, 4(8), 95-105
5. Etuk, R. U., Etuk, G. R., & Michael, B. 2014. Small And Medium Scale Enterprises (SMEs) And Nigeria's Economic Development. Mediterranean. *Journal of Social Sciences*, 5(7), 656-662.
6. Pandya, V. 2012. Comparative analysis of development of SMEs in developed and developing countries. *The 2012 International Conference on Business and Management*. Bangkok.
7. Tambunan, T. 2008. SME Development, Economic Growth, and the Government Intervension in Developing Country : The Indonesia Story. *Journal International Entrepreneurship*, 6(1), 147-167
8. Faherty, U., & Stephens, S. 2016. Innovation in micro enterprises: reality or fiction? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(2), 349-362.
9. Salavou, H., Baltas, G., & Lioukas, S. 2004. Organisational innovation in SMEs: The importance of strategic orientation and competitive structure. *European Journal of Marketing*, 1091-1112.
10. McAdam, R., McConvery, T., & Armstrong, G. 2004. Barriers to innovation within small firms in a peripheral location. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 206-221.
11. SindoNews. 2018. Available at: <https://jabar.sindonews.com/read/1238/1/banyak-ukm-tumbang-di-tahun-pertama-ini-penyebabnya-1536512942>, [Accessed 26 Oktober 2020].
12. Steinmetz, L. (1969). Critical Stages of Small Business Growth. *Business Horizons*, 12(1), 29-36.



13. Greiner, L. (1972). Evolution and Revolution as Organisations Grow: A Company's past has clues for management that are critical to future success. *Harvard Business Review*, -( ), -
14. Churchill, N., & Lewis, V. (1983). The Five stages of Small Business Growth. *Harvard Business Review*, 3(3), -.
15. Scott, M., & Bruce, R. (1987). Five Stages of Growth in Small Business. *Long Range Planning*, 20(3), 45-52.
16. Storey, D. & Greene, F., 2010. Small Business and Entrepreneurship. 1st Edition ed. Essex: Pearson Education Limited.
17. Xiao, L. (2011). Financing high-tech SMEs in China: A three-stage model of business development . *Journal Entrepreneurship & Regional Development*, 217-234.
18. Dobbs, M., & Hamilton, R. (2007). Small business growth: recent evidence and new directions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 13 No. 5, 296-322
19. Dowell, D., Heffernan, T., & Morrison, M. (2013). Trust formation at the growth stage of a business-to-business relationship: A qualitative investigation. *Qualitative Market Research*, Vol. 16 No. 4, 436-451
20. Solli-Sæther, H., & Gottschalk, P. (2010). The Modeling Process for Stage Models. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 279-293.
21. Yunal, V. O. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat. *Agora*.
22. Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia. Journal of Indonesian Agribusiness*, 3(1), 39-54
23. Prapti NSS, R. L., Suryawardana, E., & Triyani, D. (2015). Analisis Dampak Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Pertumbuhan Usaha Ekonomi Rakyat di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*
24. Puspitaningrum, M. (2015). Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kinerja Keuangan Daerah di Provinsi DIY Dengan Pertumbuhan UMKM Sebagai Variabel intervening. *Nominal*
25. Bachtiar, N. k., & Al-Amin, M. (2019). SMEs' Growth Stage Model: A Literature Review and Development Model. *Jurnal Analisis Ekonomi Bisnis*, 1-19
26. Ansong, E., & Boateng, R. (2019). Surviving in the digital era – business models of digital enterprises in a developing economy. *Digital Policy, Regulation and Governance*, Vol. 21 No. 2, 164-178

27. Saini, A. K., & Khurana, V. K. (2018). Business Model Innovation In The Digital Era: Issues And Challenges. *Emerging Paradigms of Digitization: A Management Perspective*(pp. 01-06). New Delhi: Management Development Programmes (MDPs) CELL Department of Management
28. Borda-rodriguez, A., Johnson, H., Shaw, L., & Vicari, S. (2016). What Makes Rural Co-Operatives Resilient In Developing Countries?†. *Journal of International Development*, 89–111
29. Sheffi, Y., & Rice, J. (2005). A supply chain view of the resilient enterprise. *MIT Sloan Management Review*, 41–48.
30. Reinmoeller, P., & van Baardwijk, N. (2005). The link between diversity and resilience. *MIT Sloan Management Review*, 61–65.
31. Pettit, T., Fiksel, J., & Croxton, K. (2010). Ensuring supply chain resilience: development of a conceptual framework. *Journal of Business Logistics*, 1–21.
32. Demmer, W. A., Vickery, S. K., & Calantone, R. (2011). Engendering resilience in small- and medium-sized enterprises (SMEs): a case study of Demmer Corporation. *International Journal of Production Research*.
33. Jogiyanto H. Pedoman Survei Kuisisioner: Pengembangan Kuisisioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta; 2011
34. Maione C, Nelson DR, Barbosa RM. Research on social data by means of cluster analysis. *Applied Computing and Informatics* 2018.
35. Manzaneque-Lizano, M.; Alfaro-Cortés, E.; Priego de la Cruz, A.M. Stakeholders and Long-Term Sustainability of SMEs. Who Really Matters in Crisis Contexts, and When. *Sustainability* **2019**, *11*, 6551. <https://doi.org/10.3390/su11236551>
36. Jiazhe Sun, Shunan Wu, Kaizhong Yang. An ecosystemic framework for business sustainability. *Business Horizons*, Volume 61, Issue 1, **2018**
37. Elkington, John. *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone. **1997**. ISBN 9780865713925.
38. Collins, Jim. *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't*. Harper Collins. **2001**
39. Jhonson, Spenser. *Who Moved my Cheese?.* Ptnam Adult. **1998**
40. Osterwalder A, Bland D. *Testing Business Idea*. Wiley Publisher. **2019**



# Indeks

# Profil Penulis dan Editor

## Penulis

Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text.

## Editor

Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text. Text text text text text.

## Kuesioner tentang Keberlangsungan Usaha

Assalamualaikum wr. wb.

Kami Tim Peneliti dari Universitas Muhammadiyah Magelang saat ini sedang melakukan penelitian tentang Pertumbuhan dan Keberlangsungan usaha. Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner penelitian kami berdasarkan pendapat dan pengalaman pribadi bapak/Ibu/Sdr. Instrumen ini dirancang sedemikian rup sehingga tidak seorangpun dapat menelusuri sumber informasinya.

Masukkan yang Bapak/Ibu/Sdr berikan akan sangat bermanfaat bagi penelitian kami dan untuk itu kami sampaikan terima kasih.

Tim Peneliti

\* Wajib

Bagian Tanpa Judul

1. Saya bersedia untuk memberikan informasi dalam penelitian ini \*

- setuju  
 tidak setuju

Identitas

Mohon isikan identitas responden dan usah

2. Nama \*

---

3. Usia \*

---

4. Jenis Usaha \*

- Jasa
- Makanan dan Minuman
- Kerajinan
- Yang lain: \_\_\_\_\_

5. Jenis Kelamin \*

- Perempuan
- Laki-laki

6. Tahun mulai usaha \*

\_\_\_\_\_

7. Deskripsi singkat usaha \*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Keberlangsungan  
usaha  
(Sustainability)**

Keberlangsungan usaha adalah tahap dimana usaha terus berjalan dengan mengandalkan pertumbuhan, pemasaran dan strategi untuk terus bertahan di pasar

Isi pertanyaan-pertanyaan berikut ini berdasarkan kondisi usaha Bapak/Ibu/Sdr.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

8. Strategi yang saya jalankan mendukung keberlangsungan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

9. Jaringan distribusi yang saya miliki (networking, jaringan pemasaran) mendukung keberlangsungan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

10. Inovasi (Pengembangan produk, kualitas pelayanan, cara penjualan) yang saya lakukan mendukung keberlangsungan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju



11. Saya mampu beradaptasi (berpindah lokasi, krisis yang terjadi) di semua situasi \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

12. Keunikan yang dimiliki usaha (produk atau pelayanan) dapat mendukung keberlangsungan usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

13. Saya memiliki kemampuan memimpin usaha yang mendukung keberlangsungan usaha sa \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

**Ketahanan  
Usaha  
(Resilience)**

Ketahanan usaha adalah kekuatan usaha saya dalam bertahan di Industri dengan adanya krisis atau hambatan-hambatan yang dilalui usaha

Isi pertanyaan-pertanyaan berikut ini berdasarkan kondisi usaha Bapak/Ibu/Sdr.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

14. Saya melakukan inovasi untuk terus bertahan dalam persaingan \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

15. Saya mengetahui pangsa pasar (target pasar atau konsumen) produk saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

16. Saya menggunakan teknologi (media sosial, marketplace dan/atau website) dalam menjalankan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

17. Saya mengetahui value (nilai-nilai yang dibawa) dari usaha yang saya jalankan \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

18. Saya melakukan customer engagement (berkomunikasi dengan konsumen, menerima saran dari konsumen, melibatkan konsumen dalam inovasi produk) dalam menjalankan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

19. Saya memiliki tim yang kuat (semangat, tidak mudah menyerah, optimis) dalam menjalankan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

20. Menurut saya kemampuan dalam memimpin (leadership) mendukung ketahanan usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

21. Menurut saya kondisi finansial mendukung ketahanan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

22. Menjalinkan kerjasama dengan usaha/pihak lain mendukung ketahanan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

23. Memiliki legalitas (status badan hukum seperti: PIRT, NIB,CV atau PT) mendukung ketahanan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

Kinerja Bisnis (Business Performance)

Isi pertanyaan-pertanyaan berikut ini berdasarkan kondisi usaha Bapak/Ibu/Sdr.  
1 = sangat tidak setuju  
2 = tidak setuju  
3 = netral  
4 = setuju  
5 = sangat setuju

24. Usaha saya sudah menyusun laporan keuangan (laporan laba rugi/neraca/cash flow) \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

25. Adanya peningkatan konsumen dari usaha yang saya jalankan \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

26. Usaha saya meningkatkan kesejahteraan hidup saya dan karyawan saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

Karakter wirausaha

Isi pertanyaan-pertanyaan berikut ini berdasarkan kondisi usaha Bapak/Ibu/Sd  
1 = sangat tidak setuju  
2 = tidak setuju  
3 = netral  
4 = setuju  
5 = sangat setuju

27. Saya berani mengambil resiko untuk pengembangan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

28. Saya melakukan kolaborasi dengan orang lain/ usaha lain dalam pengembangan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

29. Saya disiplin (disiplin waktu, konsisten) dalam menjalankan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

30. Saya selalu jujur dalam menjalankan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

31. Saya terbuka terhadap saran, kritik dan masukan dari pihak mana saja \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

32. Saya optimis dalam menjalankan usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

33. Saya memiliki sikap tidak mudah menyerah dalam menjalankan usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

34. Saya memiliki sikap wirausaha (percaya diri, kerja keras, semangat) dalam menjalankan usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

35. Saya memiliki jiwa kreatif yang saya terapkan dalam usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

36. saya memiliki orientasi untuk menumbuhkan/mengembangkan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

37. Saya tidak bergantung kepada orang lain untuk mengembangkan usaha saya \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

#### Strategi menghindari penurunan usaha

Penurunan usaha adalah kondisi dimana usaha tersebut mengalami penurunan dari sisi penjualan dan pendapatan.  
Isi pertanyaan-pertanyaan berikut ini berdasarkan kondisi usaha Bapak/Ibu/Sdr.  
1 = sangat tidak setuju  
2 = tidak setuju  
3 = netral  
4 = setuju  
5 = sangat setuju

38. Menurut saya kemampuan dalam memimpin (leadership) dapat menghindarkan usaha saya dari posisi declined (menurun dalam segi pendapatan/pasar/penjualan) \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju



39. Menurut saya melakukan inovasi dapat menghindarkan usaha saya dari posisi declined (menurun dalam segi pendapatan/pasar/penjualan) \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

40. Menurut saya memiliki pasar yang jelas dapat menghindarkan usaha saya dari posisi declined (menurun dalam segi pendapatan/pasar/penjualan) \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

41. Menurut saya usaha yang memiliki value (nilai-nilai usaha baik di produk maupun layanan) dapat menghindarkan usaha saya dari posisi declined (menurun dalam segi pendapatan/pasar/penjualan) \*

	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

42. Menurut saya memiliki komitmen yang kuat dalam menjalankan usaha dapat menghindarkan usaha saya dari posisi declined (menurun dalam segi pendapatan/pasar/penjualan) \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

Literasi  
akuntansi

Literasi keuangan adalah kemampuan pemilik usaha dalam melakukan perhitungan keuangan dan tingkat pemahaman pemilik usaha mengenai jenis-jenis laporan keuangan yang digunakan dalam usaha

Isi pertanyaan-pertanyaan berikut ini berdasarkan kondisi usaha Bapak/Ibu/Sdr.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

43. Literasi keuangan sangat penting bagi saya sebagai pemilik usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

44. Menurut saya keuangan pribadi dan keuangan usaha harus dipisahkan \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

45. Menurut saya sangat penting untuk membuat laporan keuangan secara periodik (setiap bulan atau 3 bulanan) \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

46. Laporan keuangan usaha saya dapat dijadikan pedoman untuk pembuatan keputusan \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

47. Menurut saya setiap usaha perlu untuk memiliki staf bagian akuntansi \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

48. Perencanaan keuangan yang baik dapat menghindarkan usaha saya dari kerugian \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

Pertumbuhan

49. Pendapatan usaha saya semakin meningkat \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

50. Jangkauan usaha saya semakin luas \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

51. Jumlah karyawan saya semakin meningkat \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

52. Usaha saya masih berjalan sampai sekarang \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

Teknologi

53. Penggunaan teknologi sudah diterapkan sejak awal usaha \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

54. Media teknologi yang saya gunakan beraneka ragam \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

#### Model Bisnis

55. Model bisnis yang saya terapkan fleksibel dengan perkembangan jaman. \*

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

56. Model bisnis yang saya gunakan berubah-ubah (transformatif) sesuai dengan perkembangan

	1	2	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google

