

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

---

**PENGARUH KEMITRAAN INDOMARET TERHADAP  
KINERJA UMKM DI KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau



**AMAT NUR HUDA  
NPM : 177210840**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
PEKANBARU  
2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Nama : Amat Nur Huda  
 NPM : 177210840  
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu ( S. 1 )  
 Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja  
 UMKM Di Kota Pekanbaru.

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karna itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

Pekanbaru, 15 Oktober 2021

Turut Menyetujui:

Program Studi Administrasi Bisnis

Pembimbing



Ketua,

**Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M. Si.**

**Indra Syafri, S.Sos., M.Si.**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

Nama : Amat Nur Huda  
 NPM : 177210840  
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu ( S. 1 )  
 Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja  
 UMKM Di Kota Pekanbaru.

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan - ketentuan metode penulisan karya ilmiah, oleh karna itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 1 Maret 2022

Ketua,

Sekretaris,

Indra Syafri, S.Sos., M.Si.

La Ode Syarfian, SE., M.Si.

Anggota,

Arief Rifa'I, S.Sos., M. Si.

Mengetahui

Wakil Dekan 1,

Indra Syafri, S.Sos., M.Si.



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
NOMOR : 1666/UIR-FS/KPTS/2021  
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA**

**DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**Menimbang** : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.  
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

**Mengingat** : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional  
2. PP Nomor: 160 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi  
3. SK Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.  
4. SK Rektor UIR Nomor: 344/UIR/KPTS/2015 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR  
5. SK Rektor UIR Nomor: 258/UIR/KPTS/2020, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.

**Memperhatikan** : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : Amat Nu Huda  
N P M : 177210840  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : **"Pengaruh kemitraan indomaret terhadap kinerja UMKM di kecamatan marpoyan damai kota pekanbaru."**

1. Indra Safri, S.Sos., M.Si. Sebagai Ketua merangkap Penguji
2. La Ode Syarfan, SE., M.Si. Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
3. Arief Rifai'H, S.Sos., M.Si. Sebagai Anggota merangkap Penguji
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 14 Desember 2021  
Dekan

**Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si**  
NPK. 080102337


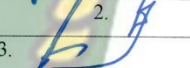
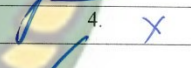

Tembusan Disampaikan Kepada :  
1. Yth. Bapak Rektor UIR  
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR  
3. Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....  
4. Arsip -----sk penguji

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI**

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 1666/UIR-Fs/Kpts/2021 tanggal 14 Desember 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 16 Desember 2021 jam 10.00 – 11.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Amat Nu Huda  
 NPM : 177210840  
 Program Studi : Administrasi Bisnis  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
 Judul Skripsi : **“Pengaruh kemitraan indomaret terhadap kinerja UMKM di kecamatan marpoyan damai kota pekanbaru.”**  
 Nilai Ujian : Angka : ” **78** ” ; Huruf : ” **B+** ”  
 Keputusan Hasil Ujian : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Ditunda~~  
 Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Indra Safri, S.Sos., M.Si.	Ketua	1. 
2.	La Ode Syarfan, SE., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Arief Rifa'i H, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 16 Desember 2021  
An. Dekan,

**Indra Safri, S.Sos., M.Si**  
Wakil Dekan I Bid. Akademik

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**PENGESAHAN SKRIPSI**


Nama : Amat Nur Huda  
 NPM : 177210840  
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu ( S. 1 )  
 Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja  
 UMKM Di Kota Pekanbaru.

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, oleh karna itu dapat disyahkan sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 1 Maret 2022

Ketua,

Sekertaris,

  
 Indra Syafri, S.Sos., M.Si.

  
 La Ode Syarfan, SE., M.Si.

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan 1,

Program studi

Administrasi Bisnis

Ketua

  
 Indra Syafri, S.Sos., M.Si.

  
 Arief Rifa'i, S.Sos., M.Si.



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama kami panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat pengajuan usulan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru “, yang secara akademis dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Islam Riau.

Selama menjalani proses perkuliahan hingga sampai pada tahap penyusunan usulan penelitian skripsi ini, penulis menyadari telah banyak mendapatkan dukungan moril dan materil dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada

1. Rektor Universitas Islam Riau Pekanbaru Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., M.CL., yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Dekan FISIPOL Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si. yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Bapak Arief Rifai, S.Sos.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis FISIPOL UIR beserta jajaran dosen pada jurusan administrasi bisnis yang telah memfasilitasi dan memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan penyusunan usulan penelitian ini.

4. Bapak Indra Syafri, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenaan menyediakan waktu dan kesempatan kepada penulis dalam memberikan bimbingan dan arahan selama mengikuti proses bimbingan penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Suharko dan Ibu Mariati serta seluruh keluarga yang telah memberikan banyak motivasi dan dukungan serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Semua Pihak yang telah membantu yakni para teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta gagasan dalam penyusunan usulan penelitian ini.

Penulis memanjatkan doa kepada Allah SWT semoga semua jasa baik dan ketulusan beliau ini kelak akan mendapatkan rahmat dan keberkahan di hari akhir kelak, amin. Akhirnya, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan usulan penelitian skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan. Oleh karna itu, penulis sangat mengharapkan kesediaan dari pembaca untuk memberikan kritik dan masukan untuk perbaikan dalam penyusunan usulan penelitian skripsi ini.

Pekanbaru, 15 Oktober 2021  
Penulis,

Amat Nur Huda



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR .</b>	<b>12</b>
A. Studi Kepustakaan .....	12
1. Administrasi .....	12
2. Organisasi.....	12
3. Menejemen.....	13
4. Menejemen Pemasaran.....	14

5. Kemitraan.....	15
6. Manfaat Program Kemitraan.....	17
7. Pola Kemitraan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.....	18
8. UMKM.....	21
9. Kinerja.....	22
10. Corporate Social Responcibility (CSR).....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pikir.....	35
D. Hipotesis.....	36
E. Konsep Operasional.....	36
F. Operasional Variabel.....	3
G. Teknik Pengukuran.....	41
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Tipe Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Teknik Penarikan Sampel.....	47
E. Jenis dan Sumber Data.....	47
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Analisis Data.....	49
H. Uji Validitas dan Reabilitas.....	50
I. Regresi Linier Sederhana.....	50

J. Jadwal Kegiatan Penelitian .....	53
<b>BAB : IV DEKRIPSI LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	56
B. Visi dan Misi Perusahaan Indomaret .....	56
C. Stuktur Organisasi Perusahaan Indomaret di kecamatan Di kecamatan marpoyab damai kota pekanbaru .....	56
D. Tugas dan Fungsi Organisasi .....	57
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
1. Uji Validitas .....	58
2. Uji Reliabilitas .....	60
B. Identitas Responden .....	61
C. Hasil dan Pembahasan Data Variabel Kemitraan .....	63
1. Saling Memerlukan .....	64
2. Saling Memperkuat .....	66
3. Saling Menguntungkan .....	68
D. Hasil dan Pembahasan Data Variabel Kinerja .....	70
1. Volume penjualan .....	70
2. Pertumbuhan Penjualan.....	72
3. Porsi Pasar .....	73
E. Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM Di Kota pekanbaru .....	76
1. Regresi Linier Sederhana .....	76



2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77
3. Uji Hipotesis (Uji-t) .....	78
<b>BAB VI : PENUTUP</b> .....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b> .....	83
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	87



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 : Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	2
1.2 : Jenis-jenis UMKM di Kota Pekanbaru.....	6
1.3 : Pemetaan Indomaret dan UMKM di Kota Pekanbaru.....	7
11.1 : Penelitian Terdahulu.....	29
11.2 : Operasionalisasi Variabel Penelitian Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.....	39
11.3 : Skala Likert.....	41
III.1 : Jadwal Rencana Kegiatan Penelitian tentang Pengaruh Kemitraan.....	53
V.1 : Uji Validitas Kemitraan.....	58
V.2 : Uji Validitas Kinerja.....	59
V.1 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	60
V.4 : Klasifikasi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis	

	Kelamin .....	61
V.5	: Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	62
V.6	: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan...	62
V.7	: Klasifikasi Responden Penelitian Berdasarkan Masa Kerja	63
V.8	: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kemitraan yang diukur dari Indikator Saling Memerlukan..	64
V.9	: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kemitraan yang diukur dari Indikator Saling Memperkuat...	66
V.10	: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kemitraan yang diukur dari Indikator Saling Menguntungkan	68
V.11	: Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kemitraan.....	70
V.12	: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kinerja yang diukur dari Indikator Volume Penjualan.....	71
V.13	: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kinerja yang diukur dari Indikator Pertumbuhan Penjualan.	72
V.14	: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kinerja yang diukur dari Indikator Porsi Pasar.....	74
V.15	: Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kinerja.....	75
V.16	: Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	76
V.17	: Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	77
V.18	: Interpretasi Keeratan Hubungan Koefisien Korelasi.....	78



V.19 : Hasil Uji-t..... 79



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR GAMBAR

Tabel		Halaman
11.1	: Kerangka Pikir Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.....	35
IV.1	: Struktur Organisasi Indomaret di Kecamatan Kota Pekanbaru.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian.....	87
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Kuisisioner Penelitian.....	89
Lampiran 3 Rekapitulasi Teli Jawaban responden Tentang Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.....	93
Lampiran 4 Hasil OutPut SPSS.....	94
Lampiran 5 Surat Riset.....	96
Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Plagiasi.....	99

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferehensif Skripsi yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amat Nur Huda  
 NPM : 177210840  
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu ( S. 1 )  
 Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Pekanbaru

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferehensif ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa naskah Srikpsi ini adalah benar hasil karya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas dan universitas.
3. Bahwaa apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan diatas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 28 Juli 2021



Amat Nur Huda

## **PENGARUH KEMITRAAN INDOMARET TERHADAP KINERJA UMKM Di KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU**

### **ABSTRAK**

**Oleh : Amat Nur Huda**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemitraan indomaret terhadap kinerja UMKM di kota pekanbaru. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan survey deskriptif yaitu tipe penelitian yang menggambarkan mengenai variabel yang diteliti penelitian ini menetapkan 15 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner, observasi wawancara dan dokumentasi dengan analisis data secara deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Dari hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis deskriptif menunjukkan rata-rata responden menilai bahwa penerapan kemitraan yang dilakukan perusahaan mendapatkan hasil penilaian yang berada dalam kategori efektif. Dari hasil uji statistik maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemitraan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di kota pekanbaru, karna kemitraan sangat memberikan peningkatan dalam volume penjualan, pertumbuhan penjualan dan porsi pasar. Penulis menyarankan sebaiknya Perusahaan Indomaret memberikan bimbingan secara berkala terhadap mitra UMKM agar UMKM bisa meningkatkan kualitas produk dan dapat bersaing di pasar, dan saran yang kedua sebaiknya Indomaret lebih bisa menyesuaikan Harga sewa sesuai dengan tingkat kesetategisan lokasi tersebut.

Kata Kunci : Kemitraan, Kinerja UMKM.

**THE EFFECT OF THE INDOMARET PARTNERSHIP ON THE  
PERFORMANCE OF UMKM IN MARPOYAN DAMAI DISTRICT,  
PEKANBARU CITY**

**ABSTRACT**

**By: Amat Nur Huda**

This study aims to determine and analyze the effect of the Indomaret partnership on the performance of MSMEs in the Marpoyan Peace District, Pekanbaru City. The method used is quantitative, using a descriptive survey, namely the type of research that describes the variables studied in determining 15 respondents. Data collection methods used are questionnaires, interview observations and documentation with descriptive data analysis through a quantitative approach. From the research results obtained through descriptive analysis showed that the average respondent considered that the implementation of the partnership carried out by the company obtained results that were in the effective category. From the results of statistical tests, it can be said that the Partnership variable has a significant effect on the performance of MSMEs in Marpoyan Peace District, Pekanbaru City, because partnerships greatly increase sales volume, sales growth and market share. Indomaret companies should provide regular guidance to MSME partners so that MSMEs can improve product quality and be able to compete in the market, and the second suggestion is that indomaret should be able to adjust rental prices according to the strategic level of the location

Keywords: Partnership, UMKM Performance.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dimasa sekarang ini sudah banyak para pelaku usaha lokal disetiap daerah yang ada di Indonesia. Para pelaku yang sudah lama pun masih banyak yang digelutinya dari dulu hingga sekarang, banyak pelaku usaha yang memulai usahanya dari nol hingga sukses dan besar. Usaha lokal ini sering kita dengar dengan sebutan UMKM atau singkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Menurut Mahardi (dalam Firdaus, 2018;1) Usaha Mikro Kecil dan menengah adalah Usaha yang sebagian besar dilakukan oleh rakyat banyak dan hasil usaha tersebut dibutuhkan oleh rakyat itu sendiri. Mereka membentuk usaha sendiri atau dengan orang lain yang mendapatkan Revenue dari usahanya.

Usaha Mikro, kecil dan menengah adalah sebuah usaha ekonomi produktif yang memiliki jumlah kekayaan dan penjualan tahunan tertentu dan hal tersebut diatur dalam Undang-Undang untuk menentukan kategori usaha tersebut. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sejarah membuktikan, ketika terjadi krisis moneter di tahun 1997 banyak usaha besar yang tumbang kerna di hantam krisis tersebut, namun UMKM tetap eksis dan menopang perekonomian Indonesia.

**Tabel I.1 : Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

No.	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Max 50 Juta	Max 300 Juta
2.	Usaha Kecil	50 Juta-500 Juta	300 juta- 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	500 Juta-10 Miliar	2,5 Miliar-50 Miliar

*Sumber: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*

Usaha kecil dan menengah merupakan usaha rakyat yang memiliki daya tampung yang besar dan relatif dapat diusahakan oleh semua strata ekonomi karena sifatnya yang terjangkau oleh masyarakat yang baru memulai usahanya. Selain itu peran pasar domestik yang dominan membuat usaha rakyat memiliki ketahanan yang tinggi terhadap perkembangan atau perubahan pasar dalam negeri. Sehingga usaha tersebut dapat terhindar dari guncangan krisis sekalipun.

Meskipun Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian Nasional, namun UMKM masih banyak menghadapi berbagai hambatan dan kendala baik yang bersifat Internal maupun Eksternal dalam menjalankan usahanya. Sebagai usaha yang umunya ruang lingkungnya rakyat kecil dengan modal yang terbatas, UMKM sangat rentan terhadap masalah-masalah perekonomian. Masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil adalah: yang pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. Ketiga, kelemahan dalam bidang organisasi dan manajemen sumber

daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil (system informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Melihat dari beberapa faktor yang menjadi masalah dalam usaha, kecil dan menengah, terdapat satu faktor yang memang sering jadi permasalahan dalam usaha kecil dan menengah, yaitu lemahnya program pembinaan dan kemitraan antara pengusaha atau perusahaan besar terhadap industri kecil menengah. Pembinaan dan kemitraan antara perusahaan besar dan industri kecil harus ditingkatkan dan di optimalkan terus-menerus karena akan memberikan dampak positif antara kedua industri tersebut serta membantu pembangunan ekonomi.

Bentuk kemitraan ini sebenarnya bentuk implementasi dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan (CSR). Menurut Hendrik Budi Untung (dalam Wedayanti, 2018;9) CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis. Sedangkan Pendapat lain menjelaskan, CSR diartikan sebagai Basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan (Wedayanti, 2018;9). Secara teoritik CSR, dapat



didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategi-stakeholdernya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Mayoritas perusahaan mempunyai aktivitas dalam area ini, salah satunya adalah dalam pemberdayaan masyarakat yang intinya adalah bagaimana individu, kelompok atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Pelaku UMKM seharusnya meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui proyek-proyek pembangunan yang memungkinkan anggota masyarakat memperoleh anggota dukungan dalam memenuhi kebutuhan. Terdapat juga konsep program kemitraan sewa teras di Indomaret, itu adalah salah satu proyek pemberdayaan UMKM lokal dimana gerai Indomaret berada. Indomaret berkomitmen membantu para pengusaha kecil untuk mengembangkan usahanya, dengan memberikan harga tarif sewa yang terbilang murah indomaret berusaha memberikan tanggung sosial perusahaannya di bidang ekonomi. Menurut PT Indomaret setidaknya ada 6.575 penyewa teras Indomaret di berbagai kota di Indonesia.

Seperti peraturan dalam undang-undang Nomor 7 tahun 2014, perlunya kemitraan antara usaha besar dan korporasi, usaha mikro, kecil dan menengah, serta pemerintah dan swasta. Serta pada Pasal 14 Nomor 7 tahun 2014, Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah atau kewenangannya melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan Terhadap pasar rakyat, pusat perbelanjaan toko swalayan, dan perkulakan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerjasama yang

seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah (Rahmasari,2015;2).

Pada Undang-undang yang sama pun, perlunya upaya pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, Dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Kini banyak Ritel modern yang sudah tersebar diseluruh Indonesia, salah satunya adalah minimarket Indomaret. Indomaret atau PT Indomarco Prismatama adalah jaringan perusahaan yang menaungi retail indomaret. Indomaret merupakan salah satu anak perusahaan Grup Salim. Indomaret merupakan waralaba yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m<sup>2</sup>. Toko pertama dengan nama Indomart dibuka di Ancol, Jakarta Utara, pada tanggal 20 Juni 1988, dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah memiliki lebih dari 230 gerai. Jumlah gerai hingga tahun 2015 adalah 11.400 gerai dengan rincian 60% gerai adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat. Sampai dengan awal tahun 2020, jumlah gerai sebanyak 17.681 toko. Mitra usaha waralaba ini meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan. Indomaret tersebar merata dari Sumatra, Jawa,

Madura, Bali, Lombok, Kalimantan dan Sulawesi. Motto perusahaan adalah "Mudah dan Hemat".

Namun adanya Indomaret di kota-kota besar tidak selalu menjadi hal yang baik bagi semua orang, karna bisa menjadi ancaman bagi pasar tradisional dan pelaku UMKM. Sebagai bentuk kepedulian sosial Indomaret terhadap masyarakat Indomaret memiliki konsep Kemitraan berupa Sewa Teras Toko.

Di kota Pekanbaru sendiri terdapat banyak sekali gerai indomaret yang tersebar disetiap sudut kota, maka dari untuk mempermudah penelitian, peneliti menggunakan metode pengumpulan data Cluster sampling yang mana dilakukan dengan cara mengelompokkan kedalam 6 kecamatan dan setiap kecamatannya diambil sebanyak 5 UMKM dengan jumlah 30 UMKM.

**Tabel 1.2 Jenis-Jenis dan Nama UMKM di Kota Pekanbaru**

No	Jenis UMKM	Nama UMKM	Jumlah
1.	Makanan	Kebab turki, Gorengan, Martabak bandung, Martabakn Mesir, Jagung bakar, Bakso bakar, Jamur Krispi, Telur gulung, Pizza mini, Cilor, Donat, Pisang Coklat, Bakso meteor, Sandwich, Sosis Goreng, Bakpau, Burger,	17
2.	Minuman	Es Boba, Es goreng, Aneka jus, Bubble Tea, Tea Thai, Es Buah, Lemon Tea,	7
3.	Lainya	Aksesoris, Ikan Hias, Loundry Sepatu, Buket Bunga, Barber Shop mini, Toko Boneka mini.	6
Jumlah			30

*Sumber : Hasil Observasi dan Wawancara Penulis.*



**Tabel 1.3 Pemetaan Indomaret di Kota Pekanbaru.**

No	Kecamatan	Nama Jalan	Jumlah Indomaret	Jumlah UMKM
1.	Bukit Raya	Kharudin Nasution	1	5
2.	Binawidya	Subrantas	1	5
3.	Marpoyan Damai	Paus	1	5
4.	Payung Sekaki	Kayu Manis	3	5
5.	Rumbai	Yos Sudarso	1	5
6.	Rumbai Pesisir	Sembilang	2	5
Jumlah			9	30

*Sumber : Hasil Observasi dan Wawancara Penulis.*

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa persebaran gerai Indomaret cukup merata disuruh kota Pekanbaru, namun masih sangat banyak juga indomaret yang belum menjalin mitra dengan UMKM, hal tersebut merupakan suatu permasalahan yang ingin diangkat menjadi sebuah penelitian oleh penulis.

Meskipun demikian tidak semua UMKM berhasil bertahan menjadi mitra Indomaret, banyak juga UMKM yang mengalami kegagalan, sepanjang tahun 2021 sudah ada 15 UMKM yang gulung tikar, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain, tingginya harga sewa, tidak adanya pembinaan dan pemilihan lokasi yang kurang tepat.

Sebagai Ritel Modern, Indomaret harusnya meningkatkan program kemitraan dengan pelaku UMKM, Seperti yang tercantum di Undang-Undang

Nomor 20 Tahun 2008 dan Nomor 7 tahun 2014, karna apabila saling bersinergi antara kedua industry tersebut akan memberikan manfaat yang besar.

Sebagai salah satu waralaba terbesar yang telah memiliki hamper 5.000 toko diberbagai kota di Indonesia, Indomaret berkomitmen membantu para pengusaha kecil untuk mengembangkan usahanya. “Sejak indomaret dibuka, bersamaan dengan itu juga menyediakan fasilitas penyewaan teras untuk para pengusaha dengan yang kebingungan dalam mencari lokasi usaha denga harapan keberadaan indomaret bisa membantu pelaku UMKM dimanapun berada.

Adapun mekanisme pendaftaran untuk menjadi mitra indomaret sangatlah mudah pelaku UMKM tinggal datang ke Indomaret yang diingkan dengan membawa ktp lalu menemui manajer atau kepala toko kemudian kepala toko akan memberikan formulir pendaftaran yang dibutuhkan. Semua Jenis UMKM bisa menjadi mitra yang terpenting barang yang dijual belikan tidak ada di Indomaret, luas tempat usaha 1 x 2 m2 dan jika termasuk usaha kuliner tidek menyediakan tempat makan, untuk biaya sewanya sendiri cukup bervariasi, dimulai dari harga Rp 250.000 sampe dengan Rp 350.000 per bulan. Namun harga ini disesuaikan dengan lokasi toko, bahkan ada yang sampai Rp 500.000 per bulannya, itu sedah bersih termasuk biaya listrik.

#### Ketentuan Sewa Teras

1. Periode usaha dimulai dari tanggal 1 (awal bulan)
2. Penggunaan lahan dan listrik harus sesuai dengan perjanjian sewa

3. Jika sewa sudah tidak diperpanjang, etalase atau gerobak perlengkapan harus dibenahi oleh penyewa maksimum 1 minggu setelah tanggal berakhirnya sewa. Pihak Indomaret akan menyingkirkannya dari toko bila hal tersebut tidak dilakukan. (kehiangan bukan tanggung jawab indomaret).
4. Pembayaran sewa tahap ke-2 dan seterusnya diserahkan secara tunai ke toko maksimal tanggal 6.

Meskipun hanya menempati lapak 1x2 dan tidak memiliki tempat makan, bukan berarti usaha UMKM sulit berkembang. Penulis telah melakukan beberapa wawancara terhadap pelaku UMKM salah satunya adalah dengan Trianti seorang penjual ES Bubble yang terletak di Jalan Paus, ia mulai membuka Usahanya pada tahun 2019, sebelumnya ia sudah berjualan Es Bubble namun tidak di teras indomaret. Tiranti melihat Indomaret di Jalan Paus memiliki Potensi yang cukup besar karna Lokasinya yang sangat strategis, ia memulai usahanya dengan modal 5 juta, hanya dengan waktu kurang lebih 2 bulan, modal Tiranti sebesar 5 juta sudah kembali. Dengan 22 pilihan rasa, minuman Es Bubble cukup diminati, terutama untuk rasa coklat dan cappuccino. Harga per gelasnya Rp 10.000. Ia mengatakan per hari dia bisa menjual antara 10-20 botol minuman dengan omset perbulan antara 4-6 juta, berbanding terbalik sebelum dia menyewa teras indomaret yang omsetnya hanya 3 juta per bulan. Ia berharap usahanya mampu terus berkembang dan bisa membuka cabang ditempat lainnya agar bisa memenuhi kebutuhan hidup keluarganya.

Melihat dari Uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk menjadi sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekanbaru.

### **B. Rumusan Masalah**

Adapun Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Pelaksanaan Kemitraan Indomaret dengan UMKM?
2. Bagaimana Pengaruh Kemitraan Indomaret terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun tujuan dari Penelitian ini yaitu:

1. Untuk Menganalisis Pelaksanaan Kemitraan Indomaret dengan UMKM di Kota Pekanbaru.
2. Untuk Menganalisis Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Kemitraan Indomaret terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.



Adapun kegunaan penelitian yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi baru pada manajemen pembinaan dan kemitraan antara ritel modern dan industri kecil seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Studi Kepustakaan

##### 1. Administrasi

Menurut Imran (2019;1) Administrasi merupakan suatu bangunan ikatan yang tertata secara sistematis yang membentuk suatu jaringan yang silih bekerja sama satu sama yang lain buat menunjang terwujudnya sesuatu mekanisme kerja yang tersusun serta menggapai tujuan yang diharapkan.

Menurut Chrisyanti (2011;3) Administrasi dalam makna kecil, ialah administrasi berasal dari kata *administratie* (bahasa Belanda), yang dimaksud selaku pekerjaan tulis menulis, ketatausahaan ataupun kesektarian, meliputi aktivitas: menerima, mencatat menghimpun, mencerna, mengadakan, mengirim, menaruh. Serta Adminidtrasi dalam makna luas ialah, administrasi ialah proses kerja sama sebagian orang dengan metode efektif dalam menggapai tujuan tadinya.

Herbert A. Simon (dalam Pasolong, 2017;2) menarangkan kalau administrasi selaku kegiatan- kegiatan kelompok kerja sama buat menggapai tujuan- tujuan bersama.

Dari beberpa komentar para pakar diatas bisa disimpulkan kalau pada dasarnya administrasi melingkupi segala aktivitas dari pengaturan sampai pengurusan sekelompok orang yang mempunyai perbandingan pekerjaan buat menggapai tujuan bersama.

##### 2. Organisasi

Menurut Imran (2019;33) mendefinisikan organisasi selaku suatu wadah yang mempunyai multi kedudukan serta didirikan dengan tujuan sanggup

membagikan dan mewujudkan kemauan bermacam pihak, serta tidak terkecuali kepuasan selaku pemiliknya.

Disisi lain Robbin (dalam Imran, 2019;34) mendefinisikan organisasi merupakan kesatuan( entity) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan suatu batas yang relatif bisa diidentifikasi, yang bekerja atas bawah yang relatif selalu buat menggapai sesuatu tujuan.

Dimock( dalam Soewarno, 2017; 42) Organisasi merupakan perpaduan secara sistematis dari pada bagian- bagian yang silih ketergantungan/ berkaitan buat membentuk seatu aktivitas yang bundar lewat kewenangan, koordinasi serta pengawasan dalam usaha menggapai tujuan yang sudah didetetapkan.

Dari sebagian komentar ahli diatas bisa disimpulkan kalau penafsiran organisasi merupakan wadah/ fasilitas yang mana didalamnya ada orang- orang yang silih bekerja sama dengan metode menggunakan Sumber energi Organisasi buat menggapai tujuan tertentu.

### **3. Manajemen**

Menurut Hasibuan (2014;2) manajemen merupakan ilmu serta seni mengendalikan proses pemanfaatan sumber energi manusia serta sumber- sumber yang lain secara efisien serta efektif buat menggapai tujuan tertentu.

Menurut Sikula (dalam Hasibuan, 2014;2) Manajemen pada biasanya berhubungan dengan aktivitas- aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, serta pengambilan keputusan yang dicoba oleh tiap organisasi dengan tujuan mengkoordinasikan sebagian sumber energi yang dipunyai oleh industri sehingga dihasilkan sesuatu produk ataupun jasa secara efektif.



Menurut George R. Terry (dalam Hasibuan,2014;2-3 berkata kalau manajemen merupakan sesuatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan- tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian yang dicoba buat memastikan dan menggapai sasaran-sasaran yang sudah ditetapkan lewat pemanfaatan sumber energi manusia serta sumber- sumber yang lain.

Dari sebagian penafsiran para ahli hingga bisa disimpulkan kalau manajemen merupakan sesuatu seni buat pengaruhi orang lain supaya orang tersebut rela melaksanakannya dengan bahagia hati buat menggapai tujuan tertentu.

#### **4. Manajemen Pemasaran**

Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika Serikat( dalam Hery, 2019; 3) mendefinisikan pemasaran selaku sesuatu guna organisasi serta seperangkat proses buat menghasilkan, mengkomunikasikan, serta membagikan nilai kepada pelanggan, dan mengelola ikatan pelanggan dengan metode yang menguntungkan organisasi serta para pemegang saham.

Menurut hery (2019;3) Manajemen pemasaran dimaksud selaku sesuatu seni serta ilmu dalam memilah pasar sasaran serta memperoleh, melindungi, dan meningkatkan pelanggan dengan menghasilkan, menyerahkan, serta mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015;1) manajemen pemasaran merupakan proses menganalisis, merancang, mengendalikan, serta mengelola program- program yang mencakup pengonsepan, penetapan harga, promosi serta distribusi dari produk, jasa serta gagasan yang dirancang buat menghasilkan serta memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran buat menggapai tujuan industri.

Manajemen pemasaran ialah proses perencanaan serta penerapan konsepsi, penetapan harga, promosi serta distribusi gagasan, benda serta jasa, buat,

menciptakan pertukaran yang memuaskan orang serta penuh tujuan organisasi( Buchori serta Jasmin, 2010; 5).

Dari definisi yang dikemukakan para pakar diatas kalau manajemen pemasaran memiliki tujuan yang sama oleh karena itu penulis berupaya menarik kesimpulan dari para pakar kalau manajemen pemasaran ialah aktivitas usaha yang berhubungan penyaluran benda serta jasa dari produsen kepada konsumen yang ialah aktivitas akhir dari kegiatan industri dalam menggapai tujuannya.

## **5. Kemitraan**

### **a. Penafsiran Kemitraan serta Model- Model Kemitraan**

Kemitraan didefinisikan pada biasanya yakni kerja sama antara 2 orang ataupun lebih yang bersama mempunyai industri dengan tujuan menciptakan laba. Menurut Sulistiyani( 2017; 129) Kemitraan dimaknai selaku sesuatu wujud persekutuan antara 2 pihak ataupun lebih yang membentuk sesuatu jalinan kerja sama atas bawah kesepakatan serta rasa silih memerlukan dalam rangka tingkatkan kapasitas serta kapabilitas di sesuatu bidang tertentu, ataupun tujuan tertentu, sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik.

Ada pula Menurut Sumarjo( dalam Christy, 2015; 6) kemitraan merupakan kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah ataupun dengan usaha besar yang diiringi dengan pembinaan serta pengembangan usaha yang berkepanjangan oleh usaha besar ataupun usaha menengah dengan mencermati prinsip silih membutuhkan, silih menguatkan serta silih menguntungkan, umumnya diisyarati

dengan terjalinnya kerja sama yang baik, komunikasi yang baik serta terdapatnya pembinaan yang berkepanjangan.

Menurut ( Sulistiyani, 2017; 130) kemitraan mempunya 3 model selaku berikut:

#### 1. Kemitraan Semu

kemitraan semu merupakan ialah suatu persekutuan yang terjalin antara 2 pihak ataupun lebih, tetapi tidak sebetulnya melaksanakan kerjasama secara balance satu dengan yang lain.

#### 2. Kemitraan Mutualistik

Kemitraan Mutualistik merupakan ialah persekutuan 2 pihak ataupun lebih yang bersama menyadari aspek berartinya melaksanakan kemitraan, ialah buat silih membagikan khasiat serta memperoleh khasiat lebih, sehingga hendak memperoleh khasiat yang lebih maksimal.

#### 3. Kemitraan Konjugasi

Kemitraan Konjugasi merupakan kemitraan yang dianalogikan dari kehidupan“ paramecium”. 2 paramecium makukan konjugasi buat memperoleh energi serta setelah itu terpisah satu sama lain, serta berikutnya bisa melaksanakan pemisahan diri. Bertolak dari analogi tersebut hingga organisasi, agen- agen, ataupun kelompok- kelompok ataupun perorangan yang mempunyai kelemahan didalam melaksanakan usaha ataupun menggapai tujuan organisasi bisa menggapai dengan model ini.



Kemitraan mempunyai prinsip- prinsip dalam pelaksanaannya. Menurut Winosobo( dalam Rahmatullah, 2011; 38) prinsip dalam proses kemitraan meliputi:

1. Awal, kesetaraan ataupun penyeimbang( equity). Pendekatannya bukan top down ataupun bottom up, bukan Hanya kekuasaan semata, tetapi ikatan yang silih menghormati, silih menghargai serta silih yakin.
2. Kedua Transparansi, perihal ini dibutuhkan buat menjauhi rasa silih curiga antara mitra kerja.
3. Ketiga, silih menguntungkan, sesuatu kemitraan wajib memberikan keuntungan kepada seluruh pihak yang ikut serta.

#### **6. Manfaat Program Kemitraan**

Menurut Wiyanto( dalam, Qomariah; 34) manfaat dari suatu kemitraan merupakan:

- a) Tingkatkan perolehan nilai tambah

Nilai tambah ataupun valuedded didefinisikan selaku tamhan manfaat

Ekonomi dari terdapatnya revisi teknologi, manajemen, mutu, serta disferifikasi penciptaan, ataupun bisa pula didefinisikan selaku nilai tambah yang tercantum pada jasa yang diciptakan oleh suatu organisasi/ industri.

- b) Tingkatkan keunggulan produktifitas

Mendefinisikan produktifitas selaku suatu dimensi buat memandang seberapa baik input ataupun sumber energi yang digunakan buat menghasilkan output yang di idamkan dengan demikian, produktifitas hendak bertambah apabila dengan input yang sama bisa diperolah hasil yang lebih besar, ataupun kebalikannya dengan tingkatan hasil yang besar cuma memerlukan input yang lebih rendah.

c) Tingkatkan keahlian inovasi produk

Menarangkan inovasi didefinisikan selaku aktivitas baru( aplikasi metode ataupun tata cara baru yang bertasal dari hasil penemuan yang instan) dalam rangka buat membetulkan proses penciptaan, produk, serta proses pemasaran.

d) Tingkatkan akses permodalan

Yang dimaksudkan meningkatnya akses permodalan merupakan dengan terdapatnya kemitraan usaha hendak lebih gampang memperoleh dorongan permodalan dari lembaga keuangan baik bank ataupun non bank, karna terpaut dengan kredibilititas usaha dari terdapatnya aktivitas kemitraan tersebut. Pada hakikatnya sesungguhnya tujuan program kemitraan merupakan tingkatkan akses permodalan. Tingkatkan akses permodalan, dalam perihal ini pengertiannya merupakan nilai pemakaian modal dalam usaha bertambah.

## 7. Pola Kemitraan bersumber pada Undang- Undang No 20 Tahun 2008

Menurut Sujatmiko( 2012; 65) Pola kemitraan ialah wujud ataupun sistem yang hendak dicoba dalam kementrian usaha antara Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah( UMKM) dengan Usaha Besar serta pola Kemitraan ini disesuaikan dengan watak serta usaha yang dimitrakan. Pola kemitraan pada dasarnya

dikategorikan jadi 2, ialah pola pembinaan langsung serta pola kerja sama. Pola pembinaan langsung ialah pola yang mengaitkan secara langsung antara usaha besar( industri Pembina) dengan usaha mikro, kecil, serta menengah( mitra binaannya) pola pembinaan langsung dipaparkan dalam Undang- Undang No 20 Tahun 2008 ialah:

a. Pola inti plasma merupakan ikatan kemitraan antara UMKM dengan usaha besar yang didalamnya usaha besar selaku inti, sebaliknya UMKM selaku plasma. Industri inti berkewajiban melakukan mulai dari penyediaan fasilitas penciptaan, tutorial teknis hingga dengan pemasaran hasil penciptaan.

b. Subkontrak merupakan kemitraan antara kelompok mitra dengan industri mitra, dimana kelompok mitra memproduksi komponen yang dibutuhkan oleh industri mitra senagai bagian produksinya. Penerapan kemitraan usaha dengan pola subkontrak sebagaimana diartikan pasal 26 huruf b, buat memproduksi benda serta/ jasa, usaha besar membagikan sokongan berbentuk:

1. Peluang buat mengerjkan sebagian penciptaan serta ataupun komponennya;
2. Peluang mendapatkan bahan baku yang dibuat secara berkesinambungan dengan jumlah serta harga yang normal;
3. Tutorial serta keahlian metode penciptaan ataupun manajemen;
4. Perolehan, kemampuan, serta kenaikan teknologi yang dibutuhkan;
5. Pembiayaan serta pengaturan sistem pembayaran yang tidak merugikan salah satu pihak; dan



6. Upaya buat tidak melaksanakan pemutusan ikatan sepihak.

c. Pola Waralaba ialah pola ikatan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah ataupun usaha besar selaku mitra usaha yang membagikan hak lisensi, merek dagang, saluran distribusi industri kepada usaha kecil yang bersangkutan (Herawati, 2011; 65). Dalam undang-undang no 20 tahun 2008 pasal 29 dipaparkan:

1. Usaha besar yang memperluas usahanya dengan metode waralaba sebagaimana diartikan dalam pasal 26 huruf c, membagikan peluang serta mendahulukan Usaha Mikro, Kecil serta Menengah yang mempunyai keahlian.

2. Pemberi waralaba serta penerima waralaba mengutamakan pemakaian benda serta/ ataupun bahan hasil penciptaan dalam negeri selama penuh standar kualitas benda serta jasa yang disediakan serta/ dijual bersumber pada perjanjian waralaba.

3. Pemberi waralaba harus membagikan pembinaan dalam wujud pelatihan, tutorial operasional manajemen, pemasaran, riset, serta pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.

d. Pola Perdagangan Universal, pola perdagangan universal bisa dicoba dalam wujud kerja sama pemasaran, penyediaan posisi usaha, ataupun penerimaan pasokan dari Usaha, Mikro, Kecil serta Menengah oleh usaha besar yang dicoba secara terbuka.

e. Pola Distribusi serta Keagenan. Dalam penerapan kemitraan dengan pola distribusi serta keagenan sebagaimana diartikan dalam pasal 26 huruf e, Usaha

Besar serta/ ataupun Usaha Menengah membagikan hak spesial buat memasarkan benda serta jasa kepada Usaha Mikro serta/ ataupun Usaha Kecil.

### 8. Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut pasal 1 dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) Usaha Kecil adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Terdapat beberapa kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 yaitu

- a) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- c) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah) (Kristiyanti, 2015;3).

## 9. Kinerja

Penafsiran Kinerja( performance) menurut Moeheriono( dalam Christy, 2015; 6) merupakan cerminan menimpa tingkatan pencapaianpelaksanaa sesuatu aktivitas/ program/ kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan serta visi serta misi organisasi yang tertuang dalam strategic planning sesuatu industri. Kinerja dapat dikenal cuma bila orang ataupun kelompok orang tersebut memiliki kriteria keberhasilan yang sudah diresmikan.

Kinerja ialah konsep buat mengukur prestasi penjualan sesuatu produk.

Tiap industri berkepentingan mengenali prestasi penjualan dari produk-produknya selaku kaca keberhasilan usahanya dalam persaingan bisnis. Menurut Ferdinan( dalam Cristy, 2015; 6) melaporkan kalau kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam 3 besaran utama ialah: volume penjualan, pertumbuhan penjualan serta porsi pasar pasar yang bermuara pada keuntungan industri. Volume penjualan ialah jumlah produk yang sukses dicapai oleh industri. Kedua pertumbuhan penjualan ialah peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun ataupun dari waktu ke waktu. 3, porsi pasar membuktikan seberapa besar produk donasi produk yang ditangani bisa memahami pasar buat produk sejenis dibandingkan dengan competitor.



## 10. Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Widjaja dan Yeremina (dalam Marnelly, 2008;51) CSR merupakan bentuk kerja sama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*Stake Holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan keberlangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merukan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Yang intinya CSR adalah suatu bentuk tanggung jawab social ekonomi Perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang berkelanjutan dalam berbagai bidang seperti Kesehatan, Pendidikan, Ekonomi, Lingkungan, Olahraga dll. Tapi sayangnya masih banyak perusahaan yang masih belum optimal dalam penyaluran dana CSR.

## B. Penelitian Terdahulu

Kajian tentang Kemitraan dan Kinerja sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti. Pembinaan dan Kemitraan tersebut dari penelitian sebelumnya banyak dilakukan oleh perusahaan milik BUMN, namun yang menjadi titik beda dalam penelitian ini adalah belum ada yang melakukan penelitian tentang Pengaruh Kemitraan Indomaret terhadap Kinerja UMKM. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan antara lain :

1. Ade Syafitri dengan Judul Penelitian *“Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten”*.

Hasil Penelitian Pembinaan UMKM yang dilakukan oleh CDC PT. Telkom Indonesia Divre II dilaksanakan berdasarkan kewajiban yang diamanatkan dalam Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL). Kemitraanya sendiri berbentuk Pemberian Motivasi Kewirausahaan dan Bantuan akses pasar yang lebih luas.

2. Ari Sujatmiko dengan Judul Penelitian *“Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan Pada PT. Bank Mandiri (PERSERO)”*.

Hasil Penelitian Program Kemitraan yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Telah sesuai dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL). Hal ini dapat dilihat dari beberapa kriteria yang merupakan kewajiban yang harus dipenuhi Bank Mandiri sebagai pelaksana program kemitraan. Pertama, Bank Mandiri selaku BUMN pembina telah membuat unit kerja untuk melakukan program kemitraan dan ketentuan pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Bank Mandiri telah dituangkan dalam suatu Standard Operating Procedure (SOP), yaitu dalam hal ini Standar Prosedur Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Bank Mandiri tahun 2011. Kedua, ketentuan prosedur dan persyaratan bagi calon mitra binaan yang dituangkan dalam Standar Prosedur Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Bank Mandiri (SP PKBL Bank Mandiri) sesuai dengan prosedur yang terdapat dalam ketentuan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL). Ketiga, Bank Mandiri juga melakukan pemantauan (monitoring) dan pembinaan terhadap usaha kecil yang menjadi mitra binaannya.

3. Augustin Rina Herawati dengan Judul Penelitian "*Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)-Usaha Besar dengan Permodelan System*



*Archetype Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills”.*

Hasil penelitian kemitraan yang dilakukan oleh UMKM dengan PT ISM Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills ini merupakan suatu investasi – bukan cost – dan dapat menghasilkan win-win solution atau sinergi yang menghasilkan keadilan bagi masyarakat dan keamanan berusaha serta keserasian dengan lingkungan.

4. Umi Azizah dengan Judul Penelitian “*Pengaruh Kemitraan dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing*”.

Hasil penelitian menyatakan bahwa kemitraan, orientasi pelanggan, dan keunggulan bersaing memiliki nilai signifikan, kemudian untuk pengaruh mediasi dihasilkan bahwa pengaruh langsung kemitraan dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Simpulan dari penelitian ini membuktikan bahwa kemitraan, orientasi pelanggan, dan keunggulan bersaing berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran, sedangkan keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh kemitraan dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran.

5. M. V. I. Ron Olivia Mega Christy dengan Judul Penelitian “*Pengaruh Kemitraan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Agen dan Sub Agen Mitra Penjualan PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk di Semarang*”.

Hasil Penelitian menyatakan bahwa PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk di Semarang memiliki suatu kebijakan yaitu menerapkan sistem target

penjualan agen terhadap produk Garuda Indonesia namun masih terdapat beberapa agen yang belum mampu merealisasikan target yang diberikan.

6. Gusti Muhammad Ferry Firdaus dengan Judul Penelitian *"Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangkaraya"*.

Penelitian ini memiliki tujuan Untuk menganalisis implementasi program pembinaan UMKM melalui program kemitraan dengan pasar modern di Palangka Raya dan untuk menganalisis pembinaan UMKM oleh Hypermart di Kota Palangka Raya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Hypermart dalam melaksanakan program kemitraan masih berupa bentuk Konsinyasi sama seperti halnya yang dilakukan oleh ritel modern lainnya yaitu Indomaret. Pemberdayaan UMKM dalam bentuk pembinaan oleh Hypermart masih belum berjalan optimal hingga saat ini. Pemberdayaan dalam bentuk pembinaan terhadap UMKM sementara masih dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM dan Telkom.

7. Sheila Mutiara Dewinta dengan Judul Penelitian *"Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Mengindra Pasar dan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Batik di Kota Pekalongan)"*.

Hasil Penelitian ini adalah UMKM Batik di Kota Pekalongan Mendapatkan Modal Usaha dari Perusahaan dan itu membantu UMKM dalam meningkatkan Kinerja Usaha.

8. Roro Aristiyo dengan Judul Penelitian *“Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kemitraan”*.

Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa UMKM membutuhkan kemitraan dalam bentuk modal usaha agar dapat meningkatkan Kinerja Pemasaran

9. Ahmad Fanani dengan Judul Penelitian *“Pengaruh Kemitraan Terhadap Risiko Usaha Tani Tembakau di Kabupaten Bojonegoro Provinsi Jawa Timur”*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) risiko produksi yang dihadapi oleh petani yang bermitra lebih rendah dari petani non mitra dan kemitraan memiliki berpengaruh yang signifikan untuk mengurangi risiko usahatani tembakau; 2) Petani yang bermitra memiliki risiko harga lebih rendah dari petani non mitra. Pengembangan usahatani tembakau di Bojonegoro masih memerlukan sistem kemitraan untuk memitigasi risiko.

10. Yuga Amanda dengan Judul Penelitian *“Pengaruh Kemitraan Koperasi Mandiri Jaya Terhadap Pendapatan Anggota Pada PT Patiwara Kabupaten Bengkayang”*.

Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Bentuk Kemitraan dalam penelitian ini berupa Sewa lahan perkebunan kelapa Sawit dengan sistem bagi hasil sesuai dengan perjanjian yang sudah ditetapkan.



Penelitian ini memiliki hubungan dengan penelitian terdahulu, Penelitian inipun lebih mendekati ke penelitian Umi Azizah karna sama-sama membahas tentang pengaruh pihak eksternal dalam meningkatkan Kinerja Pemasaran.

**Tabel II. 1 Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu.**

No.	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ade Syafitri ”Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divisi Area II Jakarta-B”.	Pembinaan UMKM yang dilakukan oleh CDC PT. Telkom Indonesia Divre II dilaksanakan berdasarkan kewajiban yang diamanatkan dalam Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus.	Program Kemitraan yang dilakukan antara Perusahaan besar dan UMKM	Pembinaan UMKM yang dilakukan berdasarkan kewajiban yang diamanatkan dalam Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007
2.	Ari Sujatmiko “Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Program Kemitraan yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Telah sesuai dengan Undang-undang Nomor 19	Program Kemitraan yang dilakukan antara Perusahaan	Bank Mandiri memiliki Unit kerja khusus untuk melakukan program

	(UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan Pada PT. Bank Mandiri (PERSERO)".	Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL).	besar dan UMKM	kemitraan dengan UMKM
3.	Agustin Rina Herawati "Sistem kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)- Usaha Besar dengan Permodelan System Archetype Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills".	Hasil penelitian kemitraan yang dilakukan oleh UMKM dengan PT ISM Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills ini merupakan suatu investasi – bukan cost – dan dapat menghasilkan win-win solution atau sinergi yang menghasilkan keadilan bagi masyarakat dan keamanan berusaha serta keserasian dengan lingkungan.	Program Kemitraan yang dilakukan antara Perusahaan besar dan UMKM	Sistem Kemitraan dengan Permodelan Sistem Archetype
4.	Umi Azizah "Pengaruh Kemitraan dan Orientasi Pelanggan Terhadap	Hasil penelitian menyatakan bahwa kemitraan, orientasi pelanggan, dan keunggulan bersaing memiliki nilai	Pengaruh Pihak Eksternal dalam Peningkatan Kinerja	Bentuk Kemitraan Berupa Pelatihan Secara Langsung

	<p>Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing”.</p>	<p>signifikan, kemudian untuk pengaruh mediasi dihasilkan bahwa pengaruh langsung kemitraan dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling, diperoleh jumlah sampel sebesar 93 responden. Metode penelitian menggunakan analisis regresi dan analisis jalur (path analysis) melalui alat analisis SPSS Statistik.</p>		
5.	<p>M. V. I. Ron Olivia Mega Christy “Pengaruh Kemitraan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Agen dan Sub Agen Mitra Penjualan PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk di Semarang”.</p>	<p>Hasil Penelitian menyatakan bahwa PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk di Semarang memiliki suatu kebijakan yaitu menerapkan sistem target penjualan agen terhadap produk Garuda Indonesia namun masih terdapat beberapa agen yang belum mampu merealisasikan target yang diberikan.</p>	<p>Pengaruh Pihak Eksternal dalam Peningkatan Kinerja</p>	<p>Perusahaan Memberikan Target Penjualan terhadap mitra</p>
6.	<p>Gusti</p>	<p>Pembinaan Usaha</p>	<p>Program</p>	<p>Adanya</p>



	Muhammad Ferry Firdaus “Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangkaraya”.	Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangkaraya.	Kemitraan yang dilakukan antara Perusahaan besar dan UMKM	Pembinaan UMKM Oleh Hypermart
7.	Sheila Mutiara Dewinta “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Mengindra Pasar dan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Batik di Kota Pekalongan”.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Mengindra Pasar dan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Batik di Kota Pekalongan.	Pengaruh Pihak Eksternal dalam Peningkatan Kinerja	Perusahaan Memberikan Modal Usaha kepada UMKM
8.	Roro Aristiyo “Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan	Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa UMKM membutuhkan kemitraan dalam bentuk modal usaha agar dapat meningkatkan Kinerja Pemasaran.	Teknik Pengambilan Sampel menggunakan Metode Sampling Jenuh	Perusahaan Memberikan Modal Usaha kepada UMKM

	Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kemitraan”.	Jumlah populasi UMKMnya adalah 41 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh, menggunakan analisis regresi dan analisis jalur (path analysis).		
9.	Ahmad Fanani “Pengaruh Kemitraan Terhadap Risiko Usaha Tani Tembakau di Kabupaten Bojonegoro Provinsi Jawa Timur”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) risiko produksi yang dihadapi oleh petani yang bermitra lebih rendah dari petani non mitra dan kemitraan memiliki berpengaruh yang signifikan untuk mengurangi risiko usahatani tembakau; 2) Petani yang bermitra memiliki risiko harga lebih rendah dari petani non mitra. Pengembangan usahatani tembakau di Bojonegoro masih memerlukan sistem kemitraan untuk memitigasi risiko. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data cross section dari 120 petani tembakau yang terdiri dari 60 petani yang melakukan mitra dan 60 petani non mitra.	Saling Menguji Dua Variabel	Pengaruh Pihak Eksternal dalam Meminimalisir Risiko Usaha tani

		Model Just and Pope digunakan untuk menganalisis risiko produksi dan perhitungan koefisien variasi digunakan untuk menganalisis risiko harga.		
10.	Yuga Amanda “Pengaruh Kemitraan Koperasi Mandiri Jaya Terhadap Pendapatan Anggota Pada PT Patiware Kabupaten Bengkayang”.	Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Bentuk Kemitraan dalam penelitian ini berupa Sewa lahan perkebunan kelapa Sawit dengan sistem bagi hasil sesuai dengan perjanjian yang sudah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan bentuk studi hubungan dengan populasi 100 orang dan a sampel 80 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi langsung, teknik komunikasi tidak langsung, dan teknik studi dokumen.	Bentuk Kemitraan Berupa Sewa Tempat atau Lahan	Pengaruh Pihak Eksternal dalam Peningkatan Pendapatan

*Sumber : Data Olahan Penulis.*



### C. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir merupakan penjelasan lisan maupun tulisan didasarkan pada pertimbangan serta argumentasi yang rasional. Dalam hal ini penulis menguraikan alur pikir dengan mendudukan penelitian berdasarkan kajian keputusan sebagai jawaban teoritis dari penelitian ini.

**Gambar II.1 :“ Kerangka Pikir Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.**



*Sumber : Hasil Modifikasi penulis 2021.*

#### D. Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2015;120) Hipotesis merupakan prediksi atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan penelitian telah dibentuk dalam bentuk kalimat pernyataan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga bisa dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, namun belum berdasarkan data yang bersifat empiris.

Berdasarkan ungkapan diatas maka di dapat hipotesis sebagai berikut, maka Di duga terdapat pengaruh yang positif Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM.

#### E. Konsep Operasional

Untuk memperoleh kesamaan pendapat maka perlu dikemukakan batas mengenai konsep operasional yang digunakan sehubungan dengan penelitian ini adalah:

1. **Administrasi** seluruh kegiatan dari pengaturan hingga pengurusan sekelompok orang yang memiliki perbedaan pekerjaan untuk mencapai tujuan bersama.
2. **Organisasi** adalah wadah/sarana yang mana didalamnya terdapat orang-orang yang saling bekerja sama dengan cara memanfaatkan Sumber daya Organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.
3. **Manajemen** adalah suatu seni untuk mempengaruhi orang lain agar orang tersebut rela melakukannya dengan senang hati untuk mencapai tujuan tertentu.

**4. Manajemen Pemasaran** merupakan kegiatan usaha yang berhubungan penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen yang merupakan kegiatan akhir dari aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya.

**5. Kemitraan** didefinisikan pada umumnya ialah kerja sama antara dua orang atau lebih yang sama-sama memiliki perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba.

**6. Manfaat Program Kemitraan**

- a. Meningkatkan perolehan nilai tambah
- b. Meningkatkan keunggulan produktifitas
- c. Meningkatkan Kemampuan Inovasi produk
- d. Meningkatkan akses permodalan

**7. Pola Kemitraan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008**

Pola kemitraan secara umum adalah bentuk atau sistem yang akan dilakukan dalam kemitraan usaha antara UMKM dengan usaha Besar. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pola kemitraan terdiri dari:

- a. Pola Inti Plasma
- b. Subkontrak
- c. Pola Waralaba
- d. Pola perdagangan umum
- e. Pola Distribusi dan keagenan



## 8. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang beridiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

## 9. Kinerja

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan untuk mewujudkan tujuan organisasi, sedangkan Kinerja pemasaran adalah suatu yang berhubungan dengan Volume penjualan, Pertumbuhan penjualan dan Porsi pasar.

## F. Operasional Variabel

**Table II.2 : Operasionalisasi Variabel Penelitian Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.**

Konsep (1)	Variabel (2)	Indikator (3)	Sub Indkator (4)
<p>Kemitraan dimaknai sebagai bentuk persekutuan antara kedua belah pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerja sama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas disuatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik (Sulistiyani, 2017;129)</p>	1. Kemitraan	1. Saling Memerlukan	<p>a. Perusahaan memerlukan kehadiran Usaha untuk meningkatkan citra di masyarakat</p> <p>b. UMKM memerlukan mitra untuk meningkatkan jumlah penjualan</p> <p>c. Umkm memerlukan lokasi/tempat yang strategis</p>
		2. Saling Memperkuat	<p>a. UMKM membutuhkan pangsa pasar untuk menjual produknya</p> <p>b. Kehadiran UMKM dapat meningkatkan penjualan bagi Indomaret</p>
			<p>c. UMKM membutuhkan kemudahan dalam tata cara</p>

			menjadi mitra
		3. Saling Menguntungkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Produk UMKM akan meningkat</li> <li>b. Meningkatkan Citra atau Image perusahaan di mata masyarakat dan public</li> <li>c. Bagi UMKM dapat meningkatkan jumlah keuntungan</li> </ul>
Kinerja ( <i>performance</i> ) menurut Moheriono (dalam Christy, 2015;6) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan program / kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan dan visi dan misi organisasi yang tertuang	2. Kinerja	1. Volume Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah penjualan produk secara keseluruhan</li> <li>b. Keuntungan Meningkat dari waktu ke waktu</li> </ul>
		2. Pertumbuhan Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Peningkatan jumlah penjualan</li> <li>b. Peningkatan Jumlah Penjualan dari waktu ke waktu</li> </ul>



dalam <i>strategic planning</i> suatu perusahaan.		3. Porsi Pasar	a. Perluasan pangsa pasar b. Produk yang di Jual dapat Menguasai Pasar
---	--	----------------	---

Sumber : Hasil Modifikasi Penulis 2020

### G. Teknik Pengukuran

Pengukuran pada setiap indikator variabel penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017;108)

Pengukuran terhadap indikator variabel penelitian ini, selanjutnya diklasifikasikan menjadi tiga bagian kategori penelitian yaitu sangat kurang baik, cukup baik, baik. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan per indikator variabel, masing-masing alternatif masing-masing memiliki poin seperti pada tabel berikut.

Tabel II.3 Tabel pengukuran Skala Likert

Option	Skor Nilai
Baik	3
Cukup Baik	2
Kurang Baik	1

Untuk menentukan hasil skor dari skor tertinggi, terendah dan interval kelas dapat dinyatakan dalam rumus yaitu:

Skor tertinggi : Jumlah responden x jumlah item pertanyaan x nilai tertinggi

Skor terendah : Jumlah responden x jumlah item pertanyaan x kali nilai terendah

Interval :  $\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Skala pengukuran}}$

Skor tertinggi :  $30 \times 15 \times 3 = 1350$

Skor terendah :  $30 \times 15 \times 1 = 450$

Interval :  $\frac{1350 - 450}{3} = 300$

Variabel diukur dengan mengajukan 15 pertanyaan yang jumlah respondennya 30 orang, berdasarkan nilai skor yang telah ditetapkan didapat bahwa

Nilai tertinggi yaitu 1350 dan skor terendah 450 dan interval kelas 300 dengan demikian penilaian terhadap variabel dinyatakan sebagai berikut:

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 1050-1350

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 750-1049

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 450-749

Selanjutnya untuk mengetahui lebih terperinci dari masing-masing penilaian atas variabel ini dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. Kemitraan

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 630-810

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 450-629

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 270-449

Variabel (X) Kemitraan setiap indikator dapat dilihat dan dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Saling Memerlukan diajukan 3 pertanyaan pada 30 responden dengan skor tertinggi 270 dan skor terendah 90 dengan interval kelas 60

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 210-270

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 150-209

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 90-149

- 2) Saling Memperkuat diajukan 3 pertanyaan pada 30 responden dengan skor tertinggi 270 dan skor terendah 90 dengan interval kelas 60

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 210-270

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 150-209



Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 90-149

3) Saling Menguntungkan diajukan 3 pertanyaan pada 30 responden dengan skor tertinggi 270 dan skor terendah 90 dengan interval kelas 60

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 210-270

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 150-209

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 90-149

## 2. Kinerja

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 420-540

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 300-419

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 180-299

Variabel (Y) Kinerja setiap indikator dapat dilihat dan dikategorikan sebagai berikut:

1) Volume Penjualan diajukan 2 pertanyaan pada 30 responden dengan skor tertinggi 180 dan skor terendah 60 dengan interval kelas 40

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 140-180

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 100-139

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 60-99

2) Pertumbuhan Penjualan diajukan 2 pertanyaan pada 30 responden dengan skor tertinggi 180 dan skor terendah 60 dengan interval kelas 40

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 140-180

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 100-139

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 60-99

3) Porsi Pasar diajukan 2 pertanyaan pada 30 responden dengan skor tertinggi 180 dan skor terendah 60 dengan interval kelas 40

Baik : Baik apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 140-180

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 100-139

Kurang Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuisisioner berada pada interval 60-99

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian Survei Deskriptif analisis yaitu tipe penelitian yang menggambarkan mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian. Kemudian Melalui Pendekatan Kuantitatif, yaitu menjawab dan memecahkan masalah-masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang diteliti agar memperoleh gambaran yang jelas. Metode penelitian Kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji proposisi atau hipotesis tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Pengukuran variabel-variabel biasanya dilakukan dengan instrument-instrumen penelitian sehingga menghasilkan data berupa angka-angka yang dapat dianalisis menggunakan prosedur-prosedur statistic.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Indomaret kota Pekanbaru.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2017;90) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini populasinya adalah UMKM yang bekerja sama dengan Indomaret di Kota Pekanbaru dengan jumlah 9 Indomaret, sementara untuk UMKMnya sendiri berjumlah 30.



#### **D. Teknik Penarikan Sampel**

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Cluster Sampling (Area Sampling), menurut (Suguyono,2015;80) merupakan teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data yang sangat luas, misalnya penduduk suatu Negara, kota, provinsi atau kabupaten. Di dalam penelitian ini peneliti membagi kota pekanbaru kedalam 6 kelompok kecamatan antara lain kecamatan Bukit Raya, Binawidya, Marpoyan Damai, Payung Sekaki, Rumbai dan Rumbai Pesisir, disetiap kecamatan diambil 5 UMKM dengan jumlah keseluruhan 30 UMKM.

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Primer**

Sumber data utama (primer) yang dimaksudkan Lofland (dalam Ibrahim, 2015;69) adalah sumber utama yang dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran dan peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Dalam penelitian Kualitatif, sumber data utama itu adalah kata-kata dan tindakan orang yang diamati dan diwawancarai. Pada penelitian ini sumber data primernya terbagi menjadi dua sumber data utama yaitu para pelaku UMKM dan Pihak indomaret.

##### **2. Skunder**

Sumber Data Tambahan (skunder) adalah adalah segala bentuk dokumen, baik dalam bentuk tertulis maupun foto (Ibrahim, 2015;70). Data skunder dapat diperoleh dari buku, jurnal atau penelitian terdahulu. Data skunder inipun nantinya pun bisa menjadi sarana pendukung untuk memahami masalah yang

akan di teliti. Dokumen yang ada berupa foto selama menjalani penelitian, rekap data UMKM di kecamatan marpoyan damai kota pekanbaru.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

### 1. Angket (Kuesioner)

Angket (Kuisisioner) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya, atau hal dikehui oleh responden (Arikunto, 2010;194).

### 2. Dokumentasi

Millan dan Schumacher (dalam Ibrahim, 2018;94) Dokumentasi adalah rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak meraka dapat berupa catatan Anekdote, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen. Dalam hal ini adalah bukti foto-foto saat melakukan penelitian di UMKM dan Indomaret.

### 3. Observasi

Bungin (dalam Ibrahim, 2018;81) observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan penggunaan pencindraan mata sebagai alat bantu utamanya, disamping indra lainnya seperti telinga, hidung, mulut, dan kulit. Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan pada saat penelitian di lapangan.

#### 4. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari response yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit (Sugiyono, 2015;194).

#### G. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, yaitu dengan mengolah data yang diperoleh disajikan dalam tabel frekuensi dan persentase. Selanjutnya dengan metode analisis kualitatif, data yang diperoleh berupa hasil wawancara kepada informan, kemudian dianalisis dan dijelaskan, selanjutnya sikap ilmiah peneliti didukung oleh konsep dan teori. Selanjutnya untuk menguji hipotesis, dilakukan dengan pendekatan metode kuantitatif dengan alat uji statistik.

Dalam rangka alat uji statistik maka data dikategorikan berpedoman pada skala liker dengan kategori untuk variabel Kemitraan (Skor dari 3 sampai 1):

B = Baik

CB = Cukup Baik

KB = Kurang Baik

Untuk variabel kinerja pemasaran (skor dari 3 sampai 1):

B = Baik

CB = Cukup Baik



KB = Kurang Baik

## H. Uji Validitas dan Reabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur suatu apa yang diukur. Ghazali (2016;47) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner.

### 2. Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas adalah pengujian yang berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (*instrument*). Suatu instrument dapat memiliki kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari pengujian tersebut menunjukkan hasil yang tetap atau tidak berubah. Dengan kata lain, masalah reabilitas test atau instrument yang berhubungan dengan penetapan masalah hasil. Jika terdapat perubahan dalam hasil akhir test atau instrument maka perubahan tersebut dianggap tidak berarti.

## I. Regresi Linier Sederhana

Kemudian dilanjutkan untuk menganalisis pengaruh Kemitraan sebagai variabel pengaruh terhadap Kinerja pemasaran sebagai variabel terikat dengan bantuan statistik parametrik yaitu regresi sederhana. Adapun rumus dari regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kinerja UMKM

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Kemitraan

$\varepsilon$  = Epsilon (variabel pengganggu)

### 1. Pengujian Koefisien Determinasi

Melakukan uji t yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Pengukuran dilakukan dengan menghitung angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati 1 maka makin tepat suatu garis linier dipergunakan sebagai pendekatan terhadap penelitian. Persamaan regresi selalu disertai dengan  $R^2$  sebagai ukuran kecocokan pengukuran dilakukan dengan menghitung angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati 1 maka makin tepat suatu garis linier dipergunakan sebagai pendekatan terhadap penelitian. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah bagian dari variabel total dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variasi dalam variabel independen. Koefisien determinasi merupakan angka menunjukkan seberapa besar perubahan variabel Y (Kinerja Pemasaran) dapat dipengaruhi oleh variabel X (Kemitraan) yang dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$r^2 = \left( \frac{b(n\sum xy - (\sum x)(\sum y))}{n\sum y^2 - (\sum y)^2} \right)$$

Variabel X dan Y yang digunakan dalam analisis regresi linier sederhana ini diperoleh melalui tanggapan responden menjawab kuisisioner terkait dengan variabel penelitian.

## 2. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Melakukan uji t yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas (Kemitraan) terhadap variabel terikat (Kinerja pemasaran). Uji  $t$  akan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, jika  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, tapi jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

## 3. Hipotesis Statistik

Uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Sekedar mengingatkan bahwa hipotesis yang saya ajukan dalam analisis regresi linier sederhana ini adalah:

$H_0$  :  $\rho = 0$ , 0 berarti tidak ada hubungan

$H_a$  :  $\rho \neq 0$ , “tidak sama dengan 0” berarti lebih atau kurang (-) dari 0 berarti ada hubungan

$\rho$  = Nilai Korelasi dalam formula yang dihipotesiskan

$H_0$  : Tidak ada Pengaruh Kemitraan (X) Terhadap Kinerja (Y)

$H_a$  : Ada Pengaruh Kemitraan (X) Terhadap Kinerja (Y)

Untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Hipotesis ini dapat di uji dengan cara membandingkan nilai signifikan (Sig). Dengan Probabilitas 0,05 atau dengan cara lain yakni membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel.



## J. Jadwal Kegiatan Penelitian

**Tabel III.2 : Jadwal Rencana Kegiatan Penelitian tentang “Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM.**

NO.	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke -															
		Des-Jan				Feb-Mar				Apr-Mei				Jun-Jul			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan UP																
2	Seminar UP																
3	Revisi UP																
4	Revisi Kuesioner																
5	Rekomendasi Survey																
6	Survey Lapangan																
7	Analisis Data																
8	Penyusunan Laporan Hasil Penelitian (Skripsi)																

9	Konsultasi Revisi Skripsi																				
10	Ujian Komprehensi f Skripsi																				
11	Revisi Skripsi																				
12	Penggandaan Skripsi																				

Sumber : Hasil Modifikasi penulis,2020



## BAB IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Perusahaan

Berawal dari perenungan untuk mempermudah menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan maka, pada tahun 1988 dibuatlah sebuah toko yang bernama indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan berkeinginan memperdalam dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen saat berbelanja. Untuk itu maka dibuatlah tim untuk melakukan sebuah riset, yang mana inti dari hasil riset terbut adalah, masyarakat cenderung memilih untuk berbelanja di toko modern berdasarkan kelengkapan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing serta suasana yang nyaman.

Selanjutnya dengan niat baik untuk dan tulus untuk menganbdi kepada nusa dan bangsa maka didirikanlah Indomaret dengan badan hokum PT Indomarco Prismata. PT Indomarco Prismata adalah sebuah perusahaan swasta nasional yang bergerak dibidang usaha perdagangan barang atau retail (*mini market*), jenis barang yang diperjual-belikan adalah hasil bumi (pertanian, perikanan), obat-obatan, klontong, kosmetik, alat kesehatan dan lain-lain. Gerai Indomaret pertama yang didirikan terletak di Ancol, Jakarta Utara pada tahun 1998 dan kemudian disusul dengan pembukaan toko-toko lainnya. Indomaret juga menjalin kerja sama atau join venture dengan masyarakat atau badan usaha yang menjadi mitra waralabanya. Sampai saat ini indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perkantoran, perumahan dll.



## B. Visi Misi Perusahaan

Dalam prosen pendiriannya Indomaret menerapkan hal-hal sebagai berikut:

Visi

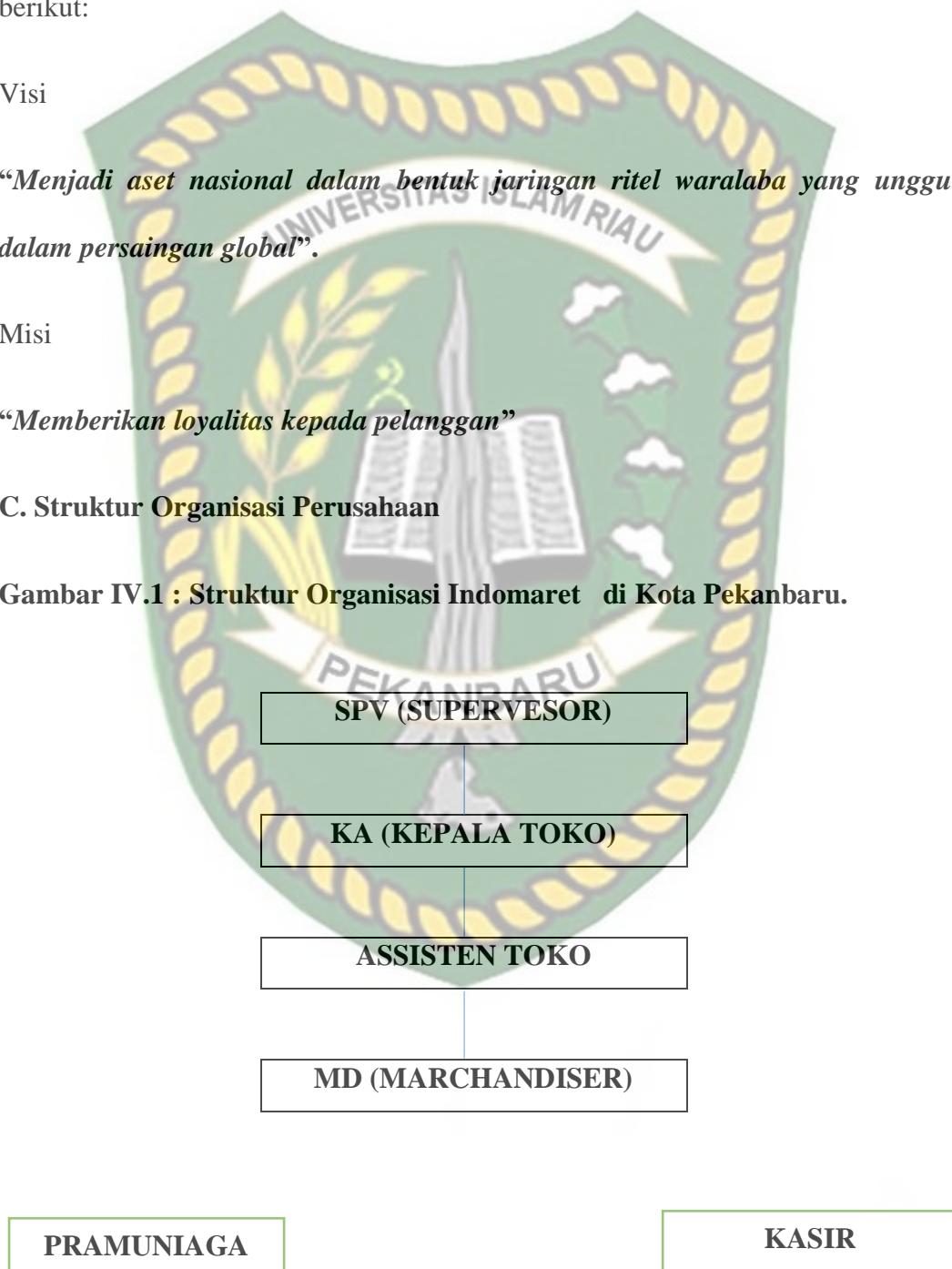
*“Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”.*

Misi

*“Memberikan loyalitas kepada pelanggan”*

## C. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar IV.1 : Struktur Organisasi Indomaret di Kota Pekanbaru.



## D. Tugas dan Fungsi Organisasi

### 1. SPV (SUPERVESOR)

Setiap gerai Indomaret (area) mempunyai supervisor yang ditunjuk untuk menggantikan peran HRD di kantor pusat. Yang berperan untuk mengkoordinir karyawan toko untuk ditempatkan di beberapa gerai indomaret.

### 2. Kepala Toko

Kepala toko ialah sebagai Marketing digerei toko indomaret, dan jobdesc yang dimiliki oleh kepala toko dalam hal ini adalah meningkatkan sales penjualan dengan cara penyebaran brosur super hemat atau promo produk yang ada dengan meminta produk yang sedang promo lebih banyak ke kantor pusat.

### 3. Assisten Kepala Toko

Jobdesnya sendiri di dalam toko ialah mengatur administrasi dan kebutuhan maupun pengeluaran uang dalam toko, hal ini asisten kepala toko bekerja dalam pengerjaan RRAK (Rencana Realisasi Anggaran Kas Toko) yang dikerjakan setiap bulan agar tidak terjadi over budget.

### 4. Kasir dan Pramuniaga

Keduanya sama-sama memiliki peran untuk melayani konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen Variabel Kemitraan (X) dan Kinerja (Y) digunakan agar dapat mengetahui valid atau tidaknya setiap item kuisisioner. Item kuisisioner dapat dinyatakan valid apabila setiap item kuisisioner tersebut pantas digunakan untuk mengukur apa yang semestinya diukur.

Uji Validitas di penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment dengan kesepakatan apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item pernyataan kuisisioner tersebut dinyatakan valid. Cara menghitungnya adalah dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom (df) =  $n-2$ ,  $n$  disini yang dimaksud adalah jumlah sampel yang dijadikan objek penelitian, maka didapatkan hasil sebagai berikut.

$$df = 30 - 2 = 28$$

Jadi dapat diketahui nilai df sebesar 28 dan didapat pula nilai  $r$  tabel sebesar 0,374 yang berada pada 5% taraf signifikan. Uji validitas kuisisioner ini menggunakan bantuan aplikasi software SPSS versi 22 dan didapatkan hasil sebagai berikut.

##### a. Uji Validitas Kemitraan (X)

#### Tabel V.1 : Hasil Uji Validitas Data Kemitraan (X)

Kemitraan (X)				
No	Item	r hitung	r tabel ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
1	X1	0,445	0,374	VALID
2	X2	0,618	0,374	VALID
3	X3	0,760	0,374	VALID
4	X4	0,958	0,374	VALID
5	X5	0,545	0,374	VALID
6	X6	0,596	0,374	VALID
7	X7	0,736	0,374	VALID
8	X8	0,875	0,374	VALID
9	X9	0,658	0,374	VALID

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan olahan data diatas dapat kita ketahui bahwa hasil uji validitas dari masing-masing item kuisioner X1 sampai dengan X9 dinyatakan “valid” karna nilai r hitung dari setiap item kuisioner semuanya lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa semua item kuisioner data variabel Kemitraan validitasnya dinyatakan Valid.

#### b. Uji Validitas Kinerja (Y)

Hasil Uji Validitas Kinerja dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel V.2 : Hasil Uji Validitas Data Kinerja (Y)

Kinerja (Y)				
No	Item	r hitung	r tabel ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
1	X1	0,527	0,374	VALID
2	X2	0,502	0,374	VALID
3	X3	0,870	0,374	VALID
4	X4	0,896	0,374	VALID
5	X5	0,615	0,374	VALID
6	X6	0,669	0,374	VALID



### Sumber: Data Olahan Penelitian,2021

Berdasarkan tabel diatas, maka bisa kita mengerti bahwa hasil uji Validitas pada masing-masing item kuisisioner, dari X1 sampai dengan X6 dinyatakan valid karna nilai  $r$  hitung semuanya lebih besar dari pada  $r$  tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item kuisisioner data variabel kinerja UMKM berdasarkan uji validitas dinyatakan valid dan baik untuk digunakan dalam penelitian ini.

### 2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah indeks yang memperlihatkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. Dengan pengertian yang lainnya, reabilitas digunakan untuk memperlihatkan konsistensi suatu alat pengukur dalam menentukan suatu gejala yang sama. Uji reabilitas data kemitraan dan kinerja UMKM dalam penelitian ini menggunakan aplikasi software SPSS versi 22 yang telah menyediakan pembaharuan untuk mengukur reabilitas dengan statistic *Cronbach Alpha*. Dimana sebuah penelitian dikatakan reliabel atau andal apabila memiliki nilai koefisien *Cronbach alpha* sama atau lebih dari 0,60. Jadi didapatkan hasil pengujian reabilitas sebagai berikut.

Tabel V.3 : Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Jumlah Item Instrumen	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
1.	Kemitraan (X)	9	0,860	0,60	Reliabel
2.	Kinerja (Y)	6	0,770	0,60	Reliabel

Sumber:Data Olahan Penelitian,2021

Dari penjabaran data diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai koefisien alpha untuk variabel kemitraan (X) sebesar  $0,860 >$  dari  $0,60$  dan variabel kinerja (Y) sebesar  $0,770 >$   $0,60$ . Yang berarti bahwa kedua instrumen di penelitian ini bersifat reliabel, karna nilai *Cronbach alpha* dari setiap instrumen lebih dari  $0,60$  yang intinya adalah kedua variabel di penelitian ini bersifat konsisten dan bisa diyakini untuk diteliti.

### B. Identitas Responden

Di bab ini di perlihatkan beberapa hal yang berhubungan dengan Identitas responden dan hasil jawaban kuisioner serta wawancara. Saat melakukan penyebaran kuisioner, wawancara dan kuisioner yang telah diberikan kepada responden, lalu langkah awal yang mesti dipenuhi adalah berupa identitas responden dan yang diwujudkan sebagai responden dalam penelitian ini memiliki jrnjang pendidikan yang berbeda-beda. Identitas responden adalah keterangan yang diperoleh oleh peneliti pada melakukan wawancara dan pengisian kuisioner. Di penelitian ini identitas reponden dilihat dari jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan dan masa kerja.

**Tabel V.4. Klasifikasi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	Laki-Laki	10	33,3
2	Perempuan	20	66,6
	Jumlah	30	100%

**Sumber : Data Olahan Penelitian,2021.**

Dari data tabel diatas bisa kita ketahui responden laki-laki penelitian berjumlah 10 orang, dan untuk responden wanita berjumlah 20 orang. Selanjutnya untuk pengelompokan responden penelitian berikutnya berdasarkan umur bisa diketahui lewat tabel berikut ini :

**Tabel V.5. Klasifikasi Responden Penelitian Berdasarkan Umur.**

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	≤25 tahun	8	26,6
2	25-35 tahun	16	53,3
3	36-45 tahun	6	20
Jumlah		30	100%

**Sumber : Data Olahan Penelitian,2021.**

Dari data tabel diatas bisa kita ketahui responden dengan umur kurang 25 tahun dengan jumlah 8 orang atau berkisar 26,6%, lalu responden umur 25-35 tahun berjumlah 16 orang atau berkisar 53,3%. Dan sisanya berumur 36-45 tahun sebanyak 6 orang atau berkisar 20%. Selanjutnya untuk pengelompokan responden penelitian berdasarkan masa kerja yang mana bisa kita lihat dari tabel berikut ini.

**Tabel V.6 : Klasifikasi Responden Penelitian Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	SMA	20	66,6
2	Diploma	2	6,6
3	Sarjana	8	26,6
Jumlah		30	100%

**Sumber : Data Olahan Penelitian,2021.**

Dari data diatas dapat diketahui jenjang pendidikan terbesar berada pada jenjang SMA dengan jumlah 2 orang atau berkisar 66,6%. Lalu pada tingkat pendidikan Diploma berjumlah 2 orang atau 66,6%, dan Sarjana berjumlah 8 orang atau sekitar 26,6%. Tentunya tingkat pendidikan memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM itu sendiri sehingga dapat meningkatkan kemitraan itu sendiri.

**Tabel V.7 : Klasifikasi Responden Penelitian Berdasarkan Masa Kerja.**

No	Masa Kerja	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	≤ 6 bulan	11	36,6
2	≥ 6 bulan	10	33,3
3	≥ 1 tahun	9	30,3
	Jumlah	30	100%

**Sumber : Data Olahan Penelitian,2021.**

Dari data di atas dapat diketahui masa kerja kurang dari 6 bulan berjumlah 11 responden lebih dari 6 bulan 10 responden dan lebih dari 1 tahun 9 orang.

### **C. Hasil dan Pembahasan Data Variabel Kemitraan (X)**

Analisis data yang peneliti pake untuk mengetahui hasil tanggapan responden terhadap variable-variabel yang digunakan melalui item kuisisioner yang diajukan selanjutnya untuk pengolahan distribusi frekuensi dari masing-masing variabel tersebut dilakukan dengan mengelompokkan skor nilai dari jawaban responden penelitian. Distribusi frekuensi hasil jawaban merupakan tingkat kecendrungan persepsi terhadap variabel-variabel penelitian yaitu Kemitraan.



Untuk Mengetahui Variabel Kemitraan UMKM pada Indomaret di Kota Pekanbaru yang didasarkan pada 3 indikator yaitu Saling Memerlukan, Saling Memperkuat dan Saling Menguntungkan.

### 1. Saling Memerlukan

Kemitraan merupakan jalinan kerjasama usaha yang merupakan strategi bisnis yang dilakukan antara kedua belah pihak atau lebih dengan prinsip Saling Memerlukan, Saling Memperkuat dan Saling Menguntungkan. Pengertian Saling Memerlukan sendiri artinya perusahaan membutuhkan kehadiran dunia usaha guna menciptakan image yang baik dimata Masyarakat, begitu juga UMKM membutuhkan perusahaan besar untuk meningkatkan penjualan. Di bawah ini merupakan Rekapitulasi jawaban responden tentang indikator saling memerlukan.

**Tabel V.8 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Indikator Saling Memerlukan.**

No	Item Penilaian	Saling Memerlukan			Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Citra Perusahaan di masyarakat akan meningkat	13	15	2	71
2	UMKM butuh Mitra Usaha untuk meningkatkan penjualan	7	20	3	64
3	Lokasi/tempat yang strategis	23	4	3	80
Rata-rata		14,3	13	2,6	30
<b>Total Skor</b>					<b>215</b>
<b>Interval Skor</b>					<b>210-270</b>
<b>Kategori</b>					<b>Baik</b>

**Data : Data Olahan Penelitian, 2021**

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item Penilaian pertama tentang Citra Perusahaan di mata masyarakat akan meningkat, dimana responden yang

menyatakan Baik sebanyak 13 orang, cukup Baik 15 orang dan kurang Baik 2 orang dengan total skor sebanyak 71.

Dari item Penilaian kedua, tentang Mitra Usaha, 7 orang menyatakan Baik, 20 orang menyatakan kurang baik dan 3 orang mengatakan kurang baik dengan total skor sebesar 64.

Sedangkan item penilaian ketiga tentang Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia, yang menyatakan baik sebanyak 23 orang, baik 4 orang dan kurang baik 3 orang dan dengan skor 80.

Berdasarkan pada jawaban responden pada tiga item penilaian dalam Indikator Saling Memerlukan maka kita mengetahui total skor secara keseluruhan yaitu 215, angka ini berada pada interval 210-270 dengan kategori Baik, artinya perusahaan indomaret sangat memerlukan kehadiran dunia usaha yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif Indomaret di mata masyarakat, dan juga UMKM sangat memerlukan kemitraan guna meningkatkan hasil penjualannya. Berikut hasil wawancara pada pemilik UMKM pada tanggal 1 Juli 2021 menjelaskan bahwa :

“Memang kami sebagai pelaku UMKM sangat membutuhkan kerja sama dengan Indomaret karna mau bagaimanapun Indomaret itu kan perusahaan besar dan banyak dikunjungi orang jadi kami berharap dari kunjungan pelanggan indomaret itulah kami mendapatkan pembeli.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan dapat kita ketahui bahwa UMKM secara tidak langsung membutuhkan pelanggan indomaret untuk menjual produknya.

## 2. Saling Memperkuat

Kemitraan usaha adalah jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah/besar (Perusahaan Mitra) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan, Saling memperkuat dalam arti baik kelompok mitra maupun perusahaan mitra sama-sama memperhatikan tanggung jawab moral dan etika bisnis, sehingga akan memperkuat kedudukan masing-masing dalam meningkatkan daya saing usahanya. Dibawah ini merukan rekapitulasi jawaban responden tentang indikator saling memperkuat.

**Tabel V.9 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang indikator Saling Memperkuat.**

No	Item Penilaian	Saling Memprkuat			Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	UMKM membutuhkan Pangsa pasar untuk produknya	26	2	2	84
2	Meningkatkan penjualan bagi Indomaret	14	14	2	72
3	Kemudahan tata cara mendaftar mitra Indomaret	19	9	2	77
Rata-rata		19,6	7,3	3	30
<b>Total Skor</b>					<b>233</b>
<b>Interval Skor</b>					<b>210-270</b>
<b>Kategori</b>					<b>Baik</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian,2021



Kesimpulan tabel diatas adalah item penilaian pertama tentang pangsa pasar UMKM, 26 orang menyatakan baik, 2 orang lainnya menyatakan cukup baik dan 2 orang mengatakan kurang baik dengan skor 84.

Sementara untuk item penilaian kedua tentang meningkatkan penjualan bagi indomaret sebanyak 14 orang menyatakan baik, 14 orang lainnya menyatakan cukup baik dan 2 orang mengatakan kurang baik dengan skor 72.

Dan untuk item penilaian terakhir tentang kemudahan tata cara menjadi mitra, 19 orang menyatakan baik 9 orang menyatakan cukup baik dan 2 orang mengatakan kurang baik dengan skor 77.

Berdasarkan hasil dari jawaban dari ketiga item pernyataan tersebut maka didapat total skor keseluruhan 233 dan interval skor 210-270 dengan kategori Baik. Artinya perusahaan Indomaret dan UMKM sudah baik dalam memperkuat hubungan.

Berikut hasil wawancara pada pemilik UMKM pada tanggal 1 Juli 2021 ia menjelaskan bahwa :

“Tata cara mendaftar menjadi mitra indomaret sangatlah mudah kami hanya disuru membawa ktp saat pertama mendaftar saya rasa sangat membantu ya, karna kemudahan sanagatlah penting.

Berdasarkan hasil observasi peneliti kemudahan dalam menjadi mitra menjadi nilai positif karna seperti kita ketahui umkm sangat bergantaung pada pelanggan Indomaret itu yang mana jika semakin cepat akan semakin baik



### 3. Saling Menguntungkan

Kemitraan adalah suatu kebijakan bisnis yang diambil dengan tujuan untuk mempertahankan usahanya atau meningkatkan usahanya biasanya dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan mengedepankan prinsip Saling Memerlukan, Saling Memperkuat dan Saling Menguntungkan. Saling Menguntungkan, yaitu baik kelompok mitra maupun perusahaan mitra memperoleh peningkatan, dan kesinambungan usaha. Dibawah ini merupakan rekapitulasi jawaban responden tentang indikator saling menguntungkan.

**Tabel V.10 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Indikator Saling Menguntungkan.**

No	Item Penilaian	Saling Menguntungkan			Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Produk UMKM meningkat	23	5	2	81
2	Meningkat Citra Perusahaan dimata masyarakat	24	4	2	82
3	Jumlah keuntungan UMKM meningkat	22	7	1	81
	Rata-rata	23	5,3	1,6	30
	<b>Total Skor</b>				<b>224</b>
	<b>Interval Skor</b>				<b>210-270</b>
	<b>Kategori</b>				<b>Baik</b>

**Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021**

Tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan pertama tentang produk umkm, responden yang menyatakan baik sebanyak 23 orang, yang menyatakan cukup baik sebanyak 5 orang dan 2 orang lainnya menyatakan kurang baik dengan total skor 81.

Untuk item pernyataan kedua tentang Citra Perusahaan, yang menyatakan baik 24 orang, cukup baik 4 orang dan kurang baik 2 orang dengan skor 82.

Dan untuk item penilaian terakhir tentang Peningkatan Jumlah keuntungan 22 orang menyatakan baik, 7 orang menyatakan cukup baik dan 1 orang lagi menyatakan kurang baik dengan skor 81.

Dari hasil rekap indikator saling menguntungkan maka didapat total skor keseluruhan yaitu 224, angka ini berada pada interval 210-270 dengan kategori baik, artinya perusahaan Indomaret mendapatkan keuntungan dari segi citra atau image di masyarakat sedangkan bagi UMKM jelas akan meningkatkan jumlah keuntungan.

Berikut hasil wawancara pada pemilik UMKM ibu Trinita yang menjual ES Bubble di jalan paus, wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2021 ia menjelaskan bahwa :

“sejak menyewa teras indomaret alhamdulillah keuntungan meningkat 2 kali dari lipat berbanding terbalik saat belum bergabung dengan indomaret”.

Berdasarkan hasil observasi peneliti menjadi mitra indomaret memberikan peningkatan yang cukup signifikan dari segi keuntungan, tapi ini juga bukan semata-mata karena indomaret melainkan memang kualitas produk yang ditawarkan UMKM memiliki kualitas yang cukup baik.

Dibawah ini merupakan rekapitulasi jawaban responden secara keseluruhan variabel kemitraan dengan indikator Saling Memerlukan, Saling Memperkuat dan Saling Menguntungkan.

Tabel V.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kemitraan

No	Indikator	Skor
1.	Saling Memerlukan	215
2.	Saling Memperkuat	233
3.	Saling Menguntungkan	244
<b>Total Skor</b>		<b>692</b>
<b>Interval Skor</b>		<b>630-810</b>
<b>Kategori</b>		<b>Baik</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Indikator saling memerlukan mendapat nilai skor 215, Saling Memperkuat 233 dan Saling Menguntungkan 244 dengan Total Skor sebesar 692, serta Interval Skor berada di antara 630-810, dan untuk Kategorinya masuk kedalam kategori baik.

#### D. Hasil dan Pembahasan Data Variabel Kinerja

Untuk Mengetahui Variabel Kinerja UMKM pada Indomaret di Kota Pekanbaru yang didasarkan pada 3 indikator yaitu Volume Penjualan, Pertumbuhan Penjualan dan Porsi pasar.

##### 1. Volume Penjualan

Kinerja pemasaran ialah ukuran prestasi yang diperoleh dari proses aktifitas pemasaran secara merata. Volume Penjualan, yaitu volume ataupun jumlah penjualan yang sukses dicapai oleh pengusaha dalam kurun waktu tertentu. Dibawah ini adalah rekapitulasi jawaban responden tentang indikator volume penjualan.

**Tabel V.12 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Indikator Volume Penjualan.**

No	Item Penilaian	Volume Penjualan			Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Omset Penjualan	13	17	0	73
2	Peningkatan Omset Penjualan	13	15	2	71
	Rata-rata	13	16	1	30
	<b>Total Skor</b>				<b>144</b>
	<b>Interval Skor</b>				<b>140-180</b>
	<b>Kategori</b>				<b>Baiik</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan pertama tentang Omset penjualan, responden yang menyatakan baik sebanyak 13 orang, cukup baik 7 orang dan kurang baik 0 orang dengan skor 73.

Untuk item penilaian kedua tentang Peningkatan Omset penjualan, yang menyatakan baik sebanyak 13 orang, cukup baik 17 orang dan kurang baik 2 orang dengan skor 71 orang.

Berdasarkan pada kedua item pernyataan diatas maka total skor secara keseluruhan yaitu 144 dan interval skor 140-180 dengan kategori baik, artinya jelas terdapat peningkatan jumlah penjualan produk UMKM secara keseluruhan setelah UMKM menjadi mitra indomaret.

Berikut hasil wawancara pada pemilik UMKM bapak Anto yang menjual Ayam Goreng Tepung di jalan paus, wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2021 ia menjelaskan bahwa :



“Sejauh ini saya terus berusaha dalam meningkatkan Volume penjualan, selain menjaga kualitas dari produk yang dijual kami juga berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan Alhamdulillah dalam waktu tiga bulan ini ada peningkatan volume penjualan walaupun ditengah pandemi, peningkatan tidak terlalu besar tapi saya berharap peningkatan terus terjadi seiring dengan membaiknya kondisi pandemic di Indonesia khususnya di Riau”

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan ada peningkatan volume penjualan walaupun terkendala pandemi covid 19, tapi UMKM tersebut masih mampu bertahan dengan baik.

## 2. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun ataupun dari waktu ke waktu. Industri yang mempunyai tingkatan perkembangan penjualan yang besar hendak memerlukan lebih banyak investasi pada bermacam elemen asset, baik aset tetap maupun aset lancar. Dibawah ini merupakan rekapitulasi jawaban responden indikator pertumbuhan penjualan.

**Tabel V.13 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang indikator Pertumbuhan Penjualan.**

No	Item Penilaian	Pertumbuhan Penjualan			Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Peningkatan Penjualan	24	3	3	81
2	Modal	25	3	2	83
	Rata-rata	24,5	3	2,5	30
	<b>Total Skor</b>				<b>164</b>
	<b>Interval Skor</b>				<b>140-180</b>
	<b>Kategori</b>				<b>Baik</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan pertama tentang Peningkatan Penjualan responden yang menyatakan baik sebanyak 24 orang, cukup baik 3 orang dan kurang baik 3 orang dengan skor 81.

Untuk item penilaian kedua tentang Modal, yang menyatakan baik sebanyak 25 orang, cukup baik 3 orang dan kurang baik 2 orang dengan skor 83 orang.

Berdasarkan pada kedua item pernyataan diatas maka total skor secara keseluruhan yaitu 164 dan interval skor 140-180 dengan kategori Baik, artinya terdapat peningkatan jumlah penjualan dari waktu ke waktu yang mana itu merupakan satu hal yang sangat positif karna tujuan kemitraan hakikatnya adalah mendapatkan keuntungan.

Berikut hasil wawancara pada pemilik UMKM pada tanggal 1 Juli 2021 ia menjelaskan bahwa :

“Sudah 3 bulan ia menyewa teras indomaret di jalan Arifin Ahmad dengan berjualan bakso, dan dalam kurun waktu tersebut ia terus mengalami peningkatan penjualan dari bulan ke bulan”.

Dari hasil observasi penulis selain kemitraan masih banyak faktor-faktor lainnya yang berperan meningkatkan pertumbuhan penjualan seperti promosi, kondisi pasar dan lain sebagainya.

### 3. Porsi Pasar

Porsi pasar adalah semakin tinggi penjualan mengindikasikan semakin banyak produk yang dijual oleh seorang pengusaha, sedangkan porsi pasar

menunjukkan seberapa besar kontribusi produk yang ditangani dapat menguasai pasar untuk produk yang sejenis dibanding dengan pesaing lainnya. Dibawah ini merupakan rekapitulasi jawaban responden tentang indikator porsi pasar.

**Tabel V.14 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Indikator Porsi Pasar.**

No	Item Penilaian	Porsi pasar			Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Jumlah Produk	23	5	2	81
2	Aset	18	11	1	77
	Rata-rata	20,5	8	1,5	30
		<b>Total Skor</b>			<b>158</b>
		<b>Interval Skor</b>			<b>140-180</b>
		<b>Kategori</b>			<b>Baik</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan pertama tentang Jumlah Produk, responden yang menyatakan baik sebanyak 23, cukup baik 5 orang dan kurang baik 2 orang dengan skor 81.

Untuk item penilaian kedua tentang Aset, yang menyatakan baik sebanyak 18 orang, cukup baik 11 orang dan kurang baik 1 orang dengan skor 77 orang.

Berdasarkan pada kedua item pernyataan diatas maka total skor secara keseluruhan yaitu 158 dan interval skor 140-180 dengan kategori Baik, artinya menjalin kemitraan dengan perusahaan Indomaret jelas akan meningkatkan pangsa pasar yang luas bagi UMKM hal ini sejalan dengan tujuan kemitraan itu sendiri yaitu memberikan kesejahteraan bagi kedua belah pihak.

Berikut hasil wawancara pada pemilik UMKM pada tanggal 1 Juli 2021 ia menjelaskan bahwa :

“Sejauh ini kami terus berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar terutama di lingkungan indomaret, sejak menyewa teras di indomaret kami tidak perlu melakukan banyak hal yang berhubungan dengan kegiatan promosi kepada khalayak karna jumlah pengunjung indomaret yang banyak membuat semacam promosi gratis bagi UMKM”.

Berdasarkan observasi peneliti memang pengunjung indomaret adalah pangsa pasar terbesar bagi UMKM hal inilah yang memberikan keuntungan bagi mitra indomaret itu sendiri.

Dibawah ini merupakan rekapitulasi jawaban responden secara keseluruhan variabel Kinerja, dengan cara dilakukan penggabungan dari kesemua indikator kinerja yaitu Volume Penjualan, Pertumbuhan Penjualan dan Porsi Pasar.

**Tabel V.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kinerja**

No	Indikator	Skor
1.	Volume Penjualan	144
2.	Pertumbuhan Penjualan	164
3.	Porsi pasar	158
<b>Total Skor</b>		<b>466</b>
<b>Interval Skor</b>		<b>420-540</b>
<b>Kategori</b>		<b>Baik</b>

**Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021**

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa Indikator Volumen Penjualan mendapatkan Skor 144, Pertumbuhan Penjualan 164 dan Porsi Pasar mendapat skor 158, untuk Total Skor keseluruhannya sendiri adalah 466 serta Interval Skor



berada pada antara angka 420-540 dan untuk Kategorinya sendiri masuk kedalam kategori Baik.

#### E. Pengaruh Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemitraan terhadap kinerja UMKM di kota pekanbaru, maka dilakukan pengujian sebagai berikut:

##### 1. Regresi Linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (Kemitraan) terhadap variabel terikat (Kinerja). Pengukuran ini menggunakan software SPSS versi 22 dengan tabel sebagai berikut.

**Tabel V.16 : Regresi Linier Sederhana**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,260	1,673		1,949	,061
	Kemitraan	,531	,072	,814	7,407	,000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan uraian data diatas maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut.

$$Y = 3,260 + 0,531 X$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut.

- a. Konstanta sebesar 3,260 artinya yaitu jika variabel bebas X (Kemitraan) bernilai tetap atau konstan maka variabel terikat Y (Kinerja) bernilai sebesar 3,260 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel X (Kemitraan) sebesar 0,531 berarti bahwa jika variabel kemitraan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka kinerja akan mengalami peningkatan sebesar 0,531.

## 2. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah angka yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel kinerja (Y) dipengaruhi oleh variable Kemitraan (X). Nilai koefisien determinasi atau R Square (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variable bebas (Kemitraan) terhadap variable terikat (Kinerja), apabila R<sup>2</sup> semakin mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variable bebas (Kemitraan) terhadap variable terikat (Kinerja). Apabila R<sup>2</sup> mendekati 0 menunjukkan semakin melemahnya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Dari hasil pengolahan dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel V.17 : Uji Koefisien Determinasi**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 <sup>a</sup>	,662	650	1,42173

a. Predictors: (Constant), Kemitraan

**Sumber : Data Olahan Penelitian,2021**

Koefisien korelasi variabel kemitraan dengan kinerja sebesar 0,814 atau 81,4% bertanda positif. Maka angka ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara variabel kemitraan terhadap kinerja UMKM di Kota Pekanbaru berada pada kategori Sangat Kuat.

Untuk dapat memberikan interpretasi keeratan hubungan tersebut, maka dapat dilihat data variabel rank/ koefisien berikut:

**Tabel V. 18 : Interpretasi Keeratan Hubungan Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0	Tidak ada hubungan pengaruh
0,00 - 0,20	Pengaruh sangat lemah
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Sedang
0,61 – 0,80	Kuat
0,81 – 0,99	Sangat kuat

*Sumber : J.Supranto, Statistik Dan Aplikasi*

Kemudian nilai ini dapat dibuktikan dari nilai Koefisien determinasi R Square ( $R^2$ ) menunjukkan hasil sebesar 0,662 atau 66,2% dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Kemitraan (X) terhadap Kinerja (Y) sebesar 66,2% dan sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis ( Uji t )

Uji ditujukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dan juga untuk mengetahui variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan untuk menguji statistik t hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti secara parsial ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- b. Apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

**Tabel V.19 : Hasil Perhitungan Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,260	1,673		1,949	,061
	Kemitraan	,531	,072	,814	7,407	,000

a. Dependent Variable: Kinerja

Uji t ini dilakukan dengan membandingkan  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  pada signifikansi 5% ( $\alpha=0,05$ ).  $t\text{-tabel} = \alpha/2 : n-k-1$

$$= 0,05/2 : 30-1-1$$

$$= 2,048$$

Maka diketahui  $t\text{-tabel} = 2,048$  dari output spss pada tabel diatas maka dapat diambil kesimpulan:

$t\text{-hitung} 3,168 > 2,048$ , maka terdapat pengaruh variabel kemitraan terhadap kinerja.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan : “Di duga terdapat pengaruh yang positif Kemitraan Indomaret Terhadap Kinerja UMKM” adalah benar dan dapat dibuktikan dengan analisis statistik.



Penelitian ini mendukung penelitian Olivia mega Christy dengan judul pengaruh kemitraan dan kompensasi terhadap kinerja agen dan sub agen mitra penjualan pada PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk di Semarang.

Berdasarkan hasil uji statistik diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang ritel. Bagi UMKM sendiri sangat penting untuk menjalin mitra dengan Indomaret agar dapat meningkatkan kinerjanya dengan menerapkan prinsip Saling memerlukan, Saling memperkuat dan Saling menguntungkan. Hal ini dihitung melalui  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  maka instrument dikatakan valid. R tabel product moment untuk  $df : (N-2) = 30-2 = 28$  untuk alpha 5% adalah 0,05.

Dan dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa kemitraan yang meliputi: saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Hal ini menandakan bahwasannya kemitraan ini mampu meningkatkan tingkat kinerja UMKM dari periode sekarang hingga periode yang akan datang.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari analisis tentang pengaruh kemitraan terhadap kinerja UMKM di kota pekanbaru dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Dari hasil analisis deskriptif tentang Variabel Kemitraan dengan Indikator Saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan maka dapat ditarik kesimpulan responden menyatakan Baik hal ini berarti dalam pelaksanaan kemitraan itu sendiri sudah berjalan cukup baik hanya masih banyak faktor-faktor lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini yang menyebabkan masih sedikitnya jumlah UMKM yang menjadi mitra Indomaret itu sendiri.
2. Dari hasil analisis Variabel Kinerja dengan Indikator Volume penjualan, Pertumbuhan penjualan dan Porsi pasar, responden menyatakan Baik hal ini berarti UMKM sudah sangat merasakan dampak yang positif saat menjadi mitra indomaret tinggal saja UMKM bagaimana UMKM itu mampu mempertahankan kualitas produk dll, sehingga keberlangsungan kemitraan terus terjaga hingga waktu yang lama.
3. Dari Uji statistik bahwa variabel kemitraan berpengaruh terhadap variabel kinerja, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel Kinerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kemitraan. Ini berarti menunjukkan dengan ada kemitraan dapat meningkatkan kinerja menjadi lebih baik lagi.

## B. Saran

Adapun saran yang peneliti bisa berikan dan bisa menjadi sebuah masukan bagi Indomaret dan UMKM di Kota Pekanbaru yaitu,

Saran pertama sebaiknya Perusahaan Indomaret memberikan bimbingan secara berkala terhadap mitra UMKM agar UMKM bisa meningkatkan kualitas produk dan dapat bersaing di pasar, dan saran yang kedua sebaiknya Indomaret lebih bisa menyesuaikan Harga sewa sesuai dengan tingkat kesetategisan lokasi tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Yuda, 2018. *Pengaruh Kemitraan Koperasi Mandiri Jaya Terhadap Pendapatan Anggota Pada PT Patiware Kabupaten Bengkayang*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, halaman 9.
- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Aristiyo, Roro, 2017. *Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kemitraan*. Manajement Analylisis Journal, halaman 40.
- Azizah, Umi, 2017. *Pengaruh kemitraan dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing*. Management Analisis Journal, halaman 210.
- Christy, M. R. O. Mega dan Prabawani B, 2015. *Pengaruh Kemitraan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Agen Dan Sub Agen Mitra Penjualan PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk Di Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 4, halaman 6.
- Christy, MVI Ron Olivia Mega, 2015. *Pengaruh Kemitraan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Agen dan Sub Agen Mitra Penjualan PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk di Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, halaman 7.
- Chrisyanti, Irra, 2011. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta, Prestasi Pustaka.



- Dewinta, Sheila Mutiara, 2016. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Mengindra Pasar dan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Batik di Kota Pekalongan*. Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro, halaman 8.
- Fanani, Ahmad, 2015. *Pengaruh kemitraan terhadap risiko usaha tani tembakau di kabupaten Bojonegoro Jawa Timur*. Jurnal Manajemen dan Agribisnis, halaman 198.
- Firdaus, Gusty Muhammad Fery, 2018. *Pembinaan UMKM Oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangkaraya*. Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya. Halaman 56.
- Ghassani, N, 2015. *Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Dengan UMKM Kabupaten Gresik)* (Doctoral dissertetation, Universitas Airlangga).
- Ghazali, Imam, 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang, Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- Hery, 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Grasindo.
- Ibrahim, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta
- Imran, Fahmi, 2019. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung, Alfabeta.
- Malayu, S.P. Hasibuan, 2014. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta, Bumi Aksara.

- Marnelly, T. Romi, 2012. *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktik di Indonesia*. Jurnal Academia, halaman 51.
- Nazir, Moh, 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Pasolong, Harbani, 2017. *Teori Administrasi Publik*. Bandung, Alfabeta.
- Qomariah, Nur, 2016. *Pengaruh program Kemitraan, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan UMKM di Kecamatan Bangil*. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Volume 16, halaman 150.
- Rahmatullah, 2012. *Model Kemitraan Pemerintah dengan Perusahaan dalam Mengelola CSR: Studi Kasus di Kota Cilegon*. Sosio Informa, Volume 17, halaman 40.
- Rina, Agustinus, 2011. *Sistem Kemitraan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)-Usaha Besar dengan Pemodelan Archetype*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sarwono, Wiji, 2016. *Organisasi Informasi Perpustakaan*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RnD*. Bandung, Alfabeta.
- Sujatmiko, Ari, 2012. *Program Kemitraan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Perusahaan Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*. Universitas Indonesia. Depok

Sulistiyani, Ambar T, 2017. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta, Gava Media.

Suparyanto, dan Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor, In Media.

Supranto, J, 2017. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta, Erlangga.

Syafitri, Ade, 2012. *Pelaksanaan pembinaan UMKM dalam program kemitraan sebagai wujud tanggung jawab social perusahaan : Studi kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Drive II Jakarta-Banten*.

Wedayanti, Made F, 2018. *Manajemen Corpotare Sosial Responsibility*. Pekanbaru, Marpoyan Tujuh Publishing.

Dokumen-Dokumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014, *Perdagangan*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014, *Perdagangan*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.