



**Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di
Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

DISUSUN:

AYU PUTRI PUSPITA DEWI

NIM. C1B017073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing skripsi menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

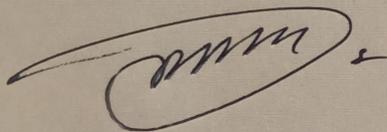
Nama : Ayu Putri Puspita Dewi
Nomor Mahasiswa : C1B017073
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku untuk disidangkan pada tanggal seperti tertera di bawah ini.

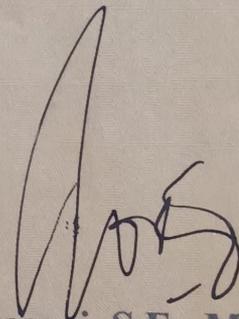
Jambi, Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

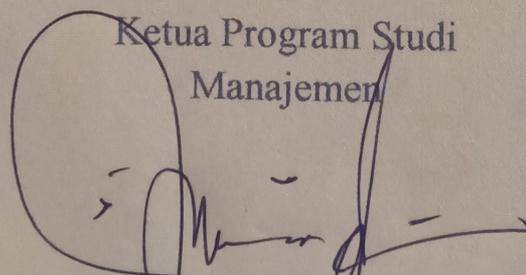


Drs. H. Jamal S., M.M
NIP. 195710051986031004



Novita Ekasari, S.E., M.M.
NIP. 197711012009122001

Ketua Program Studi
Manajemen



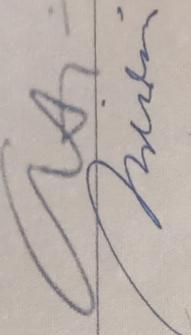
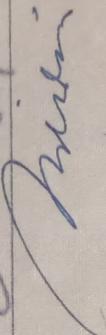
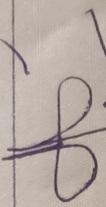
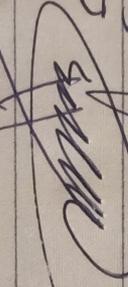
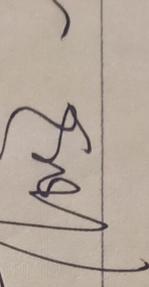
Dr. Musnaini, S.E., MM
NIP : 197706172006042001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Komprehensif Dan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi pada :

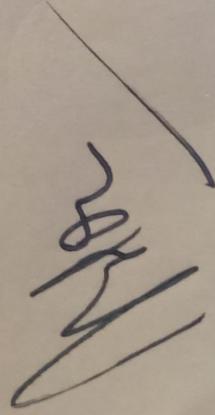
Hari : Kamis
Tanggal : 1 Juli 2021
Jam : 08.30 – 10.00
Tempat : Ruang Seminar Manajemen

PANITIA PENGUJI

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
Ketua Penguji	Drs. Agus Syarif, MBS	
Penguji Utama	Dr. Besse Wediawati, SE, M.Si	
Sekretaris	Dr. Idham Khalik, SE, M.Si	
Anggota	Drs. H. Jamal S., MM	
Anggota	Novita Ekasari, SE, MM	

Disahkan Oleh :

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zulfina Adriani, SE. M.Sc
NIP. 196702151993032004

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jambi



Dr. H. Jumaidi, S.E., M.Si
NIP. 196706021992031003

SURAT PERNYATAAN KEASILIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Putri Puspita Dewi
Nomor Mahasiswa : C1B017073
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan tidak ada melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dalam dengan kaidah ilmiah penulisan.
2. Bila dikemudian hari didapati ketidak sesuaian dengan sebagaimana dalam poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar keserjanaan yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, Juli 2021

Ayu Putri Puspita Dewi
Nim. C1B017065

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”

Tujuan penulisan Skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Bapak Dr. Junaidi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Bapak Drs. H. Jamal S., M.M. selaku Pembimbing Skripsi I dengan ikhlas meluangkan waktu kapanpun dan dimanapun, sabar dalam membimbing, memberikan saran serta arahan sehingga Skripsi ini terselesaikan.
6. Ibu Novita Ekasari, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi II dengan tulus meluangkan waktu, sabar dalam membimbing, memberikan saran, arahan, dan semangat disetiap perkataannya sehingga Skripsi ini terselesaikan

7. Ibu Rista Aldilla Syafri, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan dan bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dengan ikhlas.
9. Orang tua ku tercinta Papa dan Mama yang telah berjuang, menyayangi dan mendoakan serta menyemangati setiap saat.
10. Untuk Abang pertamaku tersayang M. Herja, STT. Abang keduaku tersayang Raja Koto S.E. Adik Bungsu ku tersayang M. Adrian. Kakak iparku tersayang Dr. Anggia Rohdilla Sari dan Calon Kakak iparku tersayang Anisah Zhafirah yang slalu membantu, slalu memberikan semangat dan dukungan.
11. Untuk sahabat ku tersayang Riyanti S.E yang selalu memberikan semangat, dukungan dan selalu ada dalam duka maupun senang.
12. Saudari Ovi, Tisa, Vina, Aisyah, Aziana, Inggi, Yuhana, Alin dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberi semangat dan dukungan.
13. Teman-teman Manajemen G 2017 dan Teman-teman KWU Squad 2017, yang selalu memberi dukungan dan saling berbagi ilmu dalam kelas.
14. Teman Pondok Pesantren Diniyyah Puteri Padang Panjang Khususnya Angkatan Infinity yang telah memberikan motivator, selalu mendukung dan memberi semangat.
15. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari kekurangan.

Oleh karena itu penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang mendukung. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.

Jambi, Juli 2021

AYU PUTRI PUSPITA DEWI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan faktor penghambat yang mempengaruhi pertumbuhan usaha catering di Kota Jambi dalam menghadapi pandemi covid-19. Jenis penelitian ini kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner pada 461 pengusaha catering di Kota Jambi.

Berdasarkan hasil analisa data yang didapat, ditemukan bahwa hambatan pertumbuhan usaha catering di Kota Jambi tergolong rendah dikarenakan penyebaran covid-19. Ditemukan terdapat 3 hambatan utama dalam pertumbuhan usaha catering, yakni produksi (faktor internal), kebijakan pemerintah (faktor eksternal), dan faktor yang mempengaruhi faktor internal dan eksternal yaitu aspek keuangan dan kebijakan pemerintah. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa aspek produksi, aspek keuangan dan kebijakan pemerintah merupakan faktor penghambat dapat mempengaruhi usaha catering yang terdapat di Kota Jambi sedangkan aspek pemasaran, aspek sdm dan aspek sosial tidak termasuk faktor penghambat pertumbuhan usaha catering.

Kata Kunci: Hambatan pertumbuhan usaha, usaha catering

ABSTRACT

This study aims to describe the inhibiting factors that affect the growth of the catering business in Jambi City in the face of the covid-19 pandemic. This type of research is quantitative descriptive with data collection techniques carried out by distributing questionnaires to 461 catering entrepreneurs in Jambi City.

Based on the results of the analysis of the data obtained, it was found that the obstacles to the growth of the catering business in Jambi City were low due to the spread of covid-19. It was found that there are 3 main obstacles in the growth of the catering business, namely production (internal factors), government policies (external factors), and factors that influence internal and external factors, namely financial aspects and government policies. In this study, it was concluded that aspects of production, financial aspects and government policies are inhibiting factors that can affect the catering business in Jambi City, while marketing aspects, aspects of human resources and social aspects are not included as inhibiting factors for the growth of the catering business.

Keywords: Barriers to business growth, catering business

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kewirausahaan Dan Wirausaha.....	6
2.1.1 Definisi Kewirausahaan dan Wirausaha.....	6
2.2 Hambatan Pertumbuhan Usaha.....	9
2.2.1 Faktor-faktor yang dihadapi UKM selama pandemi Covid-19 ...	11
2.3 Catering.....	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Objek Penelitian.....	17
3.2 Jenis Data.....	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	17
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel.....	17
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	18
3.5 Skala Pengukuran.....	19
3.6 Operasional Variabel.....	20

3.7 Uji Instrument	20
3.7.1 Pengujian Validitas.....	20
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	21
3.8 Metode Analisis	21
3.8.1 Analisis Faktor.....	21
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	28
4.1 Kota Jambi	26
4.2 Perkembangan Usaha Catering Di Kota Jambi	27
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
5.1 Karakteristik Responden.....	28
5.1.1 Deskripsi Nama-Nama Usaha Responden.....	28
5.1.2 Deskripsi Umur Usaha Responden.....	30
5.1.3 Deskripsi Usia Responden.....	30
5.1.4 Deskripsi Latar Belakang Pendidikan Responden.....	31
5.1.5 Deskripsi Sumber Modal Usaha Responden	31
5.1.6 Deskripsi Omzet Usaha Perbulan Responden Sebelum Covid-19	32
5.1.7 Deskripsi Omzet Usaha Perbulan Responden Selama Masa Covid-19.....	32
5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	33
5.2.1 Uji Validitas.....	33
5.2.2 Uji reliabilitas.....	33
5.3 Deskripsi Variabel Penelitian	34
5.4 Analisis Faktor.....	40
5.4.1 Uji Asumsi Analisis Faktor.....	40
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	45
6.1 Kesimpulan	45
6.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kendala Dalam Perusahaan	2
Tabel 2.1 Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan	7
Tabel 2.2 Ciri-Ciri Entrepreneur	8
Tabel. 2.3 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Pernyataan Skala Likert.....	19
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	20
Tabel. 4.1. Luas Wilayah Administrasi Kota Jambi.....	26
Tabel. 5.1 Nama-Nama Usaha.....	28
Tabel 5.2 Umur Usaha	30
Tabel 5.3 Usia Responden.....	30
Tabel 5.4 Latar Belakang Pendidikan	31
Tabel 5.5 Sumber Modal Usaha.....	31
Tabel 5.6 Omzet Usaha Perbulan Sebelum Covid-19.....	32
Tabel 5.7 Omzet Usaha Perbulan Selama Masa Pandemi Covid-19.....	32
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas Item-Total Statistics	33
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas Reliability Statistics.....	34
Tabel 5.10 Daftar Penghambat Usaha Catering	34
Tabel 5.11 Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan dalam pandemi covid-19 berpengaruh usaha catering saya.....	35
Tabel 5.12 Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut menggunakan jasa catering	35
Tabel 5.13 Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya.....	36
Tabel 5.14 Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya.....	36

Tabel 5.15	Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pada saat masa Pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun.....	37
Tabel 5.16	Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru.....	37
Tabel 5.17	Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19.....	38
Tabel 5.18	Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas.....	38
Tabel 5.19	Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas.....	39
Tabel 5.20	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap seluruh indikator mengenai faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan usaha catering.....	39
Tabel 5.21	KMO and Bartlett's Test.....	41
Tabel 5.22	Matriks Korelasi antar Tabel Total Variance Explained.....	42
Tabel 5.23	Pengelompokan Variabel ke dalam faktor.....	43
Tabel 5.24	Pemberian Nama Faktor.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 5.1 Scree Plot.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada awal tahun 2020 terjadi *Coronavirus Disease* (COVID-19) merupakan jenis infeksi yang dianggap vektor virus Coronavirus 2 dibawa oleh kelelawar atau hewan lain yang dimakan manusia. Penyakit ini disebabkan oleh sindrom pernafasan akut, ada beberapa gejala antara lain demam, batuk, sesak nafas, nyeri otot, sakit tenggorokan, kehilangan perasa lidah dan sakit perut.

Penyakit ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, ibu kota Provinsi Hubei, Negara Tiongkok Cina dan sekarang telah menyebar secara global. Di Indonesia total kasus covid-19 positif sebanyak 3,512 orang dengan jumlah kematian sebanyak 306orang dan sembuh sebanyak 282 orang (<https://www.covid19.go.id/>), sehingga Indonesia menempati urutan ke-36 dari 215 negara yang terpapar *Organisasi Kesehatan Dunia (WHO)*.

Tindakan pencegahan yang disarankan antara lain yaitu sering mencuci tangan, menjaga jarak, batuk atau bersin menggunakan tisu atau siku dalam dan memakai masker.

Akibat Covid-19 terjadi krisis ekonomi global yang melanda dunia, namun Indonesia masih dapat bertahan dari krisis global karena tidak bertumpu pada perekonomian internasional, masih banyak sektor usaha kecil dan menengah yang mampu menghadapi krisis.

Peran pemerintah untuk segera menangani pandemi ini agar dapat segera berakhir dan perekonomian dapat pulih sepenuhnya, untuk memastikan bahwa pemerintah mendorong rencana stimulus ekonomi berbagai sektor usaha meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat dalam dunia usaha agar mampu bertahan selama pandemi.

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat beberapa kendala yang terdapat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Kendala Dalam Perusahaan

Faktor Internal		Faktor Eksternal
1	Aspek Produksi	Kebijakan Pemerintah
2.	Aspek Pemasaran	Aspek Sosial
3.	Aspek Keuangan	
4.	Aspek Sdm	

Sumber: Munizu, Musran. (2010)

Dari hasil perbedaan dan persamaan variabel-variabel tabel 1.1 bahwa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wiwiek Rabiatul Adawiyah (2011) di Kabupate Banyumas, Andika Chandra S. Dan R.R. Retno Ardianti (2014) di Jawa Timur, Munizu, M. (2010) di Kota Makassar, Kota Pare-Pare Provinsi Sulawesi Selatan, Srihadiastuti, R., & Hidayatullah, D. S. (2018) di Jawa Timur dan Wartika, i. W., tripalupi, l. E., & suwena, k. R. (2015) di Universitas pendidikan ganesha (undiksha) tahun 2013 terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi penghambat usaha.

Peraturan pemerintah republik indonesia nomor 7 tahun 2020 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Pasal I Dalam Peraturan Pernerintah ini yang dimaksud dengan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur daiam Peraturan Pemerintah ini. 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 usa-ha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah ini. 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 rnenjadi bagian baik langsung maupun ticlak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.

Kuncoro (2004) meyakini bahwa usaha kecil dan menengah terbukti mampu

bertahan dari krisis, alasan mereka bisa bertahan karena *pertama* mereka tidak punya utang luar negeri. *Kedua*, bank tidak memiliki banyak hutang karena dianggap unbankable. *Ketiga*, gunakan input lokal. *Keempat*, berorientasi ekspor dikarenakan kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia sekitar 96% serta keberadaan usaha mikro atau kecil dan menengah sebenarnya mengandung jiwa kewirausahaan yang melekat dan keseharian para pelaku usaha di bidang ini.

Ada salah satu persoalan yang belum terselesaikan dari seluruh pemerintahan nasional khususnya pemerintah daerah yaitu fenomena pengangguran yang terjadi adalah pengangguran pengetahuan (terdidik) setiap tahunnya muncul sarjana-sarjana baru lulusan perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta yang dapat meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia di Indonesia.

Namun akibat lemahnya daya serap tenaga kerja di beberapa sektor industri membuat angka pengangguran intelektual semakin bertambah, hal ini menunjukkan bahwa memperoleh gelar Sarjana (SI) tidak menjamin seseorang akan mendapatkan pekerjaan yang dibutuhkannya.

Menurut Mopangga (2014) meyakini bahwa kewirausahaan merupakan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, karena tanpa ijazah mempunyai keterampilan wirausaha yang dapat mempersenjatai diri bekerja, pasukan tenaga kerja membuat lulusan perguruan tinggi saat ini tidak dapat menandingi.

Bisnis dengan menyeimbangkan hobi dan keuntungan menjadi sangat diminati terutama bagi para wanita dan pria dengan bisnis ini. Menurut motif bisnis Kafi Kurnia industri katering merupakan industri favorit wanita dan pria karena terkait dengan memasak, alasan *pertama* karena hobi. *Kedua*, untuk memulai usaha cukup menggunakan dapur yang sudah ada. *Ketiga*, bisnis pengetahuan relatif sederhana.

Bisnis Catering merupakan bisnis yang sangat menjanjikan lauk pauk yang menjadi produk utama, cara promosi menjadikan bisnis catering lancar yaitu penjualan dari mulut ke mulut yang biasanya dilakukan menjangkau konsumen terlalu luas karena cakupannya lokal dan kerabat saja (Darma, 2019).

Namun dengan adanya inovasi jasa katering maka jenis jasa katering juga semakin meningkat diantaranya adalah *boxed food* yang biasanya dikirim ke rumah atau kantor anda dalam transportasi makan tertentu seperti makan rumah sakit, pesawat dan kapal laut, serta ada yang khusus layanan makanan diet biasanya menargetkan selebriti dan model sosial.

Perusahaan catering yang berlokasi di seluruh daerah khusus Kota Jambi bagian barat daya Cekungan Sumatera disebut Cekungan Jambi. Terdapat 461 perusahaan catering di Kota Jambi, namun hanya 47 perusahaan catering menjadi objek dalam penelitian ini yang telah memiliki izin usaha dan sudah terdaftar di Dinas Kementrian Koperasi dan UKM Kota Jambi.

Para bisnis katering memiliki ciri khas tersendiri seperti menawarkan makanan pembuka atau makanan penutup yang berbeda, berbagai layanan, rasa yang unik dan harga murah sekitar Rp.15.000 sampai Rp. 28.000/box.

Berdasarkan hasil survei wawancara, penulis dapat menemukan bahwa saat pandemi Covid-19 sangat berpengaruh pada usaha katering di Kota Jambi sekitar 51,10% dikarenakan konsumen khawatir akan penggunaan jasa katering sebanyak 63,80%, disusul oleh 46,80% mempengaruhi harga jual yang ditetapkan oleh para pelaku usaha diakibatkan owner catering memberikan diskon dan pemotongan harga, hal itu mengakibatkan omset penjualan katering menurun sebanyak 57,40%.

Dapat disimpulkan bahwa bisnis catering secara keseluruhan mengalami hambatan akibat penyebaran Covid-19. Oleh karena itu, saya tertarik melakukan penelitian dengan judul **‘Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19’**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari 461 perusahaan catering di Kota Jambi, hanya 47 pengusaha catering menjadi objek dalam penelitian ini yang telah terdaftar di Dinas Kementrian Koperasi dan UKM. Dalam menghadapi pandemi Covid-19 menemukan beberapa hal menjadi kendala penghambat perkembangan bisnis catering.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan pokok, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut, yaitu :

1. Aspek apasaja yang termasuk dalam faktor internal maupun eksternal ?

2. Apasaja permasalahan yang sangat berpengaruh pada usaha catering dalam faktor internal dan faktor eksternal ?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor penghambat yang mempengaruhi pertumbuhan usaha catering di Kota Jambi akibat pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui tentang permasalahan yang sangat berpengaruh usaha catering dalam faktor internal dan faktor eksternal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini di harapkan memberikan manfaat:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini mendapat tambahan pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membedakan teori dalam perkuliahan dengan hal yang terjadi dalam dunia usaha yang nyata dan memberikan pengalaman untuk dapat memberi gambaran tentang faktor internal dan eksternal yang dapat menghambat pertumbuhan usaha.

2. Bagi Pelaku Usaha Catering di Kota Jambi

Dari penelitian ini dapat memberikan masukan untuk mengevaluasi para usaha catering agar mampu bertahan dalam kondisi kritis, memberikan tambahan informasi dan wawasan bagi para pelaku usaha.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar kajian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis faktor penghambat pertumbuhan usaha catering.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kewirausahaan dan Wirausaha

2.1.1 Definisi Kewirausahaan dan Wirausaha

Istilah "kewirausahaan" atau "wirausaha" di Prancis lebih populer yang berarti orang membeli barang dengan harga tetap meskipun orang tersebut tidak tahu harga jualnya, kewirausahaan dengan entrepreneurship pada prinsipnya tujuan dan cakupannya sama.

Menurut Afandi (2018) Kepemimpinan adalah kekuatan dinamis penting yang memotivasi dan mengkoordinasikan organisasi dalam rangka mencapai tujuan.

Menurut Edison (2016) kepemimpinan adalah proses menginspirasi orang lain untuk bekerja keras guna menyelesaikan tugas-tugas penting.

Menurut Wirawan (2013), Kepemimpinan adalah proses tersebut dapat dibandingkan dengan proses produksi dalam sistem manajemen produksi, memimpin proses produksi termasuk input, proses dan output kepemimpinan.

Kewirausahaan menurut Suryana (2014) "*entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday*" yang artinya kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya dalam memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari.

Menurut Suryana (2008), kewirausahaan muncul apabila seorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas, dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha.

Menurut Afandi (2018) terdapat enam ciri yang berkaitan dengan kepemimpinan yaitu:

1. Mendorong pemimpin menunjukkan usaha tingkat tinggi.
2. Keinginan pemimpin. Pemimpin memiliki keinginan yang kuat untuk mempengaruhi dan memimpin orang lain.
3. Kejujuran dan integritas. Pemimpin harus jujur dan dapat dipercaya, dan tidak

menipu orang lain, sehingga dapat membangun hubungan saling percaya antara dirinya dan pengikut mereka.

4. Percaya diri. Pengikut melihat bahwa pemimpin tidak ragu-ragu tentang dia.
5. Kecerdasan. Pemimpin harus pandai mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan banyak informasi, serta harus mampu menciptakan visi, memecahkan masalah, dan mengambil keputusan cerdas.
6. Pengetahuan yang berhubungan dengan pekerjaan. Pemimpin yang efektif memiliki pengetahuan tingkat tinggi tentang perusahaan, masalah teknis.

Menurut Alma (2013) kewirausahaan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Membuka lapangan kerja, sehingga mengurangi pengangguran
2. Memberi contoh dan menjadi panutan bagi anggota komunitas lainnya karena pengusaha adalah memiliki bersikap terpuji, jujur, berani, dan hidup tidak akan menyakiti orang lain.
3. Mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku, selalu berusaha menjaga dan menciptakan lingkungan
4. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya
5. Berusaha mendidik karyawan untuk mandiri, disiplin, jujur, bekerja keras
6. Berikan contoh bagaimana bekerja keras, tetapi tidak lupakan aturan agama
7. Hidup hemat, tidak ada pemborosan atau pemborosan

Menurut Suryana (2014) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan

Ciri-ciri	Watak
(1) Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualitas, dan optimisme.
(2) Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan insiatif.
(3) Pengambilan resiko dan suka Tantangan	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar.
(4) Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik.

(5) Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
(6) Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan, perspektif.

Sumber : Suryana (2014)

Menurut Sukamdani Sahid Gitosardjono (2013) Wirausaha adalah orang yang mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya atau kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses.

Menurut Hery (2017), wirausahawan adalah orang yang memperoleh keuntungan melalui risiko atau ketidakpastian, menciptakan bisnis baru dengan menemukan peluang yang ada dan menggunakan sumber daya yang diperlukan.

Menurut Kasmir (2013) Wirausahawan adalah orang yang berani mengambil risiko dan memulai usaha dalam berbagai situasi, memiliki jiwa petualang berarti memiliki jiwa kemandirian dan keberanian untuk memulai usaha, bahkan dalam kondisi yang tidak menentu tidak akan diliputi oleh kekhawatiran dan kecemasan.

Menurut Zimmerer, Thomas W & Borman M. Scarborough (2008) Istilah (entrepreneur) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan.

Menurut Solihin dan Ismail (2014) Berikut ciri-ciri *Entrepreneur* yang berhasil mencapai kesuksesan sebagai berikut:

Tabel 2.2
Ciri-Ciri Entrepreneur

Kepercayaan pada diri sendiri (<i>self-confidence</i>).	Penuh energi dan bekerja dengan cermat.
Kemampuan untuk menerima risiko yang diperhitungkan	Memiliki kreativitas.
Memiliki fleksibilitas.	Memiliki reaksi positif terhadap tantangan yang dihadapi.
Memiliki jiwa dinamis dan kepemimpinan.	Memiliki kemampuan untuk bergaul dengan orang-orang.
Memiliki pengetahuan pasar.	Memiliki keuletan dan kebulatan tekad untuk mencapai sasaran-sasaran.

	Memiliki rangsangan atau kebutuhan akan prestasi dan pengetahuan dan Memiliki jiwa optimis.
Memiliki kemampuan untuk berdiri sendiri.	Memiliki pandangan tentang masa depan yang akan datang.
Berorientasi pada laba.	Berfikiran tunggal dan memiliki suatu visi dan misi yang jelas.

Solihin dan Ismail (2014)

2.2 Hambatan Pertumbuhan Usaha

Munizu, Musran(2010) juga menyampaikan bahwa pertumbuhan usaha Mikro dan Kecil dipengaruhi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal sebagai berikut:

1. Faktor internal

- Aspek SDM (pemilik, manajer, dan karyawan)

Pengalaman/lama berusaha pada bidang usaha sejenis merupakan kekuatan utama bagi pengusaha. Tingkat pendidikan yang relatif rendah bukan merupakan hambatan untuk memulai usaha, dan mengembangkannya lebih maju. Adanya motivasi yang tinggi, jiwa dan mental wirausaha yang sudah terbentuk secara alamiah merupakan modal utama untuk memajukan usaha.

- Aspek keuangan

Umumnya pengusaha mengawali usahanya dengan modal sendiri. Untuk meningkatkan kegiatan usahanya mereka lebih banyak menggunakan sumber dana keluarga.

- Aspek teknis produksi

Bahan baku produksi selalu tersedia setiap saat, karena menggunakan bahan baku lokal. Penggunaan teknologi modern belum sepenuhnya dilakukan, produk yang dihasilkan masih dalam kapasitas terbatas, dan pengendalian kualitas belum sepenuhnya dilakukan

- Aspek pemasaran.

Permintaan akan produk relatif baik di masyarakat, dimana dengan kapasitas produksi yang kecil mengakibatkan wilayah pemasarannya juga masih sangat terbatas yakni dominan pada wilayah lokal saja. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha frekuensinya sangat jarang, bahkan beberapa pengusaha tidak

pernah mempromosikan produknya di masyarakat.

2. Faktor eksternal

- Kebijakan pemerintah

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk menumbuhkan usaha tersebut. Salah satunya adalah bantuan akses permodalan pada lembaga pembiayaan. Penyiapan lokasi usaha yang terkonsentrasi pada satu kawasan belum dianggap prioritas karena umumnya pengusaha usaha mikro kecil tempatnya berpindah-pindah

- Aspek sosial budaya dan ekonomi

Pertumbuhan ekonomi wilayah relatif baik dalam menstimuli pengembangan usaha mikro dan kecil, akan tetapi keberadaan usaha tersebut tidak secara langsung dan signifikan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

- Peranan lembaga terkait

Rendahnya bantuan permodalan yang diterima atau diakses oleh pengusaha sebagai indikasi bahwa prinsip kehati-hatian dalam memberikan bantuan modal juga diterapkan pada bisnis ini.

Menurut I Gusti Putu Diva Awatara dan Anwar Hamdani (2016) ada beberapa faktor penghambat usaha yaitu:

1. Aspek Keuangan

Masih banyak usaha baru yang belum siap dengan modal usaha yang ada mengakibatkan kurangnya modal menjadi permasalahan bagi usaha baru untuk lebih berkembang, sedangkan disisi yang lain jika wirausaha baru mengandalkan kredit dari perbankan maka umumnya pihak perbankan dituntut menerapkan prinsip prudential banking dan profit oriented untuk mempertahankan kualitas asset agar tetap dapat hidup dan berkembang secara berkelanjutan.

2. Aspek Akses pasar

Untuk itu tantangan wirausaha baru untuk memasuki pasar agar produk atau jasa harus mampu diterima konsumen dengan baik dengan berbagai kegiatan pemasaran seperti memberikan potongan harga, kerjasama periklanan dan kegiatan pameran dengan mitra bisnis lainnya. Barrier to entry dari sisi jaringan distribusi semakin besar jika perusahaan lama memiliki hubungan erat dengan

jaringan distribusinya.

3. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah harus bisa lebih lebih sensitif mencipta- kan regulasi yang pro bisnis dan memberikan kemudahan dalam investasi sehingga semakin banyak jumlah pengusaha tentu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan, mampu menciptakan lapangan kerja dan mampu memberi jawaban atas tingginya angka pengangguran.

4. Motivasi

Motivasi berkaitan dengan pengalaman serta keunggulan manajemen yang rendah, setelah pembukaan bisnis baru, wirausaha kurang motivasi atau lalai sehingga gagal memfokuskan diri pada bisnisnya. Membuka usaha kecil membutuhkan waktu, pengorbanan dan motivasi yang tinggi untuk bekerja secara serius dalam waktu yang lebih lama.

5. Peraturan

Dalam peraturan perdagangan online perlu memperhatikan segmen industry e-commerce karena e-commerce memiliki segmen yang spesifik dan perilakunya tidak sama diantara segmen, misalnya industri e-commerce terdiri dari beberapa tipe, seperti ritel, iklan baris, dan marketplace, sehingga lingkup tanggung jawabnya pun perlu dibedakan berdasarkan tipe yang dipakai. Perlu adanya penegakan aturan terhadap pelaku usaha yang berkedudukan di dalam negeri dan luar negeri. Jika pemerintah tidak dapat melakukan penegakan hukum (enforcement) yang seimbang kepada pelaku usaha asing, konsumen tentu dapat menggunakan solusi lain yang tidak diatur oleh hukum Indonesia.

2.2.1 Faktor-faktor yang dihadapi UKM selama pandemi Covid-19

Menurut media Kompas Cyber, pada saat pandemi Covid-19, usaha kecil dan menengah menghadapi 3 tantangan utama, yaitu:

1. Di sisi penawaran. Sejak diterapkannya tindakan pembatasan sosial skala besar (PSSB) di hampir semua daerah, banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan bahan baku.

2. Masalah arus kas. Banyak pelaku UMKM yang percaya bahwa pendapatan mereka menurun karena tidak ada pelanggan yang membeli produk sejak penerapan PSBB dan jarak fisik.
3. Penurunan permintaan. Ketidakpastian pasar berdampak pada permintaan barang yang dijual oleh UMKM.

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM (2019), ada 5 faktor penyebab pandemi Covid-19.

1. Penurunan penjualan.

Sejak merebaknya corona, hal ini tentunya berdampak pada daya beli masyarakat itu sendiri. Sejauh ini penjualan UMKM telah turun oleh 774 koperasi dan UMKM yang setara dengan 68% dari mereka yang mengklaim bahwa penjualan mereka telah turun tajam sejak wabah virus Corona.

2. Sulit mendapatkan bahan baku.

Para peserta UMKM ini pun mengaku kesulitan mendapatkan bahan baku karena kegiatan impor yang dibatasi. Menurut catatan, sekitar 63 koperasi dan UMKM (6%) mengeluhkan kesulitan bahan baku.

3. Hambatan penjualan

Sebanyak 111 koperasi dan 10% UMKM menyatakan distribusinya terhambat, terutama saat menerapkan PSBB di daerahnya masing-masing. Tentunya hal ini membuat pengiriman atau penerimaan produk menjadi terlambat kepada konsumen.

4. Menghadapi kesulitan pendanaan

Tercatat sebanyak 141 koperasi dan 12% UMKM mengeluhkan masalah pendanaannya.

5. Menghambat produksi

Sebanyak 42 koperasi dan 14% UMKM mengungkapkan produksinya terhambat oleh wabah Virus Corona (Covid-19) saat ini, salah satunya adalah sulitnya mendapatkan bahan baku.

Dalam tantangan manajemen organisasi dan profesionalisasi pekerjaan, orang menemukan bahwa ketika pandemi Covid-19 menyebabkan kesulitan arus kas, perusahaan akan menanggung biaya staf (gaji, THR, dll.), Beban pajak yang

disebabkan oleh semua perubahan, dan gas dan Beban listrik, demikian seterusnya, perusahaan dapat bertahan dari beban pelunasan hutang dan kesulitan koordinasi kerja, karena tidak semua perusahaan mengalami pertumbuhan negatif, dan beberapa perusahaan mengalami pertumbuhan positif, solusi bekerja dari rumah dengan tagar work from home yaitu belajar dari rumah melalui e-learning (daring), promosi penerimaan mahasiswa/siswa baru melalui pmb online dengan tagar daftar dari rumah aja, dan berbagai metode kreatif lainnya bisa menjadi solusi yang cukup bagus untuk ditempuh.

Walaupun tentu saja ini bukan tanpa kendala, beberapa kendala yang dihadapi adalah koneksi dan kuota internet serta kesulitan koordinasi kerja. Tidak semua organisasi dan orang yang terlibat di dalamnya siap melakukan work from home dari sisi teknis tentu saja koordinasi online tidak seluas koordinasi dan komunikasi langsung tatap muka seperti biasa, ada banyak orang yang tidak terbiasa atau merasa gptek untuk bisa berkoordinasi dengan lancar melalui online dan juga tidak semua hal bisa terpenuhi melalui online saja, dari sisi non teknis kebanyakan akibat kondisi lingkungan di rumah yang kurang kondusif untuk bekerja (misalnya suara berisik, faktor keluarga yang tidak dapat dihindari).

2.3 Catering

Catering bermula dari sebutan to cater yang berarti buat persiapan dan menyajikan makanan dan minuman buat umum. Manajemen catering bisa jadi didefinisikan sebagai tugas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan mengeksekusi seseorang yang buat persiapan dan menyajikan makanan dan minuman itu disebut Industri jasa makanan (catering industri) meliputi daerah-daerah, institusi beserta perusahaan yang memberikan makanan dan industri ini meliputi restoran, sekolah, kafetaria, rumah sakit, format lainnya.

Katering berasal dari bahasa Inggris catering, yang artinya melayani kebutuhan untuk pesta. Berdasarkan artinya tersebut, biasanya catering memang diperuntukan untuk penyediaan makanan dalam pesta, seperti pernikahan, ulang tahun, ataupun pesta perayaan lainnya (imelstudio.com, 2006).

Menerima teori *catering* Albouy *et al* (2010) Berasal dari kata cater yang berarti menyiapkan dan menyajikan makanan.

Catering yaitu segmen multifaset penyajian makanan industri tersedia banyak bentuk usaha catering. Industri jasa makanan digolongkan jadi tiga klasifikasi umum yaitu segmen komersial, segmen nonkomersial.

Menurut Kardigantara (2006) jasa boga (catering) termasuk dalam industri *commercial* catering yaitu untuk mendapatkan profit melalui jasa layanan yang bertujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk (jasa) yang disediakan, produk catering yaitu merupakan makanan tolak ukur kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan kebiasaan dan pengalaman dari konsumen yang menikmati produk tersebut.

Tsuji (2011) melakukan pengujian teori *catering* dividen pada perusahaan industri kimia dan peralatan elektrik di Jepang yang menemukan bahwa manajer perusahaan di Jepang tidak mempertimbangkan perilaku *catering* dalam kebijakan memulai maupun melanjutkan pembayaran dividen.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel. 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Objek/Lokasi	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
1.	Wiwiek Rabiatul Adawiyah (2011) Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	Kabupaten Banyumas	Deskriptif	Faktor Penghambat (X1) UMKM (Y)	Statistik Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 10 sejumlah faktor yang menghambat pertumbuhan UMKM di Kabupate Banyumas. Ada 10 Faktor ini dibagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan tingkat kepentingannya faktor dukungan finansial merupakan salah satu faktor utama yang menentukan perkembangan usaha.
Persamaan: penggunaan faktor-faktor penghambat pertumbuhan usaha Perbedaan: penelitian ini menggunakan statistik deskriptif						
2.	Andika Chandra S. Dan R.R. Retno Ardianti (2014)	Jawa Timur	Deskriptif	Faktor-faktor penghambat (X1)	Uji validitas dan reliabilitas	Ditemukan bahwa hambatan pertumbuhan usaha mikro dan kecil di

	Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya Faktor- Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Sektor Formal Dan Informal			Usaha Mikro dan Kecil Sektor Formal dan Informal (Y)	menggunakan bantuan program SPSS.	Jawa Timur tergolong dalam kategori sedang. Ditemukan terdapat 5 hambatan utama dalam pertumbuhan usaha mikro dan kecil, yakni faktor kompetisi, faktor lokasi dan jaringan, faktor tenaga kerja, faktor ekonomi dan teknologi, dan faktor finansial
Persamaan: penggunaan variabel faktor-faktor penghambat pertumbuhan usaha						
3.	Munizu, M. (2010). Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK)	Kota Makassar, dan Kota Pare-Pare Provinsi Sulawesi Selatan	Deskriptif	Variabel eksogen (faktor-faktor eksternal (X)), dan variabel endogen (faktor-faktor internal (Y))	teknik acak sederhana (simple random sampling).	Faktor-faktor eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil dengan kontribusi sebesar 0,254 atau 25,4%. Serta faktor internal mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil dengan kontribusi sebesar 0,792 atau 79,2%.
Perbedaan: Penelitian ini menggunakan teknik acak sederhana (Simple random sampling).						
4.	Srihadiastuti, R., & Hidayatullah, D. S. (2018) Analisis faktor-faktor Kendala penyebab kegagalan mendirikan usaha baru pada para lulusan Program wirausaha baru	Jawa Timur	Kualitatif Deskriptif	Faktor-Faktor Kegagalan Mandirikan Usaha Baru (X1) Para Lulusan Program Wirausaha Baru (Y)	Wawancara catatan lapangan, dan bahan-bahan lain	Hasil penelitian berupa hasil wawancara dengan para narasumber melalui Google Form (formulir Google), chat Whatsapp, dan studi dokumen hasil survei awal (melalui formulir Google)
Persamaan: Menggunakan alat analisis yang sama yaitu wawancara, catatan lapangan dan bahan lain.						
5.	Wartika, i. W., tripalupi, l. E., & suwena, k. R. (2015). Jurnal pendidikan ekonomi undiksha, 5(1).	Universitas pendidikan ganesha (undiksha) tahun 2013.	Kuesioner atau angket.	Faktor penyebab kegagalan usaha (X1) Program mahasiswa wirausaha (Y)	Analisis faktor melalui statistical program social scence	Menunjukkan bahwa terdapat delapan faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha penerima yang paling dominan mempengaruhi kegagalan usaha penerima Program

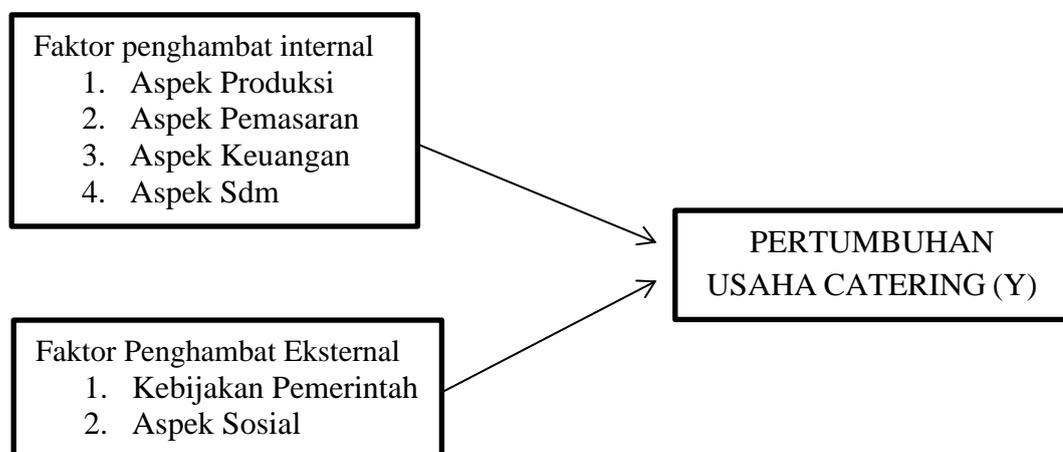
	Analisis faktor penyebab kegagalan usaha penerima program mahasiswa wirausaha (pmw)				(spss) 16.0 for windows	Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Undiksha tahun 2013 adalah faktor dalam manajerial dengan nilai varimax rotation sebesar 28,793%, faktor pengalaman dengan nilai varimax rotation sebesar 21,459% dan faktor keuangan dengan nilai varimax rotation sebesar 13,790%..
Persamaan: menggunakan metode penelitian dan alat analisis yang sama						

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan hubungan teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Sugiyono (2017) menjelaskan “Seorang peneliti harus menguasai teoriteori ilmiah sebagai dasar menyusun kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti yang digambarkan dalam skema berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek peneliitian

Menurut Sugiyono (2017) suatu objek, atribut atau nilai dari orang yang telah ditetapkan oleh peneliti. Objek yang mempunyai banyak variasi tertentu untuk diteliti dan dipelajari, supaya mendapatkan kesimpulan.

Objek penelitian adalah usaha catering di kota jambi

3.2 Jenis Data

Jenis penelitian ini deskriptif karena bertujuan untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang dihadapi oleh para usaha catering di Kota Jambi akibat pandemi Covid-19.

Menurut Sugiyono (2017) pengertian deskriptif adalah “Analisis deskriptif adalah suatu jenis data statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi”.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) Populasi adalah wilayah umum yang tersusun dari objek atau subjek peneliti menyusun objek penelitian dengan ciri dan ciri tertentu, kemudian menarik kesimpulan. Bahwa diantara UMKM di Kota Jambi adalah usaha catering.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha catering sekitar Kota Jambi sejumlah 461 usaha.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dalam pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa diperoleh sampel yang benar dapat

berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya dengan istilah lain harus representatif (mewakili).

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sensus karena jumlah populasi kurang dari 50 responden dan dilakukan penyebaran kuesioner pada semua populasi dari 461 menjadi 47 pelaku usaha sebagai objek dalam penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk diperlukan, dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Metode yang digunakan penulis adalah:

1. Studi Pustaka

Hal ini dilakukan dengan pertimbangan studi pustaka dapat menjadi jembatan di lapangan sehingga penulis dapat lebih memahami obyek yang diteliti. Cara memperoleh data dilakukan dengan membaca buku dan jurnal yang ditulis oleh para ahli yang berhubungan dengan faktor-faktor penghambat pertumbuhan usaha mikro dan kecil, dimana data ini digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

2. Studi Lapangan

Pengumpulan data secara langsung yang dilakukan kepada responden membagikan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk kuesioner online yang disebarakan menggunakan bantuan google.docs dikirimkan kepada 47 responden yang merupakan sampel dalam penelitian ini.

Variabel penelitian yang akan diukur dalam penelitian ini dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian gunakan indikator-indikator tersebut sebagai titik awal penyusunan tool project yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala Interval yang digunakan dibagi menjadi 5 poin dengan menggunakan skala likert. Data interval tersebut dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden (Sugiyono:2012).

Jawaban semua instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Berikut adalah tabel yang menggambarkan skor pada setiap skala likert. (Sugiyono,2010) :

Tabel 3.1
Pernyataan Skala Likert

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran menurut Sugiyono (2012) merupakan suatu protokol yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang interval pada suatu alat ukur, sehingga alat ukur tersebut akan menghasilkan data kuantitatif apabila digunakan dalam pengukuran.

Penghitungan deskriptif frekuensi ini menggunakan rata-rata atau rata-rata tanggapan responden. Mean dapat dimanfaatkan untuk melihat kecenderungan penilaian yang diberikan sebelum analisis mean dilakukan terlebih dahulu dibuat suatu batas kelas yang digunakan untuk memutuskan apakah nilai rata-rata dapat masuk dalam kategori baru. Adapun tentang nilai skala yang mempertimbangkan informasi interval menurut pendapat Muhammad Ricky (2010) yang didasarkan penggunaan Skala Likert adalah sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Dimana :

m= Skor maksimum yang mungkin terjadi

n= Skor minimum yang mungkin terjadi

b= Jumlah Kelas

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Kemudian tentukan serangkaian nilai sehingga posisi rata-rata dapat ditemukan. Rentang nilai tersebut adalah :

1,00 – 1,80 = Sangat Rendah

3,41 – 4,20 = Tinggi

1,81 – 2,60 = Rendah

4,21 – 5,00 = Sangat tinggi.

2,61 – 3,40 = Cukup

3.6 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini digunakan beberapa variabel yang di definisikan secara operasional agar menjadi petunjuk pada penelitian ini.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Definisi
1.	Faktor penghambat Internal	1. Aspek Produksi	Bahan baku produksi selalu tersedia setiap saat, karena menggunakan bahan baku lokal
		2. Aspek Pemasaran	Permintaan akan produk relatif baik di masyarakat, dimana dengan kapasitas produksi yang kecil mengakibatkan wilayah pemasarannya juga masih sangat terbatas, yakni dominan pada wilayah lokal saja
		3. Aspek Keuangan	Umumnya pengusaha mengawali usahanya dengan modal sendiri dan untuk meningkatkan kegiatan usahanya mereka lebih banyak menggunakan sumber dana keluarga.
		4. Aspek Sdm	Adanya motivasi yang tinggi, jiwa dan mental wirausaha yang sudah terbentuk secara alamiah merupakan modal utama untuk memajukan usaha.
2	Faktor Penghambat Eksternal	1. Kebijakan Pemerintah	Bantuan akses permodalan pada lembaga pembiayaan dan penyiapan lokasi usaha yang terkonsentrasi pada satu kawasan belum dianggap prioritas.
		2. Aspek Sosial	Keberadaan usaha tersebut tidak secara langsung dan signifikan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat tetapi dapat membantu mengembangkan usaha tersebut.

3.7 Uji Instrument

3.7.1 Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner valid atau tidak. Suatu angket dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Jika signifikansi

korelasi pearson yang dihasilkan di bawah 0,05 ($\alpha=5\%$), maka indikator dapat dikatakan valid (Ghozali, 2016). Didalam penelitian ini uji coba dilakukan terhadap 47 responden dan uji validitas dapat digunakan SPSS (Statistical Package for The Social Sciences).

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan Bivariate Pearson dalam SPSS. Untuk mengetahui valid dan suatu instrument dapat diketahui dengan membandingkan r hitung (Corrected Item – Total Corelation) dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df)= $n- 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dengan nilai $\alpha = 0,05$, maka r tabel = 0,288 nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total artinya item angket dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket dikatakan reliabil jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam peneliti ini hanya dilakukan sekali, kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach alpha $>$ 0,6 (Ghozali, 2016).

3.8 Metode Analisis

3.8.1 Analisis Faktor

Analisis faktor pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua yaitu untuk mengetahui faktor- faktor penghambat pertumbuhan usaha dalam menghadapi pandemi Covid-19 dari faktor-faktor tersebut akan diperoleh faktor yang paling dominan.

Menurut Hair (2010), analisis faktor merupakan teknik interdependen dimana tujuan utama tidak membagi variabel menjadi variabel independen dan variabel dependen untuk menentukan struktur antar variabel dalam analisis. Analisis menyediakan alat untuk menganalisis struktur sejumlah besar hubungan internal atau keterkaitan.

Wijaya (2010) mengungkapkan bahwa analisis faktor memiliki dua fungsi, yaitu *exploratory* (mengelompokkan faktor yang acak) dan *confirmatory* (konfirmasi kesesuaian faktor).

Tujuan analisis faktor menurut Santoso (2006) adalah :

1. *Data Summarization*, yaitu mengidentifikasi adanya hubungan antarvariabel dengan melakukan uji korelasi. Jika korelasi dilakukan antarvariabel (dalam pengertian SPSS adalah kolom), analisis tersebut dinamakan *R Factor Analysis*.
2. *Data Reduction*, yaitu proses berikutnya setelah proses *data summarization*. Membuat variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

Pada dasarnya terdapat dua jenis analisis faktor :

1. *Exploratory Factor Analysis (EFA)*
digunakan apabila belum ada teori yang menjelaskan atau peneliti belum tahu setiap parameter (pernyataan dalam likert) masuk ke faktor/variabel laten mana.
2. *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*
digunakan apabila sudah ada teori yang menjelaskan atau peneliti sudah mengetahui setiap parameter masuk ke faktor atau variabel laten mana. Jadi tujuan dari CFA ini hanya untuk mengkonfirmasi apakah pembagian faktor-faktor seperti yang disebutkan dalam landasan teori sudah *reliable*.

Analisis faktor dengan memeriksa korelasi atau kovarians antara tindakan yang diamati. Tindakan yang sangat terkait (positif atau negatif) cenderung dipengaruhi oleh faktor yang sama, sedangkan tindakan yang relatif tidak terkait cenderung dipengaruhi oleh faktor yang berbeda. Langkah-langkah untuk analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. *Analisis Communalities*
Communalities pada dasarnya adalah jumlah varians (bisa dalam prosentase) dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada semakin besar nilai *communalities* sebuah variabel, berarti semakin

erat atau kuat hubungan dengan faktor yang terbentuk (Santoso & Tjiptono, 2004).

2. Pembentukan matriks korelasi

Matriks korelasi merupakan matriks yang berisi koefisien korelasi dari semua pasangan variabel dalam penelitian ini. Matriks ini digunakan untuk mendapatkan nilai keeratan hubungan antar variabel penelitian. Nilai dekat ini dapat digunakan untuk melakukan beberapa pengujian untuk melihat apakah cocok dengan nilai korelasi yang diperoleh dari analisis faktor. Pada tahap ini, ada dua hal yang perlu diselesaikan agar analisis faktor dapat dilakukan yaitu:

- Menentukan besaran nilai Barlett Test of Sphericity, yang digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang signifikan antar variabel.
- Keiser-Meyers-Oklun (KMO) Measure of Sampling Adequacy (MSA), yang digunakan untuk mengukur kecukupan sampel dengan cara membandingkan besarnya koefisien korelasi yang diamati dengan koefisien korelasi parsialnya.

Menurut Wibisono (2003) kriteria yang berlaku untuk analisis faktor adalah:

- Jika harga KMO sebesar 0,9 berarti sangat memuaskan
- Jika harga KMO sebesar 0,8 berarti memuaskan
- Jika harga KMO sebesar 0,7 berarti harga menengah
- Jika harga KMO sebesar 0,6 berarti cukup
- Jika harga KMO sebesar 0,5 berarti kurang memuaskan
- Jika harga KMO kurang dari 0,5 tidak dapat diterima.

Menurut Santoso (2002) angka MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan kriteria yang digunakan untuk interpretasi adalah sebagai berikut:

- Jika MSA = 1, maka variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lainnya.
- Jika MSA lebih besar dari setengah 0,5 maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.

- Jika MSA lebih kecil dari setengah 0,5 dan atau mendekati nol (0), maka variabel tersebut tidak dapat di analisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

3. Ekstraksi Faktor

Pada tahap ini, akan dilakukan proses inti dari analisis faktor yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang memiliki KMO > 0,5 sehingga terbentuk satu atau lebih faktor.

Metode yang digunakan untuk maksud ini adalah Principal Component Analysis (PCA) dan rotasi faktor dengan metode Varimax (bagian dari orthogonal). Setelah mereduksi variabel yang tidak terkait erat pada tahap sebelumnya, analisis faktor selanjutnya menemukan varian total .

Total variance explained menunjukkan total variasi yang diterangkan oleh setiap faktor. Artinya, sejauh mana suatu faktor dapat menjelaskan informasi yang ada pada keseluruhan faktor. Banyaknya faktor ekstraksi ditentukan oleh nilai fitur > 1,0. Nilai Eigenvalue adalah sebuah nilai yang merepresentasikan keseluruhan varian yang dijelaskan oleh masing-masing faktor. Nilai yang diperhatikan dalam tabel ini adalah nilai rotation sums of square loadings, yang dihasilkan setelah perotasian.

Dari nilai tersebut dapat dilihat nilai variansi setiap faktor yang terbentuk dan nilai kumulatif variansi dari faktor-faktor yang terbentuk (Santoso, 2002).

4. Matriks Rotasi Faktor

Dalam rotasi faktor, matriks faktor diubah menjadi matriks yang lebih sederhana, sehingga lebih mudah untuk diinterpretasikan. Metode yang digunakan untuk rotasi adalah dengan program varimax yang dapat meminimalkan jumlah variabel yang disebabkan oleh faktor sehingga meningkatkan kemampuan untuk menjelaskan faktor yang ada.

Faktor beban adalah angka yang mewakili derajat korelasi antara faktor satu, faktor dua, faktor tiga, faktor empat, atau faktor lima. Proses penentuan variabel mana akan masuk ke faktor yang mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada baris di dalam setiap tabel (Santoso, 2002).

5. Penamaan Faktor

Pada tahap ini, nama faktor bentukan akan diberikan berdasarkan faktor pembebanan variabel relatif terhadap faktor pembentuk. Setelah pembentukan faktor jika terjadi variabel yang terdapat pada masing-masing faktor berbeda dengan yang ada pada penelitian sebelumnya maka perlu diberikan nama representatif baru untuk variabel yang terdapat pada masing-masing faktor tersebut (Santoso, 2002).

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Kota Jambi

Provinsi Jambi adalah sebuah daerah di pulau Sumatera, sebelum datang kekuatan Belanda dan Jepang sudah ada kerajaan yang merdeka. Indonesia merdeka, wilayah Jambi berbentuk kawasan pemukiman yang terdiri dari Kabupaten Merangin, Kabupaten Harry dan Kota Jambi. Sumatera dibagi menjadi tiga kabupaten, yaitu Kabupaten Sumatera Utara, Kabupaten Sumatera Tengah dan Kabupaten Sumatera Selatan. Kawasan pemukiman Jambi termasuk dalam wilayah sub-tengah Sumatera.

Kota Jambi terletak di Provinsi Jambi pada tahun 1500-1901 merupakan wilayah kekuasaan. Pusat Kesultanan Islam Malaya di Jambi terletak di hulu Sungai Padangri di Jambi yaitu Alam Dharma. Kota Jambi berdiri pada tanggal 28 Mei 1401 dan didirikan pada tanggal 17 Mei 1946 sesuai dengan SK Gubernur Sumatera Nomor 103 Tahun 1946 dan menjadi pemerintahan kotamadya.

Kota Jambi dibelah oleh sungai yang bernama Batanghari, kedua kawasan tersebut terhubung oleh jembatan yang bernama jembatan Aur Duri. Kota Jambi memiliki luas sekitar 205,38 km² dengan penduduknya berjumlah 604.378 jiwa (2019). Kota Jambi terdiri dari 8 kecamatan yang terdiri dalam tabel berikut:

Tabel. 4.1.
Luas Wilayah Administrasi Kota Jambi

No.	Nama Kecamatan	Jumlah Kelurahan	Luas (Km2)
1.	Pasar Jambi	4	4,02
2.	Jelutung	7	7,92
3.	Jambi Timur	10	20,21
4.	Telanaipura	11	22,51
5.	Kota Baru	10	36,11
6.	Jambi Selatan	9	11,41
7.	Danau Teluk	5	15,70
8.	Pelayangan	6	15,29
Kota Jambi		62	205,38

Sumber : Pemerintah Setda Kota Jambi 2020

4.2 Perkembangan Usaha Catering Di Kota Jambi

Catering bermula dari sebutan to cater yang berarti buat persiapan dan menyajikan makanan dan minuman buat umum. Katering yang berasal dari bahasa Inggris artinya melayani kebutuhan untuk pesta. Berdasarkan tersebut, biasanya katering memang diperuntukan untuk penyediaan makanan dalam pesta, seperti pernikahan, ulang tahun, ataupun pesta perayaan lainnya (imelstudio.com, 2006).

Di era sekarang sudah banyak jenis – jenis catering, bukan hanya menyediakan makanan untuk pesta tetapi menyediakan makanan diet, makanan untuk anak – anak atau lansia dan yang lain. Khususnya di Kota Jambi sudah banyak yang membuka usaha catering, 47 catering yang terdaftar di Dinas Umk Dan Koperasi Kota Jambi.

Usaha catering di Kota Jambi memiliki cita rasa yang enak, sehingga dapat menyesuaikan selera konsumen. Sedangkan harga yang tercantum sangatlah terjangkau sekitar RP. 15.000 sampai Rp. 28.000/box dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan sesuai dengan yang diharapkan.

Di bulan Maret tahun 2020 terjadi Covid-19 yang menyebar keseluruh dunia, sehingga mengakibatkan kritis ekonomi negara termasuk ekonomi para UMKM. Akibat wabah covid-19 ini membuat para usaha catering mengalami beberapa hambatan sehingga harus mengikuti protokol kesehatan dan lebih memperhatikan kebersihan makanan maupun karyawan.

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan penyebaran kuisioner terhadap 461 responden pemilik usaha catering di Kota Jambi, hanya 47 responden yang menjadi objek dalam penelitian. Berikut didapatkan nama-nama usaha catering, umur usaha catering, umur pemilik usaha, latar belakang pendidikan, omset usaha sebelum dan sesudah covid-19 dan sumber dana usaha dalam penelitian ini.

5.1.1 Deskripsi Nama-Nama Usaha Responden

Tabel. 5.1
Nama-Nama Usaha

NO	NAMA USAHA	ALAMAT USAHA	NO.TELP/HP
1.	Aat Bella Decoration	Jl. Slamet Riyadi Lorong kampung baru Lorong kampung Baru, Lorong Cendana Broni No.07, RT.17, Legok, Kec. Telanaipura, Kota Jambi,	082278334545
2.	alfattah catering	perumnas auduri 1 blok c no.93	0895620713802
3.	Asia Catering Jambi	Jl. kaswari perumahan Tj permata blok kk, no 113, rt.28, kec. paal merah	082179739677
4.	atika azim catering	kompleks pertokoan parma residence thehok kec.jambi selatan	082282166196
5.	Bintang Catering Jambi	Jl. Pangeran Antasari, Talang Banjar, Kec. Jambi Tim	089674748777
6.	catering fitry	jl. mayor broery mansyur rt.16 n0.30 kenali asam atas kota baru	08980905282
7.	Catering Sedap Sari	Jl. H. Agus salam, No.51 belakang dinas kesehatan kota baru	08127408442
8.	Chania Catering	Jl. Depati Purbo Rt.13 dekat sekolah SLB Kel. Pematang Sujur Telanaipura	08127824436
9.	Citet catering	Jl. Syamsu bahroen kec. Telanaipura	081363155265
10.	Citra Catering	Jalan lingkaran timur rt.35 Lorong mesjid nurul hikma Kec. Paal merah Kota Jambi	085268777674
11.	dapur najwa	mayang sei. sawang lrg. delima rt.29 kel.simpang 3 sipin kec.kota baru	082211515951
12.	Dilla Catering	Jalan sunan gunung jati Lorong Swadaya Perumahan Bukit Mayang Asri Blok D 111 Rt. 25 kel. Kenali Asam Bawah	085266490165
13.	Duta Catering	Perum. Barcelona Regency Blok B no.7, Kel. Mayang	085268870446
14.	Ekri Kitchen	jl. hayam wuruk rt.09, Jelutung kota jambi	081292772773
15.	Erni catering	JL. R. Bahsan Siagian, Pasir Putih, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36129	081274192006
16.	Eshan Catering	Kebun Jeruk Kota Jambi	085267679600

17.	Harmoni Catering Jambi	Jl. Slamet Riyadi No.09, Mayang Mangurai, Kec. Kota Baru	085294070001
18.	Ina Bintang Decoration	Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru	08117404436
19.	Inechity catering	Lorong tegal sari 2, No 78 Mayang	08127398668
20.	Ken'n resto jambi	Jl. Panglima polim, Rajawali No.34	081230018800
21.	Kitchen alma catering	jl. asparagus no.161 rt.05 beliung kec. alam barajo	085378481828
22.	Kitchen buk bet	jl. lingkar barat 2 rt.25 no.82 kec.alam barajo	082285894712
23.	labo catering	jl. depati purbo kel.pematang sulur dekat slb baru kec.telanaipura	082183334404
24.	Lily catering	jl. lintas Aur duri RT.12 No.54 Kel.penyengat rendah Kec.telana	081274260939
25.	Mandra catering	Jalan. Kap patimura simpang 3 bangunan bawah kec. Telana	082258354689
26.	Mayang decoration	Jl. Ir. H. Juanda, kec. Mayang	081278849893
27.	Mula kitchen	Jl. Lawet raya, handil jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36129	082298231329
28.	Mutiara Catering	JL. Slamet Riyadi, Lrg. Remaja. Solok Sipin, Kec. Telanaipura	082181349995
29.	Nalia catering	Lrg. Bungo tanjung no.8, pematang sulur, kec. Telanaipura	08170045528
30.	Nasi kotak	Jalan batam No.02 rt.23 kec. jelutung	089696232326
31.	Olive Catering	jl. Tarmizi kadir, thekok Kota Jambi	082372723282
32.	Olivin Catering	jalan H.M. Kamil Rt.11 No.38 Kel. Wijayapura Jambi Selatan	085269760001
33.	Pesona Rasa Catering	Jl. Angkasa Putri No.4, Talang Banjar, Jambi Tim., Kota Jambi	081278369900
34.	Rama catering	Jln abd chatab no 113	082179714961
35.	Rick's Kitchen	JL. Gatot subroto Kota Jambi	082178983826
36.	rizqy catering	jl. lingkar barat rt.08 baganpete	082277711173
37.	Rm Alica	Jalan patimura blok 8c	085267764770
38.	Rm ampera gadang	Jalan patimura samping spbu kuburan cina	(0741) 5913217
39.	Royal Kitchen	jl. dr.Tazar, lorong rumbia buluran kenali, kec. Telanaipura	081281445137
40.	ryanakylia catering	Lrg. Bungo Tanjung No.8, pematang sulur, kec. Telanaipura	08170045528
41.	salwa wedding dan catering	sungai putri kec.telanaipura	085269433355
42.	Umindia catering	Jalan pangeran antasari no.58c rt.19, Talang banjar	081367050840
43.	Vika Catering	Jl. Sunan Kalijaga Rt.04, simpang III sipin	085208795885
44.	Viska catering	Jl. Nusa indah No.93, Rt.03, Rawasari, Kec. Kota Baru	085268497789
45.	Wanda catering	Perumahan Mutiara Kenali, Blk. B No.09, Kenali Asam Bawah, Kec. Kota Baru, Kota Jambi	089509659272
46.	Zam zam catering	Jalan kol.abun janisimpang tiga sipin	085277757594
47.	Zhafirah catering	perumahan teguh permai 4 blok D no 11 kel pal 6 kec kota baru jambi	085266023503

Sumber: Observasi Bulan November 2020

Tabel 5.1 diatas, diperoleh ada 47 usaha catering di Kota Jambi yang telah memiliki surat izin usaha dan terdaftar di Dinas Koperasi Kota Jambi. Usaha catering tersebut memiliki ciri khas lauk pauk dan rasa, sehingga dapat menyesuaikan selera konsumen.

5.1.2 Deskripsi Umur Usaha Responden

Tabel 5.2
Umur Usaha

No	Umur Usaha	frequency	Percent
1.	<1	0	0%
2.	2-3 Tahun	0	0%
3.	4-5 Tahun	18	38,3%
4.	>5 Tahun	29	61,7%
Total		47	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.2 diatas menunjukkan bahwa pelaku usaha yang paling lama yaitu berada pada >5 Tahun dengan persentase sebesar 61,7%. Sedangkan usaha yang lamanya 4-5 tahun sebesar 38,3% dan usaha yang lamanya < 1 tahun serta 2-3 tahun sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha catering di Kota Jambi yang sudah cukup lama berdiri.

5.1.3 Deskripsi Usia Responden

Tabel 5.3
Usia Responden

NO	Usia	Frequency	Percent
1.	15-25 Tahun	0	0%
2.	26-35 Tahun	17	36,2%
3.	36-45 Tahun	23	48,9%
4.	46-55 Tahun	7	14,9%
5.	55-65 Tahun	0	0%
Total		47	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.3 menunjukkan bahwa umur responden didominasi oleh umur 36-45 Tahun dengan persentase sebesar 48,9%, umur 26-35 Tahun dengan persentase sebesar 36,2%, umur 46-55 tahun sebesar 14,9% , umur 15-26 tahun sebesar 0% dan umur 56-65 Tahun sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha catering di Kota Jambi didominasi oleh umur 36-45 tahun yang mana usia tersebut merupakan usia produktif.

5.1.4 Deskripsi Latar Belakang Pendidikan Responden

Tabel 5.4
Latar Belakang Pendidikan

NO	Pendidikan	Frequency	Percent
1.	SD	0	0%
2.	SMP	2	4,3%
3.	SMA	9	19,1%
4.	S1	25	53,2%
5.	S2	3	6,4%
6.	D3	8	17%
Total		47	100%

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.4 menunjukkan sisi jenjang pendidikan terakhir, data yang didapatkan bahwa sebanyak 25orang (53,2%) responden lulusan S1, selanjutnya sebanyak 8orang (17%) yang berasal dari latar belakang pendidikan D3, sebanyak 9orang (19,1%) yang berasal dari pendidikan SMA, atas 2orang (4,3%) lulusan SMP, sedangkan lulusan SD sebanyak 0orang (0%) dari 47 responden.

5.1.5 Deskripsi Sumber Modal Usaha Responden

Tabel 5.5
Sumber Modal Usaha

NO	Sumber Modal Usaha	Frequency	Percent
1.	Modal sendiri	18	38,3%
2.	Modal keluarga	29	61,7%
3.	Pinjaman perbankan	0	0%
4.	Koperasi	0	0%
5.	Lainnya	0	0%
Total		47	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.5, diperoleh sebanyak 18orang (38,3%) yang sumber usahanya berasal dari modal sendiri. selanjutnya sebanyak 29 orang (61,7%) sumber usaha responden ini di dominasi dengan menggunakan modal keluarga. Selanjutnya 0orang (0%) yang sumber usahanya berasal dari pinjaman perbankan, dan 0 % yang sumber usahanya dari koperasi dan 0 orang (0%) yang sumber usahanya berasal dari sumber lainnya.

5.1.6 Deskripsi Omzet Usaha Perbulan Responden Sebelum Covid-19

Tabel 5.6
Omzet Usaha Perbulan Sebelum Covid-19

NO	Omzer usaha perbulan sebelum covid-19	Frequency	Percent
1.	< Rp.5.000.000	0	0%
2.	Rp.5.500.000 - Rp.11.000.000	0	0%
3.	Rp.11.500.000 - Rp.17.000.000	9	19,1%
4.	Rp.17.500.000 - Rp.21.000.000	16	34%
5.	Rp.21.500.000 - Rp.30.000.000	12	25,5%
6.	>Rp.30.000.000	10	21,3%
Total		47	100%

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.6 di atas, diperoleh sebanyak 16orang (34%) responden memiliki omzet usaha antara Rp.17.500.000-Rp.21.000.000 perbulan, selanjutnya sebanyak 12orang (25,5%) yang memiliki omzet usaha antara Rp.21.500.000-Rp. 30.000.000 perbulan, ada 9orang (19,1%) yang memiliki omzet usaha antara Rp.11.500.000-Rp. 17.000.000perbulan, selanjutnya ada sebanyak 10orang (21,3 %) memiliki omzet usaha yakni >Rp.30.000.000 dan 0orang (0%) yang memiliki omzet usaha <Rp.5.0000.000 serta 0orang (0%) antara dari Rp. 5.500.000 sampai Rp.11.000.000 per bulan.

5.1.7 Deskripsi Omzet Usaha Perbulan Responden Selama Masa Covid-19

Tabel 5.7
Omzet Usaha Perbulan Selama Masa Pandemi Covid-19

NO	Omzer usaha perbulan selama masa pandemi covid-19	Frequency	Percent
1.	< Rp.5.000.000	28	59,6%
2.	Rp.5.500.000 - Rp.11.000.000	10	21,3%
3.	Rp.11.500.000 - Rp.17.000.000	6	12,8%
4.	Rp.17.500.000 - Rp.21.000.000	2	4,3%
5.	Rp.21.500.000 - Rp.30.000.000	1	2,1%
6.	>Rp.30.000.000	0	0%
Total		47	100%

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.7 di atas, diperoleh sebanyak 2orang (2,1%) responden memiliki omzet usaha antara Rp.17.500.000-Rp.21.000.000perbulan, selanjutnya sebanyak 1orang (2,1%) yang memiliki omzet usaha antara Rp.21.500.000-Rp. 30.000.000perbulan, ada 6orang (12,8%) yang memiliki omzet usaha antara

Rp.11.500.000-Rp.17.000.000perbulan, selanjutnya ada sebanyak 0orang (0%) memiliki omzet usaha yakni >Rp.30.000.000 dan 28orang (59,6%) yang memiliki omzet usaha < Rp. 5.0000.000 serta 10orang (21,3%) antara dari Rp. 5.500.000 sampai Rp.11.000.000per bulan.

5.2 Uji Instrumen Penelitian

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variable yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan pretest terhadap 47 responden yang telah diolah dengan menggunakan program SPSS statistic versi 23. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5.8
Hasil Uji Validitas
Item-Total Statistics

	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
p1	,601	0,288	Valid
p2	,466	0,288	Valid
p3	,465	0,288	Valid
p4	,530	0,288	Valid
p5	,596	0,288	Valid
p6	,373	0,288	Valid
p7	,637	0,288	Valid
p8	,356	0,288	Valid
p9	,595	0,288	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 23

Sampel pada penelitian ini sebanyak (n) = 47 dan besarnya df dapat dihitung $47-2 = 45$, dengan df = 45 dan alpha 0,05 di dapat r tabel = 0,288. r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid (Ghozali,2013). Dari tabel diatas terlihat bahwa keseluruhan indikator penelitian dinyatakan valid karena r hitung yang dapat dilihat dari hasil statistic Corrected Item- Total Correlation lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel).

5.2.2 Uji reliabilitas

Semakin tinggi realiabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat

tersebut untuk digunakan. Tingkat reliabilitas suatu konstruk / indikator penelitian dapat dilihat dari hasil statistic cronbach alpha (α). Suatu indikator dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,70$ dan apabila nilai alpha $< 0,70$ maka indikator penelitian tersebut tidak reliable.

Tabel 5.9
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	9

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS statistic versi 23, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator penelitian dinyatakan reliable. Hal tersebut tergambar pada tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas, keseluruhan indikator memiliki nilai cronbach alpha $0,816 > 0,70$.

5.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Salah satu tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui faktor- faktor yang memotivasi wanita berwirausaha yang dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner dengan beberapa pernyataan mengenai faktor-faktor yang memotivasi wanita berwirausaha. Berikut daftar pernyataan mengenai faktor-faktor yang memotivasi wanita berwirausaha.

Tabel 5.10
Daftar Penghambat Usaha Catering

No	Indikator
1.	Dalam Pandemi Covid-19 berpengaruh usaha catering saya
2.	Pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering
3.	Pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya
4.	Akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya
5.	Pada saat masa Pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun
6.	Dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru
7.	Pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19
8.	saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas
9.	Perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas

Berikut tanggapan responden mengenai pernyataan yang diajukan mengenai faktor yang menghambat keberhasilan usaha catering di masa pandemi.

Tabel 5.11
Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan dalam pandemi covid-19 berpengaruh usaha catering saya

Skala	Frekuensi (Jumlah Responden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	4	8,50%	12
4	19	40,40%	76
5	24	51,10%	120
Total	47	100%	208
Rata-Rata			4,43

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.11 diatas menerangkan sebanyak 8,50% berpendapat netral, sedangkan sebanyak 40,40% setuju dan sebanyak 51,10% responden menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 208 dengan rata-rata 4,43 yang menunjukkan bawa indikator pertama ini memiliki rentang nilai yang sangat tinggi. Secara keseluruhan responden sangat setuju dengan pernyataan dalam pendemi covid-19 berpengaruh usaha catering.

Tabel 5.12
Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut menggunakan jasa catering

Skala	Frekuensi (Jumlah Responden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	5	10,60%	15
4	30	63,80%	120
5	12	25,50%	60
Total	47	100%	195
Rata-Rata			4,15

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.12 diatas menerangkan tidak ada responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, karena sebanyak 10,60% responden berpendapat netral, sedangkan sebanyak 63,80% responden menyatakan setuju, dan 25,50% responden yang sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 195 dengan rata-rata 4,15 yang menunjukkan bawa indikator kedua ini memiliki rentang nilai

yang rendah. Secara keseluruhan pernyataan bahwa Pandemi Covid-19 membuat konsumen responden memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering.

Tabel 5.13

Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya

Skala	Frekuensi (JumlahResponden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	6	12,80%	18
4	22	46,80%	88
5	19	40,40%	95
Total	47	100%	201
Rata-Rata			4,28

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.13 diatas menerangkan bahwa sebanyak 12,80% responden yang menyatakan netral, selanjutnya sebanyak 46,80% responden yang menyatakan setuju dan 40,40% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ketiga. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 201 dengan rata-rata 4,28 yang menunjukkan bawa indikator ketiga ini memiliki rentang nilai yang rendah. Secara keseluruhan pernyataan bahwa responden dalam metode penyajian mengalami perubahan contohnya dari prasmanan menjadi kotak nasi.

Tabel 5.14

Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya

Skala	Frekuensi (JumlahResponden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	4	8,50%	12
4	21	44,70%	84
5	22	46,80%	110
Total	47	100%	206
Rata-Rata			4,38

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.14 diatas menerangkan bahwa tidak ada responden yang sangat tidak setuju dan tidak. Sebanyak 8,50% responden yang berpendapat netral, sebanyak 44,70% responden menyatakan setuju, dan sebanyak 46,80% responden

menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut didapatkan skor sebesar 206 dengan rata-rata 4,38 yang menunjukkan bahwa indikator keempat ini memiliki rentang nilai yang sangat tinggi. Secara keseluruhan pernyataan bahwa harga jual mempengaruhi masa pandemi covid-19.

Tabel 5.15
Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pada saat masa pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun

Skala	Frekuensi (JumlahResponden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	1	2,10%	2
3	1	2,10%	3
4	18	38,30%	72
5	27	57,40%	135
Total	47	100%	212
Rata-Rata			4,51

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.15 diatas menerangkan responden yang tidak setuju sebanyak 2,10%, lalu sebanyak 2,10% berpendapat netral, 38,30% menyatakan setuju dan sebanyak 57,40% responden menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 212 dengan rata-rata 4,51 yang menunjukkan bahwa indikator kelima ini memiliki rentang nilai yang sangat tinggi. Secara keseluruhan responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa dalam pandemi covid-19 dapat menurunkan omset perusahaan.

Tabel 5.16
Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru

Skala	Frekuensi (JumlahResponden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	1	2,10%	3
4	14	29,80%	56
5	32	68,10%	160
Total	47	100%	219
Rata-Rata			4,66

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.16 diatas menerangkan tidak ada responden yang berpendapat sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sebanyak 2,10% berpendapat netral, 29,80%

menyatakan setuju dan sebanyak 68,10% responden menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 219 dengan rata-rata 4,66 yang menunjukkan bahwa indikator keenam ini memiliki rentang nilai yang sangat tinggi. Secara keseluruhan responden setuju dengan pernyataan menambah konsumen dengan cara mengiklankan usaha catering di media sosial.

Tabel 5.17

Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19

Skala	Frekuensi (Jumlah Responden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	2	4,30%	6
4	16	34,00%	64
5	29	61,70%	145
Total	47	100%	215
Rata-Rata			4,57

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.17 diatas menerangkan tidak ada responden yang sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan pernyataan indikator ketujuh. Sebanyak 4,30% berpendapat netral, 34% menyatakan setuju dan sebanyak 61,70% responden menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 215 dengan rata-rata 4,57 yang menunjukkan bahwa indikator ketujuh ini memiliki rentang nilai yang sangat tinggi. Secara keseluruhan responden sangat setuju dengan pernyataan pemerintah memberikan peraturan yang bersifat menguntungkan para usaha catering.

Tabel 5.18

Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas

Skala	Frekuensi (Jumlah Responden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	0	0,00%	0
4	11	23,40%	44
5	36	76,60%	180
Total	47	100%	224
Rata-Rata			4,77

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.18 diatas menerangkan tidak ada responden yang sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan pernyataan indikator kedelapan. Sebanyak 23,40% berpendapat setuju dan 76,60% responden menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 224 dengan rata-rata 4,77 yang menunjukkan bahwa indikator kedelapan ini memiliki rentang nilai yang sangat tinggi. Secara keseluruhan responden setuju dengan pernyataan pemimpin memperhatikan kesehatan anggota sebelum atau sesudah bertugas.

Tabel 5.19

Tabulasi tanggapan responden mengenai pernyataan perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas

Skala	Frekuensi (Jumlah Responden)	Percent	Skor
1	0	0%	0
2	0	0%	0
3	3	6,40%	9
4	19	40,40%	76
5	25	53,20%	125
Total	47	100%	210
Rata-Rata			4,47

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Tabel 5.19 diatas menerangkan responden berpendapat menyatakan sebanyak 6,40% setuju, 40,40% menyatakan setuju dan 53,20% menyatakan sangat setuju. Dari data tersebut juga didapatkan skor sebesar 210 dengan rata-rata 4,47 yang menunjukkan bawa indikator kesepuluh ini memiliki rentang nilai yang tinggi. Secara keseluruhan responden sangat setuju dengan pernyataan responden menjalankan protokol kesehatan saat menjalankan bertugas.

Tabel 5.20

Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap seluruh indikator mengenai faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan usaha catering

No	Pernyataan	Jumlah	Presentase
1	Dalam Pandemi Covid-19 berpengaruh usaha catering saya	208	11%
2	Pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering	195	10%
3	Pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya	201	11%
4	Akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya	206	11%

5	Pada saat masa Pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun	212	11%
6	Dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru	219	12%
7	Pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19	215	11%
8	saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas	224	12%
9	Perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas	210	11%
TOTAL		1890	100%

Berdasarkan Tabel 5.20 menggambarkan tanggapan responden mengenai 9 Indikator yang menghambat usaha catering di Kota Jambi. Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa ada 2 indikator yang mendapatkan presentase skor total tertinggi sebesar 12% yaitu indikator “Dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru dan saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas”. Sedangkan indikator ke 2 “Pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering” mendapatkan presentase skor total terendah yaitu sebesar 10%.

5.4 Analisis Faktor

5.4.1 Uji Asumsi Analisis Faktor

Sesuai dengan landasan teori, ada dua hal yang perlu dilakukan agar analisis faktor dapat dilaksanakan, yang pertama yaitu menentukan besaran nilai Barlett Test Of Sphericity, yang digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang signifikan antar variable, dan kedua adalah Keiser-Meyers-Olkin (KMO) kecukupan sampel dengan cara membandingkan besarnya koefisien korelasi yang diamati dengan koefisien korelasi parsialnya.

Kecukupan data atau sample dapat diidentifikasi melalui Measure of Sampling Adequacy (MSA) dan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Nilai kedua ukuran tersebut bias didapatkan dengan bantuan software SPSS. Mengacu pada landasan teori bahwa sekelompok data dikatakan memenuhi asumsi kecukupan data

adalah jika nilai MSA dan KMO lebih besar dari pada 0,5 (Hair, 2006). Berikut ini adalah output nilai MSA dan KMO dari SPSS.

Tabel 5.21
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,725
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	146,809
	Df	36
	Sig.	,000

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Hasil Uji KMO dan Bartlett's test menunjukkan KMO MSA lebih dari 0,50 yaitu 0,725 dan nilai Bartlett's test dengan Chi-Square = 146,809 dan signifikan pada 0.000. Nilai menunjukkan bahwa penelitian ini diperbolehkan menggunakan analisis faktor sebagai metode analisisnya karena nilai yang dihasilkan diatas lebih dari 0,5.

5.4.1.1 Penentuan banyak faktor dan pengelompokan variabel berdasarkan loading faktor

Keputusan pengambilan jumlah faktor sebanyak didasarkan pada nilai eigenvalue dari matriks korelasi antar variabel dan pengelompokan variable dilakukan dengan membandingkan nilai loading faktor secara mutlak diantara faktor-faktor yang terbentuk.

5.4.1.2 Penentuan Banyak faktor dengan eigenvalue

Seperti yang dijelaskan diatas penemuan banyak faktor didasarkan pada nilai eigenvalue dari matriks korelasi antar variable. Hasil perhitungan pada tahap ini disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 5.22
Matriks Korelasi antar Tabel
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,683	40,927	40,927	3,683	40,927	40,927	2,259	25,100	25,100
2	1,316	14,620	55,547	1,316	14,620	55,547	2,090	23,227	48,327
3	1,054	11,715	67,262	1,054	11,715	67,262	1,704	18,935	67,262
4	,825	9,162	76,424						
5	,637	7,082	83,506						
6	,595	6,611	90,117						
7	,481	5,348	95,465						
8	,245	2,720	98,185						
9	,163	1,815	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

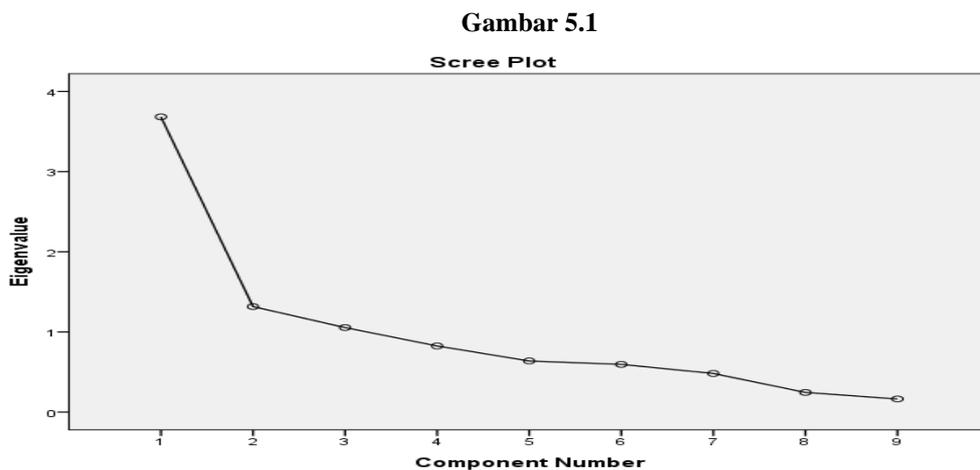
Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Dari 9 variabel yang dianalisis, ternyata hasil ekstraksi menjadi 3 faktor yang memiliki nilai eigenvalue > 1, dimana :

- Faktor 1 nilai eigen value 3,683 dan mampu menjelaskan 40,927 % variasi.
- Faktor 2 nilai eigen value 1,316 dan mampu menjelaskan 14,620% variasi.
- Faktor 3 nilai eigen value 1,054 dan mampu menjelaskan 11,715% variasi.

5.4.1.3 Penentuan banyak faktor dengan Scree Plot

Scree plot adalah grafik yang menggambarkan plot nilai eigenvalue dari masing-masing variable. Dibawah ini adalah output scree plot dari SPSS.



Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Seperti pada pembahasan sebelumnya, untuk menentukan banyak faktor

yang terbentuk dapat dilihat pada nilai eigenvalue yang lebih dari satu. Pada gambar 5.1, dapat dilihat bahwa ada 3 komponen yang mempunyai nilai eigenvalue lebih dari satu, sehingga ada 3 faktor yang terbentuk.

Tabel 5.23
Pengelompokan Variabel ke dalam faktor

Variabel	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Dalam Pandemi Covid-19 berpengaruh usaha catering saya	,892		
Pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering	,875		
Pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya	,687		
Akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya		,892	
Pada saat masa Pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun		,795	
Dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru		,630	,377
Pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19		,369	,778
saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas			,732
Perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas			,563

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 23

Seperti dapat dilihat pada tabel 5.23 diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor 1 hingga faktor 3 telah mempunyai anggota variabelnya sesuai dengan nilai loading faktor-nya.

Kemudian setelah dilakukan pengelompokan variable kedalam faktor, maka langkah selanjutnya adalah pemberian nama faktor. Pemberian nama faktor merupakan ketentuan dari peneliti, pemberian nama tersebut berdasarkan variabel yang dapat diukur langsung untuk menggambarkan faktor yang merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

Pemberian nama faktor dari hasil pengelompokan variabel disajikan pada Penulis juga memberikan label untuk variabel faktor internal dan eksternal.

Tabel 5.24
Pemberian Nama Faktor

Variabel	Nama Faktor
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dalam Pandemi Covid-19 berpengaruh usaha catering saya. ▪ Pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering. ▪ Pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya. ▪ Dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru. 	<p><i>production aspect</i> Aspek Produksi (Faktor Internal)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya. ▪ Pada saat masa Pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun. 	<p><i>financial aspect</i> Aspek Keuangan (Faktor internal)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19. ▪ Saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas. ▪ Perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas. 	<p><i>rgovernment policy</i> Kebijakan Pemerintah (Faktor Eksternal)</p>

Pemberian nama faktor aspek produksi (Faktor Internal), aspek keuangan (Faktor Internal), dan kebijakan pemerintah (Faktor Eksternal) berdasarkan pada faktor hasil penelitian Munizu (2010) dan I Gusti Putu Diva Awatara (2016).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan “Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis faktor penghambat terbentuk dua faktor penghambat yang berpengaruh dalam usaha catering yaitu,
 - faktor internal terbagi menjadi aspek produksi, aspek pemasaran, aspek keuangan dan aspek sdm.
 - faktor eksternal terbagi menjadi kebijakan pemerintah dan aspek sosial.
2. Variabel yang sangat berpengaruh dalam faktor penghambat adalah :
 - Pada masa pandemi Covid-19 mempengaruhi usaha catering saya dari segi produksi (faktor internal).
 - Pada saat covid-19 omzet penjualan menurun dari segi keuangan (faktor internal).
 - Selama masa covid-19 tugas pemerintah membantu memulihkan perekonomian sesuai dengan kebijakan pemerintah (faktor eksternal).
 - Sedangkan dalam aspek pemasaran, aspek sdm, dan aspek sosial tidak termasuk dalam faktor penghambat pertumbuhan usaha catering.

6.2 Saran

Saran dalam penelitian ini ditujukan kepada pimpinan catering di Kota Jambi sebagai pelaku UMKM yang menjadi subjek penelitian, instansi pemerintah, dan penelitian selanjutnya.

1. Saran Untuk Perusahaan Catering Terkemuka Di Kota Jambi.

Dari hasil analisis faktor diharapkan dalam faktor produksi catering lebih memperhatikan kebersihan terutama bahan masakan dan peralatan masak. Dan faktor Penanggung jawab keuangan catering dapat meminimalkan pengeluaran sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Saran Tentang Faktor Kebijakan Pemerintah.

Pemerintah bisa menangani COVID-19, yakni pemerintah harus menerapkan kebijakan, seperti pembelian alat kesehatan dan alat pelindung diri untuk menunjang pemeriksaan, membebaskan berpenghasilan rendah maupun terkena PHK dari biaya pemeriksaan kesehatan. Pemerintah memberikan bantuan untuk memastikan bahwa daya beli masyarakat tetap terjaga, seperti pengurangan biaya termasuk harga pangan, listrik, bahan bakar, air bersih dan lain-lain. Serta menegaskan agar mengikuti protokol kesehatan kepada seluruh masyarakat seperti mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak.

3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah dan memperluas variabel penelitian, sehingga dapat melakukan penelitian pada subjek berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi. 2018. Manajemen Teori Konsep dan Indikator. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Albouy, M., R. Bah, C. Bonnet, dan D.Thévenin. 2010. *The Perception of Dividends by French Managers: AnInternational Comparison. Working Paper.* Université de Grenoble 2.
- Alma, B. (2013). Kewirausahaan. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit Alfabeta. ISBN: 979 8433-35-0.
- Dampak Covid-19 Terhadap Sektor UKM Di Indonesia. Maucash, 5 Mei 2020.
- Dampak Ekonomi Covid-19, Tantangan Manajemen Organisasi Dan Profesionalisme Kerja.” Suteki Tech, 13 April 2020.
- Darma, G.S. (2019). Kacamata Media, Kesuksesan Bersyarat. Indonesia: Pustaka Larasan Press.
- Edison, Emron, dkk. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Kesatu April 2016. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. 2006. Multivariate Data Analysis 6 Ed. New Jersey: Pearson Education.
- Hery. (2017). Kewirausahaan. Cetakan Pertama. Jakarta: Grasindo.
- <https://www.covid19.go.id/>
- <http://umkm.depkop.go.id>
- <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- I Gusti Putu Diva Awatara Dan Anwar Hamdani (2016), Stie Aub Surakarta. Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Start Up Di Kota Surakarta.
- Kardigantara,Suseno. (2006). Diktat:Operasional Katering. Bandung: STPB.
- Kasmir. (2013). Kewirausahaan Edisi Revisi. Jakarta. Depok: PT raja Grafindo Persada.

- Kuncoro, Mudrajad. 2004. Otonomi dan Pembangunan Daerah, Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang. Jakarta: Erlangga.
- Mopangga, H. 2014. Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Trikonomika* Volume 13, No. 1, Juni 2014, Hal. 78–90. ISSN 1411-514X (print) / ISSN 23557737 (online).
- Munizu, Musran. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12, 33-41.
- Pandemi Corona, Ini 5 Keluhan Para Pelaku Bisnis UMKM.” *Jurnal*, 17 April 2020.
- Pemerintah Kota Jambi Bappeda, Bab 4 Dokumen Rpi2-Jm Kota Jambi Tahun 2016-2020.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.
- Santoso dan Tjiptono. 2004. Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS.
- Solihin, Ismail, 2014, “Pengantar Bisnis”, Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 335-345.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sukamdani Sahid Gitosardjono, Wirausaha Berbasis Islam & Kebudayaan, Jakarta: Pustaka Bisnis Indonesia, 2013, h. 204.

- Suryana. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Edisi IV*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tsuji, C. 2011. *Exploring the Corporate Dividend Payment Behavior of the Japanese Chemicals Industry Firms*. *The Open Business Journal* 4: 113.
- Wijaya, Aloysius Pangky. 2010. “faktor-faktor yang mempengaruhi Pergantian auditor oleh klien”. Kumpulan jurnal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang.
- Wirawan. 2013. *Kepemimpinan: Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Edisi 5, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Yth, Wirausaha Catering Di-
Tempat Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi yang sedang saya lakukan, yaitu mengenai ‘‘Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Catering Di Kota Jambi Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19’’, dengan ini saya memohon kesediaan saudara dan saudari untuk mengisi kuesioner mengenai penelitian skripsi saya ini. Melalui kuesioner ini saya mengharapkan masukan dari saudara dan saudari dalam mempertahankan usaha di masa pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini semata-mata untuk kepentingan pendidikan dan diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi berbagai pihak. Dalam kuesioner ini tidak ada jawaban benar atau salah.

Atas kesediaan saudara wirausaha wanita yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

AYU PURI PUSPITA DEWI
C1B017073

IDENTITAS RESPONDEN

Saudari dimohon untuk mengisi identitas responden berikut ini dengan mengisi data sesuai dengan keadaan sebenarnya. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda ceklist (√).

- Nama :(Wajib Diisi)
- Alamat Usaha :
- Umur Pemilik : 15 – 25 Tahun 36 – 45 Tahun 56 – 65 Tahun
 26 – 35 Tahun 46 – 55 Tahun
- Umur Usaha : < 1 Tahun 4 - 5Tahun
 2 - 3Tahun > 5 Tahun
- Pendidikan Terakhir : SD SMA S2
 SMP S1 D3
- Omzet sebelum covid-19 : < Rp. 5.000.000,-
 Rp. 5.000.000, - < Rp. 11.000.000
 Rp. 11.500.000,- < Rp. 17.000.000
 Rp. 17.500.000,- < Rp. 21.000.000
 Rp. 21.500.000,- < Rp. 30.000.000
 >Rp. 30.000.000
- Omzet setelah covid-19 : < Rp. 5.000.000,-
 Rp. 5.000.000, - < Rp. 11.000.000
 Rp. 11.500.000,- < Rp. 17.000.000
 Rp. 17.500.000,- < Rp. 21.000.000
 Rp. 21.500.000,- < Rp. 30.000.000
- Omzet sebelum covid-19 : Modal Sendiri Pinjaman Perbankan
 Modal Keluarga Koperasi
 Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang merupakan jawaban yang mewakili pendapat saudara dan saudari

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No	Indikator	1	2	3	4	5
1.	Dalam Pandemi Covid-19 berpengaruh usaha catering saya					
2.	Pandemi Covid-19 membuat konsumen saya memiliki rasa takut untuk menggunakan jasa catering					
3.	Pandemi covid-19 metode penyajian yang saya gunakan berubah. contohnya dari prasmanan menjadi menggunakan kotak nasi sebagai penggantinya					
4.	Akibat pandemi Covid-19 mempengaruhi harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan saya					
5.	Pada saat masa Pandemi Covid-19 ini omset usaha saya menurun					
6.	Dengan mengiklankan usaha catering saya melalui sosial media menjadi salah satu cara mendapatkan konsumen baru					
7.	Pemerintah telah memberikan aturan-aturan yang bersifat menguntungkan usaha catering saya pada masa Pandemi Covid-19					
8.	saya sangat memperhatikan kesehatan anggota sebelum / sesudah bertugas					
9.	Perusahaan catering saya mentaati protokol kesehatan saat menjalankan tugas					

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	47	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	47	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	35,79	9,084	,601	,786
p2	36,06	9,800	,466	,803
p3	35,94	9,452	,465	,805
p4	35,83	9,362	,530	,796
p5	35,70	9,083	,596	,787
p6	35,55	10,340	,373	,813
p7	35,64	9,279	,637	,783
p8	35,45	10,687	,356	,814
p9	35,74	9,238	,595	,787

LAMPIRAN 3

GAMBAR PROFIL RESPONDEN

Usia Pemilik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 26 – 35 Tahun	16	34,0	34,0	34,0
36 - 45 Tahun	24	51,1	51,1	85,1
46 - 55 Tahun	7	14,9	14,9	100,0
Total	47	100,0	100,0	

Usia Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 5 Tahun	29	61,7	61,7	61,7
4 - 5 Tahun	18	38,3	38,3	100,0
Total	47	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	7	14,9	14,9	14,9
S1	26	55,3	55,3	70,2
S2	3	6,4	6,4	76,6
SMA	9	19,1	19,1	95,7
SMP	2	4,3	4,3	100,0
Total	47	100,0	100,0	

Omzet Sebelum Covid-19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > Rp. 30.000.000	10	21,3	21,3	21,3
Rp. 11. 500.000, - Rp. 17.000.000	9	19,1	19,1	40,4
Rp. 17.500.000, - Rp. 21.000.000	17	36,2	36,2	76,6
Rp. 21.500.000, - Rp. 30.000.000	11	23,4	23,4	100,0
Total	47	100,0	100,0	

Omzet Selama Masa Covid-19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 5.000.000	28	59,6	59,6	59,6
RP. 11.000.000, - Rp. 17.000.000	6	12,8	12,8	72,3
Rp. 17.500.000, - Rp. 21.000.000	2	4,3	4,3	76,6
Rp. 21.500.000,- Rp. 30.000.000	1	2,1	2,1	78,7
Rp. 5.500.000, - Rp. 11.000.000	10	21,3	21,3	100,0
Total	47	100,0	100,0	

Sumber Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Modal Keluarga	27	57,4	57,4	57,4
Modal Sendiri	20	42,6	42,6	100,0
Total	47	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4

TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP INDIKATOR

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	8,5	8,5	8,5
	4	19	40,4	40,4	48,9
	5	24	51,1	51,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	10,6	10,6	10,6
	4	30	63,8	63,8	74,5
	5	12	25,5	25,5	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	12,8	12,8	12,8
	4	22	46,8	46,8	59,6
	5	19	40,4	40,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	8,5	8,5	8,5
	4	21	44,7	44,7	53,2
	5	22	46,8	46,8	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2,1	2,1	2,1
	3	1	2,1	2,1	4,3
	4	18	38,3	38,3	42,6
	5	27	57,4	57,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	2,1	2,1	2,1
	4	14	29,8	29,8	31,9
	5	32	68,1	68,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	4,3	4,3	4,3
	4	16	34,0	34,0	38,3
	5	29	61,7	61,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	11	23,4	23,4	23,4
	5	36	76,6	76,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	6,4	6,4	6,4
	4	19	40,4	40,4	46,8
	5	25	53,2	53,2	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

LAMPIRAN 5

OUTPUT ANALISIS FAKTOR

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,725
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	146,809
	Df	36
	Sig.	,000

Anti-Image Matrices										
		Zscore (P1)	Zscore (P2)	Zscore (P3)	Zscore (P4)	Zscore (P5)	Zscore (P6)	Zscore (P7)	Zscore (P8)	Zscore (P9)
Anti-Image Covariance	Zscore (P1)	,309	-,101	-,062	-,115	,080	-,053	-,016	,033	-,222
	Zscore (P2)	-,101	,690	,055	-,050	,003	-,113	-,030	,005	-,050
	Zscore (P3)	-,062	,055	,707	,026	-,079	-,137	-,015	-,204	-,011
	Zscore (P4)	-,115	-,050	,026	,484	-,251	,035	,064	-,042	,058
	Zscore (P5)	,080	,003	-,079	-,251	,353	-,055	-,201	,041	-,046
	Zscore (P6)	-,053	-,113	-,137	,035	-,055	,756	-,110	-,068	,105
	Zscore (P7)	-,016	-,030	-,015	,064	-,201	-,110	,475	-,072	-,067
	Zscore (P8)	,033	,005	-,204	-,042	,041	-,068	-,072	,811	-,062
	Zscore (P9)	-,222	-,050	-,011	,058	-,046	,105	-,067	-,062	,326
Anti-Image Correlation	Zscore (P1)	,662 ^a	-,219	-,133	-,296	,242	-,110	-,041	,065	-,698
	Zscore (P2)	-,219	,892 ^a	,079	-,087	,005	-,157	-,053	,006	-,106
	Zscore (P3)	-,133	,079	,832 ^a	,045	-,158	-,188	-,025	-,269	-,023
	Zscore (P4)	-,296	-,087	,045	,671 ^a	-,607	,058	,134	-,067	,147
	Zscore (P5)	,242	,005	-,158	-,607	,648 ^a	-,107	-,491	,076	-,134
	Zscore (P6)	-,110	-,157	-,188	,058	-,107	,759 ^a	-,184	-,086	,211
	Zscore (P7)	-,041	-,053	-,025	,134	-,491	-,184	,799 ^a	-,116	-,170
	Zscore (P8)	,065	,006	-,269	-,067	,076	-,086	-,116	,795 ^a	-,120
	Zscore (P9)	-,698	-,106	-,023	,147	-,134	,211	-,170	-,120	,689 ^a
A. Measures Of Sampling Adequacy(MSA)										

Communalities

	Initial	Extraction
Zscore(P1)	1,000	,840
Zscore(P2)	1,000	,525
Zscore(P3)	1,000	,607
Zscore(P4)	1,000	,701
Zscore(P5)	1,000	,853
Zscore(P6)	1,000	,454
Zscore(P7)	1,000	,625
Zscore(P8)	1,000	,631
Zscore(P9)	1,000	,818

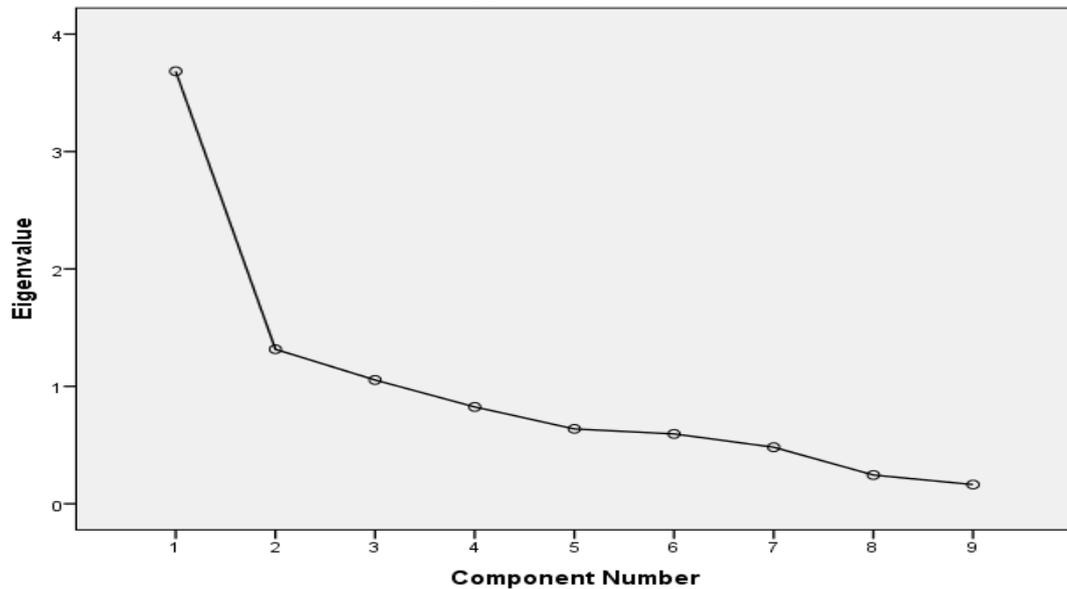
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums Of Squared Loadings			Rotation Sums Of Squared Loadings		
	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %
1	3,683	40,927	40,927	3,683	40,927	40,927	2,259	25,100	25,100
2	1,316	14,620	55,547	1,316	14,620	55,547	2,090	23,227	48,327
3	1,054	11,715	67,262	1,054	11,715	67,262	1,704	18,935	67,262
4	,825	9,162	76,424						
5	,637	7,082	83,506						
6	,595	6,611	90,117						
7	,481	5,348	95,465						
8	,245	2,720	98,185						
9	,163	1,815	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a			
	Component		
	1	2	3
Zscore(p7)	,750	,227	-,103
Zscore(p1)	,725	-,557	
Zscore(p9)	,723	-,537	
Zscore(p5)	,716	,418	-,407
Zscore(p4)	,656	,169	-,493
Zscore(p2)	,594	-,406	
Zscore(p3)	,583	,266	,442
Zscore(p6)	,479	,433	,193
Zscore(p8)	,456	,199	,619
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
a. 3 components extracted.			

Rotated Component Matrix^a			
	Component		
	1	2	3
Zscore(P1)	,892	,142	,157
Zscore(P9)	,875	,137	,182
Zscore(P2)	,687	,228	
Zscore(P5)	,112	,892	,209
Zscore(P4)	,264	,795	
Zscore(P7)	,294	,630	,377
Zscore(P8)	,158		,778
Zscore(P3)	,180	,196	,732
Zscore(P6)		,369	,563
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax With Kaiser Normalization. ^A			
A. Rotation Converged In 5 Iterations.			

Component Transformation Matrix			
Component	1	2	3
1	,631	,610	,478
2	-,775	,465	,429
3	,040	-,641	,766
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			

