

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan peran usaha perlu terus ditingkatkan karena kekuatannya dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi dan banyak membuka lapangan pekerjaan yang dapat mengurangi tingkat pengangguran (Gunartin, 2017) dalam (Purba, 2021). Beberapa perusahaan dimulai dengan unit usaha yang relatif kecil dengan melayani wilayah pemasaran yang relatif sempit. Awalnya perusahaan tersebut juga menghasilkan ragam produk yang terbatas dan hanya didukung dengan permodalan yang terbatas. Oleh sebab itu, usaha yang baru mempunyai posisi pasar yang relatif lemah karena rendahnya penguasaan pangsa pasar (Christiana, 2014). Dalam penelitian Simanjuntak (2021), Kartika *et al.*, (2014) mengatakan bahwa perkembangan usaha merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen. Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi agar dapat mencapai kesuksesan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tidak terlepas dari permasalahan usaha yang ada, faktor-faktor perkembangan usaha tersebut diantaranya Menurut Januar (2017:5) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap perkembangan usaha, dimana faktor internalnya adalah permodalan, sumber daya manusia yang terbatas dan lemahnya jaringan usaha. Faktor eksternalnya terdiri dari iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif, dengan terbatasnya sarana dan prasarana usaha. Dalam penelitian Simanjuntak (2021) Budiarto (2015 :17) mengatakan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh usaha mikro adalah permodalan, pemasaran, teknologi, dan manajemen.

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha Jahit Pakaian dari Tahun 2017-2021 yang Terdaftar Di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan

NO	Tahun	Jumlah Jahit Pakaian
1	2017	1

2	2018	28
3	2019	12
4	2020	3
5	2021	3
	Total	47

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan, 2021

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah penjahit pada tahun 2018 ke tahun 2019, tahun 2019 ke tahun 2020 dan tahun 2021 menunjukkan adanya penurunan jumlah usaha jahit pakaian yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. Hal ini menunjukkan adanya masalah perkembangan dalam usaha jahit pakaian di Kota Medan.

Dalam penelitian Aryani (2013), Usaha menjahit adalah usaha untuk mengubah tekstil menjadi pakaian jadi yang bisa digunakan konsumen. Persiapan yang diperlukan ialah kemampuan menerjemahkan keinginan konsumen untuk membuat pakaian sesuai selera. Semakin bagus melayani konsumen, maka akan semakin dipercaya untuk menjahit pakaian mereka. Usaha jahit pakaian menjadi salah satu usaha yang produktif oleh masyarakat Kota Medan. Biasanya pengusaha jahit pakaian akan kebanjiran order ketika mendekati hari lebaran dan hari natal. Akan tetapi seiring berkembangnya dunia teknologi dan informasi penggunaan media cetak untuk periklanan juga berkurang. Saat ini untuk periklanan kebanyakan penjahit pakaian lebih memilih media online untuk mempromosikan produk pakaian mereka (Egi, 2018).

Bertahannya usaha jahit pakaian pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan di tengah kemajuan usaha pakaian jadi di berbagai pasar atau mall bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu karena bisnis jasa jahit mempunyai peluang yang besar untuk menarik minat konsumen. Hal itu disebabkan kadang orang sering menyukai model pakaian di suatu toko namun ukurannya tidak ada yang sesuai dengan ukuran badan, selain itu banyak orang yang tidak mau jika menggunakan pakaian yang pasaran atau banyak dipakai orang lain sehingga mereka berlomba mencari jasa jahit yang dapat mengerjakan pakaian sesuai keinginan mereka. Kadangkala produksi pabrik pakaian jadi menggunakan model serta bahan baju tertentu yang kurang sesuai jika dipakai dari hasil jahitan biasa (Egi, 2018).

Diperoleh informasi dari data Dinas Koperasi UKM Kota Medan (2021), data UKM Kota Medan per Juni 2021 berjumlah 1.612 dengan UKM Mikro sebanyak 1.487, UKM Kecil 114 dan

UKM Menengah 11. Dari data tersebut diperoleh bahwa jumlah usaha jahit pakaian di Kota Medan yang terdata dari tahun 2017-2021 terdapat 47 jumlah usaha jahit pakaian yang terdata di Dinas Koperasi UKM Kota Medan (2021).

Dalam hal ini setiap pemilik usaha jahit pakaian diharuskan mampu menciptakan strategi usaha yang berbeda dibanding usaha pesaing, yang berdampak terhadap kelangsungan dari suatu usaha tersebut. Egi, (2018) dalam penelitiannya mengatakan usaha jahit pakaian dan usaha konveksi adalah dua jenis usaha yang memiliki orientasi yang sama, yaitu memproduksi pakaian untuk dijual kepada para konsumen. Usaha jahit atau yang juga dikenal sebagai tailor merupakan jenis layanan jahit yang cenderung eksklusif (khusus). Usaha jahit hanya menjahit berdasarkan ukuran tubuh si pemesan dan hanya menerima dalam skala satuan. Ketika pesanan pakaian telah jadi, si pemesan akan diberikan kesempatan untuk mencoba pakaian tersebut untuk memastikan apakah pakaian tersebut sesuai atau tidak. Jika belum sesuai, maka mereka dapat meminta perbaikan hingga pakaian tersebut telah sesuai dengan keinginan si pemesan. Sedangkan usaha konveksi memulai bisnisnya dengan diawali dari skala produksi menengah hingga besar, mulai dari puluhan hingga ribuan. Pesanan yang diterima oleh mereka juga tidak beragam, hanya berupa kaos, seragam, kemeja dan sebagainya dengan mengikuti ukuran baku, yaitu S, M, L, XL dan sebagainya yang telah disepakati dengan jumlah minimum dari setiap ukuran. Di lihat dari segi pendapatan, usaha konveksi memiliki pendapatan yang lebih menjanjikan dibanding tukang jahit, akan tetapi di Kota Medan banyak penjahit yang masih mempertahankan usahanya sebagai tukang jahit sampai saat ini dan tidak beralih ke jenis usaha konveksi. Rata-rata dari penjahit ini sudah memulai usahanya sejak lama, hal ini menjadikan topik seputar jahit pakaian Kota Medan menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Menghadapi persaingan yang lebih ketat dalam menjalankan usaha dituntut untuk lebih kreatif dan bekerja keras. Dalam penelitian Purwanti (2013) mengatakan bahwa wirausaha mandiri diperlukan para individu yang siap berwirausaha karena usaha berpeka pada hati nurani dan naluri bisnis yang tajam untuk menembus pangsa pasar yang kompetitif. Karakteristik wirausaha dapat berpengaruh terhadap perkembangan usahanya, kebutuhan akan keberhasilan, keinginan mengambil risiko, percaya diri dan keinginan kuat untuk berbisnis. Karakteristik wirausaha merupakan salah satu masalah yang sering terjadi dalam pengembangan usaha jahit pakaian, sebagian pemilik usaha jahit pakaian memiliki tingkat pendidikan yang masih rendah sehingga karakteristik dalam menjalankan usahanya masih belum memenuhi kriteria untuk

menjadi sukses. Akan tetapi karakteristik wirausaha pada tukang jahit dapat dilihat saat berkomunikasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para konsumen.

Selain karakteristik wirausaha sebagai penentu perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari inovasi yang dimiliki pengusaha. Usaha jahit pakaian memiliki tantangan untuk tetap mempertahankan usahanya hingga berkembang antara lain bagaimana melakukan inovasi wirausahanya agar dapat bertahan dan berhasil. Agar dapat dihasilkan produk yang berkualitas maka pengusaha jahit pakaian dapat menambah nilai jual produk melalui inovasi desain jahit serta teknik keterampilan membuat pakaian dari bahan utama benang, selain itu dapat juga memanfaatkan bahan baku lain seperti kain perca sisa jahit pakaian, manik-manik, kain flannel, dan lain sebagainya. Disini peran inovasi sangatlah penting dalam peningkatan permintaan konsumen dan perkembangan usaha. Dewi (2013) dalam penelitiannya mengatakan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha. Seorang wirausaha yang unggul mempunyai sifat inovatif, berani mengambil resiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat dan teguh dalam pendirian dalam mengelola usahanya. Dengan demikian, sukses di dalam mengkomersialisasi inovasi merupakan strategi penting bagi pengusaha (Datta, *et al.*, 2013).

Dengan berkembangnya Usaha Jahit Pakaian diharapkan tidak hanya memberikan keuntungan terhadap pelaku usaha tetapi dapat menyelesaikan berbagai masalah sosial dan perekonomian: pengangguran terbuka yang terus meningkat dan ketimpangan pendapatan antara yang kaya dan miskin. Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi merupakan bersaingnya para pelaku usaha yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para pelaku usaha biasanya berusaha bersaing dengan membedakan harga (Bukhori, 2018).

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti variabel karakteristik wirausaha dan inovasi sebagai pengaruh dalam mencapai perkembangan usaha dan memilih Dinas Koperasi UKM Kota Medan sebagai tempat penelitian. Dengan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha Jahit Pakaian (Studi Empiris Pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi UKM Kota Medan)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dilampirkan, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik wirausaha mempengaruhi perkembangan usaha jahit pakaian di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan?
2. Apakah inovasi mempengaruhi perkembangan usaha jahit pakaian di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha jahit pakaian di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap perkembangan usaha jahit pakaian di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.

Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian, maka penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Menambah ilmu dan pengetahuan serta melatih untuk menganalisa dan membandingkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Bagi pelaku usaha
Sebagai masukan kepada seluruh pelaku usaha jahit pakaian dan sebagai pendukung agar dapat berkembang dimasa yang akan datang.
3. Bagi Pemerintah
Sebagai bahan pertimbangan dalam membantu mengambil kebijakan dalam perkembangan usaha jahit pakaian.

4. Bagi Universitas

Memberikan kontribusi yang berarti bagi peneliti dalam perkembangan, pengetahuan dan wawasan dalam bidang kewirausahaan.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Pengertian Karakteristik Wirausaha

Penelitian Purwanti (2013), mengatakan karakteristik wirausaha yaitu kebutuhan akan keberhasilan setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya. Orang yang mempunyai tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah akan merasa puas pada status yang dimiliki, sedangkan orang yang tingkat kebutuhan keberhasilan yang tinggi senang bersaing dengan standart keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi dengan tugas yang dibebankan padanya. Karakteristik keinginan untuk mengambil resiko oleh wirausaha dalam memulai atau menjalankan bisnisnya berbeda-beda, wirausaha bersedia menerima resiko bagaimana menghadapi kemungkinan terjadinya kegagalan. Purwanti (2013), Karakteristik kuat dalam berbisnis banyak wirausaha yang memperhatikan tingkat keinginannya yang dapat disebut sebagai keinginan yang kuat untuk berbisnis dengan bekerja keras untuk mengembangkan usahanya.

Berdasarkan pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha merupakan hal yang perlu dikembangkan dengan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha.

Dimensi Karakteristik Wirausaha

Dalam Warianto (2012) ada dua jenis dimensi kewirausahaan yaitu:

1. Kualitas Dasar Kewirausahaan

a. Daya Pikir

Kualitas dasar daya pikir kewirausahaan memiliki karakteristik dimensi-dimensi sebagai berikut: berpikir kreatif; berpikir inovatif; berpikir asli/baru/orisinal; berpikir divergen; berpikir mengembangkan; pionir berpikir; berpikir menciptakan produk dan layanan baru; memikirkan sesuatu yang belum pernah dipikirkan oleh orang lain; berpikir sebab-akibat; berpikir kedepan (berpikir futuristik); berintuisi tinggi; berpikir maksimal; terampil mengambil keputusan; berpikir positif; dan versalitas berpikir sangat tinggi.

b. Daya Pisik

Kualitas dasar daya pisik/raga kewirausahaan memiliki karakteristik/dimensi-dimensi sebagai berikut: menjaga kesehatan secara teratur; memelihara ketahanan/stamina tubuh dengan baik; memiliki energi yang tinggi; dan keterampilan tubuh dimanfaatkan demi kesehatan dan kebahagiaan hidup.

2. Kualitas Instrumental Kewirausahaan

Jika seseorang ingin menjadi wirausahawan sukses, maka selain memiliki kualitas dasar kewirausahaan sebagaimana diuraikan sebelumnya, dia harus juga memiliki kualitas instrumental kewirausahaan yang kuat yaitu penguasaan disiplin ilmu, baik mono disiplin ilmu, antar disiplin ilmu, maupun lintas disiplin ilmu. Kewirausahaan bukanlah sekedar mono-disiplin (ekonomi, matematika, manajemen, dsb.) dan juga bukan hanya antar disiplin ilmu (manajemen perusahaan, ekonomi pertanian, psikologi industri, dsb.), akan tetapi juga lintas disiplin ilmu (lingkungan hidup, kependudukan, dsb.).

Jika seseorang ingin menjadi wirausahawan sebagai pengusaha, dia harus memiliki ilmu-ilmu sebagai berikut: manajemen produksi (proses produksi, rencana produksi, riset dan pengembangan produksi), manajemen pemasaran (perebutan pelanggan, rencana pemasaran, riset pasar dan pemasaran), manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen peralatan dan perbekalan, prinsip-prinsip akuntansi, manajemen transaksi, dan inti manajemen (*general manager*).

Indikator Karakteristik Wirausaha

Dalam buku Suryana & Bayu (2018) ada sepuluh sikap dasar karakteristik wirausaha yang dalam penelitian ini digunakan sebagai indikator penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Visionary* (visioner), yaitu mampu melihat jauh ke depan, selalu melakukan yang terbaik di masa kini, sambil membayangkan masa depan yang baik lagi.
2. *Positive* (bersikap positif), yaitu membantu seorang wirausaha selalu berpikir yang baik, sehingga mampu mengubah tantangan menjadi peluang.
3. *Confident* (percaya diri), yaitu memandu seseorang dalam setiap mengambil keputusan dan langkahnya.
4. *Genuine* (asli), yaitu seorang wirausaha harus mempunyai ide, pendapat dan mungkin model sendiri.
5. *Goal Oriented* (berpusat pada tujuan), yaitu selalu berorientasi pada tugas dan hasil. Seorang wirausaha ingin selalu berprestasi pada laba, tekun, bekerja keras, dan disiplin untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan.
6. *Persistent* (tahan uji), yaitu seorang wirausaha harus maju terus, mempunyai tenaga, dan semangat yang tinggi, pantang menyerah, tidak mudah putus asa, dan kalau jatuh segera bangun kembali.
7. *Ready to face a risk* (siap menghadapi risiko), risiko yang paling berat adalah bisnis gagal dan uang habis. Siap sedia untuk menghadapi risiko, persaingan, kadang untung atau rugi.
8. *Creative* (kreatif menangkap peluang), peluang selalu ada dan lewat di depan kita. Sikap yang tajam tidak hanya mampu melihat peluang, tetapi juga mampu menciptakan peluang.
9. *Healthy Competitor* (menjadi pesaing yang baik), persaingan jangan membuat stres, tetapi harus dipandang untuk membuat kita lebih maju dan berpikir secara lebih baik.
10. *Democratic leader* (pemimpin yang demokratis), memiliki kepemimpinan yang demokratis, mampu menjadi teladan dan inspirator bagi yang lain.

Inovasi

Pengertian Inovasi

Menurut Hendro (2012:121) inovasi memiliki pengertian yang lebih luas dari penemuan. Inovasi adalah proses kreatif yang membuat objek dan substansi baru yang sangat bermanfaat

bagi manusia, tetapi lebih luas dari sekedar penemuan dan jangka waktunya lama. Richards dan Wilson (2012) mengatakan bahwa inovasi adalah pengenalan penemuan-penemuan baru atau menyebarkan arti penemuan baru tersebut ke dalam penggunaan umum dalam masyarakat. Inovasi tidak harus datang dari pimpinan puncak saja tetapi tanggungjawab oleh pihak yang terlibat dalam proses produksi. Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi “kombinasi baru”. Inovasi memiliki arti pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Menurut Suryana & Bayu (2018:213) inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Menurut Levitt (2013:43) inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap suatu permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih membangun kehidupan masyarakat. Kotler & Keller (2012), berpendapat bahwa inovasi dapat berkembang jika dilakukan perubahan secara terus menerus, hadir dalam ritme kehidupan modern. Seiring perubahan zaman dan selera pasar yang semakin berkembang, pelanggan lebih peka dalam menentukan apa yang dapat memberikan kepuasan baginya. Oleh karena itu Usaha Jahit Pakaian di Kota Medan harus terus berusaha untuk mengembangkan strategi yang efektif dan inovatif untuk membangun dan mempertahankan usahanya.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi

Dalam majalah *Forbes* dan *Situs Small Business Tool Kit* menyebutkan beberapa faktor yang dapat memengaruhi kegagalan dalam inovasi yaitu sebagai berikut:

a) Menghalangi ide kreatif

Hambatan yang paling umum dalam menciptakan inovasi adalah ketika kita dengan sadar atau tidak menghalangi orang lain untuk berfikir kreatif.

b) Sibuk dengan rutinitas

Seseorang yang terlalu fokus pada rutinitasnya akan lebih sulit untuk menghasilkan ide-ide kreatif.

c) Biaya yang mahal

Biaya sering menjadi suatu hambatan bagi ide kreatif yang diciptakan oleh seseorang. Banyak ide kreatif yang dipandang terlalu mahal untuk dilaksanakan, khususnya bagi

para pelaku usaha. Namun tidak lebih baik jika para pelaku tersebut langsung menolak ide yang bisa jadi dapat menghasilkan.

d) Tidak memiliki arah dalam berinovasi

Menentukan arah dalam berinovasi sangat penting dalam sebuah organisasi. Di samping dapat membantu fokus suatu organisasi dan orang yang berada di dalamnya, inovasi yang terarah juga dapat membantu menekan biaya yang dikeluarkan oleh organisasi.

e) Konsumen tidak puas dengan hasil inovasi produk

Kesan pertama merupakan hal yang sangat penting, sehingga dalam mengenalkan suatu produk yang inovatif setiap perusahaan perlu memastikan untuk memberikan kesan yang baik bagi konsumennya.

Indikator Inovasi

Dalam buku Suryana & Bayu (2018) mengemukakan bahwa inovasi terdiri dari empat jenis yang dalam penelitian ini digunakan sebagai indikator penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penemuan

Merupakan kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

2. Pengembangan

Merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari suatu produk, maupun proses yang sudah ada sebelumnya, dan konsep ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda.

3. Duplikasi

Merupakan peniruan suatu produk, namun demikian upaya duplikasi bukan untuk meniru melainkan menambah kreasi untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu menangani persaingan.

4. Sintesis

Merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru. Proses ini meliputi pengambilan ide yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Perkembangan Usaha

Pengertian Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha terhadap usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan dapat mencapai satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh suatu usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan agar lebih maju lagi. Menurut Isnaini (2015), perkembangan usaha merupakan suatu peningkatan yang terjadi pada omset penjualan. Perkembangan usaha adalah suatu proses dan tindakan untuk memajukan kondisi usaha agar lebih baik lagi, yang pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang awalnya kecil sehingga menjadi besar (Istianganah, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) perkembangan usaha kecil menengah adalah usaha yang memiliki tenaga kerja 5 s.d 19 orang. Perkembangan usaha dapat diartikan sebagai keberhasilan yang sukses dicapai oleh seorang wirausaha dalam mengembangkan suatu usaha. Salah satu bentuk tercapainya keberhasilan usaha dapat dilihat dari jumlah penjualan yang meningkat di setiap periode. Dengan adanya teknologi saat ini dapat dimanfaatkan oleh seorang wirausaha dalam mengembangkan usahanya.

Budiarto, dkk, (2015:99) mengatakan bahwa terdapat beberapa aspek yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha, yaitu:

1. Aspek Pasar

Hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha adalah dengan dilakukannya berbagai strategi yaitu dengan mencari informasi yang bersumber dari pusat bisnis, dengan cara melakukan asosiasi-asosiasi bisnis di dalam maupun di luar negeri, pengenalan dan sosialisasi mengenai *e-commerce* bagi para pelaku UKM.

2. Aspek Teknologi dan Inovasi

Mengembangkan teknologi dalam suatu usaha bukanlah hal yang mudah, akan selalu menemukan hambatan dalam penggunaannya. Sedangkan inovasi akan meningkatkan

atau menaikkan suatu produktivitas dan daya kompetisi untuk meningkatkan pembangunan berkelanjutan.

3. Aspek Permodalan

Sederhananya pengolahan keuangan dan minimnya modal secara tradisional membuat keuangan UKM menjadi klasik, hal ini dapat menghambat perkembangan UKM itu sendiri.

4. Aspek Manajemen

Dapat memberikan tanggapan yang cepat dan tepat pada setiap isu yang dihadapi menjadi salah satu kunci kesuksesan atau keberhasilan dalam suatu persaingan.

Jadi, perkembangan usaha merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik dengan memanfaatkan teknologi dan memperhatikan aspek-aspek yang akan di hadapi dalam menjalankan suatu usaha.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha

Menurut Suyatna (2015:25) faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah terbagi menjadi tiga yaitu faktor eksternal, faktor internal, dan faktor struktural. Faktor eksternal merupakan permasalahan yang berasal dari luar usaha itu sendiri, namun bisa menghambat perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. Sedangkan faktor internal adalah persoalan-persoalan yang datang dari dalam yang bersifat menghambat perkembangan usaha. Kemudian faktor struktural merupakan hambatan yang datang dari kebijakan formal yang ditetapkan oleh pemerintah, lembaga keuangan, maupun lembaga yang berwenang memberikan standar kelayakan produk sebagai intuisi yang dapat menghambat usaha untuk masuk dan bersaing di pasar.

Dari pengertian ketiga faktor tersebut yang paling dominan mempengaruhi perkembangan usaha adalah faktor internal. Faktor-faktor tersebut meliputi kurangnya permodalan, lemahnya kualitas sumber daya manusia, serta lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar.

Indikator Perkembangan Usaha

Menurut Istianganah (2019) indikator yang dipakai untuk perkembangan usaha adalah sebagai berikut :

a) Jumlah Pendapatan

Sebuah usaha dinyatakan berkembang jika jumlah pendapatannya sangat tinggi. Untuk memperoleh jumlah pendapatan yang sangat tinggi, seorang wirausaha harus dapat memberikan barang dan jasa dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan permintaan konsumen.

b) Pertumbuhan Pelanggan

Pertumbuhan jumlah pelanggan yaitu dengan meningkatnya konsumen atau pembeli tetap pada suatu usaha yang menyediakan barang/jasa. Usaha kecil dan menengah dikatakan berkembang, jika jumlah pelanggan dari usaha kecil dan menengah tersebut mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.

c) Peningkatan Omzet Penjualan

Suatu usaha dapat dikatakan berkembang jika mengalami peningkatan omzet penjualan pada usahanya. Peningkatan omzet penjualan dapat ditandai dengan bertambahnya besaran penjualan yang didapat perusahaan pada suatu periode tertentu, contohnya harian, mingguan, maupun bulanan.

d) Perkembangan Produksi

Perkembangan produksi yaitu kenaikan produksi suatu usaha dari hari ke hari, minggu ke minggu, tahun ke tahun. Dengan perkembangan produksi diharapkan mampu meningkatkan perkembangan suatu usaha. Sebagai seorang wirausaha harus memaksimalkan seluruh kemampuan yang dimilikinya dalam mengembangkan

produknya. Usaha yang dapat dilakukan untuk mendapat hasil yang maksimal untuk mengembangkan produk, seorang pengusaha harus mampu memberikan inovasi dan mengembangkan produk sehingga mendapatkan hasil yang maksimal dapat dicapai oleh pengusaha.

e) Pertumbuhan Tenaga Kerja

Ciri usaha yang mengalami perkembangan yaitu mampu menyerap tenaga kerja yang banyak. Tenaga kerja pada suatu perusahaan berfungsi untuk membantu proses produksi barang atau jasa. Suatu usaha yang berkembang memerlukan banyak tenaga kerja untuk melakukan proses produksi. Selain itu, usaha yang berkembang membutuhkan spesialisasi tenaga kerja sesuai dengan bidangnya dan keahlian yang dimiliki.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan panduan dalam suatu penelitian, sebagai pembanding penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Haniyah Sahfitri dan Khasan Setiaji, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia (2018)	Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan bangsri Kabupaten Jepara	Metode deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial (Uji r^2) diperoleh hasil bahwa; modal usaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil sebesar 8,94%, dan karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil sebesar 14,21%, dan

				secara simultan (R^2) modal usaha dan karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil sebesar 25,8%.
2.	Resti Aryani, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2013)	Potensi Usaha Penjahit Pakaian Dalam Meningkatka n Pendapatan Keluarga Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Penjahit Pakaian Di Kecamatan Kuok)	Metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.	Ditemukan bahwa usaha penjahit pakaian yang ada di Kecamatan Kuok mempunyai potensi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat hal ini dapat dilihat dari modal, pendapatan, keterampilan dan pemasarannya, usaha penjahit pakaian ini juga mempunyai berbagai kendala yaitu berhubungan dengan modal, alat perlengkapan menjahit, pemasaran dan pembukuan.
3.	Endang Purwanti (2013)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan	Metode regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di desa Dayaan dan desa

		Dan Kalilondo Salatiga		Kalilondo Salatiga.
4.	Kartika Putri, Ari Pradhanawarti dan Bulan Prabawani (2014)	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur)	Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan, kuesioner, wawancara dan observasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, modal usaha, dan peran Business Development Service memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha secara parsial (dengan hasil masing-masing sebesar 29,5%, 45,7%, dan 38,7%) dan secara simultan sebesar 48,7% terhadap pengembangan usaha.
5	Sri Wahyuni, Ari Pradhanawati & Wahyu Hidayat (2015)	Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausah, Produktivitas Dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia (Studi Kasus Pada UMKM Kulit Lumpia	Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t) dan uji F	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara parsial, variabel tingkat pengalaman berwirausaha (X1) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 38,2%, produktivitas (X2) berpengaruh

		di Kelurahan Kranggan Kota Semarang)	dengan alat bantu menggunakan sistem SPSS 16.0.	terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 38%, dan inovasi (X3) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 39,5%.
6	Ivanka Visnjic, Frank Wiengarten, and Andy Neely (2016)	<i>Product Innovation, Service Business Model Innovation, and Their Impact on Performance</i>	Metode analisis dengan menggunakan Smart-PLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara inovasi model bisnis layanan dan inovasi produk menghasilkan manfaat kinerja jangka panjang ditambah dengan tingkat pengorbanan kinerja jangka pendek. Inovasi model bisnis layanan yang terpisah dari inovasi produk menghasilkan keuntungan jangka pendek tetapi kehilangan pengetahuan jangka panjang dan, dengan demikian, kinerja pasar menurun.

Sumber : Diolah oleh penulis, 2021

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dapat menggambarkan sebuah teori yang berhubungan dengan beberapa faktor yang telah ditunjuk sebagai sumber masalah yang di jadikan atau dirumuskan sebagai model konseptual (Sugiyono 2014:93).

Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha

Seorang pengusaha yang berhasil adalah pengusaha yang mendapatkan keuntungan dari usaha yang dijalankan serta berhasil menjaga keberlangsungan usahanya dalam jangka waktu yang relatif lama, serta pengusaha yang dikatakan berhasil merupakan pengusaha yang mampu bertahan dalam persaingan pangsa pasar penjualan. Seorang wirausaha harus memiliki prinsip yang kuat sehingga dapat meyakinkan dirinya bahwa setiap usaha yang akan dilakukan merupakan sebuah bentuk kerja keras yang optimal sehingga dapat menghasilkan nilai yang maksimal. Hal ini diartikan bahwa seorang wirausaha bertindak untuk mengembangkan usahanya tidak hanya jalan atau asal-asalan walaupun cara tersebut telah dilakukan oleh wirausaha yang lain. Dalam hal ini perkembanganlah yang akan membedakan hasil karyanya sebagai wirausaha dengan seseorang yang tidak memiliki usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2013), menyatakan bahwa terdapat pengaruh pada karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha yang berarti adanya hubungan positif dan secara signifikan, artinya semakin tinggi karakteristik wirausaha maka akan semakin tinggi juga perkembangan usahanya. Penelitian yang juga dilakukan Putri *et al.*, (2014) menghasilkan bahwa pada karakteristik wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap perkembangan usaha. Selain itu, dalam penelitian Dhamayantie & Fauzan (2017), mengatakan bahwa karakteristik wirausaha yang optimis, bahkan dalam situasi yang buruk, merupakan faktor penting dalam mendorong kesuksesan.

Pengaruh Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha

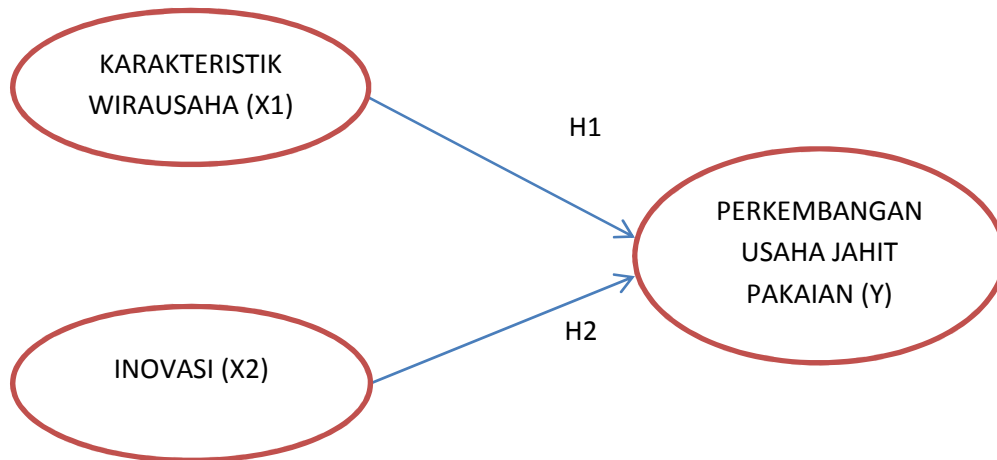
Dalam penelitian Wahyuni *et al.*, (2015), Hendro (2012 : 121) mengatakan bahwa inovasi mempunyai arti yang lebih luas dari penemuan. Inovasi merupakan proses kreatif yang membuat suatu objek dan substansi baru yang berguna bagi manusia, namun lebih luas dari sekedar penemuan dan jangka waktunya lama. Menurut Wahyuni *et al.*, (2015) dalam (Suryana & Bayu 2012 : 219) berpendapat bahwa inovasi adalah suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Oleh karena itu, inovasi merupakan suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni *et al.*, (2015) menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan usaha, dimana hasil uji korelasi antara

keduanya yaitu 0,629 yang berarti hubungan keduanya adalah kuat. Hasil uji determinasi antara inovasi terhadap perkembangan usaha sebesar 39,5%, yang berarti 39,5% variabel perkembangan usaha dapat dijelaskan oleh inovasi. Semakin baik inovasi dalam perkembangan usaha semakin baik pula perkembangan usaha yang mereka lakukan, begitu pula sebaliknya semakin kecil inovasi semakin rendah pula tingkat perkembangan usaha (Wahyuni *et al.*, 2015).

Dari kerangka berpikir di atas, dapat dibuat paradigma penelitian untuk menggambarkan pemikiran penelitian ini. Berikut gambar rangka pemikiran peneliti:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber : Diolah peneliti, 2021

Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap sebuah masalah yang sifatnya dugaan atau praduga pada masalah yang masih membutuhkan pembuktian. Menurut Sugiyono (2013: 96) hipotesis merupakan langkah ketiga dalam penelitian setelah mengemukakan kerangka berpikir dan landasan teori, hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis disusun dan diuji untuk menunjukkan benar atau salah dengan cara terbatas dari nilai dan pendapat peneliti yang menyusun dan mengujinya. Berdasarkan hal tersebut maka berikut adalah uraian hipotesis yang penulis dapat kemukakan dalam penelitian ini:

1. Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan
2. Inovasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono, (2017:05). Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada cakupan usaha jahit pakaian pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai selesai.

Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: subyek dan obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang dapat diterapkan oleh peneliti agar dapat dipelajari dan kemudian dipahami sehingga dapat ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini diperoleh berdasarkan dari <http://diskopumkm.pemkomedan.go.id> berjumlah 47 pelaku usaha jahit pakaian di Kota Medan (Pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus mewakili populasi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 47 pelaku usaha jahit pakaian pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. Alasan diambil sampel tersebut adalah karena data pelaku usaha jahit pakaian sebanyak 47 pelaku (Pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan sampel jenuh (*Total Sampling*) dimana teknik penentunya dengan mengambil semua data populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Karena jumlah seluruh populasi kurang dari 100 subjek sehingga sampel adalah data keseluruhan pada populasi. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara menyebar kuisioner yang di berikan kepada konsumen yang pernah menjahit pakaian di Kota Medan yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan sampai memperoleh informasi tentang hal tersebut sehingga dapat diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 58). Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu: Perkembangan Usaha Jahit Pakaian (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen, sering disebut variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu: Karakteristik wirausaha (X1) dan Inovasi (X2).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Perkembangan Usaha (Y) Perkembangan usaha adalah suatu proses dan tindakan untuk memajukan kondisi usaha agar lebih baik lagi, yang pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang awalnya kecil sehingga menjadi besar (Istianganah, 2019)	Perkembangan usaha dioperasionalkan sebagai penilaian pemilik usaha jahit pakaian terkait dengan sebuah usaha yang mengalami pertumbuhan dalam menuju kesuksesan selama 1 tahun terakhir dibanding tahun lalu.	1. Jumlah pendapatan 2. Pertumbuhan pelanggan 3. Peningkatan omzet penjualan 4. Perkembangan produksi 5. Pertumbuhan tenaga kerja (Istianganah, 2019)	Skala Ordinal
Karakteristik Wirausaha (X1) Karakteristik wirausaha merupakan	Karakteristik wirausaha dioperasionalkan sebagai penilaian pemilik usaha pada	1. <i>Visionary</i> (visioner) 2. <i>Positive</i> (bersikap	Skala Ordinal

<p>kunci untuk memaksimalkan efisiensi dari penggunaan faktor pengembangan daya saing ekonomi, memungkinkan usaha mempunyai pola pikir yang positif, membangun kesensitifan dalam pasar dan penciptaan daya pikir kreatif (Herminawaty dkk, 2018:405).</p>	<p>level individu selama 1 tahun terakhir yang terkait dengan ciri khas, perilaku, watak, sikap, serta tindakan seorang wirausahawan.</p>	<p>positif)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Confident</i> (percaya diri) 4. <i>Genuine</i> (asli) 5. <i>Goal Oriented</i> (berpusat pada tujuan) 6. <i>Persistent</i> (tahan uji) 7. <i>Ready to face a risk</i> (siap menghadapi risiko) 8. <i>Creative</i> (kreatif menangkap peluang) 9. <i>Healthy Competitor</i> (menjadi pesaing yang baik) 10. <i>Democratic leader</i> (pemimpin yang demokratis) <p>(Suryana & Bayu, 2018)</p>	
<p>Inovasi (X2)</p> <p>Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki (Suryana & Bayu, 2018:213).</p>	<p>Inovasi dioperasionalkan sebagai penilaian pemilik usaha pada level organisasi 1 tahun terakhir sebagai kekuatan inovasi usahanya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penemuan 2. Pengembangan 3. Duplikasi 4. Sintesis <p>(Suryana & Bayu, 2018)</p>	<p>Skala Ordinal</p>

Sumber : Diolah peneliti, 2022

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan sumber data primer yang merupakan data lapangan yang diperoleh dari responden dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan (kuesioner) melalui *google forms*.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Menurut Sugiyono (2017:132) Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam suatu penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Maka variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item *instrumen* yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun skala ordinal yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 Skala Ordinal

PILIHAN JAWABAN	BOBOT
KARAKTERISTIK WIRAUSAHA	
Sangat Sesuai	6
Sesuai	5
Cenderung Sesuai	4
Cenderung Tidak Sesuai	3
Tidak Sesuai	2
Sangat Tidak Sesuai	1
INOVASI	
Sangat Sering	6
Sering	5
Lumayan Sering	4
Jarang	3
Sekali	2
Tidak Pernah	1

PERKEMBANGAN USAHA	
≥100%	6
(80-99)%	5
(60-79)%	4
(40-59)%	3
(20-39)%	2
<20%	1

Sumber: Diolah oleh penulis, 2022

Uji Instrumen

Sebelum melakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji apakah kuesioner tersebut layak digunakan untuk instrumen penelitian atau tidak.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyoni (2016) Instrumen yang valid merupakan alat ukur yang dipakai untuk memperoleh data atau mengukur bahwa data itu valid. Uji validitas dapat digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Peneliti akan menggunakan metode komputersasi SPSS dengan menggunakan teknik pengujian *Corrected Item-Total Correlation*. Sesudah data-data dan informasi telah terkumpul oleh penulis, maka penulis dapat mengelola data yang didapat secara sistematis dengan permasalahan yang ada dan menganalisis data dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05 maka variabel tersebut valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05 maka variabel tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kepercayaan suatu hasil pengukuran. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi mampu memberikan hasil yang bisa dipercaya (*reliable*). Kuesioner akan tepat sasaran jika jawaban seseorang akan pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan

menggunakan SPSS, yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 yang berarti jika dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda dapat menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi jika sebaliknya $\text{Alpha} < 0.6$ maka dianggap kurang handal yang berarti dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda dapat menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen atau memiliki distribusi normal atau tidak normal. Jika suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan menurun. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu menggunakan ketentuan jika nilai signifikan diatas 5% atau 0,05 maka data mempunyai distribusi normal. Namun jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* mendapat nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak mempunyai distribusi normal Menurut Ghozali (2011: 160-161).

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen, Ghozali (2016). Dalam uji ini menghindari kebiasaan saat proses dalam pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial dari setiap variabel dependen. Jika dalam VIF yang dihasilkan antara 1 – 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidak multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk setiap variabel independen.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan pengujian apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut Homoskedastisitas. Jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Metode dalam memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot* atau dari nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika regresi tidak terjadi pada heteroskedastisitas pada titik data menyebar

di atas dan di bawah ataupun di sekitar angka 0 pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah model yang tidak terdapat heteroskedastisitas, Ghozali (2016).

Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016; 147) Analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, membuat data pada setiap variabel yang diteliti, membuat perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan agar dapat menguji hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini data yang akan dianalisis merupakan data hasil survei penelitian dari penelitian lapangan dan penelitian ke perpustakaan, sehingga dapat dilakukan analisa untuk mengambil kesimpulan. Analisis deskriptif merupakan suatu kalimat mengenai gambaran terhadap suatu objek tertentu secara jelas, dengan mengoptimalkan pengalaman pada saat berada ditempat penelitian dengan langsung berkomunikasi terhadap objek tersebut.

Deskriptif responden adalah gambaran terhadap seseorang yang akan diteliti baik profil pribadi dengan keterkaitan terhadap Usaha Jahit Pakaian pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan, seperti: jenis kelamin responden dan usia responden. Deskriptif variabel merupakan suatu objek penelitian dengan tujuan dilakukannya penelitian ini seperti karakteristik wirausaha (X_1) peneliti menelusuri bagaimana karakteristik wirausaha yang memberikan perkembangan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah. Demikian dengan inovasi (X_2) juga merupakan suatu tujuan dalam suatu usaha, karena setiap pelaku usaha memperoleh keuntungan, maka dibutuhkan perkembangan usaha melalui variabel-variabel tersebut secara signifikan.

3.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk membuktikan apakah ada hubungan sebab akibat antar variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) maka variabel independen (X) berjumlah 2 atau lebih, Riduwan (2011: 252). Maka persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y : Perkembangan Usaha

X₁ : Karakteristik wirausaha

X₂ : Inovasi

a : Konstanta

b₁, b₂ : Koefisien regresi

ε : Error

Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t (Uji Parsial) adalah untuk mengetahui signifikan pada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Tingkat signifikan dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

Rumusan hipotesis:

Ho : $b_1 = 0$ yang berarti variabel karakteristik wirausaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha jahit pakaian

Ha : $b_1 \neq 0$ yang berarti variabel karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian

Ho : $b_2 = 0$ yang berarti variabel inovasi tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha jahit pakaian

Ha : $b_2 \neq 0$ yang berarti variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Variabel Karakteristik Wirausaha (X1)

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima, yang berarti karakteristik wirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian.

- b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, yang berarti karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian.
2. Variabel Inovasi (X_2)
 - a. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, yang berarti inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian.
 - b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, yang berarti inovasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha jahit pakaian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase perubahan atau variasi dari suatu variabel dependen yang dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Koefisien determinasi dapat digunakan secara parsial (r) atau secara bersama-sama (R^2) dengan besarnya model yang digunakan, yaitu digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas (X_i) yang memberi kontribusi terhadap pengaruh pada variabel terikat (Y_i) dari persamaan regresi yang didapat. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Untuk memudahkan dalam mengolah data maka pengujian-pengujian diatas dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS.

