

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN INTERNAL TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KIOS DI
KECAMATAN ROTE SELATAN KABUPATEN ROTE NDAO**

Eflin Susana Sanu, S.Si., M.M
Email : susanaeflinsanu@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios di Kecamatan Rote Selatan merupakan sektor usaha yang berperan penting dalam mendorong perekonomian lokal. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa masih banyak kios menghadapi hambatan dalam mengembangkan usahanya, baik dari aspek manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia, keterbatasan modal, maupun strategi pemasaran. Kondisi ini menyebabkan pertumbuhan usaha, pendapatan, belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor lingkungan internal terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios di Kecamatan Rote Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian terdiri dari 50 pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios, dan sampel sebanyak 44 responden ditentukan menggunakan rumus Slovin. Variabel independen meliputi manajemen usaha, sumber daya manusia, modal usaha, dan strategi pemasaran, sedangkan variabel dependen adalah keberhasilan UMKM kios yang diukur melalui pertumbuhan pendapatan, dan ekspansi usaha,. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios. Secara simultan, faktor lingkungan internal juga berpengaruh signifikan dengan nilai $p\text{-sig} = 0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,626 menunjukkan bahwa faktor lingkungan internal memberikan kontribusi sebesar 62,60% terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios, sedangkan 37,40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Faktor lingkungan internal, keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios, Kecamatan Rote Selatan.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) kiosks in Rote Selatan District play an important role in driving the local economy. However, observations show that many kiosks still face obstacles in developing their businesses, both in terms of business management, human resource quality, limited capital, and marketing strategies. These conditions have led to suboptimal business growth and income. This study aims to determine the influence of internal environmental factors on the success of MSME kiosks in Rote Selatan District, both partially and simultaneously. This research uses a quantitative method with an associative approach. The study population consists of 50 MSME kiosk owners, with a sample of 44 respondents determined using the Slovin formula. The independent variables include business management, human resources, business capital, and marketing strategy, while the dependent variable is the success of MSME kiosks, measured through income growth and business expansion. Data were collected through questionnaires, interviews, and documentation, and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results show that partially, the four independent variables have a significant effect on the success of MSME kiosks. Simultaneously, internal environmental factors also have a significant influence, with a p-value of

0.000 < 0.05. The Adjusted R Square value of 0.626 indicates that internal environmental factors contribute 62.60% to the success of MSME kiosks, while the remaining 37.40% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: *Internal environmental factors, success of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) kiosks, Rote Selatan District.*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kios di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam lima tahun terakhir. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios yang umumnya bergerak di bidang perdagangan kebutuhan pokok, layanan pulsa, dan pembayaran digital kini semakin menjamur, tidak hanya di kota kabupaten tetapi juga menjangkau wilayah-wilayah kecamatan dan desa. Perkembangan ini dipicu oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses barang dan jasa secara cepat dan terjangkau. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur melalui Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah, dan Perdagangan telah menggulirkan berbagai program pelatihan manajemen usaha, pendampingan, dan akses permodalan, termasuk bantuan usaha mikro pasca-pandemi. Selain itu, penetrasi teknologi digital serta peningkatan konektivitas internet membuka peluang baru bagi pelaku kios untuk mengadopsi sistem pembayaran elektronik, pemasaran online, dan layanan berbasis aplikasi, sehingga memperluas jangkauan dan efisiensi operasional usaha mereka. Kios merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang umum dijumpai. Kios-kios ini melayani kebutuhan pokok masyarakat, menjadi pusat distribusi barang harian, dan turut menggerakkan perekonomian lokal. keberadaan kios memberikan kontribusi nyata terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat sehari-hari serta menjadi sumber penghidupan utama bagi banyak keluarga. Yustika (2006) UMKM kios

merupakan salah satu bentuk Usaha Mikro Kecil Menengah yang berkembang di sektor informal, biasanya berbasis kebutuhan pasar lokal dan dijalankan secara mandiri oleh pelaku usaha kecil.

Perkembangan usaha kios di Kabupaten Rote Ndao, sebagai bagian dari Provinsi Nusa Tenggara Timur, menunjukkan dinamika yang cukup positif dari waktu ke waktu. Rote Ndao merupakan kabupaten kepulauan yang memiliki berbagai potensi ekonomi perdagangan. Usaha kios di wilayah ini tumbuh sebagai bentuk adaptasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan harian sekaligus mencari penghidupan. Menurut data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Rote Ndao, jumlah usaha kios yang terdaftar dan aktif terus mengalami peningkatan setiap tahun. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin menyadari pentingnya usaha mandiri dalam mendukung kesejahteraan keluarga dan komunitas. Namun demikian, perkembangan Usaha kios di Rote Ndao masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti minimnya pelatihan dan pendampingan usaha, keterbatasan permodalan, serta kurangnya inovasi dalam pengelolaan usaha yang menyebabkan sebagian kios sulit untuk berkembang secara berkelanjutan.

Salah satu kecamatan yang menjadi sorotan dalam pengembangan Usaha kios adalah Kecamatan Rote Selatan. Wilayah ini memiliki jumlah kios yang cukup besar dan tersebar di berbagai desa seperti Daleholu, nggelodae, inaoe, pilasue,

lenguselu, Teboleh dan. Dodaek. Keberadaan kios-kios ini sangat penting bagi aktivitas ekonomi masyarakat karena menjadi pusat distribusi barang kebutuhan pokok. Kondisi geografis yang cukup strategis, dekat dengan pusat pemerintahan dan pasar rakyat, memberikan potensi besar bagi pengembangan Usaha kios di wilayah ini. Namun, meskipun memiliki potensi tersebut, kenyataannya tidak semua Usaha kios di Kecamatan Rote Selatan dapat dikategorikan berhasil. Sebagian masih mengalami kendala serupa dengan Usaha di daerah lain, terutama dalam aspek pengelolaan internal usaha.

Faktor lingkungan internal yang paling dominan memengaruhi keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios di Kecamatan Rote Selatan dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, pengelolaan modal yang kurang efisien, di mana modal usaha digunakan tanpa perencanaan yang jelas. Kedua, pengelolaan Sumber Daya Manusia yang cenderung informal dan berbasis keluarga, sehingga tidak ada pembagian tugas dan tanggung jawab yang profesional. Ketiga, lemahnya strategi pemasaran, terutama dalam memanfaatkan media digital atau promosi sederhana, membuat usaha sulit bersaing dengan toko modern yang mulai bermunculan. Keempat, pengelolaan usaha yang belum terdokumentasi dengan baik, seperti pencatatan transaksi harian dan evaluasi kinerja usaha secara berkala, menjadikan pengusaha kios tidak memiliki data untuk merancang pengembangan usaha. Wheelen dan Hunger (2012) Faktor lingkungan internal adalah kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan strategis organisasi.

Selain faktor-faktor tersebut, kendala-kendala lain yang juga turut memengaruhi keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios di

Kecamatan Rote Selatan mencakup rendahnya kemampuan adaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar, lemahnya inovasi produk, serta minimnya jaringan kemitraan. Beberapa pelaku Usaha kios masih mengandalkan satu jenis pemasok barang dan tidak memiliki cadangan alternatif jika terjadi gangguan distribusi. Ketergantungan pada pelanggan tetap tanpa upaya memperluas pangsa pasar juga menjadi tantangan tersendiri. Di sisi lain, kurangnya pelatihan atau bimbingan teknis dari pemerintah maupun lembaga pendukung juga membuat para pelaku usaha berjalan sendiri tanpa arahan yang jelas. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu analisis yang mendalam untuk mengetahui sejauh mana faktor lingkungan internal berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios, khususnya di Kecamatan Rote Selatan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah faktor-faktor lingkungan internal berpengaruh Terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios di kecamatan Rote selatan dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Apa saja faktor-faktor lingkungan internal berpengaruh Terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kios di kecamatan Rote selatan.

Penelitian ini berkontribusi bagi:

- a. Bagi Pelaku Usaha Kios
Memberikan pemahaman tentang pentingnya pengelolaan faktor-faktor internal seperti manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia, modal, dan strategi pemasaran dalam meningkatkan keberhasilan usaha mereka.
- b. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait
Sebagai bahan masukan dalam merancang program pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah, khususnya dalam

penguatan kapasitas internal pelaku usaha, seperti pelatihan manajerial, akses permodalan, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lokal.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan referensi dan data awal untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah, baik dalam konteks internal maupun eksternal, serta memperluas wilayah atau pendekatan penelitian

Nilai tertinggi : $5/5 \times 100$
% = 100

Nilai terendah : $1/5 \times 100$
% = 20

Jumlah kelas : 5 kategori

$$R = \frac{100 - 20}{5}$$

$$R = \frac{80}{5}$$

$$R = 16$$

Metodologi Penelitian

1. Kuesioner:

Instrumen utama berupa angket tertutup dengan skala Likert yang disusun berdasarkan indikator tiap variabel.

2. Wawancara:

Dilakukan kepada beberapa responden secara informal untuk memperkuat pemahaman terhadap jawaban kuesioner.

3. Dokumentasi:

Digunakan untuk mendukung data lokasi usaha dan kondisi lapangan.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ditujukan untuk mentabulasi data penelitian dalam bentuk tabel distribusi frekwensi. Formulasi yang dapat digunakan menurut Levis (2013:109) sebagai berikut:

$$R = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Jumlah kelas data yang digunakan adalah lima kelas dengan formulasi sebagai berikut :

Analisis Inferensial

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Pengujian validitas instrumen menggunakan koefisien Korelasi *Product Moment Pearson* menurut Sugiyono (2011:213) sebagai berikut:

r_{XY} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$$r_{XY} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan masing-masing item

Y = total skor

n = jumlah responden

Jika koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka pertanyaan penelitian digolongkan valid, sedangkan jika koefisien korelasi lebih kecil 0,30 maka pertanyaan penelitian tidak valid.

Pembahasan

1. Pengaruh Faktor Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap

Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kios

Membangun usaha produktif termasuk pengelolaan usaha Kios merupakan jenis usaha produktif yang diusahakan masyarakat di Kecamatan Rote Selatan. Usaha akan semakin berkembang jika didukung oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan kewirausahaan untuk mengembangkan usaha yang dimiliki. Sumber daya manusia yang berkualitas tidak hanya diukur sebatas kemampuan intelektual yang bersifat teoritis, tetapi kemampuan menerapkan ilmu pengetahuan dalam berusaha itulah yang diharapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia yang dimiliki Usaha Kios di Kecamatan Rote Selatan rata-rata masih terbatas dari sisi pengetahuan akademik karena jenjang pendidikan formal yang masih rendah, akan tetapi jiwa kewirausahaan yang dibutuhkan dalam pengelolaan usaha sebagai unsur sumber daya manusia yang ternyata terbukti berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha Kios

Hasil analisis regresi dengan nilai koefisien regresi $b_{1X1} = 4,130$ mengandung arti bahwa jika manajemen sumber daya manusia mengalami peningkatan 1 % dari kondisi sebelumnya dengan asumsi manajemen usaha, modal usaha dan strategi pemasaran tidak mengalami perubahan, maka nilai keberhasilan usaha Kios akan meningkat sebesar Rp.4.130. Hasil analisis ini membuktikan bahwa sumber daya manusia yang berkualitas sebagai salah satu faktor internal yang dimiliki usaha Kios di Kecamatan Rote Tengah dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kios.

2. Pengaruh Faktor Manajemen Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kios

Salah satu faktor lingkungan internal yang ikut mempengaruhi perkembangan usaha UMKM Kios adalah penerapan manajemen usaha yang sehat. Manajemen usaha yang sehat ditandai dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen dalam usaha baik menyusun perencanaan pembelanjaan barang dagangan, mengadministrasikan semua transaksi keuangan secara tertib dan teratur, menyusun laporan keuangan usaha untuk bisa diketahui perkembangan modal yang diinvestasikan. Pemilik UMKM Kios yang mampu menerapkan manajemen usaha yang baik maka usaha yang dikelolanya juga akan semakin berkembang.

Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor manajemen usaha terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan artinya dengan penerapan manajemen usaha yang sehat, maka keberhasilan usaha UMKM Kios juga semakin berkembang baik diukur dari perkembangan pendapatannya, modalnya maupun keuntungan serta skala usaha dengan jumlah dan jenis barang dagangan yang semakin bervariasi.

Hasil analisis regresi dengan nilai koefisien regresi $b_{2X2} = 3,260$ mengandung arti bahwa jika manajemen usaha mengalami peningkatan 1 % dari kondisi sebelumnya dengan asumsi manajemen sumber daya manusia, modal usaha dan strategi pemasaran tidak mengalami perubahan, maka nilai keberhasilan usaha UMKM Kios akan meningkat sebesar Rp.3,260. Hal ini membuktikan bahwa UMKS Kios akan terus berkembang jikalau dikelola dengan menerapkan manajemen usaha yang sehat.

3. Pengaruh Faktor Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kios

Untuk membiayai usaha yang dikelola, maka setiap pemilik UMKM Kios harus menginvestasikan sejumlah modal ke dalam usahanya baik dalam bentuk modal kerja maupun modal tetap. Modal kerja digunakan untuk membelanjai barang dagangan yang akan dijual kembali dan pembiayaan operasional lainnya, sedangkan modal tetap digunakan untuk membelanjai aktiva tetap baik berupa pembangunan bangunan kios, pembelian etalase dan inventaris lainnya yang mendukung. Modal yang digunakan harus selalu berputar dengan cepat menghasilkan menghasilkan pendapatan sehingga dengan pendapatan yang semakin besar yang berdampak pada laba yang semakin besar pula dicadangkan sebagai tambahan modal kerja setiap tahunnya sehingga keberhasilan usaha dapat diketahui secara jelas dai modal yang diinvestasikan

Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor modal berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan artinya dengan semakin besar modal yang digunakan dan berputar dengan cepat maka usaha yang dikelola juga akan semakin berkembang. Dalam Dalam analisis regresi dengan nilai koefisien regresi $b_{3X3} = 5,234$ mengandung arti bahwa jika modal usaha mengalami peningkatan 1 % dari kondisi sebelumnya dengan asumsi manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha dan strategi pemasaran tidak mengalami perubahan, maka nilai keberhasilan usaha UMKM Kios akan meningkat sebesar Rp.5,234. Hal ini dengan jelas menggambarkan bahwa faktor internal modal ternyata memiliki dampak yang paling besar terhadap keberhasilan UMKM di Kecamatan Rote Selatan. Oleh karena itu setiap pemilik UMKM Kios perlu mencari sumber penawaran modal yang menguntungkan untuk mengembangkan usaha dengan skala usaha yang lebih besar sehingga bisa bersaing.

4. Pengaruh Faktor Strategi Pemasaran Terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kios

Untuk mengembangkan usaha yang dikelola agar ters berkembang menjadi usaha yang berskala lebih besar, maka dibutuhkan kemampuan strategi yang tepat. Penerapan strategi dalam pengembangan usaha kios minimal melalui bauran pemasaran baik produk, harga, tempat maupun promosi. Kemampuan pemilik UMKM Kios yang mampu menerapkan strategi penentuan dan pemilihan jenis produk, strategi penentuan harga harga jual yang kompetitif dengan memilih lokasi usaha yang strategis yang didukung dengan promosi yang efektif dan gencar, maka perkembangan usaha yang dikelola akan samaik baik.

Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor strategi pemasaran merupakan faktor internal yang berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM di Kecamatan Rote Selatan artinya dengan semakin efektif penerapan strategi pemasaran, maka semakin berkembang usaha kios yang dikelola. Hasil analisis regresi dengan nilai koefisien regresi $b_{4X4} = 2,111$ mengandung arti bahwa jika strategi pemasaran mengalami peningkatan 1 % dari kondisi sebelumnya dengan asumsi manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha dan modal usaha tidak mengalami perubahan, maka nilai keberhasilan usaha UMKM Kios akan meningkat sebesar Rp.2,111. Kondisi ini menggambarkan bahwa agar UMKM Kios bisa berkembang dengan baik, maka diperlukan penerapan manajemen pemasaran yang efektif.

5. Faktor-Faktor Lingkungan Internal Secara Simultan Terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kios

Faktor lingkungan internal yang diteliti pengaruhnya terhadap

perkembangan usaha UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan adalah faktor manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha, modal dan strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pelaku usaha memiliki faktor-faktor tersebut hanya dalam penerapannya untuk setiap UMKM berbeda-beda efektifitasnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor lingkungan internal tersebut terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perkembangan usaha UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan artinya dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas didukung oleh penerapan manajemen usaha yang sehat, modal usaha yang semakin besar serta strategi pemasaran yang semakin efektif, maka usaha UMKM Kios juga semakin berkembang dan berhasil.

Model persamaan regresi linear berganda yang dibentuk dalam penelitian ini untuk mengestimasi keberhasilan usaha UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan sebagai akibat dari pengaruh faktor lingkungan internal yang meliputi manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha, modal usaha dan strategi pemasaran yang didasarkan atas nilai koefisien regresi adalah : $Y = 24,597 + 4,130X_1 + 3,260X_2 + 5,234X_3 + 2,111X_4$. Persamaan regresi linear berganda tersebut mengandung arti bahwa jika faktor lingkungan internal yang meliputi manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha, modal usaha dan strategi pemasaran mengalami

Peningkatan secara simultan sebesar 1 % saja dari kondisi sebelumnya, maka nilai keberhasilan usaha UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan akan meningkat pula sebesar Rp.14,735 dengan kontribusi terbesar pada faktor modal usaha dan yang terkecil pada faktor strategi pemasaran.

Dalam analisis koefisien determinasi dengan nilai koefisien *Adjusted R Square* = 0,626 mengandung arti bahwa faktor lingkungan internal yang

meliputi manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha, modal usaha dan strategi pemasaran memberikan kontribusi 62,60 % terhadap keberhasilan usaha UMKM Kios di Kecamatan Rote Selatan, sedangkan 37,40 % diabaikan atau dikontribusikan oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti harga jual, pelanggan tetap, minat konsumen, persediaan barang dagangan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor internal berupa sumber daya manusia terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kios yang dibuktikan dengan nilai $p.sig = 0,000$ yang lebih kecil dari tingkat kesalahan pada alfa 0,05 dengan $t.hitung = 8,419$ yang lebih besar dari $t.tabel$ sehingga hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya artinya dengan semakin tinggi kualitas sumber daya manusia, maka UMKM Kios yang dikelola semakin berhasil.
2. Faktor internal berupa Manajemen Usaha terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM yang dibuktikan dengan nilai $p.sig = 0,009$ yang lebih kecil dari tingkat kesalahan pada alfa 0,05 dengan $t.hitung = 11,429$ yang lebih besar dari $t.tabel = 1,68$ sehingga hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya artinya dengan menerapkan manajemen usaha yang sehat, maka UMKM Kios yang dikelola semakin berkembang.
3. Faktor internal berupa Modal Usaha terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM yang dibuktikan dengan dengan nilai $p.sig = 0,000$ yang lebih kecil dari tingkat kesalahan pada alfa 0,05 dengan $t.hitung = 20,770$ yang lebih besar dari $t.tabel = 1,68$ sehingga hipotesis dapat

- dibuktikan kebenarannya artinya dengan semakin besar modal yang digunakan dan berputar dengan cepat, maka UMKM Kios yang dikelola semakin berkembang dan berhasil.
4. Faktor internal berupa strategi pemasaran terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kios yang dibuktikan dengan nilai $p.sig = 0,000$ yang lebih kecil dari tingkat kesalahan pada alfa $0,05$ dengan $t.hitung = 8,419$ yang lebih besar dari $t.tabel = 1,68$ sehingga hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya artinya dengan semakin baik penerapan strategi pemasaran, maka Usaha Mikro Kecil Menengah Kios yang dikelola semakin berhasil dan berkembang.
 5. Faktor-faktor internal secara simultan yang terdiri dari manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha, modal usaha dan strategi pemasaran terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Usaha Mikro Kecil Menengah Kios yang ditandai dengan hasil uji ANOVA atau uji F dengan nilai $p.sig = 0,000$ yang lebih kecil dari tingkat kesalahan pada alfa $0,05$ dan $F.hitung = 9,452$ yang lebih besar dari $F.tabel = 3,21$ sehingga hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya artinya bahwa semua faktor lingkungan internal yang terdiri dari manajemen sumber daya manusia, manajemen usaha, modal dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keberhasilan usaha Kios. Oleh karena itu dengan semakin baik pelaksanaan faktor-faktor internal pada setiap usaha, maka usaha yang dikelola juga akan semakin berkembang.

Saran

Adapun saran peneliti dari hasil kesimpulan yang telah dipaparkan diatas yaitu:

1. Untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

- a. Diharapkan untuk mengembangkan usaha yang dikelola dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki melalui pelatihan kewirausahaan yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Perindustrian Kabupaten Rote Ndao
- b. Mengelola usaha dengan dukungan manajemen usaha yang sehat melalui pemisahan asset usaha dengan asset pribadi agar bisa diketahui perkembangan usaha secara jelas
- c. Kepada setiap Usaha Mikro Kecil Menengah yang kekurangan modal kerja dapat mengajukan permohonan kredit lunak kepada lembaga keuangan Bank dan non Bank
- d. Setiap pelaku usaha perlu menerapkan bauran pemasaran secara aktif baik menyangkut strategi produk, strategi harga, strategi tempat maupun strategi promosi secara efektif

2. Untuk Pemerintah Daerah

- a. Dinas Koperasi dan Perindustrian Kabupaten Rote Ndao diharapkan dapat menginventarisir Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Rote Selatan untuk diberikan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan agar Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki jiwa wirausaha yang kuat dalam mengelola dan menghadapi resiko bisnis dan tetap bertahan dan berkembang lebih baik.
- b. Kepada setiap Usaha Mikro Kecil Menengah yang diberikan pelatihan kewirausahaan perlu terus didampingi untuk bisa mengetahui perkembangan usahanya setelah mengikuti pelatihan.

3. Peneliti Lainnya

- a. Disarankan agar penelitian berikutnya menggunakan jumlah

populasi dan sampel yang lebih besar, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan representatif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan Usaha Kios.

- b. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain seperti faktor eksternal, dukungan teknologi, atau inovasi produk untuk memperluas cakupan analisis dan memperdalam hasil penelitian

Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Sutrisno, Edy. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Wheelen, T.L., & Hunger, J.D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Pearson.

DAFTAR PUSTAKA

David, F.R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Prentice Hall.

Griffin, R.W. (2013). *Management (11th ed.)*. Cengage Learning.

Harahap, S.S. (2010). *Dasar-dasar Akuntansi*. Rajawali Pers.

Hasibuan, M.S.P. (2011). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.

Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. RajaGrafindo Persada.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

Scarborough, N.M., & Zimmerer, T.W. (2012). *Manajemen usaha kecil yang efektif: Pendekatan kewirausahaan*. New Jersey: Pearson Education.

Schumpeter, J.A. (1934). *Teori perkembangan ekonomi*. Cambridge: Harvard University Press.

Siagian, S.P. (2014). *Manajemen Strategik*. Bumi Aksara.

Siagian, S.P. (2008). *Manajemen stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Stanton, W.J. (2009). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.