

**PENGARUH MOTIVASI, SUMBER DANA, TEKNOLOGI DAN AKSES
INFORMASI, STRATEGI PASAR, SERTA ENTREPRENEUR SKILL
TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM PEREMPUAN
DI KOTA PALEMBANG**

Lisnini^{*1}, Fetty Maretha, Yulia Pebrianti, Rini

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia

Lisnini21@gmail.com

ABSTRACT

This research is aimed to test the effect of motivation, source of funds, technology and information access, market strategy, and entrepreneur skill on the small and medium enterprises development. The research uses a data set consist of 325 small and medium women enterprises unit with 100 respondents. Regression analysis is used to compute the parameters. The results show that there are correlations between Motivation, source of funds, technology and information access, marketing strategy, and entrepreneur skill with enterprises development. Motivation has significant effect on the small and medium enterprises development. Source of funds, technology and information access, marketing strategy, and entrepreneur skill has no significant effect on the small and medium enterprises development.

Key words: *Motivation, Source of Funds, Technology and Information Access, Marketing Strategy, Entrepreneur Skill, Small and Medium Enterprises Development.*

**PENGARUH MOTIVASI, SUMBER DANA, TEKNOLOGI DAN AKSES
INFORMASI, STRATEGI PASAR, SERTA ENTREPRENEUR SKILL
TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM PEREMPUAN
DI KOTA PALEMBANG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara motivasi, sumber dana, teknologi dan akses informasi, strategi pemasaran, dan *entrepreneur skill* terhadap perkembangan UMKM. Penelitian ini menggunakan data yang terdiri dari 325 unit populasi UMKM perempuan di Kota Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Analisis regresi digunakan dalam pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas motivasi, sumber dana, teknologi dan akses informasi, strategi pemasaran, dan *entrepreneur skill* dengan variabel terikat perkembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sumber dana, teknologi dan akses informasi, strategi pemasaran, dan *entrepreneur skill* berpengaruh tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Kata kunci: Motivasi, Sumber Dana, Teknologi Dan Akses Informasi, Strategi Pasar, Serta *Entrepreneur Skill*, Perkembangan UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran besar disaat krisis moneter. Bisnis UKM justru tidak goyah bahkan menjadi tulang punggung perekonomian dikala itu. Setiap hari pemberitaan selalu muncul, oleh sebab itu pembuat kebijakan perlu memotivasi UMKM karena pada kenyataannya dapat meningkatkan pendapatan dan memungkinkan UMKM menikmati pertumbuhan di pasar internasional, terutama dengan implementasi kesepakatan ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) dan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO). UMKM harus memanfaatkan sepenuhnya peluang ini (Tambunan, 2012).

Usaha kecil Menengah memainkan peran penting dalam pengembangan suatu negara (Curran, 2007). Peran serta pemerintah sangatlah dibutuhkan seperti kemudahan dalam akses keuangan dan informasi yang terkait dengan peluang bisnis, teknologi modern, bahan baku, pasar, pabrik dan mesin yang memungkinkan mereka mengurangi biaya operasional agar lebih efisien untuk memenuhi persaingan pasar. Mengingat implikasi kebijakan dan memahami faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan dan kelangsungan hidup UMKM akan membantu pembuat kebijakan, dan lainnya untuk merancang kebijakan dan program yang ditargetkan secara aktif akan merangsang inovasi, serta membantu para pembuat kebijakan untuk mendukung, mendorong, dan mempromosikan UMKM untuk pengentasan kemiskinan (Taiwo, 2015).

Menurut Kusmuljono dalam Siswanto (2009), dalam menghadapi era globalisasi, sebanyak 189 negara yang tergabung dalam Dewan Milenium, pada September 2000 di markas Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah menyepakati suatu kerangka pembangunan global untuk perbaikan dan pencapaian kehidupan masyarakat dunia yang layak. Kerangka tersebut dituangkan dalam tujuan pembangunan millenium (*Millenium Develpoment Goals, MDGs*). Isi dari MDGs identik dengan Pembukaan Undang-Undang

Dasar 1945 alinea ke empat. Tiga dari delapan tujuan pembangunan milenium yang dideklarasikan adalah mengentaskan kemiskinan dan kelaparan, mempromosikan kesetaraan gender dan pemberdayaan wanita serta menjamin keberlangsungan lingkungan hidup.

Jumlah perusahaan yang dimiliki oleh perempuan tumbuh relatif sangat cepat bila dibandingkan dengan perusahaan yang dimiliki oleh kaum laki-laki. Ratio menunjukkan bahwa seperti negara Italy, Finlandia, Spanyol, Belanda, Republik Slovakia, Swedia, Selandia Baru, dan Austria itu lebih banyak jumlah wirausaha kaum perempuan dibandingkan kaum laki-laki (OECD *Publishing* 2012).

Menurut Sukesni dan Sugiyanto (2002) fenomena wanita bekerja untuk mencari nafkah terjadi karena dorongan kebutuhan, kemauan dan kemampuan serta kesempatan kerja yang tersedia dan akses wanita atas kesempatan tersebut. Status ekonomi wanita dilihat dari aktivitasnya dalam kegiatan mencari nafkah, akses terhadap faktor produksi, tingkat pendapatan yang dihasilkan dan kontribusinya terhadap pendapatan keluarga.

Peran perempuan di sektor UMKM umumnya terkait dengan bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti: warung makan, toko kecil, pengolahan makanan dan industri kerajinan, karena usaha ini bisa dilakukan di rumah sehingga tidak melupakan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga. Meskipun awalnya UMKM yang dilakukan perempuan lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, tetapi bisa menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh.

Pada saat ini peran wanita dalam hal bisnis sudah memanfaatkan teknologi karena kemampuan dan keahlian para wanita dalam menggunakan teknologi informasi juga dapat dikatakan sudah cukup baik, namun kemampuan harus terus ditingkatkan. Metode

penambahan wawasan dan informasi serta peningkatan kemampuan dan keahlian dapat dilakukan dengan cara pelatihan, workshop dengan tehnik yang praktis dan sederhana dalam penyampaiannya. (Siswanto, 2009)

Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil (Kuncoro, 2008 dalam Jauhari, 2010).

Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM adalah pemasaran (Hafsah, 2004; Kuncoro, 2008; Kurniawan, 2009; Supardi, 2009 dalam Jauhari, 2010). Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka cabang baru, ikut pameran, pembuatan dan penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UMKM. Disamping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas.

UMKM di Indonesia banyak didominasi oleh wanita sebagai pemilik maupun sebagai pekerja, dimana Indonesia memiliki lebih dari 55,2 juta UMKM dan mayoritas adalah industri rumahan dengan kontributor utamanya adalah wanita (Gumelar dalam Munfaqiroh, 2016). Perkembangan kewirausahaan wanita di Negara berkembang seperti Indonesia sangat potensial sebagai motor utama pendorong proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial (Tambunan 2012).

Menurut Deakins dalam Jasra *et al* (2011) kesuksesan UMKM tergantung pula pada informasi bisnis yang relevan sebagai sumber input, pasar, solusi teknologi, dan peraturan pemerintah serta kebijakan regulator yang relevan. Ketersediaan informasi bergantung pada karakteristik tingkat pendidikan, kualitas infrastruktur dan cakupan media, serta sistem

telekomunikasi, permodalan dan jaringan sosial, serta keterampilan wirausaha.

Tinjauan pustaka

Schumpeter dalam As'ad (2002) mengemukakan bahwa wirausaha atau *entrepreneur* adalah seseorang yang menggerakkan perekonomian masyarakat untuk maju kedepan, mencakup mereka yang mengambil risiko, mengkoordinasi penanaman modal atau sarana produksi, yang mengenalkan fungsi faktor produksi baru atau yang mempunyai respon kreatif dan inovatif. Clelland dalam As'ad (2002) mendefinisikan wirausaha adalah orang yang menerapkan kemampuannya untuk mengatur, menguasai alat-alat produksi dan menghasilkan hasil yang berlebihan yang selanjutnya dijual atau ditukarkan dan memperoleh pendapatan dari usahanya tersebut.

Gemina (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Menurut Sunyoto (2012) motivasi adalah suatu perangsang keinginan (*want*) daya penggerak kemauan bekerja seseorang, setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Motivasi merupakan hubungan sistematis antara suatu respons atau suatu himpunan respon dan keadaan dorongan tertentu yang terdiri motif, harapan, insentif, laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian. Dengan berwirausaha seseorang akan termotivasi untuk memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba, kebebasan, impian personal yang mungkin menjadi kenyataan, kemandirian disamping memiliki peluang-peluang pengembangan usaha, memiliki peluang untuk mengendalikan nasibnya sendiri (Sunyoto: 2102).

Indriyatni (2013) mengatakan bahwa faktor modal kerja atau sumber dana mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil. Dana dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan untuk membiayai kegiatan produktif. Sumber dana adalah asal darimana uang tersebut sehingga dapat digunakan untuk membiayai kegiatan produktif. Sumber

Pendanaan Perusahaan terdiri dari sumber internal seperti laba ditahan serta sumber eksternal seperti hutang atau kewajiban perusahaan kepada pihak kreditur.

Menurut Kotler (2012) strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan. Unsur-unsur strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2009) terdiri dari 4 (empat) komponen yang dikenal dengan 4P yakni produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*).

Tjiptono (2008) mengatakan bahwa *instrumental readiness* seperti akses ke sumber modal, akses informasi, dan jaringan sosial berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Secara umum wirausaha pada skala kecil dan menengah menghadapi kendala dalam mengakses informasi, yang antara lain ditunjukkan dengan penggunaan jaringan telepon, jaringan telepon bergerak, dan penggunaan *website* yang masih relatif rendah. Selain itu, bagi wirausaha yang sudah menggunakan jaringan telepon dan telepon bergerak pun proporsi penggunaannya untuk mencari peluang usaha relatif lebih kecil dibanding untuk keperluan keluarga dan sosial.

Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi sebagaimana dimaksud pada pasal 16 UU Nomor 20 tahun 2008 dilakukan dengan cara (1) meningkatkan kemampuan di bidang desain, teknologi, dan pengendalian mutu; (2) meningkatkan kerja sama dan alih teknologi; (3) meningkatkan kemampuan UMKM di bidang penelitian untuk pengembangan desain dan teknologi baru; 4) memberikan insentif kepada UMKM yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup; serta (5) mendorong sertifikasi UMKM untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual. Hasil kajian Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 1999 menunjukkan adanya ketertinggalan UMKM di bidang teknologi

yang disebabkan oleh (1) ketidakmampuan membeli teknologi karena profit margin UKM yang relatif rendah; (2) lemahnya *self learning* dalam mengadaptasi teknologi baru; dan (3) akses informasi pasar input maupun output serta informasi teknologi yang masih kurang.

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayah dan Purnadi (2016), Sibuea, dkk (2015) dan Zuari, dkk (2013) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM.

Sebagai seorang pengusaha, pengelola/pemilik usaha mikro dan kecil haruslah menguasai kemampuan manajerial agar dapat menjadi seorang manajer yang efektif. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Indriyatni (2013) menemukan bahwa faktor kemampuan/ *Skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat.

Noor (2007) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

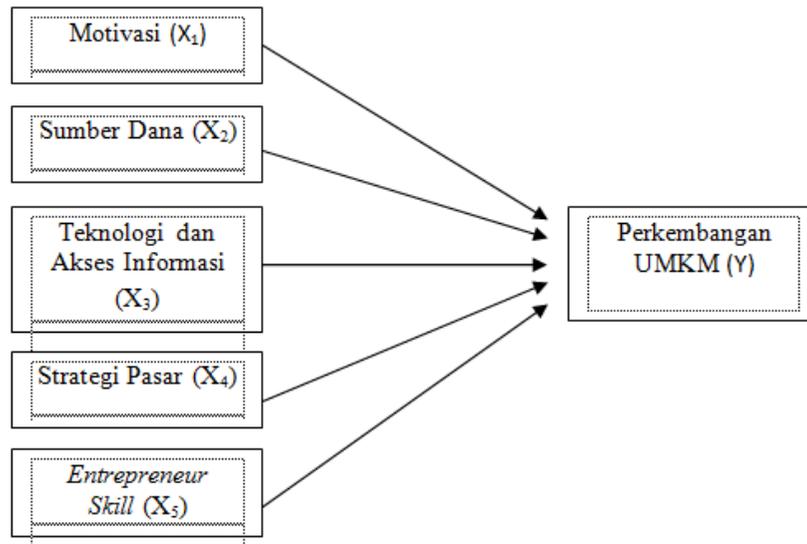
Kerangka Pemikiran

Dari landasan teori dan penelitian sebelumnya yang telah diuraikan pada bagian terdahulu, maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran teoritis mengenai pengaruh variabel X yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel Y yang disajikan pada Gambar 1.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H₁ = Motivasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM
 H₂ = Sumber dana berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM
 H₃ = Teknologi dan Akses informasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM

- H₄ = Strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM
 H₅ = *Entrepreneur Skill* berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM



Sumber: diolah untuk penelitian ini, 2018

Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 325 unit. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas terdiri dari Sumber Dana (X₁), Strategi Pemasaran (X₂), Teknologi (X₃), Dukungan Pemerintah (X₄), Akses Informasi (X₅) dan *Business Plan* (X₆), *Entrepreneur Skill* (X₇) dan Motivasi (X₈). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha (Y). Adapun definisi operasional variabel diuraikan sebagai berikut:

Motivasi (X₁). Manajemen kunci dalam usaha kecil biasanya terdiri atas pemilik.

Konsekuensinya bekerja keras, lebih lama dan memiliki lebih banyak arti bagi mereka daripada gaji dan bonus yang diperoleh para pegawai perusahaan besar.

Sumber Dana (X₂). Sumber dana menjadi faktor yang penting dalam memulai usaha. Sumber dana terdiri dari sumber eksternal (hutang) dan sumber internal (modal sendiri). Teknologi dan Akses Informasi (X₃). Informasi merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk yang akan dijual. Dengan adanya akses informasi, maka pemasaran akan semakin mudah dilakukan.

Strategi Pemasaran (X₄). Merupakan alat bisnis untuk membantu merencanakan semua kegiatan yang terlibat dalam pertukaran barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Entrepreneur Skill (X_5). Memiliki jiwa berwirausaha dapat menjadi faktor keberhasilan bagi UKM.

Perkembangan UMKM (Y). Dapat diukur dari berkembangnya UKM dan juga tingginya tingkat penjualan yang diraih.

Metode Analisis Data

Untuk menguji hipotesis bahwa ada hubungan dan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat, digunakan persamaan regresi berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5$$

Keterangan:

Y = Perkembangan UMKM

X_1 = Motivasi

X_2 = Sumber Dana

X_3 = Teknologi dan Akses Informasi

X_4 = Strategi Pasar

X_5 = Entrepreneur Skill

Berikut ini langkah atau prosedur analisis data penelitian berdasarkan model analisis regresi sederhana (Sunyoto, 2011):

Uji Asumsi Klasik

Menurut Algifari (2009) uji penyimpangan asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui beberapa penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Hal ini agar model regresi bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimated*). Asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu: uji multikolinearitas.

Menghitung Koefisien Korelasi

X_1 (*operating expense*) dan X_2 (*sales*) terhadap Y (NPM) digunakan teknik korelasi. Analisis korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* (PPM). Korelasi PPM dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat (Sarwono dan Budiono, 2012). Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2012)

Pengujian lanjutan yaitu uji signifikansi yang berfungsi untuk mencari makna hubungan variable X terhadap Y. Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan. Koefisien determinan adalah kuadrat dari koefisien korelasi PPM yang dikalikan 100% (Riduwan dan Kuncoro, 2012).

Uji Hipotesis

Variabel-variabel dalam penelitian ini diuji dengan metode regresi multivariat dengan

tingkat probabilitas ($\alpha = 5\%$). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah perubahan variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel independen atau tidak (Wibisono, 2009). Hipotesis penelitian ini akan diterima jika variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur seberapa besar peranan variabel

bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama menjelaskan perubahan yang terjadi pada dasar variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Sarwono dan Budiono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Tabel 2 memberikan penjelasan mengenai nilai minimum Y yang diprediksi, yaitu sebesar 2,9605; nilai maksimum Y yang diprediksi sebesar 4,5073; rata-rata Y diprediksi sebesar 4,0110.

Tabel 2
Statistik Residual

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,9605	4,5073	4,0110	,28144	100
Std. Predicted Value	-3,733	1,763	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,061	,475	,105	,054	100
Adjusted Predicted Value	3,1022	8,0336	4,0485	,48309	100
Residual	-1,54562	,79486	,00000	,46986	100
Std. Residual	-3,205	1,648	,000	,974	100
Stud. Residual	-3,253	1,841	-,013	1,020	100
Deleted Residual	-3,63360	,99103	-,03754	,62431	100
Stud. Deleted Residual	-3,435	1,865	-,019	1,038	100
Mahal. Distance	,569	95,087	4,950	10,148	100
Cook's Distance	,000	9,184	,106	,918	100
Centered Leverage Value	,006	,960	,050	,103	100

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

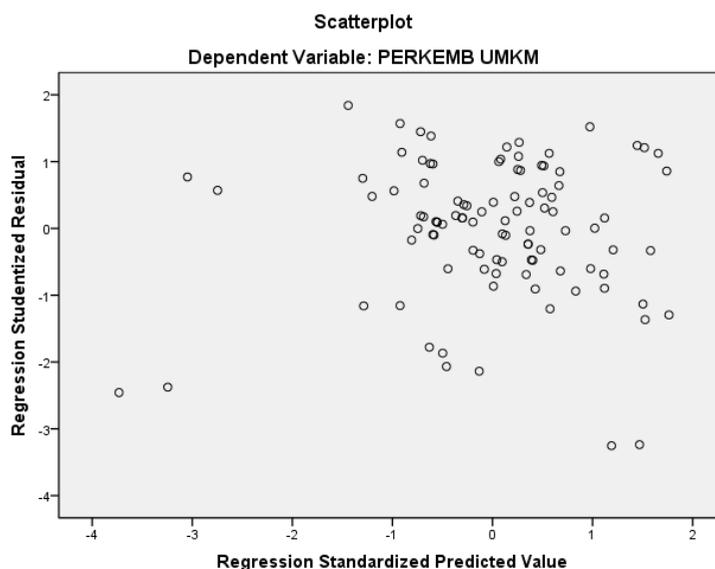
Uji Asumsi Klasik

Uji Heteroskedastisitas

Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) berarti terjadi non heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas pada variabel nilai perusahaan (Y) dengan menggunakan

grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 2.

Tampak dari Grafik scatterplot pada Gambar 2 terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hasil ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel perkembangan UMKM (Y).

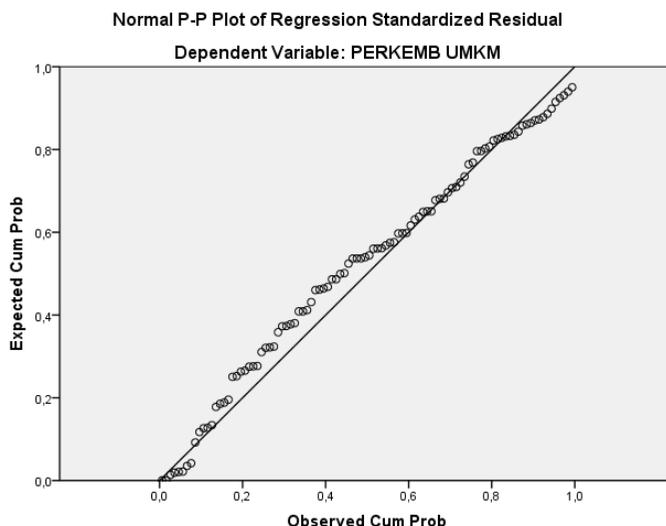


Gambar 2
Scaterplot

Uji Multikolinearitas

Pada tabel statistik residual dapat dilakukan uji multikolonieritas. Jika dilihat pada tabel keluaran statistik residual, nilai korelasi

antara variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 sebesar 0,974. Dengan demikian tidak terjadi multikolonieritas karena jumlah tersebut berada dibawah angka 1.



Gambar 3
Grafik P-P plot

Uji Normalitas Data

Uji normalitas ini dilakukan karena data yang diuji dengan statistik parametrik harus berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat

dilakukan dengan melihat grafik histogram maupun grafik P-P plot. Berdasarkan grafik normal P-P Plot untuk variabel dependen nilai perusahaan terlihat titik–titik pada grafik masih menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya

mengikuti arah garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal. Grafik P-P plot dapat dilihat pada Gambar 3.

Tabel 3
Korelasi
Correlations

		Perkem b UMKM	Sumbe r Dana	Strateg i Pasar	Akses Info & Teknologi	Enterprene ur Skill	Motiva si
Perkemb UMKM	Pearson Correlation	1	,142	,275**	,287**	,424**	,441**
	Sig. (2-tailed)		,159	,006	,004	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Sumber Dana	Pearson Correlation	,142	1	,141	,111	,096	,041
	Sig. (2-tailed)	,159		,161	,273	,342	,688
	N	100	100	100	100	100	100
Strategi Pasar	Pearson Correlation	,275**	,141	1	,549**	,383**	,307**
	Sig. (2-tailed)	,006	,161		,000	,000	,002
	N	100	100	100	100	100	100
Akses Info & Teknologi	Pearson Correlation	,287**	,111	,549**	1	,370**	,244*
	Sig. (2-tailed)	,004	,273	,000		,000	,014
	N	100	100	100	100	100	100
Enterprene ur Skill	Pearson Correlation	,424**	,096	,383**	,370**	1	,548**
	Sig. (2-tailed)	,000	,342	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Motivasi	Pearson Correlation	,441**	,041	,307**	,244*	,548**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,688	,002	,014	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada Tabel 3, bagian korelasi memberikan informasi mengenai hubungan antara variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan Y .

a. Besar hubungan antara variabel X_1 dan Y adalah 1. Nilai ini mempunyai arti hubungan yang sangat kuat. Koefisien korelasi positif (1) menunjukkan bahwa hubungan antara X_1 dan Y searah.

Artinya jika variabel X_1 meningkat maka variabel Y akan meningkat juga.

b. Hubungan antara variabel Y dan X_1 signifikan jika dilihat dari angka 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.

- c. Besar hubungan antara variabel X_2 dan Y ialah 0,041. Nilai ini mempunyai arti bahwa hubungan antara kedua variabel sangat rendah. Koefisien korelasi positif (0,041) menunjukkan bahwa hubungan antara X_2 dan Y searah. Artinya jika variabel Y meningkat maka variabel X_2 akan meningkat juga.
- d. Hubungan antara variabel Y dan X_2 signifikan jika dilihat dari angka 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.
- e. Besar hubungan antara variabel X_3 dan Y adalah 0,244. Nilai ini mempunyai arti hubungan yang rendah. Koefisien korelasi positif (0,244) menunjukkan bahwa hubungan antara Y dan X_3 searah. Artinya jika variabel Y meningkat maka variabel X_3 akan meningkat juga.
- f. Hubungan antara variabel Y dan X_3 signifikan jika dilihat dari angka 0,014 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.
- g. Besar hubungan antara variabel X_4 dan Y adalah 0,307. Nilai ini mempunyai arti hubungan yang rendah. Koefisien korelasi positif (0,307) menunjukkan bahwa hubungan antara Y dan X_4 searah. Artinya jika variabel Y meningkat maka variabel X_4 akan meningkat juga.
- h. Hubungan antara variabel Y dan X_4 signifikan jika dilihat dari angka 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.
- i. Besar hubungan antara variabel X_5 dan Y adalah 0,548. Nilai ini mempunyai arti hubungan yang cukup kuat. Koefisien korelasi positif (0,548) menunjukkan bahwa hubungan antara Y dan X_5 searah. Artinya jika variabel Y meningkat maka variabel X_5 akan menurun dan juga sebaliknya.
- j. Hubungan antara variabel Y dan X_5 signifikan jika dilihat dari angka 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 maka hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.

Tabel 4
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,514 ^a	,264	,225	,48220	1,508

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Sumber Dana, Tek & Akses Info, Strategi Pasar, Entrepreneur Skill

b. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Dari Tabel 4, analisis koefisien korelasi ganda (R) dengan *model summary* diketahui bahwa koefisien regresi ganda hubungan antara motivasi, sumber dana, teknologi dan akses informasi, strategi pemasaran, dan entrepreneur skill dengan perkembangan UMKM adalah sebesar 0,514. Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan, motivasi, sumber dana, teknologi dan akses informasi, strategi pemasaran, dan

entrepreneur skill memiliki hubungan yang cukup kuat dengan nilai perusahaan sebesar 51,4%.

Nilai *R square* dalam tabel diatas ialah sebesar 0,264. Angka *R square* disebut juga sebagai angka koefisien determinasi, yaitu sebesar 0,264 atau sama dengan 26,4%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 26,4% Perkembangan UMKM (Y) dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel motivasi (X_1),

sumber dana (X_2), teknologi dan akses informasi (X_3), strategi pasar (X_4), dan entrepreneur skill (X_5), sedangkan sisanya

dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 5
Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,841	5	1,568	6,745	,000 ^a
	Residual	21,857	94	,233		
	Total	29,698	99			

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Sumber Dana, Tek & Akses Info, Strategi Pasar, Entrepreneur Skill

b. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Tabel 5 Uji ANOVA menghasilkan angka F sebesar 7,991 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti bahwa X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 berpengaruh terhadap Y. Untuk menguji apakah memang benar variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 mempengaruhi variabel terikat Y, maka akan dilakukan pengujian menggunakan angka F dari keluaran ANOVA diatas dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Membuat hipotesis sebagai berikut:
Ho: X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 tidak berpengaruh terhadap Y
H₁: X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 berpengaruh terhadap Y
- 2) Menghitung nilai F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:
 $\alpha = 0,05$
Nilai F dari tabel untuk N-2 pada penelitian ini adalah sebesar 20-2 = 18 yaitu didapat nilai degree of freedom (df) sebesar 3,49
- 3) Menentukan kriteria didasarkan pada ketentuan:
Jika F hitung (F_o) > F tabel, maka Ho ditolak dan H₁ diterima
Jika F hitung (F_o) < F tabel, maka Ho diterima dan H₁ ditolak

- 4) Mengambil keputusan, yaitu karena nilai F_o dari tabel ANOVA sebesar 6,745 > nilai F tabel sebesar 3,49; maka Ho ditolak dan H₁ diterima. Artinya X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 berpengaruh terhadap Y.

Pada Tabel 6, bagian ini menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikansi koefisien regresi. Persamaan regresinya adalah:

$$Y = 0,968 + 0,279X_1 + 0,016X_2 + 0,147X_3 + (-0,011X_4) + 0,290X_5$$

a = angka konstan dari *unstandardized coefficient* yang dalam penelitian ini ialah sebesar 0,968. Angka ini berupa angka konstan yang mempunyai arti: besarnya Y saat nilai X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 sama dengan 0.

b_1 = angka koefisien regresi sebesar 0,279. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan angka X_1 , maka Y akan naik sebesar 0,279.

b_2 = angka koefisien regresi sebesar 0,016. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan angka X_2 , maka Y akan naik sebesar 0,016.

b_3 = angka koefisien regresi sebesar 0,147. Angka tersebut mempunyai arti bahwa

setiap penambahan angka X_3 , maka Y akan naik sebesar 0,147.
 b_4 = angka koefisien regresi sebesar -0,011. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan angka X_4 , maka Y akan turun sebesar 0,011.

b_5 = angka koefisien regresi sebesar 0,290. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan angka X_5 , maka Y akan naik sebesar 0,290.

Tabel 6
Koefisien Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,968	,598		1,619	,109		
Sumber Dana	,016	,016	,090	1,002	,319	,979	1,021
Strategi Pasar	-,011	,132	-,009	-,085	,932	,670	1,494
Tek & Akses Info	,147	,123	,126	1,188	,238	,695	1,439
Entrepreneur Skill	,290	,153	,212	1,892	,062	,624	1,602
Motivasi	,279	,102	,293	2,737	,007	,684	1,462

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak, maka akan digunakan uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan Y yang digunakan sebagai prediktor untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 .

- Membuat hipotesis sebagai berikut:
 H_0 = koefisien regresi tidak signifikan
 H_1 = koefisien regresi signifikan
- Menghitung nilai t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:
 $\alpha / 2 = 0,05/2 = 0,025$
Degree of Freedom (DF) = jumlah data - 2 = 20 - 2 = 18. Dengan ketentuan tersebut diperoleh nilai t dari tabel sebesar 2,10092
- Menentukan kriteria didasarkan pada ketentuan yang ada seperti berikut:
Jika t hitung (t_o) < t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
Jika t hitung (t_o) > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Berdasarkan nilai t tabel yang didapat, maka diketahui:

- t hitung untuk variabel X_1 (2,737) > t tabel (2,10092) yang berarti koefisien regresi signifikan.
- t hitung untuk variabel X_2 (1,002) < t tabel (2,10092) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan.
- t hitung untuk variabel X_3 (1,118) < t tabel (2,10092) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan.
- t hitung untuk variabel X_4 (-0,085) < t tabel (2,10092) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan.
- t hitung untuk variabel X_5 (1,892) < t tabel (2,10092) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

$H_1 = X_1$ berpengaruh signifikan terhadap Y
Berdasarkan hasil uji-t hitung untuk variabel X_1 (2,737) > t tabel (2,10092) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis pertama yang diajukan diterima.

$H_2 = X_2$ berpengaruh signifikan terhadap Y

Berdasarkan hasil uji-t hitung untuk variabel X_2 ($1,002 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis kedua yang diajukan ditolak.

$H_3 = X_3$ berpengaruh signifikan terhadap Y

Berdasarkan hasil uji- t hitung untuk variabel X_3 ($1,118 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis ketiga yang diajukan ditolak.

$H_4 = X_4$ berpengaruh signifikan terhadap Y

Berdasarkan hasil uji- t hitung untuk variabel X_4 ($-0,085 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi signifikan. Hal ini berarti hipotesis keempat yang diajukan ditolak.

$H_5 = X_5$ berpengaruh signifikan terhadap Y

Berdasarkan hasil uji-t hitung untuk variabel X_5 ($1,892 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis kelima yang diajukan ditolak.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian korelasi untuk menguji hubungan motivasi dengan perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel motivasi dengan variabel perkembangan UMKM Perempuan di Kota Palembang. Dari hasil pengolahan data untuk menguji hubungan motivasi dengan perkembangan UMKM, didapat nilai sebesar 1 dan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Hasil pengujian korelasi untuk menguji hubungan antara sumber dana dengan perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat rendah antara variabel sumber dana dengan variabel perkembangan UMKM. Dari hasil pengolahan didapat nilai sebesar 0,041 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Hasil pengujian korelasi untuk menguji hubungan antara teknologi dan akses informasi dengan perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang rendah antara variabel teknologi dan akses informasi dengan variabel perkembangan UMKM. Dari hasil pengolahan didapat nilai sebesar 0,244 dan tingkat signifikansi sebesar 0,014. Hasil pengujian korelasi untuk menguji hubungan

antara strategi pemasaran dengan perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang rendah antara variabel strategi pemasaran dengan variabel perkembangan UMKM. Dari hasil pengolahan didapat nilai sebesar 0,307 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Hasil pengujian korelasi untuk menguji hubungan antara entrepreneur skill dengan perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel entrepreneur skill dengan variabel perkembangan UMKM. Dari hasil pengolahan didapat nilai sebesar 0,548 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Selanjutnya yaitu mengenai pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat perkembangan UMKM (Y). Berdasarkan hasil uji-F, menghasilkan angka sebesar 7,991 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini berarti variabel motivasi, sumber dana, teknologi dan informasi, strategi pemasaran, dan entrepreneur skill berpengaruh terhadap variabel perkembangan UMKM.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut, maka dilakukan perhitungan dengan uji-T. Berdasarkan hasil pengujian uji-T untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel motivasi terhadap variabel perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa variabel motivasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM. Hasil t hitung untuk variabel X_1 ($2,737 > t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gemina (2016). Dalam penelitiannya, Gemina menyatakan bahwa motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Dengan demikian hipotesis 1 berkesimpulan H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian uji-T untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel sumber dana terhadap variabel perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa variabel sumber dana (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel perkembangan

UMKM. Hasil t hitung untuk variabel X_2 ($1,002 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Indriyatni (2013). Hasil penelitiannya mengatakan bahwa faktor modal kerja atau sumber dana mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil.

Dengan demikian hipotesis 2 berkesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian regresi untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel teknologi dan akses informasi terhadap variabel perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa variabel teknologi dan akses informasi (X_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM. Hasil t hitung untuk variabel X_3 ($1,118 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Rahayu (2016) yang menunjukkan bahwa penjualan dengan menggunakan media informasi memberikan peluang bisnis yang lebih baik.

Dengan demikian hipotesis 3 berkesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian regresi untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel strategi pemasaran terhadap variabel perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa variabel strategi pemasaran (X_4) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM. Hasil t hitung untuk variabel X_4 ($-0,085 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah dan Purnadi (2016), Sibuea, dkk (2015) dan Zuari, dkk (2013) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM.

Dengan demikian hipotesis 4 berkesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian regresi untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel entrepreneur skill terhadap variabel perkembangan UMKM diperoleh hasil bahwa variabel entrepreneur skill (X_5)

berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM. Hasil t hitung untuk variabel X_5 ($1,892 < t$ tabel ($2,10092$)) yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Indriyatni (2013) menemukan bahwa faktor kemampuan/ *Skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat.

Dengan demikian hipotesis 5 berkesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas motivasi, sumber dana, teknologi dan akses informasi, strategi pemasaran, dan entrepreneur skill dengan variabel terikat perkembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sumber dana berpengaruh tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM. Teknologi dan akses informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM. Strategi pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM. *Entrepreneur skill* berpengaruh tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2009. Analisis Regresi. BPFE, Yogyakarta, Indonesia.
- As'ad, Moh. 2002. Psikologi Industri. Yogyakarta: Liberty.
- Curran, M. 2007. *Family enterprises as an important factor of the economic development: the case of Slovenia. Journal of Enterprising Culture*, 11(2): 111-130.
- Gemina, Dwi, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih. 2016. Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia. *Jurnal.*

- (journal.sbm.itb.ac.id, diakses 29 Juni 2018).
- Hidayah, Arini dan Purnadi. 2016. Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran yang Dimoderasi oleh Lingkungan Persaingan pada Industri Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas. *Jurnal. (jurnalnasional.ump.ac.id, diakses 3 Juni 2018)*.
- Indriyati, Lies. 2013. Analisis Faktor Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil Di Semarang Barat). *Jurnal. (https://media.neliti.com, diakses 26 Juni 2018)*.
- Jasra, Javed Mahmood, *et. al.* 2012. *Determinants of Business Success of Small and Medium Enterprises. International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2, No. 20, November 2011.
- Jauhari, Jaidan. 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan *E-Commerce*. *Jurnal. (http://ejournal.unsri.ac.id, diakses 8 Februari 2018)*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta, Indonesia.
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Metode Kuantitatif*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta, Indonesia.
- Munfaqiroh, Siti. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Wirausaha Wanita Miskin Untuk Mencapai Keberhasilan Usaha. *Jurnal JIBEKA Volume 10 Nomor 1 Agustus 2016*.
- Noor, Henry Faizal. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Indonesia.
- OECD Publishing. 2012. *Entrepreneurship at a Glance 2012*. (www.oecd-ilibrary.org, diakses 8 Februari 2018)
- Sarwono, Jonathan, dan Herlina Budiono. 2012. *Statistik Terapan*. Elex Media Komputindo, Jakarta, Indonesia.
- Sibuea, Sumarno, dan Hardisem Syabus. 2015. Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame Di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru. *Jurnal. (download.portalgaruda.org, diakses 26 Juni 2018)*.
- Siswanto. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukei dan Sugiyanto. 2002. *Hubungan Kerja dan Dinamika Hubungan Gender Dalam Sistem Pengusahaan Tebu Rakyat*. Lembaga Penerbitan Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya Malang.
- Sunyoto, D. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta, Yogyakarta, Indonesia.
- Taiwo Muritali Adelawe, Awolaja Ayodeji, Bako Yusuf. 2012. *Small and Medium Enterprises and Economic Growth in Nigeria*. *Research Gate*, Vol. 8 No. 3/2012.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta, Indonesia.
- Wibisono, Yusuf. 2009. *Metode Statistik*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, Indonesia.
- Zuari, Fanny Octaria, Hapsari Widayani, dan Raycard Destion Daniel. 2013. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penerimaan Bersih Restoran Omah Pincuk. *Jurnal. (https://media.neliti.com, diakses 26 Juni 2018)*.

