



PENGARUH PENGETAHUAN, KETERAMPILAN, KONSEP DIRI DAN KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KINERJA STAF SMK N SE KOTA PEKALONGAN

Astrin Scholastika,✉ S. Martono

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima September 2016

Disetujui September 2016

Dipublikasikan

Oktober 2016

Keywords:

Management, Business

Location, Marketing

Abstrak

Peningkatan para pelaku usaha makanan di Kota Semarang, pada tahun 2011 sebanyak 80 pelaku usaha, tahun 2012 bertambah 85 pelaku usaha, pada tahun 2013 bertambah 92 pelaku usaha, dan pada tahun 2014 bertambah menjadi 108 pelaku usaha makanan yang ada di Kota Semarang. Dengan peningkatan para pelaku usaha makanan tersebut ternyata tidak berdampak baik pada pendapatan yang diperoleh. Dari jumlah seluruh pendapatan UMKM makanan yang berada di Kota Semarang, pada tahun 2011 pendapatan mereka mencapai Rp. 13.13.000.000, pada tahun 2012-2013 mengalami penurunan 28,90% yaitu menjadi Rp. 9.323.000.000, pada tahun 2013 mengalami penurunan mencapai 53,33% yaitu menjadi Rp. 4.351.000.000, dan pada tahun 2014 juga mengalami penurunan sebesar 32,58% yaitu menjadi Rp.2.933.657.000. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian regresi linier berganda. Subjek penelitian adalah para pelaku usaha makanan yang berada di Kecamatan Tembalang Kota Semarang, data awal yang diterima dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, jumlah pelaku usaha makanan yang terdaftar sebanyak 38 pelaku usaha. Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung hanya tersisa 36 pelaku usaha yang masih aktif menjalankan usahanya. Metode pengumpulan data adalah observasi, dan kuisioner (angket). Hasil penelitian diperoleh (Uji F) untuk variabel (X1) manajemen, (X2) lokasi usaha, (X3) pemasaran, diperoleh sebesar 0,992 dengan *probabilitas* 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ maka X1, X2, X3, ada pengaruh terhadap perolehan pendapatan usaha. Untuk (Uji t) variabel X1 di peroleh t hitung sebesar 1,030 dengan *probabilitas* 0,001. Untuk X2 diperoleh t hitung sebesar 2,510 dengan *probabilitas* 0,020. Untuk X3 di peroleh t hitung sebesar 2,596 dengan *probabilitas* 0,000. Untuk (Uji R²) variabel X1, X2, X3 diperoleh sebesar 0,791(79,1%). Dan untuk (Uji r²) untuk X1 diperoleh r hitung sebesar $(0,305)^2$ atau 0,093 (9,3%), X2 diperoleh r hitung sebesar $(0,490)^2$ atau 0,240 (24%), dan X3 diperoleh r hitung sebesar $(0,567)^2$ atau 0,321 (32,1%).

Abstract

The increase in the food business operators in the city, in 2011 as many as 80 businesses, in 2012 increased 85 businesses, in 2013 increased 92 businesses, and in 2014 increased to 108 food business operators in the city of Semarang. With the increase in the food business operators did not have an impact both on the revenue earned. Of the total revenue of SMEs foods are in the city, in 2011 their income reached Rp. 13.13.000.000, in 2012-2013 decreased to Rp 28.90 ie. 9.323 billion, in 2013 decreased 53.33 which reached Rp. 4.351 billion, and in 2014 also decreased by 32.58 which is becoming Rp.2.933.657.000. This research is a quantitative research methods regresi linear regression. The research subject is the food business operators in Sub Tembalang Semarang, the initial data received from the Department of Cooperatives and SMEs Semarang, the number of registered food business operators as many as 38 businesses. Once the researchers conducted research directly only the remaining 36 businesses are still active in business. Data collection method was observation and questionnaire (questionnaire). The results were obtained (Test F) for varibael (X1) management, (X2) the location of the business, (X3) marketing, obtained by 0.992 with a probability of 0.000. Because $0.000 < 0.05$, X1, X2, X3, no effect on the acquisition of operating revenues. To (t test) X1 variable obtained t count equal to 1,030 with probability 0,001. For X2 obtained t count equal to 2,510 with probability 0,020. For X3 obtained t count equal to 2,596 with probability 0,000. For (Test R²) variable X1, X2, X3 obtained for 0.791 (79.1). And for (Test r²) for the X1 is obtained by calculating $r(0,305)^2$ or 0.093 (9.3), X2 is obtained by calculating $r(0.490)^2$ or 0.240 (24), and X3 obtained by calculating $r(0.567)^2$ or 0.321 (32.1).

© 2016 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FE Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: astrinscholastika@gmail.com

p-ISSN 2252-6544

e-ISSN 2502-356X

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian suatu negara maupun daerah pada kenyataannya terdapat berbagai sektor-sektor yang dapat memperlihatkan tingkat pertumbuhan perekonomian, yaitu sektor formal maupun sektor non formal. Dalam pengertiannya sektor informal umumnya merupakan sebagai usaha berskala kecil dengan modal, ruang lingkup, dan pengembangan yang terbatas serta sedikit sekali menerima proteksi ekonomi secara resmi dari pemerintah.

Dengan adanya sektor informal tersebut merupakan suatu hal dimana perekonomian kerakyatan dapat berlangsung secara seimbang dan berkelanjutan. Dalam penerapannya sektor informal justru menjadi sektor yang dapat diandalkan untuk pertumbuhan ekonomi, hal ini ditandai dengan sektor informal dapat menjadi penampung dan alternatif peluang kerja.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat strategis bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi. UMKM telah membuktikan diri mampu memberikan kontribusi terhadap stabilitas ekonomi di Indonesia dan sekaligus membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan dalam krisis global. UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja sehingga membantu mempercepat laju pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Terdapat bukti empiris pula ketika kejadian krisis ekonomi tahun 2007-2008 menjadi pelajaran yang sangat berharga bagi bangsa Indonesia. Pertama, usaha-usaha ekonomi berskala besar yang menjadi penggerak ekonomi nasional terbukti sangat rentan terhadap terjadinya gejolak ekonomi global sehingga menyebabkan terjadinya krisis moneter pada saat itu. Kedua, sektor UMKM memberikan bukti bahwa mereka mampu beradaptasi dan bertahan hidup ditengah pusaran gejolak ekonomi dunia sehingga dapat menjadi penyangga ekonomi nasional pada saat datangnya krisis ekonomi global seperti yang terjadi pada tahun 2007-2008.

Perkembangan UMKM oleh masyarakat dapat dimulai dari membentuk suatu perusahaan kecil yang sebagian usaha dikembangkan berawal dari rumah sebagai pilihan tempat mereka berkeja, yang disebut dengan *home based enterprises* (UMKM berbasis rumah). Dalam hal ini rumah tidak hanya dianggap sebagai salah satu kebutuhan dasar mereka

tetapi juga dijadikan sesuatu yang produktif yaitu tempat aktifitas yang menghasilkan pendapatan dengan menjadi pengusaha kecil.

Menurut (M.Irfan, 2000 dalam Anoraga, 2002) lebih lanjut mengatakan "Usaha kecil dan menengah (UKM) dalam perekonomian suatu negara, memiliki peranan penting. Bukan hanya di Indonesia tetapi kenyataannya menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah mempunyai peranan strategis di negara-negara lain juga".

Tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan kecil dengan segala kelemahannya adalah merupakan salah satu sendi kehidupan ekonomi Indonesia karena : perusahaan kecil menyediakan lapangan kerja untuk berjuta-juta rakyat Indonesia, perusahaan kecil juga ikut membayar pajak, perusahaan kecil merupakan ujung tombak industri nasional.

Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan.

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Sebagai salah satu kota paling berkembang di Pulau Jawa, Kota Semarang mempunyai jumlah penduduk yang hampir mencapai 2 juta jiwa dan siang hari bisa mencapai 2,5 juta jiwa. Semarang berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kabupaten Demak di timur, Kabupaten Semarang di selatan, dan Kabupaten Kendal di barat. Luas Kota 373.67 km².

Membuka usaha adalah tujuan para pelaku UMKM untuk memperoleh pendapatan yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan mereka, sedangkan pengertian pendapatan sendiri adalah menurut (Boediono 1982, dalam Samsul, 2013). Mengemukakan bahwa "Pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi".

Tabel di bawah ini menunjukkan data pendapatan jenis usaha makanan yang dijalankan oleh para pelaku UMKM di Kota Semarang yang mengalami penurunan setiap tahunnya. Berikut

adalah tabel omzet pendapatan yang diterima oleh para UMKM di Kota Semarang menurut jenis usaha

Tabel 1. Data Omzet Pendapatan UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang Tahun 2011-2014

No	Nama Komodity	2011	2012	2013	2014
1	Handy Craft	37.904.200.000	34.320.000.000	39.301.100.000	32.851.000.000
2	Batik	1.319.876.000	1.220.762.000	1.215.100.000	1.353.779.000
3	Minuman	889.000.000	694.000.000	744.000.000	797.500.000
4	Makanan	13.113.000.000	9.323.000.000	4.351.000.000	2.933.657.000
5	Fashion	236.300.000	275.000.000	1.072.252.300	450.000.000
6	Konveksi	345.000.000	156.986.000	208.000.000	293.000.000
7	Kerajinan	754.098.000	602.287.000	300.000.000	1.538.000.000
8	Sabun	989.000	2.985.000	2.190.000	1.120.000
9	Jasa	-	-	11.000.000	-

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 1 membuktikan bahwa pendapatan yang diterima oleh para pelaku usaha yang menggeluti bidang makanan turun terus menerus setiap tahunnya dari tahun 2011-2014, bahkan sangat jauh dari pendapatan awal yang diterimanya. Pada tahun 2011 pendapatan yang diterima pelaku usaha makanan sebesar Rp.13.113.000.000, pada tahun 2011-2012 mengalami penurunan 28,90% pendapatan yang diterima sebesar Rp.9.323.000.000, pada tahun 2012-2013 pendapatan yang diterima juga mengalami penurunan yang sangat drasitis yaitu 53,33% pada tahun 2013 pendapatan yang diterima sebesar Rp.4.351.000.000, sedangkan pada tahun 2014 pendapatan yang diterima oleh para pelaku

usaha makanan yang ada di Kota Semarang mengalami penurunan 32,58% dengan pendapatan yang diterima sebesar Rp.2.933.657.000. Bertambahnya jumlah pelaku usaha makanan yang berskala mikro maupun pelaku usaha yang memiliki modal, ternyata tidak berdampak baki pada pelaku usaha kecil, mereka mengalami penurunan pendapatan usaha yang diterima. Di karenakan para pelaku usaha kecil kalah bersaing dengan para pengusaha yang memiliki modal, sebagian besar dari mereka juga hanya memproduksi makanan ketika ada pesanan. Berikut adalah data jumlah pelaku usaha kecil makanan di 16 kecamatan yang ada di Kota Semarang

Tabel 2. Data Pelaku Usaha Makanan Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang Tahun 2011-2014

No	Kecamatan	2011	2012	2013	2014
1	Banyumanik	7	6	8	5
2	Candi Sari	-	-	-	-
3	Gajah Mungkur	2	3	4	1
4	Gayam Sari	1	2	2	2
5	Genuk	1	1	1	1
6	Gunungpati	1	1	1	1
7	Mijen	5	2	3	4
8	Ngaliyan	1	2	1	1
9	Pedurungan	3	4	6	7
10	Semarang Barat	5	8	6	6
11	Semarang Selatan	6	10	5	7
12	Semarang Tengah	18	13	18	24

13	Semarang Timur	4	3	5	6
14	Semarang Utara	6	5	4	4
15	Tembalang	20	24	28	36
16	Tugu	-	1	1	1
Jumlah		80	85	92	108

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang tahun 2015

Dari data di atas membuktikan bahwa setiap tahunnya jumlah pelaku usaha makanan yang ada di Kota Semarang selalu mengalami peningkatan, tetapi dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha ini tidak berdampak baik pada pendapatan yang diterima oleh para pelaku usaha makanan yang ada di Kota Semarang. Harapan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, dengan bertambahnya jumlah para pelaku usaha mereka dapat saling bekerja sama dalam menjual produk mereka ke pasaran, tetapi ternyata semakin banyaknya jumlah UMKM makanan baik yang terdaftar di Dinas UMKM ataupun yang tidak terdaftar membuat persaingan usaha semakin ketat. Kecamatan yang paling banyak memiliki pelaku usaha makanan ada di Kecamatan Tembalang, 36 pelaku usaha makan di Kecamatan Tembalang pada tahun 2014 yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang.

Di Kecamatan Tembalang terdapat banyak sekali jenis-jenis usaha yang ada di daerah tersebut sebagian besar adalah usaha makanan dari jenis makanan pinggir jalan sampai jenis makanan yang kelas atas. Dari data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang para pelaku usaha kecil makanan juga sebagian besar berada di Kecamatan Tembalang. Daerah Kecamatan Tembalang terdapat beberapa kampus ini merupakan tempat lokasi usaha yang baik untuk membuka jenis usaha makanan.

Dari wawancara Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang para pelaku usaha makanan yang ada di Kota Semarang mengalami penurunan pendapatan mereka dikarenakan bertambahnya jumlah pesaing yang menggeluti usaha di bidang makanan, baik pesaing dari sesama pelaku usaha kecil dan pelaku usaha makanan yang berskala besar, dengan banyaknya pelaku usaha menyebabkan pelaku usaha kecil yang kurang memiliki modal mengalami kesulitan memasarkan produk ke konsumen.

Masalah kesulitan bahan baku juga dialami oleh para pelaku usaha makanan, bahan baku

yang semakin mahal membuat para pelaku usaha makanan kesulitan untuk menentukan harga produk makanan yang dijualnya.

Dalam menjalankan usahanya UMKM selalu mengalami berbagai faktor masalah yang di hadapi untuk memperoleh pendapatannya yaitu Menurut Anoraga (2002 : 250) “Faktor- faktor maslaah yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan usahanya adalah, faktor masalah pemasaran, faktor kemitraan, faktor sumber daya manusia”. Selain faktor-faktor masalah yang diungkapkan oleh Anoraga faktor masalah lain yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah masalah produksi. Menurut J.B.Say (Mulyadi, 2008 : 5) “Menganggap bahwa peningkatan produksi akan selalu diiringi oleh peningkatan pendapatan”.

Sedangkan hasil dari suatu studi lintas negara yang dilakukan oleh James dan Akrasanee 1988 (Tambunan, dalam Asruni 2011) menunjukkan “Faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan UMKM adalah, faktor pemasaran, faktor keterbatasan finansial”. Tambunan (2002) UKM khususnya di “Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial, mobilisasi modal awal (*star_cup capital*) dan akses kmodal dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang, kemudain faktor keterbatasan sumber daya manusia, faktor produksi, dan faktor keterbatasan tekhnologi”.Hardjanto (2005 : 6) mengemukakan dalam suatu bisnis seharusnya

“Hubungan antara elemen-elemen pembentuk sistem bisnis sangat terkait. Masing-masing elemen merupakan faktor penunjang bagi elemen lainnya, faktor-faktor penunjang dalam kegiatan bisnis, baik yang bersifat teknis maupun non teknis. Faktor tersebut tidak berada dalam satu kegiatan yang terpisah akan tetapi merupakan satu kesatuan yang utuh. Lemahnya satu elemen bisnis akan mempengaruhi kekuatan bagi bisnis tersebut. Elemen-elemen bisnis yang utama dan merupakan sumber daya yang kompetitif bagi sebuah bisnis terdiri dari empat elemen utama yaitu modal, bahan-

bahan, Sumber Daya Manusia (SDM) dan keterampilan manajemen”.

Adapun faktor-faktor yang masih menjadi kendala dalam meningkatkan daya saing dan kinerja untuk mendapatkan hasil yang diinginkan usaha kecil dan menengah di Indonesia, yaitu faktor lemahnya sistem pembiayaan terhadap dukungan permodalan usaha kecil, faktor kurang kemampuan usaha kecil untuk meningkatkan akses pasar baik pasar domestik maupun pasar global, faktor terbatasnya informasi sumber bahan baku dan penunjang jaringan distribusi, faktor belum terciptanya “*Blue print*” atau fasilitas pendukung teknologi kerja yang mampu digunakan sebagai keunggulan bersaing, faktor rendahnya kualitas SDM, faktor perizinan pendirian badan usaha, faktor keberadaan jasa lembaga penjamin masih belum mampu melayani usaha kecil secara optimal, Faktor lembaga promosi pemerintah (Hardjanto, 2005 : 91-92).

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hubungan kausal (sebab-akibat). Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha kecil yang menggeluti usaha di bidang makanan di Kecamatan Tembalang yaitu sejumlah 36 pelaku usaha yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang. Subjek yang diteliti kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi. Kelurahan Tembalang terdapat 13 pelaku usaha makanan, Kelurahan Bulusan terdapat 11 pelaku usaha makanan, Kelurahan Rowosari terdapat 5 pelaku usaha, Kelurahan Sendang Mulyo 3 pelaku usaha, Kelurahan Kedung Mundu terdapat 4 pelaku usaha makanan yang terdaftar di dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang.

Variabel Penelitian

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pendapatan usaha para pelaku usaha UMKM makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang. Indikator dalam pendapatan usaha yaitu indeks pendapatan/ penghasilan atau keuntungan (indeks profit) yang diterima para pelaku usaha. Variabel bebas dalam penelitian ini ada empat yaitu: 1) Faktor Manajemen (Produksi, Bahan Baku, Kemitraan, Jam Kerja, Lama Usaha). 2) Lokasi Usaha (Modal ,Sumber Daya Manusia). 3) Bauran

Pemasaran (Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*)).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Hasil Analisis Variabel Pendapatan (Y)

Interval Skor	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
8,4 – 10	Sangat Baik	14	39
6,7 – 8,3	Baik	7	19
5 – 6,6	Cukup	6	17
3,4 – 4	Kurang Baik	7	19
<3,3	Tidak Baik	2	6
Jumlah		36	100
Rata – rata Klasikal Kriteria		70%	C

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui dari 36 responden diperoleh keterangan sebagai berikut: terdapat 14 responden (39%) yang memiliki kriteria sangat baik, 7 responden (19%) memiliki kriteria baik, 6 responden (17%) memiliki kriteria cukup, 7 responden (19%) memiliki kriteria kurang baik dan 2 responden (6%) memiliki kriteria tidak baik. Secara klasikal persentase pemasaran 70% dan termasuk dalam kriteria cukup

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Manajemen (X1)

Interval Skor	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
71 – 85	Sangat Baik	9	25
56 – 70	Baik	7	19,44
41 – 55	Cukup	6	16,67
26 – 40	Kurang Baik	7	19,44
<25	Tidak Baik	7	19,44
Jumlah		36	100
Rata – rata Klasikal Kriteria		86%	B

Berdasarkan tabel 4 , dapat diketahui dari 36 responden diperoleh keterangan sebagai berikut: terdapat 9 responden (25%) yang memiliki kriteria sangat baik, 7 responden (19,44%) memiliki kriteria baik, 6 responden (16,67%) memiliki kriteria cukup, 7 responden (19,44%) memiliki kriteria kurang baik dan 7 responden (19,44%) memiliki kriteria tidak baik. Secara klasikal manajemen yaitu 86% dan termasuk dalam kriteria baik.

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lokasi Usaha (X2)

Interval Skor	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
42 – 50	Sangat Baik	18	50
33 – 41	Baik	6	11
24 – 32	Cukup	4	8
15 – 23	Kurang Baik	4	22
<14	Tidak Baik	4	8
Jumlah		36	100
Rata – rata		62%	
Klasikal			
Kriteria		C	

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui dari 36 responden diperoleh keterangan sebagai berikut: terdapat 18 responden (50%) yang memiliki kriteria sangat baik, 6 responden (11%) memiliki kriteria baik, 4 responden (8%) memiliki kriteria cukup, 4 responden (22%) memiliki kriteria kurang baik dan 4 responden (8%) memiliki kriteria tidak baik. Secara klasikal persentase lama usaha yaitu 62% dan termasuk dalam kriteria Cukup.

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Bauran Pemasaran (X3)

Interval Skor	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
63 - 75	Sangat Baik	14	39
50 - 62	Baik	12	33
37 - 49	Cukup	4	11
24 – 36	Kurang Baik	4	11
<23	Tidak Baik	2	6

Jumlah	36	100
Rata – rata	72%	
Klasikal		
Kriteria	B	

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui dari 36 responden diperoleh keterangan sebagai berikut: terdapat 14 responden (39%) yang memiliki kriteria sangat baik, 12 responden (33%) memiliki kriteria baik, 4 responden (11%) memiliki kriteria cukup, 4 responden (11%) memiliki kriteria kurang baik dan 2 responden (6%) memiliki kriteria tidak baik. Secara klasikal persentase sumber daya manusia (SDM) yaitu 72% dan termasuk dalam kriteria cukup.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Standarized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	6.972	.294		23.745	.046
Faktor_manajemen	.109	.298	.105	1.030	.001
Faktor_lokasi	.252	.298	.289	2.510	.020
Faktor_pemasaran	.385	.298	.366	2.956	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan_UMKM

Berdasarkan tabel 6 maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 6,972 + 0,109 X_1 + 0,252 X_2 + 0,385 X_3$$

Arti persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan konstanta sebesar 6,972 yang menunjukkan bahwa jika nilai semua variabel bebas 0 maka besar perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang adalah sebesar 6,972 ditambah dengan *variance* yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

Koefisien $X_1 = 0,109$, Jika faktor manajemen mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara faktor lokasi usaha dan faktor pemasaran dianggap tetap, maka akan menyebabkan perolehan

pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang akan naik sebesar 0,109 point.

Koefisien $X_2 = 0,252$, Jika faktor lokasi usaha mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara faktor manajemen dan faktor pemasaran dianggap tetap, maka akan menyebabkan perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang akan naik sebesar 0,252 point.

Koefisien $X_3 = 0,385$, Jika faktor pemasaran mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara faktor manajemen dan faktor lokasi usaha dianggap tetap, maka akan menyebabkan perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang akan naik sebesar 0,385 point.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.647	3	1.216	.992	.000 ^a
Residual	99.325	32	3.104		
Total	102.972	35			

- a. Predictors: (Constant), Faktor_manajemen, Faktor_lokasi, Faktor_pemasaran
- b. Dependent Variable: Pendapatan_UMKM

Dari tabel 7 dapat diketahui nilai F hitung sebesar 0,992 dengan *probabilitas* 0,000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis kerja satu (H_1) yang berbunyi ada pengaruh faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang secara parsial. Dasar pengambilan keputusan apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1

diterima. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 16.00, diperoleh hasil uji t yang terlihat pada tabel 8.

Tabel 8 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Standardized				
	Unstandardized Coefficients	Coefficients			
B	Std. Error	Beta			
(Constant)	6.972	.294		23.745	.046
Faktor_manajemen	.109	.298	.105	1.030	.001
Faktor_lokasi	.252	.298	.289	2.510	.020
Faktor_pemasaran	.385	.298	.366	2.956	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan_UMKM

Dari tabel 8 dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen yaitu faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebagai berikut:

Pengaruh faktor manajemen terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Berdasarkan hasil perhitungan yang terangkum dalam tabel 8 menunjukkan bahwa untuk variabel faktor manajemen diperoleh t hitung sebesar 1,030 dengan *probabilitas* 0,001. Karena nilai *probabilitas* yang diperoleh kurang dari 0,05 maka hipotesis kerja satu pada variabel X_1 (H_{11}) yang berbunyi ada pengaruh faktor manajemen terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang diterima.

Pengaruh faktor lokasi usaha terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Berdasarkan hasil perhitungan yang terangkum dalam tabel 8 menunjukkan bahwa untuk variabel faktor lokasi usaha diperoleh t hitung sebesar 2,510 dengan *probabilitas* 0,020. Karena nilai *probabilitas* yang diperoleh kurang dari 0,05 maka hipotesis kerja satu pada variabel X_2 (H_{12}) yang berbunyi ada pengaruh faktor lokasi usaha terhadap

perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang diterima.

Pengaruh faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Berdasarkan hasil perhitungan yang terangkum dalam tabel 8 menunjukkan bahwa untuk variabel faktor pemasaran diperoleh t hitung sebesar 2,956 dengan *probabilitas* 0,000. Karena nilai *probabilitas* yang diperoleh kurang dari 0,05 maka hipotesis kerja satu pada variabel X_3 (H_{13}) yang berbunyi ada pengaruh faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang diterima.

Koefisien Determinasi Simultan (R^2)

Koefisien determinasi simultan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh variabel faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 16.00, diperoleh hasil koefisien determinasi simultan (R^2) yang terlihat pada tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.769	.791	1.7618

a. Predictors: (Constant), Faktor_manajemen, Faktor_lokasi, Faktor_pemasaran

Dari tabel 9 dapat diketahui besarnya *Adjusted R square* sebesar 0,791, hal ini berarti 79,1% variabel perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang dapat dijelaskan oleh variabel faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran atau dengan kata lain variabel perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang dipengaruhi oleh variabel faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran sebesar 79,1%, sedangkan sisanya (100% - 79,1% = 20,9%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Koefisien Determinasi Parsial (Uji r^2)

Koefisien determinasi parsial (r^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh variabel faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang secara parsial. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 16.0, diperoleh hasil koefisien determinasi parsial (r^2) yang terlihat pada tabel 10.

Tabel 10. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta	t		Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	6.972	.294		23.745	.046			
Faktor_manajemen	.109	.298	.105	1.030	.001	.105	.305	.205
Faktor_lokasi	.252	.298	.289	2.510	.020	.289	.490	.489
Faktor_pemasaran	.385	.298	.366	2.956	.000	.366	.567	.566

a. Dependent Variable: Pendapatan_UMKM

Dari tabel 10 dapat dijelaskan besarnya sumbangan atau pengaruh masing-masing variabel independen yaitu faktor manajemen, faktor lokasi usaha, dan faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebagai berikut:

Faktor manajemen terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Dari tabel 10 didapat koefisien korelasi parsial variabel faktor manajemen adalah 0,305 dengan demikian maka besarnya r^2 variabel faktor manajemen sebesar $(0,305)^2$ atau 0,093. Hal tersebut berarti bahwa besarnya pengaruh variabel faktor manajemen terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebesar 9,3%.

Faktor lokasi usaha terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Dari tabel 410 didapat koefisien korelasi parsial variabel faktor lokasi usaha adalah 0,490 dengan demikian maka besarnya r^2 variabel faktor lokasi usaha sebesar $(0,490)^2$ atau 0,240. Hal tersebut berarti bahwa besarnya pengaruh variabel faktor lokasi usaha terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebesar 24%.

Faktor pemasaran terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Dari tabel 10 didapat koefisien korelasi parsial variabel faktor pemasaran adalah 0,567 dengan demikian maka besarnya r^2 variabel faktor pemasaran sebesar $(0,567)^2$ atau 0,321. Hal tersebut berarti bahwa besarnya pengaruh variabel faktor lokasi usaha terhadap perolehan pendapatan usaha para pelaku usaha kecil makanan di Kecamatan Tembalang Kota Semarang sebesar 32,1%.

SIMPULAN

Pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y Sebesar 1,030, dengan probabilitas $0,001 < 0,05$. Pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y Sebesar 1,030, dengan probabilitas $0,001 < 0,05$. Manajemen (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM makanan Kec. Tembalang Kota Semarang sebesar 9,3%.

Pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y sebesar 2,510, dengan probabilitas $0,020 < 0,05$. Lokasi usaha (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM makanan Kec. Tembalang Kota Semarang sebesar 24%.

Pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y sebesar 2,956, dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Bauran Pemasaran (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM makanan Kec. Tembalang Kota Semarang sebesar 32,1%

Pengaruh variabel X1, X2, X3, terhadap variabel Y sebesar 0,992, dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.

Manajemen, Lokasi Usaha, Pemasaran bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM makanan Kec. Tembalang Kota Semarang Sebesar $(100\% - 79,1\% = 20,9\%)$ sisanya di pengaruhi di luar model penelitian.

Hasil regresi dalam penelitian ini bernilai positif hal ini berarti jika manajemen (X1), lokasi usaha (X2), bauran pemasaran (X3), semakin baik atau meningkat maka pendapatan usaha para pelaku usaha makanan Kecamatan Tembalang Kota Semarang juga mengalami peningkatan, dan sebaliknya jika manajemen, lokasi usaha, bauran pemasaran menurun maka pendapatan juga mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, dan Hardjanto, Imam. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anoraga, Pandji dan Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryeta, Rizzki. 2013. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Batu Bara".
- Asruni. 2012. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kecil dan Menengah

- (UKM) di Kabupaten Hulu Sungai Selatan Provinsi Kalimantan Selatan”. *Jurnal Ekonomi*”. Kindai Vol.8 No 4 2012.
- Ari, 2011. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Nelayan Desa Tasik Agung Candora. 2013. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Batik Kayu (Kasus pada Sentra Industri Kerajinan Batik Kayu di Dusun Kreet, Desa Sendang Sari, Kecamatan Pajangan, Kbuupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2013”.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang.
- Drs. Sriyadi, 2001. *Bisnis Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang: Ikip Semarang Pers.
- Fakultas Ekonomi. 2011. *Pedoman Penulisan Propoal Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang. <http://fe.unnes.ac.id/>. Diakses pada tanggal 23 April 2015
- F.Soe'oed, Diniari, Rosa. 2012. *Entrepreneurial Behavior Menumbuhkan Prilaku Wirausaha untuk Membangun Kemmdirian Bangsa*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafsah, Jafar, Mohamad. 2000. *Kemitraan Usaha Konsep dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hitt Michael A, R.Danue Ireland, dan Robert E. Hoskisson. 2002. *Manajemen Strategis Daya Saing & Globalisasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Lane Kevin. Edisi 13 Jilid 1. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Riko Pranata. 2013. *Makalah Manajemen Pemasaran*. Pengabdianku.blogspot.co.id/2013/05/makalah-teori-manajemen-klasik.html?m=1. (22 Febuari 2016).
- Martono Agung. *Cara Mudah Memahami Dan Mengaplikasikan Manajemen Produksi Operasi*. Diterbitkan oleh Pusat Penelitian Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJAYA. Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang. Skripsi Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Semarang.
- Muhamad, Fadel. 1992. *Industrialisasi & Wiraswasta Masyarakat Industri 'Belah Ketupat'*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyadi S. 2008. *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Prespektif Pembangunan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ramadhan, Syarhi. 2012. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Kecil Menengah di Kabupaten Langkat.
- Rio, Okky. 2012. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Batu (Studi Kasus Minuman Sari Apel di Kota Batu)”. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Brawijaya.
- Sriyadi. 2001. *Bisnis Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Solihin , Ismail. 2008. *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarsono, dan Edilius. 2000. *Manajemen Koperasi Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Targian, Robinson. 2005. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijandi, Soesarsono. 1998. *Pengantar Kewiraswastaan*. Bandung: Sinar Baru.
- Wiludjeng, Sri. 2007. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wicaksono, Tri Agung. 2014. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Karang Ayu Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Semarang.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*