

## ABSTRAK

Perekonomian suatu negara sangatlah ditunjang oleh keberadaan UKM-nya, tak terkecuali Indonesia. UKM berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk/jasa baru, serta menciptakan perubahan dan kompetisi pada pasar yang nantinya dapat berguna bagi pertumbuhan perekonomian suatu negara. Selain itu UKM juga dapat berguna untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia yang saat ini merupakan masalah utama dalam perekonomian negara. Melihat kenyataan di atas maka dapat diketahui bahwa UKM mempunyai peranan yang sangat besar dan tentu saja peranan yang sangat besar itu akan tercapai jika UKM sukses dalam usaha yang dijalankan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberhasilan UKM ditinjau dari karakteristik pengusaha, karakteristik UKM, dan dari variabel-variabel kontekstual lainnya (variable lain yang dekat dengan keberadaan UKM di luar karakteristik pengusaha dan karakteristik UKM). Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey*. Untuk penarikan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang diambil itu adalah UKM berbasis manufaktur yang ada di wilayah Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Untuk memperdalam hasil analisis tersebut maka penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan *in depth interview* terhadap 10 UKM.

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis crosstabs, dan analisis korelasi. Uji korelasi yang digunakan adalah spearman's *correlation*. Adapun hasil penelitian ini diperoleh bahwa keberhasilan UKM di wilayah Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pemasaran mempengaruhi keberhasilan secara kuat dan bersifat positif (spearman's *correlation* sebesar 0,866), teknologi dalam produksi mempengaruhi keberhasilan secara kuat dan bersifat positif (spearman's *correlation* sebesar 0,624), serta akses modal mempengaruhi keberhasilan secara biasa dan bersifat positif (spearman's *correlation* sebesar 0,580). Selain itu faktor pengalaman kerja ternyata berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha secara biasa (cramer's-v sebesar 0,288). Untuk faktor inovasi dalam struktur organisasi mempengaruhi keberhasilan secara biasa (cramer's-v sebesar 0,455) dan inovasi untuk periode peluncuran produk baru mempengaruhi keberhasilan secara kuat dan bersifat positif (spearman's *correlation* sebesar 0,739). Hasil penelitian ini ternyata berbeda dengan penelitian yang pernah dilakukan di Jogjakarta, yang mengatakan bahwa pemasaran, teknologi serta modal mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis secara positif, dan legalitas mempengaruhi keberhasilan bisnis secara negatif. Selain itu usahawan yang berpendidikan tinggi kurang berhasil dibandingkan usahawan yang berpendidikan rendah.