

**PENGARUH MOTIVASI, INOVASI DAN KETRAMPILAN
BERWIRAUSAHA TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA
(Studi Empiris Pada Pengrajin Anyaman Plastik Di Desa
Wanteyan Kecamatan Grabag)**

SKRIPSI



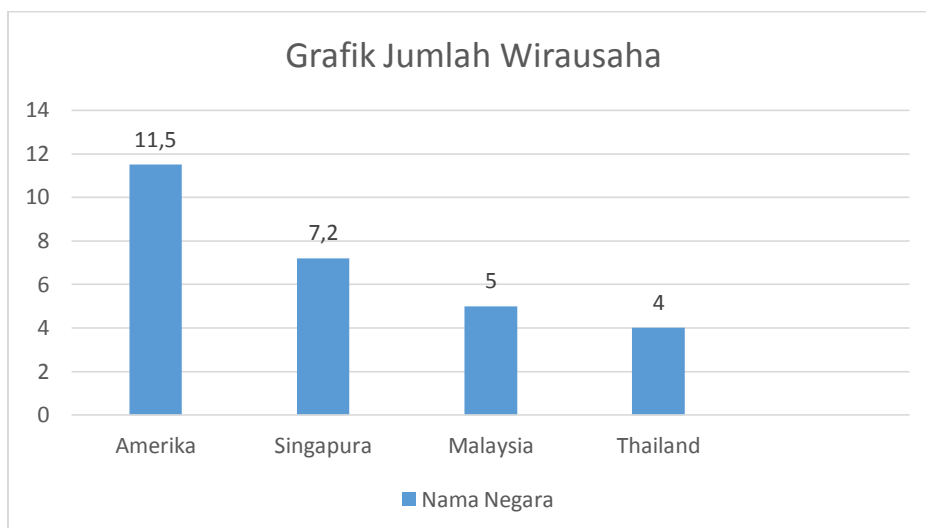
Disusun oleh:
Dimas Kevin Sugiarto
NPM.17.0101.0124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2022**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan salah satu alternatif bagi pemerintah untuk meningkatkan perekonomian negara dan juga untuk menambahkan lapangan pekerjaan bagi para pengangguran yang sudah menantikan untuk mendapatkan pekerjaan (Mutiarasari, 2018). Untuk saat ini, perkembangan jumlah wirausahawan di Indonesia masih sangat rendah. Kewirausahaan diharapkan mampu menyerap tingkat jumlah pengangguran yang terus meningkat setiap tahunnya. Berwirausaha saat ini telah menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kewirausahaan dan penciptaan usaha baru, semenjak inovasi dan perusahaan dianggap sebagai penentu penting dari pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran. Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan, pada umumnya memiliki potensi menjadi pengusaha tetapi hal ini bukan menjadi jaminan untuk menjadi pengusaha. Setiap pengusaha umumnya memiliki jiwa kewirausahaan. Ciri penting dari seseorang yang memiliki jiwa wirausaha adalah kemampuan memimpin, kemandirian, kerjasama dalam tim, kreativitas dan inovasi, serta keberaniannya dalam menghadapi dan mengambil resiko terhadap keputusan yang dibuat yang mendasari tindakan riil yang dilakukan.



Gambar 1. 1
Gambar Grafik Jumlah Wirausaha

Dari gambar 1.1 diatas terdapat jumlah wirausaha dikeempat negara yaitu (Amerika, Singapura, Malaysia dan Thailand) menunjukkan salah satu factor yang menyebabkan sebuah negara menjadi maju adalah ketika jumlah wirausaha yang terdapat di negara tersebut minimal 2% dari populasi penduduknya. Saat ini jumlah wirausaha di Indonesia baru mencapai 1,56%, masih tertinggal jauh bila dibandingkan dengan Amerika Serikat (11,5%) dan Singapura (7,2%), Malaysia (5%), dan Thailand (4%). Dengan jumlah penduduk Indonesia sebesar 250 juta, maka dibutuhkan sekitar lima juta wirausaha. Jika hal ini dibiarkan tanpa upaya menumbuhkannya, maka sangat lambat untuk memenuhi angka 2% wirausaha. Peran pelaku wirausaha tidak dapat diabaikan, karena merekalah yang membawa perubahan dan kemajuan perekonomian Indonesia hal ini diperkuat oleh data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi

UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi, maka dari itu seorang wirausaha yang memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi, akan melakukan suatu tindakan dalam proses bisnisnya, seperti melakukan suatu inovasi untuk mencapai orientasi labanya. Jika dalam berusaha tidak memiliki dasar motivasi berwirausaha yang kuat, tidak melakukan tindakan berupa inovasi, maka kecil kemungkinan bahwa suatu usaha akan mengalami pertumbuhan.

Pertumbuhan usaha menjadi orientasi dalam melakukan kegiatan wirausaha pada umumnya. Pertumbuhan usaha merupakan salah satu indikator dari perkembangan usaha. Menurut Assyurriani (2017). Rasio pertumbuhan adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pemerintah dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilannya yang telah dicapai dari periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan usaha merupakan dasar untuk melihat apakah suatu perusahaan dapat melakukan proses bisnisnya dengan baik, dan dapat melihat sejauh mana kemampuan produktivitas suatu perusahaan. Pertumbuhan usaha juga dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui keberhasilan dari suatu perusahaan. Pertumbuhan usaha juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size dalam melakukan kegiatan apapun. Kegiatan dalam berwirausaha juga sangat perlu diperhatikan. Suatu hal yang mempengaruhi kegiatan usaha agar pertumbuhan usaha semakin baik adalah suatu dorongan

dari atasan, lingkungan dan juga dari sesama pengusaha. Dorongan tersebut bisa melalui lisan atau perbuatan yang salah satunya adalah motivasi.

Motivasi termasuk dalam pendorong agar usaha akan semakin berkembang. Suatu dorongan yang bermutu juga akan mempengaruhi dari berbagai segi. Dari segi pikiran juga akan berubah. Orang-orang yang berada dilingkup usaha tersebut akan terpengaruh terhadap kegiatan-kegiatan usaha yang berlangsung. Sebagai contoh adalah semangat yang tinggi, semangat itu yang akan membuat orang-orang didalam lingkup usaha tersebut menjadi lebih berkembang dan dapat meningkatkan pertumbuhan usaha. Dalam konteks kewirausahaan, Majdi, (2017) mengemukakan bahwa motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan elemen daya penggerak dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif serta memiliki orientasi terhadap laba. Sedangkan menurut Damayanti (2021) dalam berwirausaha termasuk motivasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang mencakup implementasi dan penggunaan peluang bisnis. Motivasi untuk pengembangan usaha baru diperlukan tidak hanya karena kepercayaan mereka pada kemampuan untuk berhasil, tetapi juga karena kemampuan mereka untuk mengakses informasi tentang peluang kewirausahaan. Motivasi usaha yang memadai akan mendorong untuk berperilaku aktif dalam berwirausaha Berdasarkan pengertian motivasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha merupakan daya penggerak/dorongan dalam diri yang

menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang berinovasi.

Persaingan usaha yang begitu ketat mengharuskan suatu UKM memiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka UKM tersebut tidak dapat bertahan lama. Keunggulan bersaing dalam sebuah usaha dapat diperoleh dengan memperhatikan inovasi produk sehingga senantiasa memiliki keunggulan dibandingkan produk lain yang berpengaruh pada pertumbuhan usaha. Menurut Saiman, (2017) inovasi adalah mewujudkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada menjadi ada. Inovasi memiliki peran penting untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi disuatu wilayah Casanova, Cornelius & Duta (2018). Inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai kualitas produk. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keberhasilan untuk menunjang kualitas produk. Pada jaman sekarang jika produk dan jasa pada suatu usaha tidak mempunyai inovasi maka usaha tersebut tidak akan berkembang, karena semakin bertambahnya jaman maka produk dan jasa juga akan semakin kreatif, bervariasi dan juga butuh sesuatu ketrampilan berwirausaha. Menurut Mardalena & Eriyanto, (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha adalah produktivitas, umur usaha, tingkatan Pendidikan, dan lokasi usaha.

Ketrampilan memang bisa disebut dengan bakat karena setiap orang mempunyai ketrampilan sendiri-sendiri. Ketrampilan dapat diasah dan

dikembangkan sesuai apa yang menjadi suatu tujuan suatu usaha. Jika suatu usaha yang mempunyai karyawan ataupun orang-orang yang terampil, maka itu adalah nilai lebih yang dimiliki oleh usaha tersebut. Nilai lebih yang dimaksud adalah ketika suatu usaha memiliki orang-orang yang terampil, maka usaha tersebut mempunyai keunggulan dalam bersaing didunia bisnis yang itu dapat meningkatkan pertumbuhan usaha. Ketrampilan berwirausaha Brammantis, (2022) adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan ide dan kreatifitas melalui pelatihan dan pembelajaran untuk menciptakan dan menghasilkan sesuatu mempunyai nilai tambah untuk kepentingan sendiri dan orang lain. Ketrampilan berwirausaha menjadi determinan dalam meraih keberhasilan usaha yang ditunjukkan dengan kinerja usaha yang baik. Kinerja usaha bergantung pada strategi memasuki usaha, strategi mereduksi resiko pengorganisasian usaha, kemampuan wirausaha, tim manajemen dan perusahaan. Suatu usaha produk atau jasa juga harus memiliki ketrampilan yang baik. Ketrampilan itu dapat menjunjung kualitas produk atau jasa yang diberikan. Suksesnya wirausaha salah satunya dikarenakan adanya ketrampilan yang dimiliki agar dapat meningkatkan pertumbuhan usaha.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Utami & Baraba, (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh langsung terhadap inovasi produk pelaku usaha mikro dan kecil di Kabupaten Purworejo, inovasi produk berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan usaha pelaku usaha mikro dan kecil di Kabupaten Purworejo, dan inovasi produk tidak mengintervening pengaruh motivasi berwirausaha terhadap pertumbuhan

usaha pada pelaku usaha mikro dan kecil di Kabupaten Purworejo. Berdasarkan *reserch gap* yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa perbedaan penelitian yang dilakukan Utami dan Baraba, (2019) dengan penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini terletak pada variabel X yaitu keterampilan berwirausaha dan subject penelitian yang digunakan yaitu UMKM anyaman plastik di Kecamatan Grabag.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah motivasi dan inovasi dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha dari usaha kecil dan menengah pengrajin anyaman plastik di Magelang, sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Motivasi, Inovasi dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Pada Pengrajin Anyaman Plastik Di Magelang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha?
3. Apakah ketrampilan berwirausaha berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap pertumbuhan usaha.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap pertumbuhan usaha.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh ketrampilan berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha.

D. Kontribusi Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian dengan teori-teori kewirausahaan yang dikolaborasikan dengan teori-teori motivasi, inovasi, ketrampilan dan pertumbuhan usaha yang memungkinkan untuk dijadikan sebagai bagai referensi penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terkait hasil penelitian khususnya pengaruh motivasi, inovasi dan ketrampilan berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II METODE PENELITIAN

Berisi tentang landasan teori penunjang, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran dan juga hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat tentang variable penelitian, definisi operasional, penentuan sampel, jenis, sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan pada penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil dan pembahasan berisi gambaran umum objek penelitian, analisa data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

Berikut adalah teori dan tinjauan pustaka guna membantu dalam melakukan penelitian,

1. *Resources Based View (RBV)*

Teori RBV (Resources Based View) dijadikan teori utama (*Grand Theory*) dalam penelitian ini. Dasar teori RBV dipelopori oleh Ricardo (1817) yang *Teori RBV* mendiskusikan mengenai sumber daya yang dapat memberikan keunggulan ekonomi lebih kepada pemilik dengan ketersediaan sumber daya yang bersifat tetap maupun terbatas.

Dari pandangan *RBV* pertumbuhan usaha merupakan hasil kerja seluruh sumber daya dalam perusahaan. Pandangan ini merupakan pengakuan atas cakupan teori strategis yang berbasis pada RBV yang mengklaim bahwa perusahaan tersusun atas berbagai sumber daya. Sumber daya perusahaan adalah semua aset yang dimiliki oleh perusahaan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud Penrose, (1959). Sumber daya yang tidak berwujud bisa dimasukkan dalam kategori sumber daya insani yakni manajer dan karyawan sehingga kolaborasi kedua sumber daya ini menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Seiring meningkatnya pemahaman mengenai keberadaan 11 karyawan sebagai asset

penting organisasi maka terciptalah pandangan berbasis manajemen pengetahuan.

Empat kriteria sumber daya sebuah perusahaan agar dapat mencapai keunggulan kompetitif dan kinerja yang berkelanjutan:

1. *Valuable (V)*: Sumber daya harus menambah nilai positif bagi perusahaan.
2. *Rare (R)*: Sumber daya harus bersifat unik atau langka diantara calon pesaing yang ada.
3. *Imperfect Imitability (I)*: Sumber daya harus sukar ditiru oleh para pesaing.
4. *Non-Substitution (N)*: Sumber daya tidak dapat digantikan dengan sumber daya alternatif lainnya oleh perusahaan pesaing.

RBV mengategorikan tiga jenis sumber daya: Modal sumber daya manusia (pelatihan, pengalaman, wawasan), Modal sumber daya organisasi (struktur formal), dan Modal sumber daya fisik (teknologi, pabrik, dan peralatan). *Teori Resources Based View (RBV)* menjelaskan bagaimana sumber daya perusahaan mempengaruhi hasil dan proses yang kompetitif secara eksternal. Selain itu faktor persaingan perusahaan serta sumber daya internal didalam suatu perusahaan menentukan hasil yang kompetitif (Barney, 1991). Sumber daya manusia dalam hal ini adalah UMKM Pengrajin Anyaman Plastik menentukan baik atau tidaknya

kinerjanya. Selain itu, sumber daya manusia yang baik, tidak akan bisa berkembang tanpa adanya perangkat pendukung berupa keterampilan yang memadai seperti kemampuan untuk berinovasi, motivasi dan keterampilan. UMKM Anyaman Plastik dalam hal ini memerlukan keterampilan yang mendukung agar proses tersebut dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Pertumbuhan Usaha

Menurut Sabilla & Wijayangka (2019) Rasio pertumbuhan (*Growth ratio*) merupakan dasar untuk melihat apakah suatu perusahaan dapat melakukan proses bisnisnya dengan baik, dan dapat melihat sejauh mana kemampuan produktivitas suatu perusahaan. Pertumbuhan usaha juga dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui keberhasilan dari suatu perusahaan.. Pendapat tersebut sejalan dengan Halim (2020) yang menyebutkan bahwa rasio pertumbuhan adalah rasio yang menjelaskan serta dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah sektor usahanya dan pertumbuhan perekonomian yang sedang berjalan. Menurut Wonda (2016) Rasio pertumbuhan akan mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilannya yang telah dicapai dari satu periode ke periode berikutnya. Menurut Sabilla & Wijayangka (2019) memandang

bahwa pertumbuhan usaha dapat dilihat dari tiga perspektif yang saling memiliki ketergantungan, yaitu pertumbuhan keuangan, pertumbuhan strategis, pertumbuhan struktural dan pertumbuhan organisasi. Namun dalam penelitian ini dimensi yang digunakan oleh peneliti hanya dimensi pertumbuhan usaha, pertumbuhan strategis dan pertumbuhan struktural.

3. Pertumbuhan Keuangan

Menurut Susanto, (2019) menjelaskan bahwa pertumbuhan keuangan digunakan untuk mengetahui suatu perusahaan dan kondisi keuangan perusahaan. Hal ini penting karena berkaitan dengan kenaikan omzet, biaya dan investasi yang dibutuhkan untuk bisa mencapai omzet tersebut dan keuntungan yang dihasilkan. Hal ini juga berkaitan dengan asset bisnis. Pengukuran pertumbuhan keuangan dapat dilakukan melalui:

- a. Perubahan total aset
- b. Perubahan modal
- c. Perubahan dalam pengembalian modal
- d. Perubahan profit/laba.

4. Pertumbuhan Strategis

Pertumbuhan strategis akan berhubungan dengan perubahan yang berkaitan dengan bagaimana suatu organisasi berinteraksi dengan lingkungannya sebagai keseluruhan strategis yang terintegrasi. Terutama berkaitan dengan cara bisnis

mengembangkan kemampuannya dalam mengeksploitasi pasar. Menurut Asyafiq, (2019) hal ini berhubungan dengan kesempatan dimana bisnis dapat exploit dan mendapatkan asset, baik yang berwujud maupun tidak berwujud untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Adapun cara pengukuran pertumbuhan strategis menurut Asyafiq, (2019) adalah melalui :

- a. Perubahan volume penjualan dan/atau produksi
- b. Perubahan biaya penjualan/produksi
- c. Perubahan basis pelanggan

5. Pertumbuhan Struktural

Pertumbuhan struktural berhubungan dengan cara suatu bisnis dalam mengatur sistem internalnya, terutama dalam hal peran dan tanggung jawab manajerial, melaporkan hubungan, hubungan komunikasi dan sistem pengendalian sumber daya Sabilla & Wijayangka, (2019). Pertumbuhan struktural dapat diukur melalui perubahan jumlah karyawan dan perubahan ukuran dan/atau lokasi tempat usaha

6. Motivasi

- a. Pengertian motivasi

Motivasi menurut Maulida & Dhania, (2017) adalah dorongan kemampuan individu melalui kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Pendapat tersebut sejalan dengan Wibowo, (2016) yang menyebutkan bahwa motivasi adalah

dorongan terhadap perilaku manusia dalam pencapaian target. Sedangkan Robbins, (2015) adalah proses menjelaskan arah, ketekunan, dan kekuatan seseorang dalam mencapai target. Dari beberapa definisi tersebut pengertian motivasi adalah proses perilaku seseorang melakukan suatu kegiatan tertentu dalam upaya mencapai target. Indikator dari motivasi dalam penelitian ini yaitu:

- 1) alasan sosial,
- 2) alasan keuangan,
- 3) alasan pemenuhan diri, dan
- 4) alasan pelayanan.

b. Motivasi Dalam konteks kewirausahaan

Motivasi merupakan sebuah dorongan untuk melakukan sesuatu kegiatan sebagai upaya untuk mencapai target. Namun jika dilihat dari perspektif kewirausahaan berikut ini adalah definisi dari motivasi kewirausahaan menurut beberapa ahli:

Manurut Nurikasari, (2018) mengemukakan bahwa motivasi dapat dikatakan sebagai pendorong dan penggerak kegiatan manusia untuk melakukan wirausaha sehingga dapat menjamin kelangsungan dari kegiatan wirausaha dan yang memberi arah pada kegiatan wirausaha tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai.

Pendapat tersebut didukung oleh Huarng et al, (2018)

Motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk baru serta bernilai tambah guna kepentingan bersama

Sedangkan menurut Ardiyanti & Mora, (2019) mengatakan bahwa motivasi usaha adalah suatu kesukarelaan yang berasal dari dalam diri untuk berusaha maksimal mungkin sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi yang didukung oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu.

Faktor-faktor yang dinilai mempengaruhi motivasi berwirausaha menurut Ekawarna, (2022) antara lain adalah:

- 1) Efikasi diri
- 2) Persepsi atas keyakinan diri
- 3) Memiliki jiwa kepemimpinan
- 4) Berorientasi masa depan.

7. Inovasi

Inovasi menurut Saiman, (2017) adalah upaya mewujudkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada menjadi ada. Sedangkan menurut Nugraha, (2019) menyebutkan bahwa Inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah. Diharapkan melalui inovasi produk yang dilakukan dapat menambahkan nilai

dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran dan sistem pengiriman tidak hanya bagi perusahaan namun juga untuk pemegang saham dan masyarakat. Kemampuan penerapan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan kehidupan. inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri. Penawaran produk oleh perusahaan sekarang ini menjadi beragam, tentunya terdapat kelebihan dari masing-masing produk sesuai kebutuhan. Sebagai konsumen, mereka akan lebih memilih dan selektif pada produk yang membuat mereka tertarik, maka para wirausaha akan bersaing untuk menginovasi produk yang dihasilkan agar konsumen tertarik akan produknya, dan inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan konsumen sebagai pelanggan tetap. Inovasi produk itu perlu dilakukan rutin terdapat perubahan yang menuntut kita untuk mengikuti perubahan tersebut. Sebuah produk harus ada inovasi yang dilakukan oleh seorang wirausaha karena selera konsumen akan sebuah produk pasti akan selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan sebuah perusahaan seiring dengan persaingan yang semakin ketat. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan perubahan atau pengembangan produk yang paling diandalkan untuk memenangkan pasar.

Produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Menerapkan inovasi produk dalam perusahaan adalah salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan. Aktivitas inovasi yang kreatif baik itu inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang akan berdampak pada kinerja perusahaan Kalil & Aenurohman, (2020).

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan, inovasi adalah menciptakan sesuatu yang sudah ada namun dalam konteks menciptakan yang lebih luas lagi. Indikator inovasi produk dalam penelitian ini adalah

- a. perluasan lini,
- b. produk baru,
- c. produk benar-benar baru Supriyanto, (2017)

8. Keterampilan

Keterampilan berwirausaha menurut Adi, (2019) merupakan keterampilan seseorang untuk mengelola usaha. Pendapat tersebut sejalan dengan Iskandar & Safrianto, (2020) yang menyebutkan bahwa keterampilan wirausaha keberhasilan seseorang wirausaha dalam mengimplementasikan kompetensi yang di milikinya dengan

baik secara ilmu pengetahuan yang di implementasikan secara tepat dan kualitas individu melaksanakan kegiatan berwirausaha. Keterampilan wirausaha diperlukan dalam menjalankan sebuah bisnis, karena seorang wirausaha merupakan jantung dari usaha yang dijalankan. Keterampilan yang dimiliki wirausaha akan menjadikan usaha yang dijalankannya berkembang dan sukses. Keterampilan wirausaha juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha. Dari pengertian keterampilan berwirausaha diatas maka sebagai seorang wirausahawan haruslah memiliki indikator dari keterampilan berwirausaha yang meliputi:

a. *Personal Enterprneurial skill*

Dimensi *Personal Enterpreneurial Skill* menjelaskan bahwa wirausaha yang terampil harus memiliki : 1) *Inner Control* 2) *Risk Taker* 3) *Innovative* 4) *Change Oriented* 5) *Persistent* atau *Militan* 6) *Visionary Leader* 7) *Ability To Manage Change*.

b. *Business Management Skill*

Business Management Skill ketrampilan mengelola usaha merupakan dimensi yang penting dalam rangka mencapai kemajuan usaha. dalam rangka kemajuan usaha tersebut, ada beberapa indikator untuk mengukur ketrampilan seorang usaha, yaitu: *Planning and Goal Setting, Decision Making, Human Relations, Marketing, Finance, Accounting, Management, Control, Negotiaton, Venture launch, Managing Growth*.

c. *Technical Skill*

Ketrampilan teknis (*technical*) yang harus dimiliki oleh seorang entrepreneur sebagai berikut : *Writing, Oral Communication, Monitoring Environment, Technical business management, Technology, Interpersonal, Listening, Ability to organize, Network Building, Management style, Coaching, Being a team player.*

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muzaki (2016) dengan variabel penelitian berupa (X1) Karakteristik Wirausaha, (X2) Minat Wirausaha, (X3) Motivasi dan (Y) Keberhasilan Wirausaha dengan jumlah sample 30 orang/UMKM yang dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan mempertimbangkan syarat asumsi klasik. Melalui metode analisis data yang dilakukan memperoleh hasil bahwa minat dan motivasi usaha berpengaruh secara positif terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten di Kabupaten Kediri. Dengan demikian, hal mendasar yang paling dibutuhkan oleh para wirausaha muda adalah motivasi serta minat yang tinggi agar keberlangsungan hidup usaha yang dijalankannya dapat lebih berumur panjang. Motivasi serta minat itu dapat dipupuk secara terus menerus melalui berbagai penguatan yang mampu menjaga konsistensi dan kestabilannya

Penelitian mengenai hubungan antara literasi keuangan dengan pertumbuhan usaha yang telah dilakukan Lusimbo (2016) yang menyatakan bahwa manager pada UMKM memiliki pengetahuan mengenai manajemen hutang namun tidak memahami efek dari inflasi dan suku bunga pinjaman dana yang telah mereka pinjam dan tidak memperhatikan syarat dan kondisi sebelum memakai produk keuangan, sebagian besar manager memiliki tingkat literasi mengenai pembukuan dalam tingkat yang rendah. Manager dengan literasi keuangan yang rendah mempunyai kemampuan pencatatan yang kurang dan usahanya tidak mengalami pertumbuhan. Maka dari itu, didalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Juliana, 2019) dengan variabel penelitian berupa (X1) Inovasi dan (X2) Pengambilan resiko dan (Y) Perkembangan Wirausaha dengan jumlah responden 50 orang wirausaha, yang dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan mempertimbangkan syarat asumsi klasik. Melalui pengujian hipotesis dapat ditarik suatu benang merah/kesimpulan bahwa hasil dari uji t parsial menunjukkan sebuah hipotesis bahwa variabel inovasi tidak signifikan terhadap perkembangan wirausaha muda yang menjalankan usaha kuliner di wilayah Binong Tangerang. Sedangkan untuk variabel pengambilan risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan wirausaha muda yang menjalankan usaha kuliner

di wilayah Binong Tangerang. Dan jika melihat realita bisnis dimana motivasi berwirausaha, inovasi khususnya inovasi produk memang memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan yang dialami pengusaha. Seseorang yang memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi, akan melakukan suatu tindakan dalam proses bisnisnya, seperti melakukan suatu inovasi untuk mencapai orientasi labanya. Jika dalam berusaha tidak memiliki dasar motivasi berwirausaha yang kuat, tidak melakukan tindakan berupa inovasi, maka kecil kemungkinan bahwa suatu usaha akan mengalami pertumbuhan. Oleh sebab itu, dengan melihat realita yang ada, peneliti ingin mengetahui apakah realita bisnis tersebut juga berlaku pada industri kerajinan gerabah di Lombok Barat.

C. Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu masalah yang dihadapi dan perlu diuji kebenarannya dengan data yang lebih lengkap dan menunjang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi, inovasi dan ketrampilan terhadap pertumbuhan usaha, berikut ini perumusan hipotesis dari penelitian ini:

1. Pengaruh Motivasi terhadap Pertumbuhan Usaha

Motivasi merupakan elemen keterampilan yang mendukung agar proses tersebut dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Gemina, (2017) menyebutkan motivasi juga merupakan faktor yang dapat

mempengaruhi diri seorang wirausaha untuk bekerja lebih baik lagi yang dapat menciptakan pertumbuhan usaha.

Penelitian oleh Lestari (2017) yang menyatakan bahwa Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha industri genteng di Cilegon. Merujuk dari konsep teori dan hasil penelitian tersebut, sehingga dihipotesiskan sebagai berikut:

H1: Motivasi berpengaruh Positif terhadap Pertumbuhan Usaha

2. Pengaruh Inovasi terhadap Pertumbuhan Usaha

Menurut Inovasi Saiman (2017) adalah upaya mewujudkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada menjadi ada. Terkait dengan inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai pertumbuhan usaha karena tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keberhasilan untuk usaha dapat bertumbuh. Pada dasarnya inovasi adalah bentuk untuk mengembangkan produk maupun jasa pada suatu usaha yang akan berdampak besar terhadap pemasaran. Semakin berkembangnya jaman, maka produk dan jasa juga harus mengikuti apa yang diminati oleh konsumen. dengan itu akan mempengaruhi pertumbuhan usaha agar menjadi lebih baik.

Penelitian oleh Mentari (2019) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha toko pastry di Kecamatan Medan Polonia. Merujuk dari konsep teori dan hasil penelitian tersebut, sehingga dihipotesiskan sebagai berikut:

H2: Inovasi berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Usaha

3. Pengaruh Keterampilan terhadap Pertumbuhan Usaha

Keterampilan merupakan suatu usaha terhadap pertumbuhan usaha yang mana merupakan strategi atau cara untuk mempertahankan atau mengembangkan sumber daya. Menurut Iskandar & Safrianto (2020) keterampilan adalah suatu kemampuan untuk melakukan kegiatan dengan suatu keahlian yang dilakukan secara telaten. Keberhasilan seseorang wirausaha dalam mengimplementasikan kompetensi yang di milikinya dengan baik secara ilmu pengetahuan yang di implementasikan secara tepat dan kualitas individu melaksanakan kegiatan berwirausaha. Dalam suatu usaha dibutuhkan tangan-tangan yang terampil dalam melakukan hal yang ada. Dalam hal ini dibutuhkan suatu training atau latihan agar mendapatkan pengetahuan tentang apa yang dikerjakan. Pengalaman yang bervariasi juga sangat diperlukan agar keterampilan dapat diasah semakin baik. Jika sesuatu yang dilakukan dengan terampil maka juga akan mempengaruhi bagaimana usaha itu akan bertumbuh kembang. Usaha yang sukses pasti akan didapati karyawan-karyawan didalamnya yang terampil.

Penelitian oleh Muhyi (2019) yang menyatakan bahwa Hasil penelitian menggunakan analisis jalur (*path*) mengungkapkan bahwa keterampilan berwirausaha memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha pada pelaku UMKM sepatu Cibaduyut Kota Bandung. Merujuk dari konsep teori dan hasil penelitian tersebut, sehingga dihipotesiskan sebagai berikut

H3: Keterampilan berpengaruh Positif terhadap Pertumbuhan Usaha

4. Pengaruh Motivasi, Inovasi dan Keterampilan Terhadap Pertumbuhan Usaha

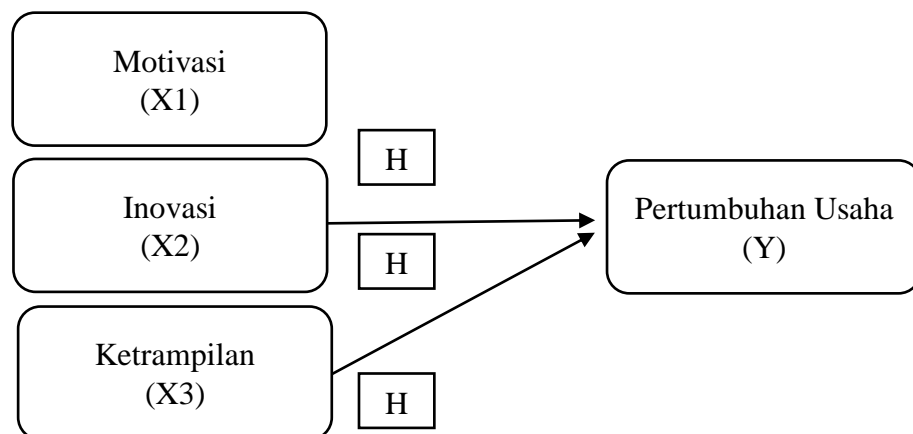
Motivasi Inovasi dan Keterampilan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan secara sadar hal ini sesuai dengan teori yang digunakan peneliti yaitu teori RBV dianggap sangat relevan untuk menjelaskan berbagai keterkaitan antar sumber daya pada suatu usaha. Merujuk dari konsep teori dan hasil penelitian diatas, sehingga dihipotesis simultan pada hal ini adalah

H3: Motivasi, Inovasi, dan Keterampilan berpengaruh Positif terhadap Pertumbuhan Usaha

D. Kerangka Konseptual

Kerangka pikir adalah sebuah model atau bagian dari suatu hubungan permasalahan yang perlu untuk di teliti berdasarkan argumen pribadi dari peneliti agar mendukung hipotesis yang akan diungkapkan.

Berdasarkan penjelasan landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian yaitu variabelbebas atau independen yaitu, Motivasi (X1), Inovasi (X2), Ketrampilan (X3) dan Pertumbuhan Usaha (Y). Pemikiran tersebut digambarkan dalam model Penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

BAB III METODA PENELITIAN

A. Pendekatan yang Digunakan

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti Kasiram, (2018).

B. Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian ini akan dilakukan. Penelitian ini akan dilaksanakan pada UMKM Pada Pengrajin Anyaman Plastik Di Desa Wanteyan Kecamatan Grabag.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi Populasi meliputi suatu kumpulan atau daerah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di kaji dan di pelajari untuk dapat menarik sebuah kesimpulan Sugiyono, (2019). Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengrajin anyaman plastik yang berada di Desa Wanteyan Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah 150.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, (2016) *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti memilih sampel dengan kriteria responden yaitu:

- a. Hanya UMKM yang fokus pada usaha kerajinan anyaman plastic. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat fokus pada UMKM yang menekuni usaha anyaman plastik.
- b. Usaha telah beroperasi selama lebih dari 3 bulan, hal ini dikarenakan biasanya UMKM yang sudah beroperasi lebih dari 3 bulan memiliki pertumbuhan usaha yang masih stabil hal ini diperkuat oleh (Andarwati, 2018) yang menyebutkan indikator usaha yang memiliki pertumbuhan usaha yang baik dapat dilihat melalui lamanya usaha berlangsung dan konsistensi wirausaha dalam mempertahankan usahanya. Selain itu sebuah usaha yang dapat berdiri lebih dari 3 bulan menunjukkan bahwa seorang wirausaha memiliki motivasi yang tinggi dalam mengembangkan usahanya
- c. Mempunyai karyawan minimal 3 orang, hal ini dikarenakan sebuah UMKM yang memiliki karyawan sudah menunjukkan

bahwa usaha tersebut berkembang dengan baik dan menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap produk tinggi.

Dalam penelitian ini penelitian ini, besarnya sampel yang ditetapkan menggunakan rumus solvin dengan tingkat signifikansi 5% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

E : standar eror (5%)

Berdasarkan rumus solvin diatas, maka diperoleh besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{150}{1 + 150 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{150}{1.375} = 109.09 \text{ jika dibulatkan menjadi } 110$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus solvin diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah 110 responden.

3. Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada

responden kemudian dijawab secara tertulis dan setelah semua pertanyaan sudah terjawab, pertanyaan tersebut dikembalikan lagi kepada peneliti untuk dianalisa. Kuesioner yang diberikan kepada responden harus dapat diukur validitas dan reliabilitasnya karena dalam penggunaan instrument kuesioner ini, kualitas dari kuesioner akan menentukan valid atau reliabelnya data yang diperoleh. Jadi, sebelum angket disebar kepada responden maka perlu diadakan pengujian terlebih dahulu.

D. Metode Pengambilan Data

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yaitu data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2011). Data primer diperoleh langsung dari responden dengan memberikan kuesioner untuk mendapatkan data tentang motivasi, inovasi, keterampilan dan pertumbuhan usaha.

2. Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket. Angket/Kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran pertanyaan yang disusun dalam satu kumpulan kepada responden. Dalam penelitian ini, peneliti membagi angket langsung kepada pemilik usaha Pengrajin Anyaman Plastik Di Desa Wanteyan Kecamatan Grabag, dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan

terbuka. Isi kuesioner terdiri dari :Identitas responden, yaitu mengenai nama, usia, pendidikan terakhir, lama usaha, dan jumlah karyawan. Pertanyaan mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti.

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Menurut (Sugiyono, 2016) definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai suatu objek atau aktivitas yang memiliki varian tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan. Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Motivasi (X1), Inovasi (X2), dan Keterampilan (X3). Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan Usaha (Y).

a. Motivasi

Motivasi adalah persepsi responden terhadap dorongan dalam dirinya untuk berwirausaha. Indikator motivasi kerja menurut (Rismayadi & Maemunah, 2016) sebagai berikut :

- 1) Tanggung jawab wirausahawan adalah kesadaran yang timbul dari dalam diri seseorang terhadap dirinya sendiri dan karyawannya.

- 2) Pencapaian kinerja adalah besarnya pekerjaan yang harus dijalankan oleh wirausahawan.
- 3) Peluang adalah kesempatan yang dapat dimanfaatkan oleh wirausahawan dalam menjalankan sebuah usaha
- 4) Pengakuan atas kinerja adalah bentuk apresiasi atas pencapaian yang diraih dalam hal ini dapat berupa target pasar yang dicapai ataupun target penjualan
- 5) Pekerjaan yang menantang adalah tingkat pencapaian pekerjaan yang lebih tinggi dari target yang sudah dibuat

b. Inovasi

Inovasi adalah persepsi responden terhadap kemampuannya dalam berinovasi selama menjalankan wirausaha. Adapun indikator inovasi menurut Robbins, (2015):

- 1) Struktur kinerja adalah pengorganisasian rencana kerja baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan tujuan untuk mencapai hasil atau target .
- 2) Mempertimbangkan aspek budaya adalah bentuk inovasi yang dilakukan oleh wirausahawan dalam menghadapi persaingan pasar memperhatikan aspek kebudayaan atau mengangkat nilai-nilai budaya yang ada
- 3) Memaksimalkan SDM adalah usaha wirausahawan dalam mengembangkan usahanya memberdayakan SDM yang ada dilingkungan sekitar.

c. Ketrampilan

Ketrampilan adalah persepsi responden terhadap keterampilan yang dimilikinya. Adapun indikator ketrampilan sebagai berikut:

- 1) menyelesaikan tugas atau pekerjaan adalah bentuk tanggung jawab seorang wirausahawan berkaitan dengan produksi.
- 2) penentuan prosedur adalah usaha pengorganisasian yang dilakukan dengan usaha terbaik dalam menjalankan usaha
- 3) kemampuan menyelesaikan tugas dengan baik adalah tuntutan yang dijalankan wirausahawan dalam menghadapi setiap hambatan yang dialaminya.
- 4) kemampuan mencari solusi dari setiap permasalahan adalah kemampuan yang berasal dari dalam diri wirausahawan mengenai *problem solving*.
- 5) kemampuan mempertimbangkan segala keputusan yang akan saya ambil adalah kemampuan memperhitungkan secara mendalam dan matang mengenai segala keputusan yang akan diambil
- 6) kemampuan mempertimbangkan setiap keputusan adalah kemampuan dalam mengolah informasi yang relevan sebelum memutuskan sebuah keputusan yang akan diambil.

d. Pertumbuhan Usaha

Pertumbuhan usaha adalah persepsi responden terhadap pertumbuhan usahanya Indikator-indikator pertumbuhan usaha sebagai berikut:

- 1) Penjualan/Pendapatan adalah peningkatan penjualan barang yang sudah diproduksi
- 2) Keuntungan adalah omset atau pemasukan yang diperoleh dalam menjalankan usaha stabil atau melebihi target yang sudah direncanakan
- 3) Total asset adalah berbagai barang berharga yang wirausahawan miliki ketika menjalankan sebuah usaha.

2. Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social Sugiyono (2017). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa kalimat pertanyaan atau pernyataan. Dengan kriteria penilaian sebagai beriku:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan nilai skor 5
- b. Setuju (S) dengan nilai skor 4
- c. Netral (N) dengan nilai skor 3

- d. Tidak Setuju (TS) dengan nilai skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai skor 1

F. Uji Instrumen

Dengan menggunakan instrument data uji validitas dan uji reliabelitas, diharapkan hasil penelitian yang dilakukan dapat menunjukkan hasil yang valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

menurut Ghozali, (2018) uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner . uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu faktor *confirmatory factor analysis (CFA)* ,yang digunakan untuk menguji apakah jumlah faktor diperoleh secara empiris sesuai dengan jumlah faktor yang disusun secara teoritik atau bisa dengan menguji hipotesis mengenai eksistensi konstruk. Analisis ini membutuhkan terpenuhnya beberapa asumsi, yang pertama yaitu korelasi antar variabel harus cukup kuat, uji validitas dalam penelitian ini memakai uji signifikansi dengan menggunakan tata cara *Corrected Item Total Correlation* untuk mencari r hitung. Berikutnya r hitung dibanding dengan nilai r tabel dimana $df = n - 2$ (*degree of freedom*) dengan tarif signifikan 5%. Apabila nilai r hitung lebih dari r tabel, hingga instrumen dinyatakan tidak valid.

- a. Jika nilai signifikansi (*P Value*) $> 0,05$: tidak terjadi hubungan yang signifikan atau tidak valid.

- b. Jika nilai signifikansi (*P Value*) $< 0,05$: terjadi hubungan yang signifikan atau valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dengan menggunakan alat ukur yang sama Ghozali, (2015: 47). Uji reliabilitas dimaksud untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian untuk menilai sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan menghitung cronbach's alpha dari masing-masing instrumen dalam suatu variable. Berikut ini adalah pengkategorian tingkat reliabilitas suatu instrument.

- a. Croncbach Alpha $< 0,69$ = Realibilitas Buruk.
- b. Croncbach Alpha $0,7 - 0,79$ = Realibilitas Diterima.
- c. Croncbach Alpha $> 0,8$ = Realibiltas Baik.

Berdasarkan pengkategorian diatas maka, sebuah instrument dapat dikatakan reliabel apabila nilai cronbach's alpha lebih dari 0.7.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen Ghozali & Ratmono, (2017) analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ,pada penelitian ini variabel independen meliputi Motivasi, Inovasi, dan Keterampilan Berwirausaha sedangkan variabel dependennya yaitu Pertumbuhan Usaha

Persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : variabel dependen (Pertumbuhan Usaha)

α : konstanta

b_1 : koefisien regresi X_1 (motivasi)

b_2 : koefisien regresi X_2 (inovasi)

b_3 : koefisien regresi X_3 (keterampilan berwirausaha)

X_1 : motivasi

X_2 : inovasi

X_3 : keterampilan berwirausaha

e : Nilai Residu

H. Uji Simultan

1. Uji R^2 (Koefisien Determinasi/ R Squared)

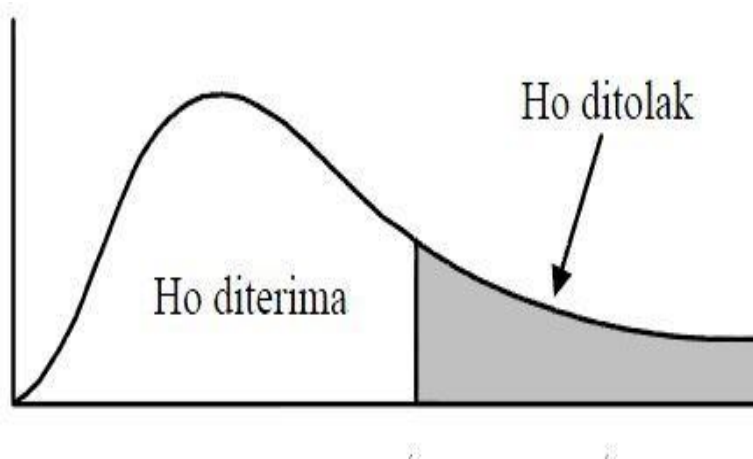
Ghozali, I. (2016) menyatakan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Dengan demikian, semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik bila kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat

2. Uji F

Menurut Ghozali, (2018) uji F dalam sebuah penelitian digunakan untuk mengukur ketepatan dari fungsi regresi untuk menaksirkan nilai aktual (*Goodness of Fit*). Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah model yang digunakan telah sesuai (cocok) atau tidak. Penentuan

kriteria uji F didasarkan pada perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} . Tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan pembilang (df_1) = $k-1$ dan derajat kebebasan penyebut (df_2) = $n-k$. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti model yang digunakan bagus (fit)
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti model yang digunakan tidak bagus (tidak fit).



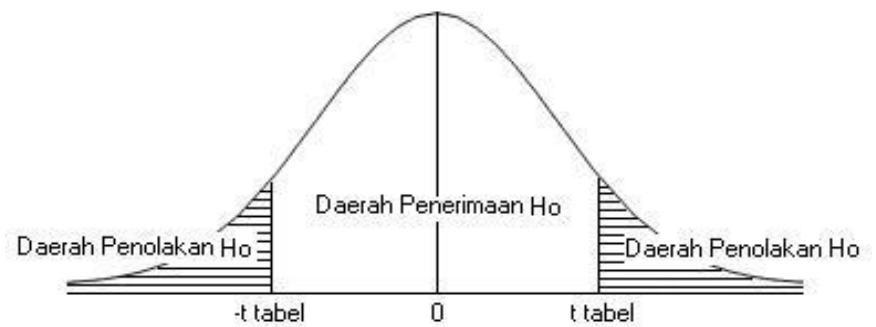
Gambar 3. 1
Uji F

3. Uji t

Menurut Ghozali (2016), uji t bertujuan untuk mengukur variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel independen, pengujian dilakukan dengan memakai signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$), penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

Hipotesis dalam suatu penelitian dirumuskan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. $H_0 : \beta_1 \neq 0$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.



Gambar 3. 2
Uji t

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha, artinya. semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh seorang wirausaha, maka pertumbuhan usaha yang dimiliki oleh UMKM Anyaman Plastik semakin meningkat.
2. Inovasi berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. Artinya bahwa semakin tinggi inovasi yang dimiliki oleh seorang wirausaha, maka pertumbuhan usaha yang dimiliki oleh UMKM Anyaman Plastik semakin meningkat.
3. Keterampilan berwirausaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usah Artinya semakin tinggi keterampilan berwirausaha yang dimiliki oleh seorang wirausaha, maka pertumbuhan usaha yang dimiliki oleh UMKM Anyaman Plastik semakin meningkat.

B. Keterbatasan penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Pada penelitian ini masih memiliki keterbatasan sumber referensi penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh motivasi inovasi dan keterampilan berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha.

2. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subjektif, akan lebih baik jika dilakukan wawancara dan juga observasi sehingga hasil penelitian lebih lengkap.
3. Dalam penelitian ini responden yang digunakan hanya UMKM yang bergerak dalam bidang pengrajin anyaman plastik.

C. Saran

1. Bagi Akademik
 - a. Penelitian selanjutnya perlu menambah/mengganti variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan masukan dan menambah refensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang penelitian yang sama.
2. Bagi Wirausahawan
 - a. Meningkatkan Motivasi dalam menajlankan usaha baik motivasi yang berasal dari dalam diri maupun luar diri.
 - b. Meningkatkan motivasi dan inovasi serta mengembangkan keterampilan yang dimiliki agar masyarakat lebih tertarik untuk produk yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, H. I. S. (2019). *PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA BERPENGARUH TERHADAP KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI 2016 UNIROW TUBAN*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban.
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 168–178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- Assyurriani, R. (2017). Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten Dan Pemerintah Kota Di Kepulauan Riau Tahun 2010 – 2013. *Jurnal Akuntansi*, 2–20.
- Asyafiq, S. (2019). STRATEGI PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN EKONOMI DI ERA GLOBAL BERBASIS PENDIDIKAN EKONOMI KEWARGANEGARAAN. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 18–30.
- Barney. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journa of Management*, Vol. 17 No.
- Brammantio. (2022). *ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA STUDI KASUS SISWA SMK NEGERI 1 KABUPATEN KERINCI*. Universitas Jambi.
- Damayanti, D., Sunarti, N., & Taufiq, O. H. (2021). Efektivitas Pelayanan Pemadaman Kebakaran Oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas Pemadam Kebakaran Di Kabupaten Ciamis. *Jurnal MODERAT*, 7(1), 151–161.
- Ekawarna, D. denmar. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, efikasi diri, dan motivasi berwirausaha Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Jambi Angkatan 2019. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 139–149.
- Gemina, D., Silaningsih, E., & Yuningsih, E. (2016). Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(3), 297–323. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.3.6>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020). *Pengaruh keterampilan wirausaha dan pengalaman usaha terhadap keberhasilan kewirausahaan*. 21(1), 14–20.
- Juliana, J. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Pengambilan Risiko Terhadap Perkembangan Wirausaha Muda Dalam Bidang Kuliner Di Wilayah Binong

- Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1).
<https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5623>
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Kasiram, M. (2018). *Metodologi Penelitian*. UIN-Malang Perss.
- Lestari, F. P. (2017). *Pengaruh motivasi wirausaha terhadap pertumbuhan usaha industri genteng di Kota Cilegon*. Universitas Negeri Jakarta.
- Majdi, M. Z. (2017). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Internalisasi Nilai Kewirausahaan di Keluarga Dan Motivasi Minat Kewirausahaan. *Jurnal Educatio*, 7(2), 1–25. <https://doi.org/10.29408/edc.v7i2.130>
- Mardalena, M., & Eriyanto, E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro di Kota Palembang. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 3(1), 27–46. <https://doi.org/10.33369/convergence-jep.v3i1.17546>
- Maulida, S. R., & Dhania, D. R. (2017). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Dukungan Orang Tua Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Smk. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 9. <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.9>
- Mentari, P. (2019). PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA PADA TOKO PASTRY DI KECAMATAN MEDAN POLONIA. *Narratives of Therapists' Lives*, 138–139.
- Muhyi, H. (2019). Pengaruh Keterampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Berkelanjutan Pada Industri Kecil Di Kota Sukabumi. *Indonesian Journal of Dialectics*, 2(3), 242588.
- Mutiarasari, A. (2018). Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah*, 1(2), 1–114. <http://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/dinar/article/download/83/90>
- Nugraha, R. V. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasi Perusahaan Coffee Shop di Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*, 1–24.
- Nurikasari, F. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreaititas dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 1–10.
- Rismayadi, B., & Maemunah, M. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan (Studi kasus pada PT. Concord Indonesia). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 2(1), 124–135. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v2i1.181>
- Robbins, S. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Sabilla, S. O., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 145–152.
- Saiman, L. (2017). *Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, A. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal of Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1234-5678-90-12-1, 27-28.
- Susanto, H. (2019). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kota Mataram. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 7(1), 81-92. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v7i1.67>
- Utami, E. M., & Baraba, R. (2019). *Terhadap Pertumbuhan Usaha Pada Pelaku Usaha Mikro*. 15(1).
- Wibowo. (2016). *Wibowo, 2016. Manajemen Kinerja, Edisi Kelima*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wonda, W. (2016). Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Dalam Masa Otonomi Daerah Kabupaten Nabire Provinsi Papua. *Jurnal EMBA*, 4(3), 192-200.