



**PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA DI  
PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU  
KUMKM SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi**

**Oleh:  
MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT  
NPM : 1615310320**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**N A M A** : MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT  
**NPM** : 1615310320  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN  
**JENJANG** : S 1 (STRATA SATU)  
**JUDUL SKRIPSI:** PENGARUH INOVASI, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN  
USAHA DI PUSAT LAYANAN TERPADU  
KUMKM SUMATERA UTARA

MEDAN, 27 FEBRUARI 2021

**KETUA PROGRAM STUDI**

(HUSNI MUHARRAM RITONGA, BA., Msc.M) (Dr. ONNY MEDALINE, S.H, M.Kn)



**DEKAN**

**PEMBIMBING I**

(EFRIZAL ADIL, S.E., M.M)

**PEMBIMBING II**

(RORO RIAN AGUSTIN, S.Sos., M.SP)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN  
SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

**PERSETUJUAN UJIAN**

**N A M A** : MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT  
**NPM** : 1615310320  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN  
**JENJANG** : S 1 (STRATA SATU)  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH INOVASI, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN  
USAHA DI PUSAT LAYANAN TERPADU  
KUMKM SUMATERA UTARA

MEDAN, 27 FEBRUARI 2021



**KETUA**

(HUSNI MUHARRAM RITONGA, BA., M.Sc.M) (EFRIZAL ADIL, S.E., M.M)

**ANGGOTA II**

(RORO RIAN AGUSTIN, S.Sos., M.SP)

**ANGGOTA I**

**ANGGOTA III**

(MEGASARI GUSANDRA SARAGIH SE., M.S)

**ANGGOTA IV**

(RAHMAT HIDAYAT SE., MM)



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fajar Hidayat  
NPM : 1615310320  
Fakultas/Program Studi : Sosial Sains / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi, dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha di Pusat Layanan Terpadu KUMKM Sumatera Utara

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Pembangunan Panca Budi untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, 27 Februari 2021



Muhammad Fajar Hidayat  
NPM: 1615310320

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fajar Hidayat  
Tempat/Tanggal Lahir : Kedai Durian, 25 Februari 1997  
NPM : 1615310320  
Fakultas : Sosial Sains  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : Jl. Pahlawan Dsn.VI Kedai Durian, Deli Tua

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi melakukan ujian perbaikan nilai di masa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 27 Februari 2021  
Yang membuat pernyataan



Muhammad Fajar Hidayat  
NPM: 1615310320



**PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA DI  
PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU  
KUMKM SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi**

Oleh:  
**MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT**  
NPM : 1615310320

*Jico-Lex*

*9/10/21*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
: FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**

*lex  
-21 PRA  
august*





# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

### PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap	: Muhammad Fajar Hidayat
Tanggal/Tgl. Lahir	: Delitua / 25 Februari 1997
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1615310320
Program Studi	: Manajemen
Konentrasi	: Manajemen UKM
Sesuai Kredit yang telah dicapai	: 141 SKS, IPK 3.47
Nomor Hp	: 085358082228
Permohonan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut	:

#### Judul

PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA DI UKM CENTER PEKAN RAYA SUMATERA UTARA

Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu

Rektor I,

( Cahyo Pramono, S.E., M.M. )

Medan, 23 November 2020

Pemohon,

( Muhammad Fajar Hidayat )

Tanggal : .....

Disahkan oleh  
Dekag

( Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :  
Dosen Pembimbing I :

( Errizal Adil, SE., MM )

Tanggal : .....

Disetujui oleh:  
Ka. Prodi Manajemen

( Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing II :

( Roro Rian Agustin, S.Sos., M.SP )

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

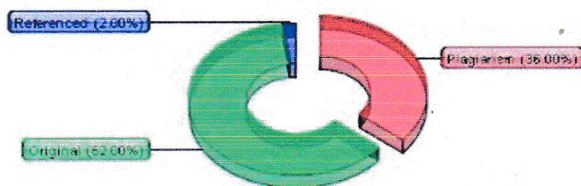
Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Plagiarism Detector v. 1460 - Originality Report 05-Feb-21 08:49:11

Document: MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT\_1615310320\_MANAJEMEN.docx Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi\_License03  
Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Relation chart:



Distribution graph:



Top sources of plagiarism:

	→ % 71			wrds: <a href="https://id.wikipedia.org/wiki/Aljabar_linear">https://id.wikipedia.org/wiki/Aljabar_linear</a>
	→ % 24			wrds: <a href="http://etheses.un-malang.ac.id/746/11/10510106%20Lampiran.pdf">http://etheses.un-malang.ac.id/746/11/10510106%20Lampiran.pdf</a>
	→ % 18			wrds: <a href="https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/126448/T2_912013902_Lampiran.pdf">https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/126448/T2_912013902_Lampiran.pdf</a>

[Show other Sources.]

Processed resources details:

[Show other Sources.]	100 - Ok / 10 - Failed
-----------------------	------------------------

Important notes:



## SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13 R 2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA  
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 3616/PERP/BP/2021**

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan saudara/i:

: Muhammad Fajar Hidayat  
: 1615310320

Semester : Akhir

: SOSIAL SAINS

Prodi : Manajemen

nyanya terhitung sejak tanggal 10 Februari 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 10 Februari 2021  
Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan,



Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I

men : FM-PERPUS-06-01 Revisi : 01 Tgl. Efektif : 04 Juni 2015

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 06 Oktober 2021  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT  
 Tempat/Tgl. Lahir : Kedai Durian / 25 Februari 1997  
 Nama Orang Tua : Umar Said  
 N. P. M : 1615310320  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Program Studi : Manajemen  
 No. HP : 085358082228  
 Alamat : JL.Pahlawan Dsn.VI Kedai Durian, Deli Tua

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Pengembangan Usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Tertampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Tertampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Tertampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Tertampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Tertampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,750,000</b>

Ukuran Toga : **M**

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn  
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



MUHAMMAD FAJAR HIDAYAT  
 1615310320

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.



## **ABSTRAK**

Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, penelitian ini dilaksanakan pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang beralamat di Jl. Jenderal Gatot Subroto KM. 5, Sei Sikambing C.II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara. Sedangkan penelitian ini dimulai sejak September 2019 sampai dengan Januari 2020, Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, adapun hasil penelitian ini adalah, Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, Inovasi dan kualitas produk berpengaruh bersama sama terhadap Pengembangan usaha Ukm Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara

**Kata kunci : inovasi, kualitas produk dan pengembangan usaha**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine how much influence innovation and product quality simultaneously had on business development at the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center, this research was carried out at the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center which is located at Jl. General Gatot Subroto KM. 5, Sei Sikambing C.II, Kec. Medan Helvetia, Medan City, North Sumatra. While this research started from September 2019 to January 2020, the data analysis model used in this study was multiple linear regression, while the results of this study are, Innovation has a positive and significant effect on business success at the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center, Quality product has a positive and significant effect on business success at the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center, innovation and product quality have a joint effect on SME business development at the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center.*

**Keyword : Inovation, Product quality and business development**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah begitu banyak memberikan karunia, hidayah dan rahmat-Nya kepada penulis dan dengan izin-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)”** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan rasa bangga penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan setulus – tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E, M.M, selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. Bambang Widjanarko, SE., M.M, selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Efrizal Adil, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak pelajaran, bimbingan, arahan, masukan, nasehat, saran dan kritik sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Roro Rian Agustin, S.Sos., M.SP, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak pelajaran, bimbingan, arahan, masukan, nasehat, saran dan kritik dalam tata cara penulisan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.



6. Ibu Surya Asih, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bantuannya dalam masa perkuliahan sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
7. Teristimewa buat kedua orang tua tercinta yang telah menjadi semangat terbesar saya Ayahku Umar Said dan Bundaku Elvida Saragih, yang selalu ada, selalu mendukung dan selalu memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya untuk cinta dan kasih sayang sepanjang masa, yang senantiasa telah memberikan semangat dan kepercayaan serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku.
8. Untuk abangku Muhammad Siddiq, kakakku Suci Dwi Rahma dan adikku Puspita Rezeki, terimakasih telah banyak memberikan dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan kuliah ini.
9. Untuk para sahabatku Angga, Ardi, Egi, Pian, Reza, Gita terima kasih sudah selalu mendukung dan membantu tanpa mengharap sesuatu dariku.
10. Untuk Pegawai UPT Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara serta pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Terima kasih sudah memperkenankan saya melakukan penelitian dan telah memberikan banyak informasi yang saya butuhkan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara semakin maju dan berkembang. Aamiin.
11. Teman – teman ku yang masih sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar Sarjana: Indah, Harisyah, Ibel, Malik, Fauzi, Yogi, Daffa, Nova, Deby, Ayu, Firman, Kak Debby, Dea, Ogi, Uci, Nurul, Rizky, Bang Edo, Lisa, Sri, Selfi,

Kak Amay, Ossa Terima kasih banyak sudah menjadi teman ku dan terima kasih juga atas kebersamaanya semasa kuliah semoga cepat selesai dan tetap semangat dalam menyelesaikan skripsinya.

12. Terkhusus teman-teman seperjuanganku dalam menyelesaikan skripsi: Ayu Faladina, Indah Cerahwati dan Muhammad Iqbal. Terima kasih sudah mau menjadi bagian dari tim, terima kasih atas segala tegur sapa yang hangat, senyum tulus di bibir dan canda tawa yang mengakrabkan, semoga tali silaturahmi ini tetap selalu terjaga sampai kapanpun.
13. Seluruh teman-teman Manajemen Stambuk 2016 yang saya banggakan. Terimakasih atas pengalaman dan kisah yang telah kalian berikan dan semoga kita dapat bertemu lagi di kemudian hari dengan membawa kesuksesan kita masing-masing untuk membanggakan orang-orang di sekitar kita.
14. Seluruh Staf Pengajar di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang menuntun saya selama mengikuti perkuliahan sampai dengan selesai.

Dan akhir kata saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala akan membalasnya, Aamiin ya Rabbalalamin.

Medan, 27 Februari 2021

Penulis



**Muhammad Fajar Hidayat**

**NPM 1615310320**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	10
1. Inovasi .....	10
a. Pengertian Inovasi .....	10
b. Ciri – Ciri Inovasi .....	13
c. Proses Inovasi .....	14
d. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi .....	15
e. Indikator Inovasi .....	15
2. Kualitas Produk.....	15
a. Pengertian Kualitas Produk.....	15
b. Dimensi Kualitas Produk .....	17
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	18
d. Indikator Kualitas Produk .....	19
3. Pengembangan Usaha.....	19
a. Pengertian Pengembangan Usaha.....	19
b. Tahapan Pengembangan Usaha .....	21
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha .....	22
d. Indikator Pengembangan Usaha .....	23
B. Penelitian Sebelumnya .....	24
C. Kerangka Konseptual .....	27
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	30



B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	30
C. Populasi Dan Sampel .....	31
D. Jenis Dan Sumber Data .....	32
E. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Teknik Analisis Data.....	37

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	74

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## Daftar Tabel

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1.	Jadwal Proses Penelitian.....	39
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	33
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2.	Usia.....	48
Tabel 4.3.	Pendidikan .....	49
Tabel 4.4.	Pendapatan .....	49
Tabel 4.5.	Jumlah Pekerja .....	50
Tabel 4.6.	Status Kepemilikan.....	50
Tabel 4.7.	Lama Berdagang .....	51
Tabel 4.8.	Produk Yang Dijual.....	51
Tabel 4.9.	Modal.....	51
Tabel 4.10.	Persentase Jawaban Variabel Inovasi .....	52
Tabel 4.11.	Persentase Jawaban Variabel Kualitas Produk .....	54
Tabel 4.12.	Persentase Jawaban Variabel Pengembangan Usaha .....	56
Tabel 4.13.	Uji Validasi Variabel Inovasi.....	59
Tabel 4.14.	Uji Validasi Variabel Kualitas Produk .....	60
Tabel 4.15.	Uji Validasi Variabel Pengembangan Usaha .....	60
Tabel 4.16.	Item-Total Statistics.....	61
Tabel 4.17.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	63
Tabel 4.18.	Coefficients .....	64
Tabel 4.19.	Coefficients .....	66
Tabel 4.20.	ANOVA <sup>b</sup> .....	68
Tabel 4.21.	Model Summary <sup>b</sup> .....	71

## Daftar Gambar

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1.	Histogram Normalitas.....	62
Gambar 4.2.	P-plot Uji Normalitas.....	63
Gambar 4.3.	Scarletterplot	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Di era globalisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan akan memberikan perhatian penuh terhadap inovasi produk dan kualitas produk. Dalam dunia industri, inovasi produk dan pengendalian mutu atau kualitas produk yang dihasilkan merupakan faktor terpenting yang membawa keberhasilan bisnis, dan peningkatan posisi bersaing. Perhatian penuh terhadap kualitas akan memberikan dampak langsung kepada perusahaan yang berupa kepuasan pelanggan.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Inovasi produk merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan ketika pelaku usaha akan memasarkan produk. Hal ini dikarenakan setiap pelaku usaha tentu menginginkan keuntungan yang besar dalam setiap usaha produksinya. Oleh karena itu, diperlukannya suatu pemahaman tentang inovasi produk dan kualitas produk terhadap pengembangan usaha.

Pemahaman teori produksi bagi para pelaku UKM sangat penting karena pelaku UKM dapat mengetahui inovasi apa saja yang akan diperlukan untuk bisa bersaing dengan wirausaha lainnya, serta pelaku usaha dapat membuat inovasi terhadap produk yang akan dipasarkan. Pelaku usaha akan berpacu untuk mempromosikan, memasarkan, serta memproduksi produk sejenis dengan maksud untuk mempermudah para calon konsumen dalam mendapatkan produk tersebut. Sehingga dengan demikian pelaku UKM akan mendapatkan volume penjualan dan keuntungan yang semakin meningkat kedepannya. Manajemen usaha kecil menengah merupakan hal mutlak yang harus dipelajari dalam berbisnis, berbagai tantangan yang dihadapi para pebisnis khususnya para produsen barang dan jasa semakin berat. Berbagai upaya dalam hal *marketing* harus dijalani sehingga tidak makin tenggelam dalam persaingan karena makin banyaknya kompetitor dari waktu ke waktu. Persaingan dari kompetitor yang makin ketat membuat aktivitas peningkatan skala produksi tak lagi dipandang sebagai masalah utama jika dibandingkan dengan aktivitas pemasaran barang atau jasa yang dihasilkan. Bisa dikatakan,

keberhasilan dalam usaha kecil menengah adalah kunci kesuksesan dari pelaku usaha.

Menurut Kotler (2015:121) mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama eksis tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Lebih lanjut menurut Kotler (2015: 121) perusahaan dapat melakukan inovasi berupa:

1. Inovasi Produk (barang, jasa dan ide)
2. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan, pemasaran)

Menciptakan suatu produk yang baru atau melakukan inovasi pada suatu produk yang telah ada adalah salah satu cara yang dilakukan para pelaku UKM untuk tetap eksis dalam sebuah pasar yang terus berkembang dengan cepat. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa sebuah inovasi seringkali dimanfaatkan sebagai suatu cara untuk menghadapi suatu pasar yang semakin selektif dalam persaingan yang semakin hari semakin tinggi. Tidak hanya sampai disini, sebuah inovasi seringkali dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi keinginan konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh para pelaku UKM. Suatu produk dikatakan sukses pada suatu bisnis ketika produk tersebut muncul dan diterima, hal tersebut tidak terlepas dari kekuatan sebuah inovasi produk. Inovasi dari sebuah produk memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk terus membuat sebuah produk yang baru dengan kualitas yang lebih baik dari produk sebelumnya yang sudah ada. Adanya sebuah inovasi pada perusahaan dengan menciptakan sebuah produk baru yang berbeda dan lebih

berkualitas, serta meningkatkan kinerja para pelaku UKM, maka Para pelaku UKM telah menjalankan suatu proses yang baik untuk mendapatkan perhatian konsumen sampai akhirnya membeli produk dengan inovasi produk baru tersebut. Inovasi telah diidentifikasi sebagai sebuah keunggulan dari para pelaku UKM, hal ini menuntut usaha kecil menengah untuk terus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk.

Kualitas produk menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak faktor yang menentukan kinerja bisnis dalam suatu organisasi salah satu diantaranya adalah inovasi. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk.

Inovasi organisasi dapat diinterpretasikan secara luas dan bervariasi dengan berbagai cara untuk menghasilkan solusi baru yang dapat memberikan nilai kualitas produk pada pelanggan. Inovasi sebagai fenomena psikologi dan social budaya, dimana kedua aspek tersebut merupakan kunci Fokus utama inovasi, penciptaan gagasan baru dari produk yang sudah ada dan selanjutnya akan diimplementasikan kedalam produk baru. Adapun tujuan utama proses Inovasi adalah memberikan dan menyalurkan nilai pelanggan yang lebih baik.

Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu usaha merupakan kebutuhan mendasar yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif serta meningkatkan kualitas produk di dalam kinerja para pelaku UKM. Dengan



demikian inovasi merupakan fungsi penting dari manajemen, karena inovasi akan meningkatkan kualitas produk. Inovasi dan kualitas produk akan semakin bertambah penting sebagai salah satu untuk kelangsungan hidup, bukan hanya pertumbuhan tetapi juga dalam persaingan yang semakin hebat dan ketidakpastian lingkungan.

Banyaknya usaha kecil menengah saat ini yang menyebabkan kelangsungan usaha mengalami tingkat persaingan kualitas produk yang tinggi, terutama di bidang makanan, *fashion*, dan kerajinan tangan. Seperti di UKM Center lainnya persaingan juga semakin ketat. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap pengembangan usaha yang sudah dilakukan pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Maka kami mengambil salah satu wadah penampung pelaku UKM di kota medan yaitu di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sebagai obyek dari penelitian ini.

Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Kota Medan, volume kebutuhan terhadap pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara pun terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Kota Medan untuk menikmati makanan *Ready to eat* serta Pakaian *T-shirt* ataupun *dress* yang *Fashionable* menyebabkan banyak bermunculan usaha - usaha baru dibidang makanan dan minuman serta pakaian. Oleh karena itu persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Dengan persaingan yang semakin kuat ini menuntut para pelaku UKM untuk memperkuat *fundamental* agar pelaku UKM dapat bersaing dengan

perusahaan pelaku UKM lain yang sejenis. Ketika pelaku UKM tidak mampu bersaing dengan pengusaha global akan mengakibatkan penurunan volume penjualan sehingga usaha akan mengalami kebangkrutan.

Selain itu pengembangan usaha saat ini sangat menuntut para pelaku usaha untuk lebih tanggap terhadap setiap perubahan yang ada pada dunia bisnis saat ini. Dalam menjalankan usahanya pelaku UKM tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan, namun juga mampu mengakomodasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Selain itu perusahaan juga harus mampu memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin kompleks akan kebutuhannya. Terlebih dengan kondisi perekonomian di Kota Medan yang tiada henti dilanda goncangan memaksa pelaku UKM harus mampu beradaptasi dengan kondisi seperti ini dengan cara meningkatkan nilai tambah perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk mengangkat menjadi sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA”**.

## **B. Identifikasi Masalah Dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara menginovasi produk yang mereka jual agar mampu bersaing.
2. Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara *inscure* dalam memasarkan produk karena kualitas produk yang dijual kuraang baik.
3. Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara Kurang mempromosikan produk yang dijual akibatnya tidak bisa mengembangkan usahanya.

### **2. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, maka penulisan penelitian ini dibatasi agar pembahasannya terarah dan tidak meluas serta tidak menyimpang dari tujuan yang diharapkan. Masalah yang dibatasi dalam penulisan Proposal ini hanya pada permasalahan mengenai **“INOVASI DAN KUALITAS PRODUK”**.

## **C. Rumusah Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dirumuskan masalah pokok dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh inovasi secara parsial terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara ?

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara ?
3. Bagaimana pengaruh inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara ?

#### **D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh inovasi secara parsial terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

##### **2. Manfaat Penelitian**

###### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini merupakan wahana aplikasi ilmu pengetahuan yang diperoleh pada perkuliahan matakuliah Manajemen Bisnis khususnya

mengenai usaha kecil menengah dan kesejahteraan masyarakat, sehingga penulis dapat mengetahui perbandingan antara kenyataan dengan teori.

b. **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi berbagai pihak khususnya pelaku UKM dalam mengelola usaha yang dilaksanakan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Selain itu, bagi pihak pemerintah adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam melakukan penyuluhan terhadap UKM agar lebih efektif dalam meningkatkan pendapatan usahanya.

**E. Keaslian Penelitian**

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Putri Mentari (2018) dari Universitas Sumatera Utara yang berjudul “Pengaruh Inovasi Dan Kualitas produk Terhadap Pengembangan Usaha Pada Toko *Pastry* Di Kecamatan Medan Polonia” Sedangkan penelitian ini berjudul “Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha”.

Perbedaan penelitian ini terletak pada:

1. **Penelitian Variabel,** Penelitian terdahulu pada tahun (2018) menggunakan 2 (dua) variabel bebas (Inovasi Dan Kualitas produk) dan 1 (satu) variabel terikat (Pengembangan Usaha) sedangkan penelitian ini diteliti pada tahun (2020) menggunakan 2 (dua) variabel bebas (Inovasi Dan Kualitas Produk) dan 1 (satu) variabel terikat (Pengembangan Usaha).



2. **Waktu Penelitian,** Penelitian terdahulu ini dilakukan pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.
3. **Jumlah Observasi / Sampel,** Penelitian terdahulu menggunakan 30 responden sedangkan penelitian ini menggunakan 60 responden.
4. **Lokasi Penelitian,** Penelitian terdahulu ini dilakukan Toko *Pastry* Di Kecamatan Medan Polonia sedangkan penelitian ini dilakukan di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Inovasi**

###### **a. Pengertian Inovasi**

Seiring perubahan zaman dan selera pasar yang terus berkembang, pelanggan lebih peka dalam menentukan produk apa yang sekiranya dapat memberikan kepuasan baginya. Kotler & Keller (2012), berpendapat bahwa Inovasi dapat terus berkembang apabila dilakukan perubahan secara terus menerus, hadir dalam ritme kehidupan modern, dan mutakhir.

Menurut Suryana (2008:32), inovasi adalah kualitas produk yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang/jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan, dan inovasi dapat bersifat baru bagi perusahaan, bagi pasar, negara atau daerah, bahkan bagi dunia.

Inovasi produk menurut Hurley & Hult (2012:83) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan keunggulan bersaing. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat

persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan pengembangan usaha pada pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha tersebut.

Inovasi dapat diciptakan sebagai nilai tambah, baik pada organisasi, pemegang saham, maupun masyarakat luas. Definisi dari inovasi meliputi pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Ruang lingkup inovasi organisasi, bergerak mulai dari pengembangan dan implementasi ide baru yang mempunyai dampak pada teori, praktek, produk, atau skala yang lebih rendah yaitu perbaikan proses kerja sehari-hari dan desain saja. Oleh karenanya, penelitian inovasi dalam organisasi dapat dilakukan dalam 3 level, yaitu inovasi level individu, kelompok dan organisasi.

Menurut Hendro (2011: 121) Inovasi mempunyai arti lebih luas dari penemuan. Inovasi adalah proses kreatif yang membuat objek-objek dan substansi baru yang berguna bagi manusia, namun lebih luas dari sekedar penemuan dan jangka waktunya lama. Menurut Machfoedz (2004) berpendapat bahwa inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Dengan demikian, inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

Tanpa adanya inovasi pelaku UKM tidak akan dapat bertahan lama atau bersaing dipasar. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan selalu berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya

akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka, sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang (Hidayati, 2011). Oleh karena itu diperlukan adanya inovasi yang dilakukan terus menerus untuk menarik perhatian pelanggan agar perusahaan tetap berdiri untuk melangsungkan usahanya.

#### **b. Ciri – Ciri Inovasi**

Menurut Setiadi (2010) menyatakan bahwa karakteristik inovasi terdiri :

1. Keunggulan relatif (*relatif advantage*), pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, “apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?”
2. Keserasian/kesesuaian (*compatibility*), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru. Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon adopter.
3. Kekomplekan (*complexity*), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Semakin kompleks produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.
4. Ketercobaan (*trialability*) Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diujicobakan pada keadaan

sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya.

### **c. Proses Inovasi**

Menurut Kuczmarski (1992), proses inovasi memiliki tahap-tahap berikut:

#### 1. Tahap pemunculan ide

Proses pengembangan produk baru dimulai dengan pencarian ide atau gagasan yang berasal dari sejumlah sumber.

#### 2. Tahap Penyaringan

Ditunjukkan untuk mengeliminasi atau mengevaluasi konsep baru.

#### 3. Analisa Bisnis

Analisa bisnis memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran sekomprensif mungkin tentang dampak dari finansial yang dapat diambil melalui memperkenalkan produk yang baru.

#### 4. Tahap Pengembangan

Beberapa ide yang muncul harus diubah menjadi sesempurna mungkin dengan konsep yang diuji terlebih dahulu oleh perusahaan.

#### 5. Tahap pengujian

Tahap ini memberikan penilaian lebih terperinci terhadap peluang sukses produk baru, mengidentifikasi penyesuaian akhir yang suatu produk butuh kan dan menetapkan elemen penting program pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk baru.

#### 6. Tahap Komersialisasi



Tahapan ini memiliki sangkut paut dengan perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran produk baru.

#### **d. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk**

Menurut Kotler (2002;405). Proses penerimaan konsumen terhadap inovasi produk memerlukan waktu proses penerimaan konsumen berfokus pada proses mental yang dilalui seseorang mulai saat pertama mendengar tentang inovasi tersebut sampai akhir penerimaan. Berikut adalah faktor yang mempengaruhi inovasi produk:

1. Kesadaran (*awareness*)
2. Minat (*interest*)
3. Evaluasi (*evaluation*)
4. Percobaan (*trial*)
5. Penerimaan (*adaption*)

#### **e. Indikator Inovasi**

Adapun indikator inovasi menurut Booz et.al., 1982 dan Olson et.al., 1995 yaitu:

1. Tambahan – tambahan lini (*Line Extensions*)
2. Produk tiruan (*Me-too Product*)
3. Produk baru (*New To The World Product*)

## **2. Kualitas Produk**

### **a. Pengertian Kualitas Produk**

Di era ini konsumen menginginkan kualitas produk yang baik dengan harga yang murah. Produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas

yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan. Agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk atau jasanya.

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Kualitas produk adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Konsumen atau konsumen (Nasution, 2015).

Kualitas produk menjadi salah satu tolak ukur penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan, karena dengan kualitas produk yang baik, pelaku UKM akan mampu bersaing dengan para pesaingnya. Pelaku UKM juga harus melakukan inovasi - inovasi baru terhadap produk yang mereka tawarkan karena konsumen cenderung bersikap kritis terhadap produk-produk yang beredar di pasaran. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk, dapat dipengaruhi oleh inovasi produk. Konsumen memiliki persepsi, apabila

semakin tinggi harga suatu produk maka semakin tinggi pula kualitas dari produk tersebut. Konsumen dapat mempunyai persepsi seperti itu ketika mereka tidak memiliki petunjuk atau acuan lain dari kualitas produk, selain inovasi produk, namun sebenarnya persepsi kualitas suatu produk dapat dipengaruhi pula oleh reputasi toko, iklan, dan variabel-variabel lainnya. Menurut Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani (2008), untuk produk yang merupakan kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman. Konsumen sangat mempertimbangkan kualitasnya, karena merupakan kebutuhan pokok dan sangat berhubungan dengan kesehatan manusia, maka kualitas produk sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk.

#### **b. Dimensi Kualitas Produk**

Apabila pelaku UKM ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, pelaku UKM harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual pelaku UKM tersebut dengan produk pesaing, dimensi dari kualitas produk menurut Tjiptono (2008:25-26) terdiri dari:

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.

3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

**c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Menurut Assauri (2001:13) faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi produk Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
2. Wujud luar Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

3. Biaya produk Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

#### **d. Indikator Kualitas Produk**

Menurut Zhang (1999) indikator kualitas produk meliputi:

1. Tampilan atas produk yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
2. Tingkat kesesuaian produk yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
3. Keandalan produk yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Daya tahan produk yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.

### **3. Pengembangan Usaha**

#### **a. Pengertian Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

Purwanti (2012:21) menjelaskan bahwa perkembangan usaha kecil menengah adalah kemampuan seorang pelaku UKM untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga ada perbaikan taraf hidup pada diri seorang pelaku UKM. Haryadi, Chotim dan Maspiyati (1998:50) mengemukakan bahwa tahap perkembangan usaha adalah salah satu aspek yang berpengaruh terhadap pola-pola

pengelolaan suatu usaha. Kemampuan suatu usaha kecil untuk tumbuh dan berkembang tentu saja berbeda dari satu jenis ke jenis usaha lain. Meskipun demikian, secara umum kemampuan tersebut sangat dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan kemampuan internalnya. Faktor-faktor eksternal seperti iklim kebijakan, struktur pasar yang bekerja, akses ke informasi dan pelayanan, serta jenis komoditas yang disediakan akan menentukan seberapa besar potensi suatu usaha untuk tumbuh dan berkembang. Faktor-faktor internal seperti strategi pemasaran, pola – pola produksi, pengelolaan ketenagakerjaan serta kewirausahaan lebih berpengaruh terhadap kemampuan usaha kecil itu sendiri (Haryadi, Chotim, Maspiyati, 1998:30). Terdapat banyak ukuran yang dapat digunakan untuk melihat berkembang tidaknya suatu usaha. Secara umum tahap perkembangan usaha bisa dikelompokkan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang terlibat, penggunaan teknologi, orientasi pasar, strategi adaptasi dan kondisi fisik perusahaan (Haryadi, Chotim & Maspiyati, 1998:80). Menurut Handrimurtjahyo, Suliso dan Soeroso (2007) pertumbuhan usaha merupakan salah satu indikator dari perkembangan usaha. Pertumbuhan usaha dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah produksi, penjualan, pendapatan dan laba (Davidson, dkk, 2002)

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kualitas produk (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan

menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

#### **b. Tahapan Pengembangan Usaha**

Menurut Anoraga (2007:90), ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:

##### 1. Identifikasi Peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi.

Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti :

- 1) Rencana Perusahaan
- 2) Saran dan usul manajemen kecil
- 3) Program dan pemerintah
- 4) Hasil berbagai riset peluang usaha
- 5) Kadin atau asosiasi usaha sejenis.

##### 2. Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi berkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.



3. Seleksi Alternatif Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Ketersediaan Pasar
2. Resiko Kegagalan
3. Harga

4. Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.

5. Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

### **c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha**

Menurut Rahayu (2017) faktor – faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha, yaitu:

1. Kemauan keras dan tekad yang kuat
2. Memiliki modal yang cukup
3. Tahu persis tentang target pasar
4. Memiliki pelayanan yang baik
5. Memiliki *networking* yang luas
6. Pemasaran yang efektif
7. Inovasi dan kualitas produk

#### **d. Indikator Pengembangan Usaha**

Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omzet penjualan. Tolak ukur perkembangan usaha haruslah parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggung jawabkan. Semakin kongkrit tolak ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihnya keberhasilan tersebut. Para peneliti (Kimdan Choi 1994, Leedan Miller 1996, Lou 1999, Milesatall 2000, Hadjimanolis 2000) menganjurkan peningkatan omzet penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha.

Adapun indikator yang dipakai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Modal Usaha
2. Omzet Penjualan
3. Keuntungan Usaha
4. Tenaga Kerja

#### **B. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperluas teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian terdahulu, penulis tidak dapat menemukan judul penelitian yang sama seperti judul penelitian penulis namun, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dan memperluas bahan penelitian penulis.

Berikut ini beberapa penelitian sebelumnya, beserta hasil penelitian sebelumnya dengan hasil yang akan di sajikan, antara lain:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul	Variabel X	Variabel Y	Model Analisis	Hasil Penelitian
1	Sri Wahyuni, Ari Pradhana wati, wahyu hidayat (2015)	PENGARUH TINGKAT PENGALAMAN BERWIRUSAHA, PRODUKTIVITAS DAN INOVASI TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KULIT LUMPIA ( Studi Kasus Pada UMKM Kulit Lumpia di Kelurahan Kranggan Kota Semarang)	Tingkat pengalaman berwirausaha , Produktivitas dan Inovasi	Pengembangan Usaha	Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara parsial, variabel tingkat pengalaman berwirausaha(X1) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 38,2%, produktivitas (X2) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 38%, dan inovasi (X3) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 39,5%.
2	Putri Mentari (2018)	PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK	Inovasi dan Kualitas produk	Pengembangan Usaha	Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara

		TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA PADA TOKO PASTRYDI KECAMATAN MEDAN POLONIA				serempak Inovasi dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Toko Pastrydi Kecamatan Medan Polonia.
3	Citra Lestari, Nawazirul Lubis, Widayanto o Widayanto (2015)	Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat)	Jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan	Pengembangan usaha	Analisis data menggunakan analisis regresi linear	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah.
4	Laurensius Satria Adhi Prasetyo (2017)	INOVASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN BERSAINING SECARA GLOBAL	Inovasi dan Bersaing Secara Global	Pengembangan Usaha	Penelitian ini menggunakan analisis taksonomi yang diperoleh dari hasil wawancara	Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa tantangan pengembangan UMKM dan bersaing secara global, pengrajin batik tulis di Desa

						Tancep dan Desa Djarum berinovasi dalam hal desain, kualitas, warna, bahan baku, proses produksi, pengembangan produk, konsumen dan saluran distribusi.
5	IRPAH RAMBE (2018)	ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBUATAN TAHU PADA PENGRAJIN TAHU BANDUNG KECAMATAN PADANG HULU TEBING TINGGI	Analisis Strategi Pengembangan Usaha	Pengembangan Usaha	Analisis data menggunakan analisis kualitatif deskriptif dan analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan atau growth oriented strategy, strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal

Sumber: Penulis (2020)

### **C. Kerangka Konseptual**

Kerangka pemikiran menunjukkan dan menjelaskan secara terperinci hubungan antara setiap variabel yang akan diteliti oleh karena itu, untuk menyusun hipotesis diperlukan kerangka pemikiran. Hal ini untuk memudahkan pembaca dalam memahami masalah judul penelitian, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Hubungan Inovasi (X1) dengan Pengembangan Usaha (Y)**

Inovasi menjadi bagian terpenting bagi pelaku UKM karena inovasi adalah suatu cara yang dibuat para pelaku UKM untuk dapat terus bersaing dalam memasarkan produk mereka.

Menurut Machfoedz (2004) berpendapat bahwa inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Dengan demikian, inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

*Invalid Source Specified* Inovasi dilakukan guna untuk mempertahankan usaha yang mereka jalankan, karena dengan berinovasi mereka mampu bersaing dengan pelaku UKM lainnya.

#### **2. Hubungan Kualitas Produk (X2) dengan Pengembangan Usaha (Y)**

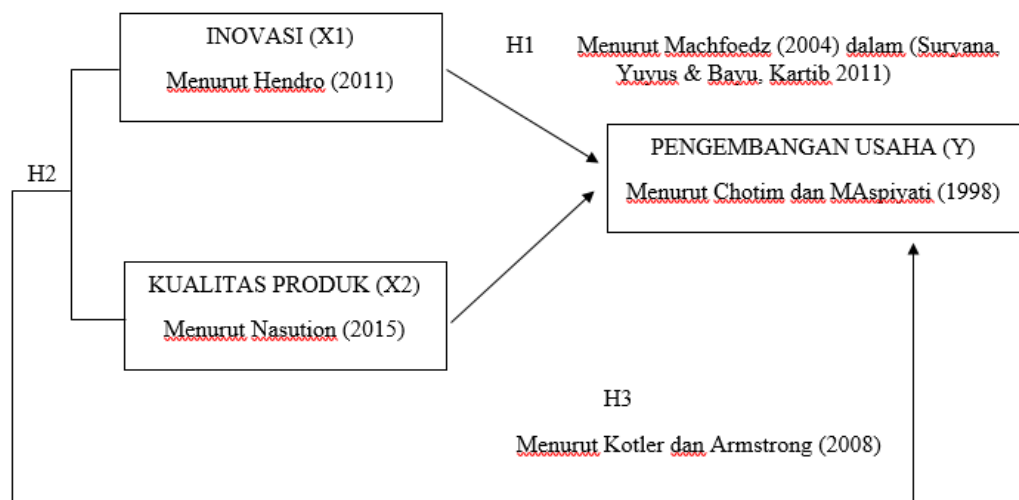
Para pelaku UKM pasti memiliki produk tertentu untuk di tawarkan kepada para konsumen, pada dasarnya seseorang membeli produk bukan hanya sekedar ia ingin membeli produk tetapi, para konsumen membeli barang karena barang tersebut dipergunakan sebagai alat memuaskan

kebutuhan dan keinginan, dengan produk yang memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Kualitas produk adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

*Invalid source specified* kualitas produk sangat penting bagi pelaku UKM karena dengan kualitas produk yang baik akan membuat pelanggan senang beli produk tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis membuat kerangka pemikir



Sumber. Diolah penulis 2020

**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

#### **D. Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2013:93), menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Yang dikatakan sementara disini karena jawaban yang di berikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta–fakta empiris yang di peroleh melalui data atau kuisisioner.

Berdasarkan pengertian hipotesis di atas, maka penulis merumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Inovasi berpengaruh secara parsial terhadap Pengembangan Usaha pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
2. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Pengembangan Usaha pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
3. Inovasi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Pengembangan Usaha pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

#### B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang beralamat di Jl. Jenderal Gatot Subroto KM. 5, Sei Sikambing C.II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara. Sedangkan penelitian ini dimulai sejak September 2019 sampai dengan Januari 2020.

**Tabel 3. 1 Jadwal Proses Penelitian**

No	Aktifitas	Rencana					
		September (2020)	November (2020)	September (2020)	Desember (2020)	Januari (2021)	Februari (2021)
1.	Pengajuan Judul						
2.	Penyusunan Proposal						
3.	Seminar Proposal						
4.	Sidang Meja Hijau						

Sumber : Penulis (2020)

### **C. Populasi Dan Sampel**

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian ini terpecahkan. Berikut pemecahan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua pelaku UKM yang berjumlah 60 UKM yang berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

#### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh tersebut. Pengukuran sampel adalah suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang di ambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Hal ini yang harus diperhatikan bahwa sampel yang di pilih dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Penelitian ini penulis menggunakan metode sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Sehingga sampel yang harus diambil berjumlah 60 pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

## **D. Jenis Dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data ini dibuat untuk mempermudah penulis menentukan jenis data dan sumber data yang akan diambil dan mempermudah penulis melakukan penelitian, berikut jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Jenis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap suatu besaran atas variabel yang diwakilinya. Jenis data adalah data yang berbentuk data angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif ini berupa kuisisioner yang akan diberikan ke para pelaku UKM yang sudah lama berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang akan dijadikan sebagai responden dan yang bersedia mengisi kuisisioner atau lewat data perusahaan.

### **2. Sumber Data**

Sumber data yang dalam penelitian di bedakan menjadi 2, yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2015) maka, ditetapkan bahwa penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

#### **a) Data Primer**

Data primer menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan menyebar kuisisioner ke para pelaku UKM yang

sudah lama berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang bersedia menjadi responden untuk mengisi kuisioner.

#### **b) Data Skunder**

Data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini adalah daftar pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang di peroleh dari staff bagian Pemasaran.

### **E. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu Inovasi (X1) dan Kualitas Produk (X2), serta satu variabel terikat yaitu Pengembangan Usaha (Y).

#### **2. Definisi Operasional**

Definisi operasional menurut Sugiyono (2015: 38) adalah suatu atribut, sifat, nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, definisi operasional dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Deskripsi	Skala Ukur
Inovasi (X1)	Menurut Suryana (2008:32) dan Carol Kinsey Goman yang dikutip dari Alma (2009:68), inovasi adalah kualitas produk yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang/jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan, dan inovasi dapat bersifat baru bagi perusahaan, bagi pasar,	Adapun indikator inovasi menurut Booz et.al., 1982 dan Olson et.al., 1995 (Dalam Lucas dan Ferrell 2000:240) yaitu: 1. Tambahan – tambahan lini ( <i>Line Extensions</i> ) 2. Produk tiruan ( <i>Me-too Product</i> ) 3. Produk baru ( <i>New To The World Product</i> )	1. Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu melakukan inovasi produk mereka agar mampu bersaing dengan pelaku UKM lainnya. 2. Inovasi yang dilakukan biasanya sesuai dengan selera konsumen.	Skala Likert

	negara atau daerah, bahkan bagi dunia.			
Kualitas Produk (X2)	Menurut Kotler dan Amstrong (2008) Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.	Menurut Zhang (1999) indikator kualitas produk meliputi: 1. Tampilan atas produk yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. 2. Tingkat kesesuaian produk yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. 3. Keandalan produk yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. 4. Daya tahan produk yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan mencakup umur teknis maupun umur ekonomis	1. Kualitas produk selalu diutamakan oleh para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, karena hanya dengan memperhatikan kualitas produk mereka dapat mengembangkan usaha. 2. Para Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha terpadu selalu menggunakan bahan – bahan premium untuk membuat produk mereka agar kualitas produknya tetap selalu bagus.	Skala Likert

		penggunaan produk.		
Pengembangan Usaha (Y)	Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi, dan kualitas produk (Anoraga, 2007:66)	Adapun indikator yang dipakai dalam penelitian ini, antara lain: 1. Modal Usaha 2. Omzet Penjualan 3. Keuntungan Usaha 4. Tenaga Kerja  Kim (1994) dkk.	1. Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara menggunakan modal yang seusai cukup besar untuk memulai mengembangkan usaha mereka 2. Pelaku UKM juga mencatat omzet penjualan dengan sangat teliti guna untuk mengetahui untung atau rugikah usaha yang mereka jalani.	Skala Likert

Sumber: Penulis (2020)

## F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014:142), bisa dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *observasi* (pengamatan), *interview* (wawancara) dan *Quisioner* (angket).

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Angket (*Quisioner*)

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada konsumen yang akan di jadikan responden untuk di jawab.

2. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian.

3. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang memberikan pertanyaan langsung ke responden yang nantinya jawaban–jawaban responden dicatat dan direkam.

## **G. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2013:402), teknik analisa data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber dari data lain yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang di gunakan. Instrument yang dikatakan *valid* adalah yang menunjukkan



alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut *valid* atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Suatu data yang di katakan valid atau tidak *valid* dengan kriteria uji validitas kuisisioner adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ , maka pernyataan di nyatakan *valid*.
- b. Jika  $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ , maka pernyataan di nyatakan tidak *valid*.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrument yang dilakukan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama sehingga instrument penelitian tersebut telah dianggap benar dalam penelitian ini untuk menentukan kuisisioner *reliabel* jika *alpha cronbach* di atas 0,6 dan apabila tidak *reliabel* jika sama dengan atau di bawah 0,6.

Pernyataan yang di nyatakan valid dalam uji validitas, maka akan di tentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{\text{alpha}} \text{ positif atau } > \text{ dari } r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan *reliable*.
- b. Jika  $r_{\text{alpha}} \text{ negatif atau } < \text{ dari } r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan tidak *reliable*.

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linier. Dalam penelitian uji asumsi klasik ini menggunakan penelitian:

### a. Uji normalitas

Menurut Danang Sunyoto (2016:92), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

#### 1) Uji Histogram Normal *Curve*

Normalitas data apabila di lihat dari cara ini, maka dapat ditentukan berdasarkan bentuk gambar kurva. Data yang dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna.

#### 2) Uji *P-Plot*

Uji normalitas yang dapat di lihat dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada *P-Plot of Regretion Standarized Residual* melalui SPSS, di mana:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### 3) Uji *Kolmograf Smirnov* (K-S)

Uji ini di lakukan untuk mengetahui data normal atau tidak, maka dapat di lihat dari profitabilitasnya. Data yang

dikatakan normal jika nilai *kolmograf smirnov* adalah *Asymp Sing (2 Tailed) > 0,05*.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2012:105), Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah model yang memiliki nilai *tolerance*  $\geq 0,01$  atau jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*  $\leq 10$ .

#### **c. Uji Heterokedastisitas**

Menurut Ghozali (2012:139), uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka di sebut *Homoskedastisitas* dan jika di sebut *Heterokedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *Homoskedastisitas* atau tidak terjadi *Heterokedastisitas*.

Cara yang di gunakan untuk mengetahui ada tidaknya *Heterokedastisitas* dalam penelitian ini di lakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterrrplot* antara SRESID (Residul) dan ZPRED (Prediksi variabel terikat), dasar analisisnya dapat di lihat dengan sebagai berikut:

- 1) Jika titik–titik membentuk pola tertentu yang teratur (gelombang, kemudian menyempit), maka dapat dikatakan telah terjadi *Heterokestisitas*.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta tidak ada titik–titik pola yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *Heteroskedastisitas*.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang berguna untuk mengetahui koefisien–koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat digunakan untuk menjawab hipotesis. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Di mana :

**Y = Pengembangan Usaha**

**X1 = Inovasi**

**X2 = Kualitas Produk**

**a = Konstanta**

**b = Koefisien Berganda**

**e = Error Term**

#### 5. Pengujian Hipotesis

- a. Uji T (Hipotesis Parsial)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individual) terhadap variabel

terikat. Bentuk pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dan variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1 \neq 0$ , artinya secara parsial tidak dapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah :

$H_0$  di terima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $Sig\ t > \alpha\ 5\% (0,05)$ .

$H_a$  di tolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $Sig\ t < \alpha\ 5\% (0,05)$ .

b. Uji F (Hipotesis Parsial)

Uji F digunakan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama–sama terhadap variabel terikat. Bentuk pengujian dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : b_1 : b_2 = 0$ , artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1 : b_2 \neq 0$ , artinya secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

$H_0$  di terima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $Sig\ F > \alpha\ 5\% (0,05)$ .

$H_a$  di tolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $Sig\ F < \alpha\ 5\% (0,05)$

## 6. Koefisien Determinasi

Cara mengetahui korelasi berganda dan besarnya hubungan berpikir formal terhadap hasil belajar sejarah dapat dilihat dari nilai korelasi atau koefisien determinansi ( $R^2$ ). Koefisien determinansi digunakan untuk mengetahui keandalan model atau pemilihan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Berikut rumus koefisien determinansi :  $D = r_{xy}^2 \times 100\%$ .

Hal ini, menunjukkan model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y sedangkan jika determinansi ( $R^2$ ) semakin kecil mendekati 0, maka dapat di katakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin kecil. Hal ini menunjukkan model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin kecil

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Umum PLUT Sumatera Utara**

Kementerian Koperasi dan UKM menginisiasi kelahiran Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) diseluruh Provinsi Indonesia sebagai sarana layanan komprehensif bagi pengembangan usaha pelaku koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah. Dalam konsep yang dirancang tersebut, pemerintah pusat dan daerah mengalokasikan bantuan operasional secara berkelanjutan, karena target dari program ini mencakup pelaku usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi sehingga program ini tidak bersifat proyek yang hanya dilaksanakan pada waktu terbatas.

Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT KUMKM) merupakan Program yang diharapkan mampu mensinergikan dan mengintegrasikan seluruh potensi sumber daya produktif, yang dimiliki Pemerintah Pusat dan Daerah serta *Stakeholders* terkait dalam rangka penyediaan jasa layanan bagi pengembangan usaha KUMKM.

##### **a) Kelembagaan PLUT-KUMKM**

PLUT-KUMKM di tingkat Provinsi Sumatera Utara berupa unit pelaksana teknis (UPT) yang dikelola oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Sumatera Utara.

**b) Visi, Misi, Tujuan, Sasaran dan Ruang Lingkup PLUT-KUMKM**

**Visi :**Terbangunnya pusat layanan yang mengintegrasikan seluruh potensi dan sumberdaya produktif bagi pengembangan usaha KUMKM.

**Misi :**

- 1) Menjadi fasilitator dalam pemberian layanan pemenuhan kebutuhan pengembangan usaha KUMKM.
- 2) Mediator yang mampu menjembatani KUMKM dalam membangun hubungan dengan pemangku kepentingan lainnya.
- 3) Menstimulator perkembangan usaha KUMKM.
- 4) Meningkatkan kualitas usaha KUMKM secara inovatif, kreatif dan produktif.

**c) Tujuan :**

Pendampingan melalui PLUT-KUMKM bertujuan memberikan layanan jasa non finansial sebagai solusi atas permasalahan KUMKM dalam rangka meningkatkan produktivitas, nilai tambah, kualitas kerja dan daya saing KUMKM melalui pendampingan bidang kelembagaan, sumberdaya manusia, produksi, pembiayaan, pemasaran, pengembangan IT dan pengembangan jaringan kerjasama di Provinsi Sumatera Utara.

**d) Sasaran**

- 1) Meningkatnya kualitas kerja Koperasi dan UMKM;
- 2) Meningkatnya kompetensi SDM Koperasi dan UMKM;
- 3) Meningkatnya produktivitas potensi unggulan daerah yang dikembangkan oleh Koperasi dan UMKM;



- 4) Meningkatnya akses pembiayaan Koperasi dan UMKM melalui lembaga Keuangan Bank dan Non Bank;
- 5) Meningkatnya jaringan usaha dan kemitraan Koperasi dan UKM

e) **Ruang Lingkup**

Pengelolaan PLUT-KUMKM memiliki 7 layanan minimum, meliputi:

- 1) Konsultasi Bisnis;
- 2) Pendampingan atau mentor bisnis;
- 3) Promosi atau pemasaran, IT dan E-Commerce;
- 4) Akses ke sumber pembiayaan;
- 5) Pelatihan bisnis;
- 6) Networking dan Kemitraan Usaha;
- 7) Layanan pustaka entrepreneur.

f) **Layanan Pendampingan**

Layanan Pendampingan dilakukan oleh para Konsultan Pendamping yang direkrut melalui kerjasama dengan Pihak Independen. Dalam melakukan perannya, Konsultan pendamping bertugas di bidang masing-masing yaitu:

- 1) **Bidang Kelembagaan**, meliputi : pembentukan dan pemantapan kelembagaan Koperasi dan UMKM, fasilitasi legalitas, pengautan sentra UKM/Klaster/kawasan, pendataan, pendaftaran dan perijinan KUMKM, advokasi pwerlindungan KUMKM.
- 2) **Bidang Sumberdaya Manusia (SDM)** meliputi: pelatihan perkoperasin, kewirausahaan dan magang.
- 3) **Bidang Produksi** meliputi: akses bahan baku, pengembangan produk

(peningkatan kualitas, desain, merek, dan kemasan), diversifikasi produk, standardisasi dan sertifikasi produk, aplikasi teknologi.

- 4) **Bidang Pembiayaan** meliputi: penyusunan rencana bisnis, proposal usaha, fasilitasi dan mediasi, ke lembaga keuangan Bank dan non Bank, pengelolaan keuangan dan advokasi permodalan;
- 5) **Bidang Pemasaran** meliputi: informasi pasar, promosi, peningkatan akses pasar, pengembangan jaringan pemasaran dan kemitraan, pemanfaatan IT (e-commerce), serta pengembangan data base yang terkait pengembangan KUMKM;
- 6) **Bidang Pengembangan IT**
- 7) **Bidang Pengembangan Jaringan Kerjasama,**

PLUT-KUMKM Sumatera Utara terbentuk pada Tahun 2018 berdasarkan Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 19 Tahun 2018 tentang Perubahan Keempat Atas Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 38 Tahun 2016 tentang Susunan Organisasi Dinas-Dinas Daerah Provinsi Sumatera Utara, dengan nama: Unit Pelaksana Teknis Pusat Layanan Usaha Terpadu.

PLUT-KUMKM Sumatera Utara berlokasi di Gedung Pusat Promosi Dagang UKM – Komplek Pekan Raya Sumatera Utara Jalan Jend. Gatot Subroto Medan, Eksistensi PLUT KUMKM di Sumatera Utara diharapkan dapat memberikan layanan yang ideal sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dalam pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Disamping itu, KUMKM/pelaku usaha diharapkan datang ke PLUT-KUMKM untuk menyampaikan hal-hal yang mereka butuhkan

untuk kemajuan KUMKM yang akan dijadikan sebagai bahan evaluasi pada tahun berikutnya dan hasilnya akan menjadi rujukan bagi pengembangan PLUT-KUMKM kedepan.

## 2. Identitas Responden

Dibawah ini akan dijelaskan identitas responden dari angket yang sudah disebar, penulis sudah menyebarkan 60 angket kepada pelaku UMKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, identitas yang di tanyakan adalah, jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan, pendapatan UMKM, jenis usaha, modal dan lama berusaha.

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	30	50.0	50.0	50.0
Wanita	30	50.0	50.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase jenis kelamin responden penelitian dimana jumlah responden antara pria dan wanita sama yakni berjumlah 30 orang (50%).

**Tabel 4.2 Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-20 tahun	9	15.0	15.0	15.0
21-30 tahun	30	50.0	50.0	65.0
31-40 tahun	14	23.3	23.3	88.3
41-50 tahun	6	10.0	10.0	98.3
>50 tahun	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase usia responden yang menjadi responden penelitian, terlihat bahwa pelaku usaha yang menjadi subjek penelitian mayoritasnya berada di usia 21-30 tahun yang berjumlah 30 orang (50%)

**Tabel 4.3 Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	32	53.3	53.3	53.3
Diploma	7	11.7	11.7	65.0
Sarjana	20	33.3	33.3	98.3
Master	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase pendidikan responden, dimana mayoritas responden dalam penelitian adalah para tamatan sekolah menengah atas (SMA) yang berjumlah 32 orang (53.3%).

**Tabel 4.4 Pendapatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 Juta	31	51.7	51.7	51.7
5-10 juta	27	45.0	45.0	96.7
10-15 juta	1	1.7	1.7	98.3
> 20 juta	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase pendapatan responden perbulan, terlihat bahwa mayoritas pelaku UMKM yang ada di pusat layana usaha Sumut mayoritas berpenghasilan dibawah 5 juta yakni 31 orang (51.7%).

**Tabel 4.5 Jumlah Pekerja**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak ada	21	35.0	35.0	35.0
1-2 orang	25	41.7	41.7	76.7
3-4 orang	9	15.0	15.0	91.7
5-6 orang	2	3.3	3.3	95.0
> 7 orang	3	5.0	5.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase jumlah pekerja yang dimiliki pelaku UMKM di pusat layanan usaha Sumut, terlihat mayoritas pelaku usaha memiliki jumlah karyawan sebanyak 1-2 orang saja yang berjumlah 25 orang (41.7%)

**Tabel 4.6 Status Kepemilikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Usaha Sendiri	39	65.0	65.0	65.0
Usaha Patungan	6	10.0	10.0	75.0
Usaha Keluarga	15	25.0	25.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase status kepemilikan usaha terlihat bahwa pelaku UMKM yang ada di pusat layanan usaha Sumut mayoritasnya memiliki usaha sendiri yang berjumlah 39 orang (65%).

**Tabel 4.7 Lama Berdagang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 tahun	11	18.3	18.3	18.3
1-2 tahun	20	33.3	33.3	51.7
3-5 tahun	18	30.0	30.0	81.7
5-10 tahun	10	16.7	16.7	98.3
10-20 tahun	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan lama berdagang di UMKM terlihat mayoritas responden yang berdagang kebanyakan baru menekuni usaha UMKM selama 1-2 tahun yang berjumlah 20 orang (33.3%).

**Tabel 4.8 Produk Yang Dijual**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Baju	18	30.0	30.0	30.0
Sepatu	5	8.3	8.3	38.3
Tas	2	3.3	3.3	41.7
Ulos	6	10.0	10.0	51.7
Cemilan	18	30.0	30.0	81.7
Aksesoris	7	11.7	11.7	93.3
Herbal	3	5.0	5.0	98.3
Songket	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan persentase produk yang di jual oleh pelaku UMKM di pusat layanan usaha Sumut, dimana kebanyakan responden berjualan baju yakni 18 orang (30%) dan cemilan yakni 18 orang (18).

**Tabel 4.9 Modal**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 10 juta	46	76.7	76.7	76.7
10-20 juta	9	15.0	15.0	91.7
30-40 juta	3	5.0	5.0	96.7
> 50 juta	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan jumlah modal yang dikeluarkan responden saat membuka usaha, dimana kebanyakan responden membuka usaha mereka dengan modal dibawah 10 juta Rupiah.

### 3. Persentase jawaban responden

Dibawah ini akan dijabarkan jumlah distribusi jawaban responden dari angket yang sudah disebar, penulis menggunakan skala likert dengan skor 1-6, distribusi jawaban responden akan dibahas di tabel dibawah ini.

**Tabel 4.10 Persentase Jawaban Variabel Inovasi**

no	STS		TS		KS		CS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	1.7	-	-	9	15	16	26.7	33	55.0	22	36.7	60	100
2	1	1.7	3	5	1	1.7	22	36.7	18	30	15	25	60	100
3	-	-	3	5	4	6.7	18	30	17	28.3	18	30	60	100
4	-	-	3	5	3	5	11	18.3	25	41.7	18	30	60	100
5	-	-	3	5	2	3.3	16	26.7	23	38.3	16	26.7	60	100
6	-	-	2	3.3	7	11.7	18	30	15	25	18	30	60	100

*(Sumber, hasil data diolah 2021)*

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

1. Pada pernyataan “Para UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu selalu menambah lini produk, guna untuk mengembangkan usaha.” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 33 orang (55.0%) artinya dalam penelitian ini responden sudah setuju bahwa Para UKM di Pusat Layanan

Usaha Terpadu selalu menambah lini produk, guna untuk mengembangkan usaha

2. Pada pernyataan “Produk tiruan yang dijual para pelaku UKM lain dijadikan sebagai pembanding oleh pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 36 orang (60.0%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Produk tiruan yang dijual para pelaku UKM lain dijadikan sebagai pembanding oleh pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara
3. Pada pernyataan “Produk tiruan tidak selamanya menggunakan bahan baku *Low Quality*, para pelaku UKM merubah bahan baku produk tapi tidak merubah bentuk produk” Mayoritas responden menjawab sangat setuju yakni 18 orang (30%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Produk tiruan tidak selamanya menggunakan bahan baku *Low Quality*, para pelaku UKM merubah bahan baku produk tapi tidak merubah bentuk produk
4. Pada pernyataan “Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara membuat produk baru agar bisa bersaing dengan pelaku UKM lainnya” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 25 orang (41.7%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara membuat produk baru agar bisa bersaing dengan pelaku UKM lainnya



5. Pada pernyataan “Produk baru yang di ciptakan para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sesuai dengan tren yang ada “ Mayoritas responden menjawab setuju yakni 23 orang (38.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Produk baru yang di ciptakan para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sesuai dengan tren yang ada
6. Pada pernyataan “Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu menginovasi produk lama menjadi produk baru” Mayoritas responden menjawab cukup setuju dan sangat setuju yakni 18 orang (30%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu menginovasi produk lama menjadi produk baru.

**Tabel 4.11 Persentase Jawaban Variabel  
Kualitas Produk**

no	STS		TS		KS		CS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	5	8.3	15	25	23	38.3	17	28.3	60	100
2	-	-	3	5	8	13.3	17	28.3	16	26.7	16	26.7	60	100
3	1	1.7	3	5	6	10	20	33.3	18	30	12	20	60	100
4	2	3.3	1	1.7	3	5	20	33.3	15	25	19	31.7	60	100
5	-	-	4	6.7	4	6.7	20	33.3	15	25	17	28.3	60	100
6	1	1.7	3	5	2	3.3	17	28.3	14	23.3	23	38.3	60	100
7	1	1.7	1	1.7	4	6.7	14	23.3	17	28.3	23	38.3	60	100
8	2	2.3	1	1.7	3	5	14	23.3	19	31.7	21	35	60	100

*(Sumber , hasil data diolah 2021)*

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

1. Pada pernyataan “Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu membuat tampilan produk sebagai mungkin agar konsumen tertarik membeli produk yang mereka pasarkan”

Mayoritas responden menjawab setuju yakni 23 orang (38.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu membuat tampilan produk sebagus mungkin agar konsumen tertarik membeli

2. Pada pernyataan “Para pelaku UKM bebas berkreasi menciptakan produk yang akan mereka jual.” Mayoritas responden menjawab cukup setuju yakni 17 orang (28.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM bebas berkreasi menciptakan produk yang akan mereka jual
3. Pada pernyataan “Pelaku UKM memiliki standar khusus dalam membuat produk” Mayoritas responden menjawab cukup setuju yakni 20 orang (33.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Pelaku UKM memiliki standar khusus dalam membuat produk
4. Pada pernyataan “Kualitas produk selalu dipertahankan oleh para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara” Mayoritas responden menjawab cukup setuju yakni 20 orang (33.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Kualitas produk selalu dipertahankan oleh para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara
5. Pada pernyataan “Sebelum menjual produknya, para pelaku UKM selalu memastikan tingkat kesesuaian produknya” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 20 orang (33.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Sebelum menjual produknya, para pelaku UKM selalu memastikan tingkat kesesuaian produknya

6. Pada pernyataan “Para pelaku UKM selalu menggunakan bahan baku *premium quality* agar produk yang dijual tahan lama” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 23 orang (38.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM selalu menggunakan bahan baku *premium quality* agar produk yang dijual tahan lama
7. Pada pernyataan “Tampilan produk yang menarik selalu dibuat oleh para pelaku UKM guna untuk menarik daya beli konsumen” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 23 orang (38.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju Tampilan produk yang menarik selalu dibuat oleh para pelaku UKM guna untuk menarik daya beli konsumen
8. Pada pernyataan “Produk yang dijual para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara adalah produk - produk unggulan” Mayoritas responden menjawab cukup setuju yakni 31 orang (35%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Produk yang dijual para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara adalah produk - produk unggulan.

**Tabel 4.12 Persentase Jawaban Variabel Pengembangan Usaha**

no	STS		TS		KS		CS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	1.7	1	1.7	3	5	17	28.3	17	28.3	21	35	60	100
2	1	1.7	1	1.7	3	5	17	28.3	20	33.3	18	30	60	100
3	1	1.7	3	5	3	5	13	21.7	21	35	19	31.7	60	100
4	2	3.3	1	1.7	4	6.7	15	25	21	35	17	28.3	60	100
5	1	1.7	2	3.3	5	8.3	19	31.7	15	25	18	30	60	100
6	-	-	2	3.3	2	3.3	16	26.7	19	31.7	21	35	60	100
7	-	-	3	5	3	5	20	33.3	18	30	16	26.7	60	100

8	1	1.7	1	1.7	5	8.3	14	23.3	19	31.7	20	33.3	60	100
---	---	-----	---	-----	---	-----	----	------	----	------	----	------	----	-----

(Sumber, hasil data diolah 2021)

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

1. Pada pernyataan “Untuk mengembangkan usaha para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha KUMKM Sumatera Utara membutuhkan modal yang cukup banyak” Mayoritas responden menjawab sangat setuju yakni 21 orang (35%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Untuk mengembangkan usaha para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha KUMKM Sumatera Utara membutuhkan modal yang cukup banyak
2. Pada pernyataan “Modal yang dikeluarkan biasanya untuk membeli bahan baku produk serta mngiklankan produk” Mayoritas responden menjawab cuku setuju yakni 20 orang (33.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Modal yang dikeluarkan biasanya untuk membeli bahan baku produk serta mngiklankan produk
3. Pada pernyataan “Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara memiliki Omzet penjualan yang fantastis” Mayoritas responden menjawab cuku setuju yakni 21 orang (35%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara memiliki Omzet penjualan yang fantastis
4. Pada pernyataan “Pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu membuat catatan untuk menghitung omzet penjualan” Mayoritas responden menjawab cuku setuju yakni 21 orang (35%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Pelaku

UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu membuat catatan untuk menghitung omzet penjualan

5. Pada pernyataan “Keuntungan usaha yang diperoleh para pelaku UKM di simpan untuk berjaga jika modal yang dikeluarkan belum kembali” Mayoritas responden menjawab cukup setuju yakni 19 orang (31.7%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Keuntungan usaha yang diperoleh para pelaku UKM di simpan untuk berjaga jika modal yang dikeluarkan belum kembali
6. Pada pernyataan “Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran guna untuk mengetahui keuntungan penjualan mereka” Mayoritas responden menjawab setuju yakni 21 orang (35%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran guna untuk mengetahui keuntungan penjualan mereka
7. Pada pernyataan “Tenaga kerja yang dimiliki para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sesuai dengan kebutuhan mereka” Mayoritas responden menjawab cukup setuju yakni 20 orang (33.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Tenaga kerja yang dimiliki para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sesuai dengan kebutuhan mereka
8. Pada pernyataan “Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara mempunyai tenaga kerja yang ahli dalam bidangnya masing – masing” Mayoritas responden menjawab sangat

setuju yakni 20 orang (33.3%) artinya dalam penelitian ini responden setuju bahwa Para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara mempunyai tenaga kerja yang ahli dalam bidangnya masing – masing

#### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Suatu data dikatakan valid atau tidak valid dengan kriteria uji validitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka pernyataan di nyatakan valid.
2. Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ , maka pernyataan di nyatakan tidak valid.

Dengan  $n = 60$  dan sig 0,05 diperoleh  $r \text{ tabel}$  senilai 0,210 hasil dari uji validitas akan dijabar ditabel dibawah ini.

**Tabel 4.13 Uji Validitas  
Variabel Inovasi**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Delete
x1.1	.544	.899
x1.2	.824	.855
x1.3	.752	.867
x1.4	.685	.877
x1.5	.809	.859
x1.6	.670	.880

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Dari tabel diatas terlihat semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* bernilai diatas 0,210 artinya dalam penelitian ini semua instrument dinyatakan valid dan bisa di uji lebih lanjut.

**Tabel 4.14 Uji Validitas  
Variabel Kualitas Produk**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Delete
x2.1	.588	.916
x2.2	.686	.909
x2.3	.716	.906
x2.4	.772	.901
x2.5	.755	.903
x2.6	.711	.907
x2.7	.758	.903
x2.8	.804	.899

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Dari tabel diatas terlihat semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* bernilai diatas 0,210 artinya dalam penelitian ini semua instrument dinyatakan valid dan bisa di uji lebih lanjut.

**Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel  
Pengembangan Usaha**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Delete
y.1	.846	.939
y.2	.819	.941
y.3	.851	.938
y.4	.856	.938
y.5	.773	.944
y.6	.715	.947
y.7	.777	.943
y.8	.843	.939

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

Dari tabel diatas terlihat semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* bernilai diatas 0,210 artinya dalam penelitian ini semua instrument dinyatakan valid dan bisa di uji lebih lanjut.

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60. Pernyataan yang dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan di tentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien reliabilitasnya yaitu  $\alpha \geq 0,60$  maka reliabilitasnya baik.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitasnya yaitu  $\alpha \leq 0,60$  maka reliabilitasnya kurang baik.

**Tabel 4.16**  
**Item-Total Statistics**

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Inovasi	.939
Kualitas Produk	.891
Pengembangan Usaha	.909

*Sumber , Hasil data diolah 2021*

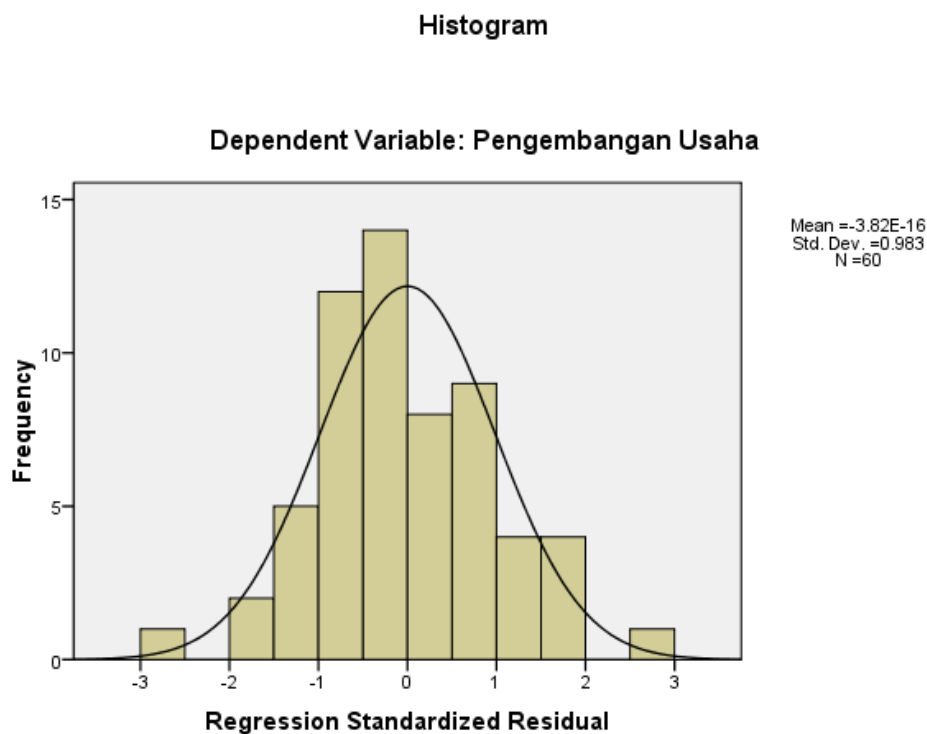
Tabel diatas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, artinya semua instrument dinyatakan reliabel atau layak digunakan untuk penelitian lebih lanjut.



#### d. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti dan mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data ini digunakan pendekatan grafik, yaitu *Normality Probability Plot* Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.



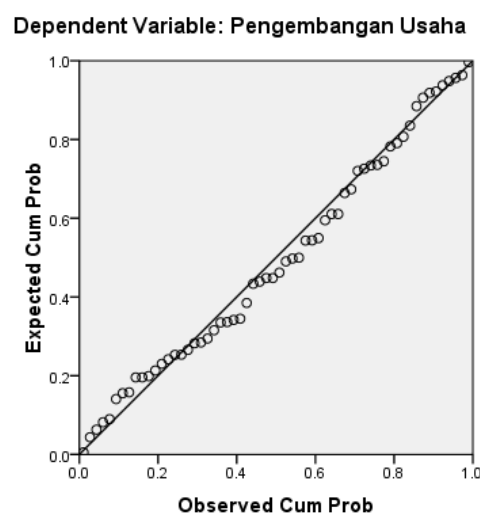
Sumber, Hasil data diolah 2021

**Gambar 4.1 Histogram Normalitas**

Gambar diatas dapat dilihat bahwa residual data berdistribusi normal, hal tersebut ditunjukkan oleh distribusi data yang berbentuk lonceng dan tidak menceng ke kiri atau ke kanan, selanjutnya lihat pula histogram

normalitas, Bila pola titik-titik yang selain diujung-ujung plot agak menyimpang dari garis lurus, dapat dikatakan bahwa sebaran data (dalam hal ini residual) adalah menyebar normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber, Hasil data diolah 2021

**Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas**

Pada gambar diatas Normal *P Plot* terlihat titik-titik mengikuti data disepanjang garis normal, hal ini berarti residual data berdistribusi normal. selanjutnya dilihat pula histogram untuk uji normalitas, Selanjutnya lihat pula tabel uji *kolmogorov-smirnov*

**Tabel 4.17**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.32777646

Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.577
Asymp. Sig. (2-tailed)		.894

a. Test distribution is Normal.

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Tabel diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai 0.894 lebih besar dari ketentuan yakni 0,05, artinya distribusi data dalam penelitian ini bersifat normal dan bisa diuji lebih lanjut.

## 2. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIP (Variance Inflation Factor)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya, *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance* > 0,1 atau nilai *VIF* < 10, maka tidak terjadi Multikolinieritas

**Tabel 4.18**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Inovasi	.229	4.360
Kualitas Produk	.229	4.360

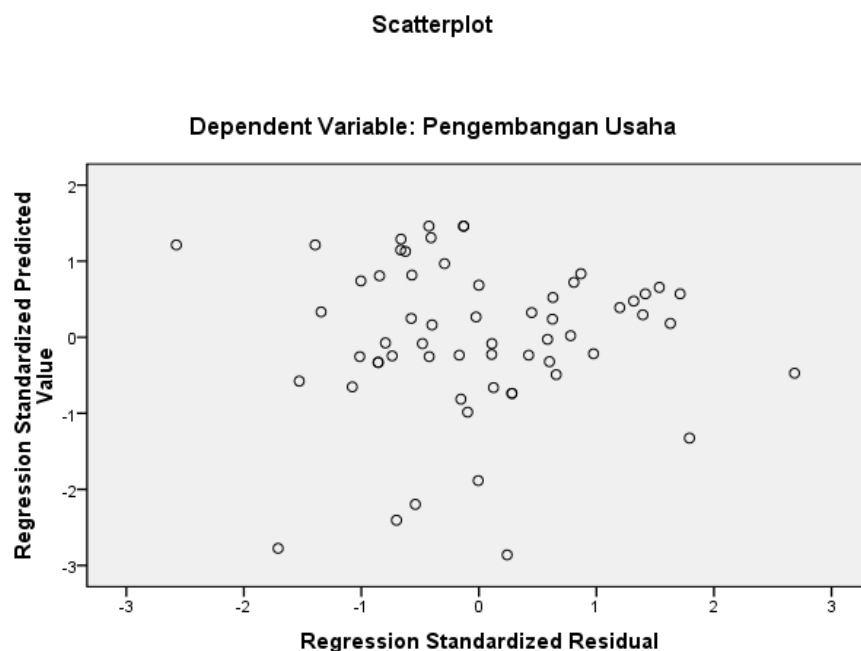
a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

Dari Tabel 4.18 memperlihatkan bahwa nilai VIF  $X_1$  (4.360) dan  $X_2$  (4.360)  $< 10$  maka tidak terjadi Multikolinieritas. Dan dari nilai *Tolerance*  $X_1$  (0,229) dan  $X_2$  (0,229)  $> 0,1$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas ini digunakan dalam model regresi untuk melihat terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu ke pengamatan yang lain. Jika *varians* berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat pada gambar *Scatterplot Model*



*Sumber, Hasil data diolah 2021*

**Gambar 4.3 Scatterplot**

Melalui analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Maka pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### e. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent variable*) yaitu Inovasi ( $X_1$ ) dan Kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) yaitu pengembangan usaha (Y). Perhitungan persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

**Tabel 4.19**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.674	2.421		.278	.782
Inovasi	.530	.173	.364	3.068	.003
Kualitas Produk	.597	.125	.567	4.772	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber, Hasil data diolah 2021

$$Y = 0.674 + 0.530 X_1 + 0.597 X_2$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta ( $a$ ) = 0.674 , nilai konstanta bernilai positif artinya jika variabel bebas yaitu inovasi dan kualitas produk mengalami kenaikan 1 %, maka akan menaikkan Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sebesar 0.674%
2. Koefisien regresi  $X_1$  ( $b_1$ ) = 0.530, menunjukkan besaran pengaruh variabel inovasi terhadap Pengembangan usaha UKM, jika variabel inovasi mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menaikkan Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sebesar 5.3%.
3. Koefisien regresi  $X_2$  ( $b_2$ ) = 0.597, menunjukkan besaran pengaruh Variabel kualitas produk terhadap Pengembangan usaha UKM, jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menaikkan Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sebesar 5.97%.

#### **f. Uji Hipotesis**

##### **1. Uji Simultan (Uji F)**

Uji F-Statistik ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel.

- I Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , pada alpha 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.
- II Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , pada alpha 5% maka  $H_0$  ditolak

dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen

Uji F (F-test) untuk mengetahui apabila variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, digunakan uji F dengan melihat nilai  $F_{hitung}$  yang dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  pada  $\alpha$  0,05 (5%). dengan  $n=60$  dan  $df -2$  ( $60-2 =58$ ) diperoleh  $f$  hitung sebesar 3,16

**Tabel 4.20 ANOVA<sup>b</sup>**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2892.812	2	1446.406	126.184	.000 <sup>a</sup>
	Residual	653.372	57	11.463		
	Total	3546.183	59			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi

b. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Tabel diatas terlihat  $f$  hitung adalah 126.184 dengan taraf signifikansi 0,000 dalam penelitian ini  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel ( $126.184 > 3.16$ ) dalam hal ini secara bersama sama inovasi dan kualitas produk berpengaruh bersama sama terhadap Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, dan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

## 2. Uji Secara Parsial (Uji t)

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik t (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu inovasi ( $X_1$ ), dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Pengembangan usaha (Y) dengan jumlah Derajat penyebut (df):  $n - k = 60 - 2 = 58$  dan sig 0,05 didapat t tabel 2,001. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) Model pengujian hipotesisnya sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu ( $X_1$ ), dan ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu (Y)
- 2)  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu ( $X_1$ ), dan ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu (Y).

b) Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.
- 3) Jika probabilitasnya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y.
- 4) Jika probabilitasnya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh antara variabel X dan Y.

**Tabel 4.18 Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		



1	(Constant)	.674	2.421		.278	.782
	Inovasi	.530	.173	.364	3.068	.003
	Kualitas Produk	.597	.125	.567	4.772	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan usaha

*Sumber, Hasil data diolah 2021*

### **I Hasil Pengujian Hipotesis Pertama**

Terlihat pada kolom t variabel inovasi ( $X_1$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  (3.068) >  $t_{tabel}$  (2,001) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai signifikan 0,003 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan variable inovasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

### **II Hasil Pengujian Hipotesis Kedua**

Terlihat pada kolom t variabel kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  (4.772) >  $t_{tabel}$  (2,001) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan variable kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara

### **g. Koefisien Determinasi**

Uji Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau

variasi suatu variabel bisa dijelaskan, jika determinasi semakin kecil mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin kecil. Hal ini menunjukkan model yang di gunakan semakin kuat untuk menerangkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin kecil.

**Tabel 4.21 Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 <sup>a</sup>	.816	.809	3.38566

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi

b. Dependent Variable: Pengembangan Usaha  
*Sumber, Hasil data diolah 2021*

*R Square* sebesar 0,816 berarti 81.6% faktor-faktor keberhasilan usaha pada Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, dapat dijelaskan oleh inovasi dan kualitas produk, sedangkan sisanya yakni 18.4% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

## **B. Pembahasan**

### **1. Hubungan Inovasi terhadap pengembangan usaha**

Variabel inovasi ( $X_1$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  (3.068) >  $t_{tabel}$  (2,001) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai signifikan lebih kecil

dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai signifikan  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan variable inovasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

Menurut Suryana (2017:22) kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti, jiwa, watak, sikap dan perilaku seseorang, dan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Hadijah (2019), yang menyaratkan bahwa inovasi yang telah diterapkan sudah berpengaruh besar dalam pengembangan usaha.

## **2. Hubungan Kualitas produk terhadap Pengembangan usaha**

Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung} (4.772) > t_{tabel} (2,001)$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan variable kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

Menurut Zimmerer (2009:71) mengemukakan kualitas produk adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang atau pun problem yang dihadapi, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilmafa'ati Rida (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha.

## **3. Hubungan Inovasi dan Kualitas produk Terhadap Pengembangan usaha**

Dalam penelitian ini  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $126.184 > 3.16$ ) dalam hal ini secara bersama sama inovasi dan kualitas produk berpengaruh bersama sama terhadap Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, dan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha Ukm Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, *R Square* sebesar 0,801 berarti 80.1% faktor-faktor keberhasilan usaha pada Dipusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara, dapat dijelaskan oleh inovasi dan kualitas produk, sedangkan sisanya yakni 19,9% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara
3. Inovasi dan kualitas produk berpengaruh bersama sama terhadap Pengembangan usaha Ukm Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

#### **B. Saran**

1. Perlunya PLUT KUMKM Sumatera Utara memberikan masukan dan referensi bagi setiap para pelaku usaha UMKM yang terdaftar menjadi anggotanya sehingga para pelaku UMKM tidak akan mudah menyerah demi kemajuan usaha mereka.
2. Dari hasil Angket yang disebar terlihat masih terdapat beberapa responden yang belum memiliki standart khusus dalam memproduksi hasil usahanya, dalam hal ini PLUT UMKM Sumut perlu memberikan informasi tentang standar untuk masing masing produk UMKM agar kualitas produk yang di hasilkan oleh pelaku UMKM di PLUT Sumatera Utara bisa bersaing diranah nasional ataupun internasional.
3. Para pelaku UMKM yang ada di PLUT Sumatera Utara perlu di dorong

untuk lebih berinovasi dengan produknya, dan jangan ragu untuk mengeluarkan sesuatu yang baru karena jika para pelaku UMKM berhenti berinovasi akan berakibat buruk untuk usaha yang dijalankannya.

4. Perlunya diberikan kepada setiap pelaku UMKM keberanian untuk bersaing dan dengan rekan rekan mereka dengan keberanian untuk bersaing maka akan meningkatkan pengembangan usaha dari pelaku UMKM yang ada di PLUT

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, Moh. dan Razak, Mashur. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi, Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: MAGNAScript Publishing.
- Anoraga Pandji, 2007. *Pengantar bisnis. Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta
- Alma, 2009, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: alfabeta
- Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Gede Sandiasa 2009. *Kewirausahaan*. Bali: Universitas Panji Sakti <http://Repository.usu.ac.id/bitstream/1234> (Rabu, 26/08/2020 Pukul: 22:30).
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Handrimurtjahyo, A. D., Susilo, Y. S., dan Soeroso, A, 2007. *Faktor-faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Industri Kecil: Kasus Pada Industri Gerabah dan Keramik Kasongan Bantul Yogyakarta*. Pararell Session III A: *Agricultural and Rural Economy*
- Hapzi Ali dan Tonny Wangdra. 2010. *Technopreneurship dlaam Perspektif Bisnis Online*. Jambi: Baduose Media.
- Haryadi, Dedi, Chotim, Erna Ermawati, Maspiyati. 1998. *Tahap perkembangan usaha kecil: dinamika dan peta potensi pertumbuhan*. Bandung: Akatiga
- Hendro, 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hidayati, N. I. 2011. *Pembelajaran Kewirausahaan Bagi Santri Putri di Pondok Pesantren Ta'mirul Islam Tegalsari Surakarta*. S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta (online).
- Hurley,Robert. F and Hult, G, Tomas. M,1998, "Inovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Intergration and Empirical Examination",*Journal ofMarketing*, July.
- Hastu Prabatmodjo. (1996). *Pengembangan Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Menghadapi Integrasi Ekonomi Global*. *Jurnal Analisis Sosial*, Edisi 2, Februari 1996 : 39-50.

- Indrawan, M. I. (2021). Anteseden Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jumant*, 12(1), 245-251.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philiip and Gary Armstrong. 2009. *Principles of Marketing*. Prientice Hall
- Kotler, Philip dan Kellr, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Prientice Hall Interantional Inc. New Jersey.
- Lukas, B.A. and Ferrel, O.C. 2000. “*The Effect of Market Orientation on Product Innovation*”. *Journal of The Academy Marketing Science*. No.2 Vol.28. p.239-247
- Machfoedz, Mas’ud dan Mahmud Machfoedz. 2004. *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Metts, G.A., 2007. Measuring the effectiveness of managerial action in SMEs. *Management Research News*, 30(12), pp.892–914.
- Miarso, Yusufhadi. 2007. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Nasution, A. P., & Malikhah, I. (2021). Identifikasi Strategi Keberhasilan Layanan E-Government Di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 11(2), 38-45.
- Nasution, M.Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Prenhallindo, Jakarta
- Porter, M.E. 1993, *Keunggulan Bersaing*, cetakan kedua, terjemahan, Dharma, A., Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Porter, M.E., 1980. *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and companies*, New York: *The Free Press*.
- Pramono, C., Wahyono, T., Agnes, M., & Qadri, U. L. (2020). Analysis of financial performance comparison before and after the emergence of e-commerce in Indonesian retail company. *International Journal of Research and Review*, 7(1), 182-186.
- Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga Vol. 5 No. 9, Juli 2012. *STIE AMA Salatiga*. 13-28 hal.



- Rahayu, S., Yudi, & Rahayu. (2020). Internal auditors role indicators and their support of good governance. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1751020.
- Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rima Riadhita 2017. Metodologi Penelitian. Pasundan: Universitas Pasundan <http://repository.unpas.ac.id/27723/6/BAB%20III.pdf> (Rabu, 26/08/2020 Pukul 22:30)..
- Soltanizadeh, S., Rasid, S.Z.A., Golshan, N. M., and Ismail, W.K.W., 2016. Business strategy, enterprise risk management and organizational performance. *Management Research Review*, 39(9), pp.1016–1033.
- Suryana, (2006). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta
- Suryana. 2008. Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses, Edisi Tiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. 2011. Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2016. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tedjakusuma, Hartini dan Muryani. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*. Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Yunal, V. O. dan Indriyani, R. (2013). Analisis Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah di Lombok Barat. *AGORA*, 1(1). Retrieved from Database Student Journals Universitas Kristian Petra Surabaya.

Zhihai Zhang 1999, "Developing an Instrument for Measuring TQM Implementation in Chinese Context", Faculty of Management and Organization and Management in its Research and Report as Number 99A48.

Zimmere, Thomas W, Scarborough, Norman M dan Doug Willson. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* . Salemba Empat. Jakarta.