



**PENGARUH TEKNOLOGI DAN PERSAINGAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA
(Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu
KUMKM Sumatera Utara)**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Indah Cerahwati
1615310307**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2020**



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

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : INDAH CERAH WATI
NPM : 1615310307
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH TEKNOLOGI DAN PERSAINGAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA (STUDI
KASUS PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU
KUMKM SUMATERA UTARA)

Medan, 28 Agustus 2020

KETUA PROGRAM STUDI

(RAMADHAN HARAHAP, S.E., S.Psi., M.Si) (Dr. BAMBANG WIDJANARKO, S.E., M.M)



DEKAN

PEMBIMBING I

(MIFTAH EL FIKRI, S.E., M.Si)

PEMBIMBING II

(DIAN SEPTIANA SARI, S.Sos., M.SP)



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

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

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : INDAH CERAH WATI
NPM : 1615310307
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : SI (STRATA SATU)
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH TEKNOLOGI DAN PERSAINGAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA (STUDI
KASUS PUSAT LAYANAN USAHA TERPADU
KUMKM SUMATERA UTARA)**

KETUA



(RAMADHAN HARAHAP, S.E., S.Psi., M.Si)

ANGGOTA I

(MIETAH EL FIKRI, S.E., M.Si)

ANGGOTA II

(DIAN SEPTIANA SARI, S.Sos., M.SP)

ANGGOTA III

(YOSIE ROSSANTY, S.E., M.M)

ANGGOTA IV

(MEGASARI GUSANDRA SARAGIH, S.E., M.SM)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Cerahwati
NPM : 1615310307
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi dan Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)

Menyatakan dengan sesungguhnya dengan penuh kesadaran bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan ternyata benar adanya saya telah melanggar pernyataan di atas, maka saya siap untuk dikenakan sanksi berdasarkan aturan di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Medan, 28 Agustus 2020

Penulis,



Indah Cerahwati

NPM.1615310307

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Cerahwati
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 20 Mei 1999
NPM : 1615310307
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : JL. Amal Luhur No. 83 Medan

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

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

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 28 Agustus 2020



Indah Cerahwati

NPM. 1615310307



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

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

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Indah Cerahwati
 Tempat/Tgl. Lahir : Medan / 20 Mei 1999
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310307
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen UKM
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 126 SKS, IPK 3.50
 Nomor Hp : 085270835435
 Saya ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

Judul

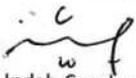
PENGARUH STRATEGI BISNIS DISTRIBUSI DAN PERSAINGAN TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA DI UKM CENTER PEKAN RAYA SUMATERA UTARA

Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu


 (Ir. Bhakti Alamsyah, M.T., Ph.D.)

Medan, 24 September 2019

Pemohon,

 (Indah Cerahwati)

Tanggal :

Disahkan oleh:
Dekan

(Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.)

Tanggal :

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing I :

(Miftah El Fikri, SE., M.Si)

Tanggal :

Disetujui oleh:
Ka. Prodi Manajemen

(Nurafrina Siregar, SE., M.Si.)

Tanggal :

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing II:

(Dian Septiana Sari, S.Sos., MSP)

Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

130

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

nikian disampaikan.

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

Ka.LPMU

Cahyo Pramono, SE.,MM

Plagiarism Detector v. 1731 - Originality Report 03/08/2020 13.28.23

INDAH CERAHWATI_1615310307_MANAJEMEN.docx

Universitas Pembangunan Panca Budi

Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian



SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 2629/PERP/BP/2020

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

: Indah Cerahwati
: 1615310307
Peminatan : Akhir
: SOSIAL SAINS
: Manajemen

Sejak terhitung sejak tanggal 04 Agustus 2020, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 04 Agustus 2020
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan,



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



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **INDAH CERAH WATI**
NIM : **1615310307**
Program Studi : **Manajemen**
Tingkat : **Strata Satu**
Dibimbing oleh : **Miftah El Fikri, SE.,M.Si**
Judul Skripsi : **Pengaruh Teknologi dan Persaingan terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)**

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
13 Juni 2020	asikm dek...kapankah bimbingan lagi? fokuslah sama tugas akahir sementara waktu ini...walaupun sedikit berat...karena sy juga begitu .. Kak L	Revisi	
15 Juli 2020	Asikm dek, ini sudah saya periksa.... data frekuensi per variabel harap di rangkum disitu sudah saya kasih contohnya	Revisi	
15 Juli 2020	ACC MEJA HIJAU...SELAMAT YA DEK	Disetujui	
07 Desember 2020	Selamat ya dek jangan lupa surat pernyataan dan izinnya dibawa waktu lux, jika tidak gak saya teken ya	Revisi	

Medan, 07 Januari 2021
Dosen Pembimbing,



Miftah El Fikri, SE.,M.Si



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

lahaasiswa : INDAH CERAH WATI
: 1615310307
n Studi : Manajemen
: Strata Satu
Pembimbing : Dian Septiana Sari, S.Sos., MSP
skripsi : Pengaruh Teknologi dan Persaingan terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)

tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
07 Januari 2021	Acc jilid I & II	Disetujui	

Medan, 07 Januari 2021
Dosen Pembimbing,



Dian Septiana Sari, S.Sos., MSP

L. Sidiang
M. Sidiang
M. Sidiang

meja hijau 28 Juli 20

ACC Sidiang
Dian S. Sar
30/7/2020
PB II



**PENGARUH TEKNOLOGI DAN PERSAINGAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA**
(Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera
Utara)

SKRIPSI

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

**Oleh:
Indah Cerahwati
1615310307**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2020**

c. lina
Muhammad Fani

7/05/2020

ACC. Jilid. lwx




**PENGARUH TEKNOLOGI DAN PERSAINGAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA
(Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM
Sumatera Utara)**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Indah Cerahwati
1615310307**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Indah Cerahwati
NPM : 1615310307
Fakultas / Progam Studi : Sosial & Sains / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi dan Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih – media / formatkan mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

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

Medan, Juli 2020



Indah Cerahwati

NPM: 1615310307

Hal : Permohonan Meja Hijau

FM-BPAA-2012-041

Medan, 04 Agustus 2020
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Cerahwati
 Tempat/Tgl. Lahir : Medan / 20 mei 1999
 Nama Orang Tua : Dodi Yudharma
 N. P. M : 1615310307
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Manajemen
 No. HP : 082381123923
 Alamat : Jl. Amal Luhur No. 83

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Teknologi dan Persaingan terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)**, Selanjutnya saya menyatakan :

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

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.
4. [221] Bebas LAB	: Rp.
Total Biaya	: Rp. 0

Periode Wisuda Ke : **65**

Ukuran Toga : **S**

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Surya Nita, S.H., M.Hum.
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



Indah Cerahwati
 1615310307 -

ABSTRAK

Analisis penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah teknologi dan persaingan berpengaruh terhadap pengembangan usaha para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode asosiatif dengan bantuan program SPSS versi 24.0. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM yang berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara dan sampel sebanyak 60 responden. Pengambilan data primer menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Persaingan secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengembangan usaha para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Teknologi dan persaingan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha para pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

Kata Kunci: Teknologi, Persaingan dan Pengembangan Usaha

ABSTRACT

The analysis of the research aims to find out whether technology and competition influence the business development of UKM in the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center. The data analysis technique used is the associative method with the help of SPSS version 24.0. The population in this study were all UKM who trade in the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center and a sample of 60 respondents. Retrieval of primary data using questionnaires. The results showed that technology partially had a positive and significant effect on the business development of UKM in the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center. Competition partially has not positive and insignificant effect on the business development of UKM in the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center. Technology and competition simultaneously have a positive and significant effect on the business development of UKM in the North Sumatra KUMKM Integrated Business Service Center.

Keywords: Technology, Competition and Business Development

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah begitu banyak memberikan karunia, hidayah dan rahmat-Nya kepada penulis dan dengan izin-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“PENGARUH TEKNOLOGI DAN PERSAINGAN TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA (studi kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)”** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Pembangunan Pancabudi Medan. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan rasa bangga penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E, M.M, selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. Bambang Widjanarko, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Miftah El Fikri S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak pelajaran, bimbingan, arahan, masukan, nasehat, saran dan kritik sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dian Septiana Sari, S.Sos., M.SP selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak pelajaran, bimbingan, arahan,

masukan, nasehat, saran dan kritik dalam tata cara penulisan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Ibu Indah Sari S.S., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bantuannya dalam masa perkuliahan sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
7. Seluruh Staff Pengajar di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang menuntun saya selama mengikuti perkuliahan sampai dengan selesai.
8. Untuk Pegawai UPT Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara serta pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Terima kasih sudah memperkenankan saya melakukan penelitian dan telah memberikan banyak informasi yang saya butuhkan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara semakin maju dan berkembang. Aamiin.
9. Teristimewa buat kedua orang tua tercinta yang telah menjadi semangat terbesar saya Ayahku Alm. Dodi Yudharma dan Mommy ku Ida Hastuti, yang selalu ada, selalu mendukung dan selalu memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya untuk cinta dan kasih sayang sepanjang masa, yang senantiasa telah memberikan semangat dan kepercayaan serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku.
10. Adik ku Inky Banowati dan Habibi Tri Dharma terima kasih telah banyak memberikan dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan kuliah ini.
11. Teruntuk manusia baik Dwiki Anjasmara terima kasih sudah selalu menghibur disaat aku lelah karna penelitian ini, terima kasih sudah selalu meluangkan waktu untuk menemani aku bimbingan, aku sayang kamu.

12. Untuk Thariqul Jannah dan Muhammad Yoga Prasetya terimakasih banyak sudah menjadi sahabat yang selalu ada dan banyak membantu saya semasa kuliah, sudah bersedia menemani saya untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan.
13. Teman – teman ku yang masih sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar Sarjana: Kak Harisyah, Bang Ibel, Bang Malik, Bang Pajek, Bang Yogi, Bang Daffa, Bang Nova, Deby, Ayu, Bang Fauzi, Bang Firman, Kak Debby, Dea, Bang Ogi, Uci, Nurul, Rizky, Bang Edo, Lisa, Sri, Selfi, Kak Amay, Osa Terima kasih banyak sudah menjadi teman ku dan terima kasih juga atas kebersamaanya semasa kuliah semoga cepat selesai dan tetap semangat dalam menyelesaikan skripsinya.
14. Teman-teman seperjuanganku semasa Praktek Kerja (Magang): Suci Ledian, Agung Wijaya. Terima kasih sudah mau menjadi bagian dari tim, terima kasih atas segala tegur sapa yang hangat, senyum tulus di bibir dan canda tawa yang mengakrabkan, semoga tali silaturahmi ini tetap selalu terjaga sampai kapanpun.
15. Seluruh teman-teman Manajemen Stambuk 2016 yang saya banggakan. Terima kasih atas pengalaman dan kisah yang telah kalian berikan dan semoga kita dapat bertemu lagi di kemudian hari dengan membawa kesuksesan kita masing-masing untuk membanggakan orang-orang di sekitar kita.

Dan akhir kata saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu,

semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala akan membalasnya, Aamiin ya Rabbalalamin.

Medan, 28 Agustus 2020

Penulis

Indah Cerahwati

1615310307

Daftar Isi

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Keaslian Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	11
1. Pengembangan Usaha.....	11
a. Pengertian Pengembangan Usaha.....	11
b. Strategi Pengembangan Usaha	12
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha	14
d. Indikator Pengembangan Usaha	15
2. Teknologi.....	16
a. Pengertian Teknologi.....	16
b. Macam dan Jenis Teknologi.....	17
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Teknologi.....	18
d. Indikator Teknologi	19
3. Persaingan	21
a. Pengertian Persaingan.....	21
b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan.....	24
c. Indikator Persaingan	25
B. Penelitian Sebelumnya	28
C. Kerangka Konseptual	32
D. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	35
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	35

C. Populasi Dan Sampel	36
D. Jenis Dan Sumber Data	37
E. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	38
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Teknik Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	50
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	68
5. Pengujian Asumsi Klasik	72
6. Uji Kesesuaian (<i>Test Goodness Of Fit</i>).....	76
B. Pembahasan	79
1. Pengaruh Teknologi Terhadap Pengembangan Usaha.....	79
2. Pengaruh Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha.....	79
3. Pengaruh Teknologi dan Persaingan Usaha Terhadap Pengembangan Usaha	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1.	Jadwal Proses Penelitian	35
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pekerja.....	58
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status K. T Usaha	58
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Informasi	59
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdagang.....	60
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang dijual.....	60
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Modal.....	61
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengikuti Event ...	62
Tabel 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali.....	62
Tabel 4.13	Rekap Pernyataan Teknologi (X1)	63
Tabel 4.14	Rekap Pernyataan Persaingan (X2)	65
Tabel 4.15	Rekap Pernyataan Pengembangan Usaha (Y)	67
Tabel 4.16	Uji Validitas X ₁ (Teknologi)	68
Tabel 4.17	Uji Validitas X ₂ (Persaingan)	69
Tabel 4.18	Uji Validitas Y (Pengembangan Usaha)	70
Tabel 4.19	Uji Reliabilitas X ₁ (Teknologi)	71
Tabel 4.20	Uji Reliabilitas X ₂ (Persaingan)	71
Tabel 4.21	Uji Reliabilitas Y (Pengembangan Usaha)	71
Tabel 4.22	Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	74
Tabel 4.23	Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.24	Uji Simultan	77
Tabel 4.25	Uji Parsial.....	77
Tabel 4.26	Uji Determinasi	78

Daftar Gambar

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1	Histogram Uji Normalitas	72
Gambar 4.2	PP Plot Uji Normalitas	73
Gambar 4.3	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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

Pemahaman teori produksi bagi para pelaku usaha kecil menengah sangat penting karena pelaku usaha kecil menengah dapat mengetahui teknologi apa saja yang akan diperlukan untuk bisa bersaing dengan wirausaha lainnya, serta pelaku usaha dapat membuat inovasi terhadap produk yang akan dipasarkan. Pelaku usaha akan berpacu untuk mempromosikan, memasarkan, serta memproduksi produk sejenis dengan maksud untuk mempermudah para calon konsumen dalam mendapatkan produk tersebut. Sehingga dengan demikian pelaku usaha kecil menengah akan mendapatkan volume penjualan dan keuntungan yang semakin meningkat kedepannya. Manajemen usaha kecil menengah merupakan hal mutlak yang harus dipelajari dalam berbisnis, berbagai tantangan yang dihadapi para pebisnis khususnya para produsen barang dan jasa semakin berat. Berbagai upaya dalam hal *marketing* harus dijalani sehingga tidak makin tenggelam dalam persaingan karena makin banyaknya kompetitor dari

waktu kewaktu. Persaingan dari kompetitor yang makin ketat membuat aktivitas peningkatan skala produksi tak lagi dipandang sebagai masalah utama jika dibandingkan dengan aktivitas pemasaran barang atau jasa yang dihasilkan. Bisa dikatakan, keberhasilan dalam usaha kecil menengah adalah kunci kesuksesan dari pelaku usaha.

Sejalan dengan perkembangan yang pesat dibidang industri, maka bidang perekonomian mengalami perkembangan yang tinggi pula, hal ini akan menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha kecil menengah makin ketat dan masalah - masalah yang dihadapi para pelaku usaha kecil menengah makin kompleks. Oleh karena itu, peranan manajemen usaha kecil menengah makin penting untuk menghadapi dan mengatasi tingkat persaingan dan masalah - masalah tersebut.

Pada dasarnya tujuan setiap pelaku usaha kecil menengah adalah menjaga kelangsungan hidup usahanya. Dengan kata lain pelaku usaha kecil menengah berusaha mencapai tingkat volume penjualan yang menguntungkan karena hal tersebut dapat untuk mengukur posisi perusahaan dengan laba yang diperhitungkan akan diperoleh. Dalam mempromosikan produknya kepada konsumen pelaku usaha kecil menengah menggunakan teknologi sebagai alat untuk mengenalkan produk yang akan dipasarkannya.

Kemajuan teknologi menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Perkembangan teknologi yang semakin pesatnya, masyarakat menyebutnya sebagai era *HiTech* atau *NewTech*, Kemudahan serta kualitas yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi menjadi nilai *plus* di mata masyarakat.

Kini teknologi sudah menjadi kebutuhan umum dan sangat penting sehingga mempengaruhi dunia bisnis, yang amat bergantung pada skema yang berkembang kehidupan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin tinggi, semakin canggih, dan semakin hebat tanpa disadari membawa pengaruh terhadap pengembangan usaha. Perkembangan teknologi dibidang komputer turut mempengaruhi kinerja diseluruh aspek usaha, terutama dibidang administrasi seperti sistem *database*.

Masalah promosi mempunyai peranan penting dalam suatu usaha karena promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil menengah untuk memperkenalkan, memberitahukan, menginformasikan, dan mempengaruhi konsumen mengenai jenis barang serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki dari produk tersebut, sehingga dengan adanya promosi yang dilakukan pelaku usaha kecil menengah maka akan dapat mempengaruhi penjualan produk tersebut. Selain faktor promosi, yang berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan adalah distribusi, karena walaupun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, promosi yang dilaksanakan namun apabila tidak didukung dengan saluran distribusi yang memperlancar pemasaran produk dari produsen (usaha) ketangan konsumen.

Luasnya wilayah pemasaran bergantung pada target pelaku usaha kecil menengah. Apakah pelaku usaha kecil menengah memiliki visi ingin menjadi produsen dibidang produk tertentu secara nasional maupun internasional. Jika pelaku usaha kecil menengah membatasi wilayah pemasarannya berarti ia akan bermain secara lokal saja, tetapi jika tidak membatasi pemasaran

produknya, dan menginginkan untuk keluar pasar lokal, maka yang harus dilakukan adalah menetapkan luasnya wilayah pemasaran. Selain itu apakah misi pelaku usaha kecil menengah akan menyediakan produk tertentu dengan kualitas prima bagi konsumennya, hal ini juga menyangkut banyak sedikitnya produk yang akan dibuat. Oleh sebab itu pengembangan usaha selalu berhubungan erat dengan visi dan misi pelaku usaha kecil menengah.

Salah satu faktor penting yang mendukung tercapainya target pemasaran adalah teknologi, karena teknologi merupakan alat yang dipergunakan oleh produsen untuk menyampaikan atau menyalurkan barang dari produsen ke konsumen atau pemakai *industry* melalui teknologi informasi seperti media sosial. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos, media sosial atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Teknologi di dalam perannya menunjang kegiatan operasional suatu usaha, mempermudah pelaku usaha kecil menengah dengan berbagai aplikasi, memudahkan pelaku usaha kecil menengah dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan, memudahkan pelaku usaha kecil menengah dalam memasarkan produk serta menghemat waktu para pelaku usaha kecil menengah.

Faktor lain yang perlu diperhatikan kaitannya dengan kendala usaha mikro, kecil dan menengah adalah persaingan. Lemahnya akses informasi pasar serta belum optimalnya produk usaha mikro, kecil dan menengah dalam menjangkau konsumen bisa jadi disebabkan oleh lemahnya atau kurang optimalnya para pelaku usaha kecil menengah membuat inovasi produk untuk tetap bertahan dalam persaingan usaha. Persaingan usaha melibatkan unit

usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk. Produsen menggunakan perantara karena mereka menciptakan efisiensi yang lebih besar dalam menyediakan barang bagi pasar sasaran. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasi, perantara biasanya menawarkan perusahaan lebih dari apa yang dapat dicapai para pelaku usaha kecil menengah. Persaingan usaha juga merupakan suatu proses sosial ketika ada dua pihak atau lebih saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu. Persaingan ini dapat terjadi bila terdapat beberapa pihak menginginkan sesuatu yang jumlahnya terbatas atau menjadi pusat perhatian umum. Karena para pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi sehingga usaha lebih efisien, menekan biaya-biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya rekanan yang terpercaya.

Teknologi berguna untuk memasarkan / mempromosikan produk yang akan dijual kepada para konsumen. Teknologi juga memudahkan para pelaku usaha kecil menengah dalam hal merespon keluhan, kritik ataupun saran yang diberikan konsumen guna untuk memperbaiki dan mengembangkan produk yang akan dijual.

Pusat layanan usaha terpadu koperasi usaha mikro kecil dan menengah (KUMKM) Sumatera Utara merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Kota Medan, volume kebutuhan terhadap pusat layanan usaha terpadu koperasi usaha mikro kecil dan menengah (KUMKM) Sumatera Utara terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Kota Medan untuk

menikmati makanan *Ready to eat* serta Pakaian *T-shirt* ataupun *dress* yang *Fashionable* menyebabkan banyak bermunculan usaha - usaha baru dibidang makanan dan minuman serta pakaian. Oleh karena itu persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Dengan persaingan yang semakin kuat ini menuntut para pelaku usaha kecil menengah untuk memperkuat *fundamental* agar pelaku usaha kecil menengah dapat bersaing dengan perusahaan pelaku usaha kecil menengah lain yang sejenis. Ketika pelaku usaha kecil menengah tidak mampu bersaing dengan pengusaha global akan mengakibatkan penurunan volume penjualan sehingga usaha akan mengalami kebangkrutan.

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

Sementara salah satu tujuan utama pusat layanan usaha terpadu koperasi usaha mikro kecil dan menengah (KUMKM) Sumatera Utara adalah memaksimalkan nilai usaha atau meningkatkan tingkat kemakmuran *stakeholder*. Tingkat kesehatan para pelaku usaha kecil menengah penting

artinya bagi para pelaku usaha kecil menengah untuk meningkatkan efisiensi dalam menjalankan usahanya, sehingga kemampuan untuk memperoleh keuntungan dapat ditingkatkan dan untuk menghindari adanya potensi kebangkrutan.

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

B. Identifikasi Masalah Dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya kemampuan dalam menggunakan teknologi pelaku usaha kecil menengah sulit untuk memasarkan produk.
2. Kurangnya penggunaan teknologi mengakibatkan para pelaku usaha kecil menengah sulit mengembangkan usahanya.
3. Kurang peka terhadap perkembangan zaman sehingga produk yang dihasilkan tidak membuat konsumen tertarik.

2. Batasan Masalah

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

C. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh teknologi secara parsial terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara ?
2. Bagaimana pengaruh persaingan secara parsial terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara ?
3. Bagaimana pengaruh teknologi dan persaingan secara simultan terhadap pengembangan usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara ?

D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

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

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

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini merupakan wahana aplikasi ilmu pengetahuan yang diperoleh pada perkuliahan mata kuliah Manajemen Bisnis khususnya mengenai usaha kecil menengah dan kesejahteraan masyarakat, sehingga penulis dapat mengetahui perbandingan antara kenyataan dengan teori.

b. Manfaat Praktis

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

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Ika Apriwiyanti (2019) dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul "Pengaruh Pinjaman Modal Dan Teknologi Terhadap Perkembangan UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Bandar Lampung" dan Citra Lestari, Nawazirul Lubis, Widiyanto (2015) dari Universitas Diponegoro yang berjudul "Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah" Sedangkan penelitian ini berjudul "Pengaruh Teknologi Dan Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha".

Perbedaan penelitian ini terletak pada:

1. **Variabel Penelitian,** Penelitian terdahulu pada tahun 2019 menggunakan 2 (dua) variabel bebas (Pinjaman Modal dan Teknologi) dan 1 (satu) variabel terikat (Perkembangan UMKM). Pada tahun 2015 3 (tiga) variabel bebas (Jaringan Usaha, Inovasi Prooduk dan Persaingan) dan 1 (satu) variabel terikat (Pengembangan Usaha) sedangkan penelitian ini diteliti pada tahun 2020 menggunakan 2 (dua) variabel bebas (Teknologi Dan Persaingan) dan 1 (satu) variabel terikat (Pengembangan Usaha).
2. **Waktu Penelitian,** Penelitian terdahulu ini dilakukan pada tahun 2019 dan 2015 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.
3. **Jumlah Observasi / Sampel,** Penelitian terdahulu menggunakan 85 responden sedangkan penelitian ini menggunakan 60 responden.
4. **Lokasi Penelitian,** Penelitian terdahulu ini dilakukan di Sentra Industri Keripik Pisang Jalan Pagar Alam,Segala Miderdan IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat sedangkan penelitian ini dilakukan di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara Di Kota Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

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

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Glos, Steade dan Lawry menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang masuk dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

Jadi kesimpulannya pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri, pengembangan usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.

b. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan usahanya dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti, 2009:4). Adapun strategi pengembangan usaha:

1. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha (Suryana, 2006:156). Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan *output* akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya, bila peningkatan *output* mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (*diseconomics of scale*), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila

produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan *output* menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (*economics of scope*). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya usaha akibat kenaikan *output*, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (*learning curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

2. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus (Suryana, 2006:156). Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha

memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau cukup, lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (*joint venture*), atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

c. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil menengah agar mampu berdaya saing tinggi harus dilihat dari kondisi usaha kecil menengah saat ini. Daya saing ditentukan oleh kemampuan SDM untuk memproduksi kualitas barang, harga, desain dan faktor lingkungan yang memberikan faktor kondusif agar usaha kecil menengah mampu bersaing secara ketat. Saingan atau kompetitor usaha kecil menengah di Provinsi Sumatera Utara menurut permasalahan di atas adalah maraknya produk-produk luar negeri seperti pakaian jadi baik yang baru maupun yang bekas, yang mendapat respon meningkat dari masyarakat karena kualitas, harga terjangkau dan desain yang disenangi. Untuk mengimbangi produk tersebut perlu ditingkatkan kemampuan usaha kecil menengah agar usaha kecil menengah dapat atau mampu memproduksi bahan-bahan yang dibutuhkan

tersebut. Karena persyaratan globalisasi adalah mutu, disain, efisiensi yang tinggi sehingga harga terjangkau masyarakat. Dengan demikian menurut Irfan Syauqi Beik (2016:132) faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha terdiri dari faktor internal dan eksternal, yaitu: (1) kemampuan diri untuk memproduksi kualitas barang, (2) total penjualan, (3) harga, (4) modal usaha, (5) desain, (6) kemampuan bersaing, (7) kemampuan memilih jenis usaha. Sedangkan faktor eksternal yang diduga mempengaruhi adalah (1) kran impor yang harus dibatasi, (2) harga bahan baku, (3) biaya transportasi, (4) jumlah pembeli, (5) ongkos produksi, (6) teknologi peralatan, (7) daerah pemasaran dan diversifikasi produk.

d. Indikator Pengembangan Usaha

Beberapa indikator dalam menentukan pengembangan usaha menurut Putri dkk (2016), sebagai berikut:

1. Motif merubah keadaan

Salah satu motivasi yang paling dibutuhkan pelaku usaha yaitu keinginannya untuk terus belajar serta menambah keterampilan.

2. Peluang untuk berkembang

Adanya peluang atau kesempatan untuk berkembang, diimbangi dengan kerja keras pelaku usaha mikro, kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha.

3. Tingkat kebutuhan pembinaan pihak luar

Tingkat kebutuhan pembinaan pihak luar dapat diketahui dengan cara sampai mana usaha tersebut berjalan, apakah merintis usaha baru, membeli perusahaan dari orang lain atau kerjasama manajemen.

Masing-masing memiliki tingkat kebutuhan pembinaan yang berbeda-beda, untuk merintis usaha baru perlu adanya kemampuan pemasaran, kemampuan finansial dan lain sebagainya.

2. Teknologi

a. Pengertian Teknologi

Teknologi adalah alat untuk mempermudah masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan. Pemanfaatan teknologi terhadap sumber daya menjadi lebih mudah dan efisien. Menjadikan teknologi semakin banyak dinikmati dan dimanfaatkan masyarakat. Salah satu teknologi yang berkembang di masyarakat adalah penggunaan internet. Perkembangan internet yang semakin pesat melahirkan berbagai inovasi, termasuk teknologi finansial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Penggunaan teknologi menjadikan layanan keuangan semakin mudah dan efisien. Penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantu kegiatan masyarakat dalam bertransaksi.

Kata teknologi berasal dari bahasa Yunani, *technologia*, *techne* yang berarti „keahlian“ dan *logika* yang berarti „pengetahuan“. Teknologi mengacu pada objek benda yang dipergunakan untuk memudahkan aktivitas manusia, seperti mesin, perkakas, atau perangkat keras.

Terkait dengan teknologi, Anglin mendefinisikan teknologi sebagai penerapan ilmu-ilmu perilaku dan alam serta pengetahuan lain secara sistematis dan sistematis untuk memecahkan masalah. Ahli lain, Kast &

Rosenweig menyatakan *Technology is the art of utilizing scientific knowledge*.

Miarso (2007) mengungkapkan bahwa teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada. Lebih lanjut disebutkan pula bahwa teknologi merupakan suatu bagian dari sebuah integral yang terdapat di dalam suatu sistem tertentu.

Menurut Miarso (2007: 62) teknologi adalah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem.

Menurut Ellul (2007: 131), teknologi adalah keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap bidang kegiatan manusia.

Berdasarkan definisi di atas, secara umum dapat diartikan bahwa teknologi adalah keseluruhan metode dan proses yang menggunakan atau menghasilkan suatu produk yang memiliki efisiensi dalam setiap bidang kegiatan manusia.

b. Macam dan Jenis Teknologi

Teknologi bagi kita merupakan pengetahuan terhadap alat dan kerajinan, dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kemampuan untuk mengontrol dan beradaptasi dengan lingkungan alamnya. Kita

menggunakan teknologi dimulai dengan konversi sumber daya alam menjadi peralatan sederhana.

Teknologi telah mempengaruhi masyarakat dan sekitarnya dalam beberapa cara. Dalam masyarakat, teknologi telah membantu mengembangkan ekonomi yang lebih maju (termasuk ekonomi global saat ini). Tetapi banyak proses – proses teknologi juga menghasilkan produk yang tidak diinginkan atau mengakibatkan sesuatu hal, contohnya polusi dan menguras sumber daya alam dengan merusak bumi dan lingkungannya.

Ada beberapa macam jenis teknologi diantara lain sebagai berikut:

1. Teknologi komunikasi
2. Teknologi Konstruksi
3. Teknologi Medis
4. Teknologi Informasi

c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Teknologi

Dalam teknologi ini, terdapat faktor - faktor yang mempengaruhi teknologi, menurut Douglas Chapman (2018) dari kegiatan dalam pendistribusian ini. Berikut adalah faktor – faktor yang mempengaruhi teknologi :

1. Kebutuhan Waktu
2. Kebutuhan Fasilitas yang Canggih
3. Kebutuhan Karena Usaha atau Bisnis
4. Kebutuhan Akan Tingginya Permintaan dan Penawaran
5. Kebutuhan Akan Hobi

6. Kebutuhan Akan Informasi

7. Kebutuhan Ilmu

d. Indikator Teknologi

Dengan menggunakan Teknologi dapat dengan cepat memecahkan masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.

Menurut Hapzi Ali dan Tonny Wangdra (2010:3), indikator yang ada adalah yang meliputi dari sub – bab sistem yang ada pada dimensinya adalah sebagai berikut:

1. Perangkat Keras (*Hardware*)

Hardware adalah perangkat dalam komputer yang berbentuk fisik seperti *processor, monitor, keyboard, dan printer*. *Hardware* berfungsi untuk menerima data/ informasi, memproses dan menampilkan informasi lama menjadi informasi baru yang berguna.

2. Perangkat Lunak (*Software*)

Perangkat lunak disebut juga *software* adalah sekumpulan data elektronik yang disimpan dan diatur oleh komputer, data elektronik yang disimpan oleh komputer itu dapat berupa program atau instruksi yang akan menjalankan suatu perintah.

3. Pangkalan Data (*Database*)

Database adalah kumpulan informasi yang disimpan di dalam komputer secara sistematis sehingga dapat diperiksa menggunakan suatu program komputer untuk memperoleh informasi dari basis data tersebut.

4. Perangkat Orang / Pengguna (*Brainware*)

Brainware adalah orang yang menggunakan atau mengoperasikan sebuah perangkat komputer. Dengan kata lain, *brainware* adalah seorang manusia yang memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer.

5. *Private Branch Exchanges* (PBX)

Private branch exchange adalah penyedia layanan telepon yang melayani pertukaran telepon dengan pusat di dalam suatu perusahaan, dan menjadi penghubung antara telepon dari publik ke telepon perusahaan atau jaringan telepon dari perusahaan ke anak perusahaan lainnya di area yang lebih luas atau untuk publik.

6. *Wide Area Network* (WAN) / Internet

Wide Area Network merupakan salah satu jaringan komputer dengan area cakupan yang sangat besar seperti jaringan komputer yang mencakup antar wilayah, antar kota bahkan dapat antar negara dengan definisi jaringan komputer yang dalam penggunaannya menggunakan *router* dan saluran komunikasi publik.

7. *Teleprocessing System*

Sistem *Teleprocessing* adalah salah satu sistem yang paling tua yang digunakan di arsitektur sistem basis data. Merupakan sistem yang tradisional. Pada sistem ini memperlihatkan satu *mainframe* (dalam konteks ini satu CPU) dengan banyak terminal. Itu berarti banyak *perangkat input-output* seperti *keyboard* dan monitor dihubungkan langsung ke CPU.

3. Persaingan

a. Pengertian Persaingan

Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro, 2006:86). Lingkungan industri atau lingkungan pesaing merupakan bagian dari lingkungan eksternal usaha. Menurut Kuncoro (2006:23) menjelaskan bahwa lingkungan eksternal adalah semua pola kondisi-kondisi eksternal dan pengaruh-pengaruh yang mempengaruhi kehidupan dan pengembangan usaha. Persaingan usaha atau bisnis menurut Marbun (2003) adalah usaha dari dua pihak / lebih perusahaan yang masing – masing giat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga / syarat yang paling menguntungkan. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Persaingan industri merupakan rivalitas antara dua atau lebih industri yang sejenis atau mirip untuk menyediakan produk, jasa, harga, produk, distribusi, dan promosi kepada pelanggan (Adnan et al., 2016:462). Intensitas persaingan industri tergantung pada jumlah pesaing di pasar yang sama, frekuensi perubahan teknologi dalam industri, frekuensi pengenalan produk baru, penurunan harga, persetujuan paket yang diberikan kepada pelanggan dari berbagai pesaing, dan perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah dan penurunan tarif (Chong and

Rundus, 2004:155). Persaingan industri juga terjadi pada biaya, ketergantungan sumber daya, praktek manajerial, hambatan masuk, dan penerapan teknologi (Du and Chen, 2010:1). Faktor-faktor lingkungan eksternal industri sebagai pemicu persaingan industri adalah: (1) Intensitas persaingan antar pemain yang ada pada saat ini, (2). Ancaman dari pendatang baru, (3). Kekuatan tawar-menawar dari pemasok, (4). Kekuatan tawar-menawar dari pembeli, dan (5). Ancaman dari produk pengganti (Huang and Lee, 2012:84).

Persaingan industri mempengaruhi kinerja bisnis, sehingga perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan untuk mempertahankan posisi bersaing (de Haan, 2015:44) menyatakan bahwa persaingan industri menurunkan *rate of return* yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dalam lingkungan persaingan industri yang sempurna (*perfectly competitive industry*). Dengan demikian, pelaku UKM berupaya untuk meningkatkan posisi bersaing agar lebih kompetitif dibandingkan dengan usaha pesaingnya. Dalam konteks demikian, pelaku UKM harus mengembangkan strategi bisnis yang jelas untuk mempertahankan posisi bersaing dalam lingkungan industri yang sangat kompetitif. Strategi bisnis menjabarkan pencapaian tujuan perusahaan berdasarkan evaluasi internal dan eksternal (Soltanizadeh et al., 2016:1016).

Mengetahui pesaing merupakan tugas yang sangat penting bagi seorang manajer pemasaran terutama untuk membandingkan produk, karya, saluran distribusi serta promosi yang dilakukan oleh pesaing

dekatnya (*substitutor*). Dengan cara demikian ia dapat menentukan perencanaan yang efektif serta menentukan bidang mana yang memiliki kelemahan dan keuntungan kompetitif.

Secara umum bisa dibedakan 4 tingkat persaingan:

a. Persaingan Merk

Barang substitusi yang ditawarkan oleh perusahaan / industri lain kepada pelanggan yang sama dengan harga yang hampir sama.

Misalnya: *Polypropylene* dengan *olifin*.

b. Persaingan Industri

Perusahaan / industri memandang perusahaan / industri lain yang menghasilkan / menawarkan produk yang sama sebagai pesaingnya.

Begitu pula halnya industri dalam negeri memandang industri luar negeri (barang impor) barang sejenis sebagai pesaing.

c. Persaingan Bentuk

Suatu perusahaan / industri memandang industri substitusi lainnya sebagai pesaing.

Misalnya: *Polypropylene* dengan industri lain yang menghasilkan produk yang sama dengan menggunakan baku lain misalnya: kayu, karet, besi, dsb.

d. Persaingan Umum

Perusahaan / industri memandang pesaingnya dengan wawasan yang lebih luas misalnya kecenderungan masyarakat untuk tidak menggunakan minuman dalam botol plastik (seperti aqua) sehingga

produksi botol plastik berkurang dan seterusnya permintaan terhadap *Polypropylene* menurun.

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan

Menurut *Porter's Five Forces* (2020)., Faktor yang mempengaruhi persaingan adalah sebagai berikut:

1. Ancaman dari pendatang baru (*threat of new entrant*). Pendatang baru dapat membahayakan perusahaan-perusahaan yang telah ada, karena menghasilkan kapasitas produksi tambahan, dimana kapasitas tambahan ini akan menekan agar biaya bagi pembeli rendah, yang mengakibatkan turunnya penjualan dan laba bagi perusahaan yang ada dalam industri tersebut. Seringkali pendatang baru memiliki sumber daya dalam jumlah besar dan memiliki kemauan yang kuat untuk memperoleh pangsa pasar
2. Ancaman dari produk pengganti (*threat of substitute products*). Apabila harga yang ditawarkan produk pengganti tersebut akan lebih murah/rendah dan mutu serta kemampuan kinerja produk pengganti tersebut sama atau melebihi dari produk sebelumnya.
3. Kekuatan tawar-menawar dari pemasok (*bargaining power of suppliers*). Pemasok merupakan ancaman serius bagi perusahaan-perusahaan, jika berintegrasi ke depan ke arah industri pembeli. Misalnya, produsen pakaian yang memilih untuk membuka toko pakaian sendiri, sehingga menjadi ancaman bagi toko pakaian yang lain, terutama bagi toko yang dulu membeli pakaian dari produsen tersebut.

4. Kekuatan tawar-menawar dari pembeli (*bargaining power of buyers*), dimana pembeli lebih suka membeli produk dengan harga serendah mungkin. Hal ini mengakibatkan industri dapat memperoleh pengembalian (laba) serendah mungkin. Pembeli akan menuntut kualitas yang lebih tinggi, pelayanan yang lebih baik serta harga yang murah, dimana hal ini mendorong persaingan antar perusahaan dalam suatu industri.
5. Persaingan kompetitif di antara anggota industri (*rivalry among competitive firms*), dimana perusahaan bersaing secara aktif satu dengan lainnya untuk mencapai daya saing strategis dan laba yang tinggi. Pencapaian hal-hal tersebut, menuntut keberhasilan yang relatif terhadap para pesaing, dengan demikian persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan tersebut distimulasi pada saat satu atau lebih perusahaan merasakan tekanan persaingan atau apabila mereka mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan posisi pasar mereka. Karena perusahaan-perusahaan dalam industri bergantung satu sama lain, tindakan satu perusahaan seringkali mengundang reaksi dari pesaingnya.

c. Indikator Persaingan

Dengan adanya peningkatan peringkat daya saing Indonesia, ini menunjukkan peningkatan kepercayaan dunia usaha terhadap upaya Pemerintah dalam memperbaiki infrastruktur dan iklim usaha di Kota Medan. Selain itu kenaikan peringkat ini diharapkan akan mendorong masuknya investasi asing ke Kota Medan.

Adapula indikator utama pembentuk daya saing menurut Santoso (2009):

1. Lingkungan usaha produktif

Lingkungan usaha adalah sesuatu yang ada lingkungan para pengusaha yang dapat mempegaruhi dirinya dalam menjalankan usaha seperti temperatur, kelembapan, ventilasi, penerangan, kegaduhan, kebersihan tempat kerja dan memadai tidaknya alat – alat perlengkapan kerja.

2. Perekonomian daerah

Pertumbuhan ekonomi suatu daerah berhubungan dengan permintaan barang dan jasa dari luar daerah. Pertumbuhan industri-industri yang menggunakan sumber daya lokal dengan orientasi ekspor akan menghasilkan kekayaan daerah dan menciptakan peluang kerja. Dalam teori ini dijelaskan bahwa Perekonomian daerah dibagi 2:

- (a) Sektor basis : sektor perekonomian yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan daerah sendiri dan kebutuhan daerah lain maupun ekspor.

- (b) Sektor *non* basis : sektor perekon omian yang hanya dapat digunakan untuk memenuhi daerah sendiri.

3. Ketenagakerjaan dan sumber daya manusia

Ketenagakerjaan adalah tenaga kerja yang bekerja di dalam maupun di luar suatu hubungan kerja dengan alat produksi utama sebagai proses produksi tenaga kerja itu sendiri, baik tenaga fisik maupun pikiran. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah individu

produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.

4. Infrastruktur, sumber daya alam dan lingkungan

Infrastruktur berarti wujud modal publik atau public capital sebagai bentuk investasi pemerintah dalam bentuk segala jenis fasilitas umum seperti jalan umum, sistem saluran pembuangan umum, jembatan untuk kebutuhan publik, dan sebagainya. Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kehidupan hidup manusia. Sumber Daya Alam dibedakan menjadi 2, yaitu sumber daya alam yang dapat diperbarui dan sumber daya alam tidak dapat diperbarui. Sumber daya alam yang dapat diperbarui contohnya adalah Air, Tumbuh - tumbuhan, Hewan. Sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui contohnya adalah batu bara, minyak bumi, gas alam. Lingkungan adalah sesuatu yang sangat dekat dengan kehidupan berdasarkan interaksi alam dengan masyarakat.

5. Perbankan dan lembaga keuangan

Perbankan dan lembaga keuangan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan

ataubentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

B. Penelitian Sebelumnya

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

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

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel X	Variabel Y	Model Analisis	Hasil Penelitian
1	Aan Novianto (2017)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)	Analisis strategi pengembangan bisnis	Pengembangan bisnis	penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis dengan menggunakan diagram SWOT didapatkan posisi industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar berada pada sel I yang

						berarti pada posisi agresif, dan strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi pertumbuhan (Growth Oriented Strategy).
2	Ika Apriwiyanti (2019)	Pengaruh Pinjaman Modal dan Teknologi Terhadap Perkembangan UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Bandar Lampung	Pengaruh Pinjaman Modal dan Teknologi	Perkembangan UMKM	Analisis data menggunakan penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) dan menggunakan metode Kuantitatif	Pada pembahasan berikut dijelaskan deskripsi data yang telah diperoleh dalam penelitian. Data hasil penelitian diperoleh dari kuesioner yang telah dipersiapkan oleh peneliti. Responden dalam penelitian ini berjumlah 32 industri keripik pisang jalan Pagar Alam, Segala Mider. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pinjaman modal dan teknologi sangat berpengaruh

						h dalam perkembangan UMKM
3	Citra Lestari, Nawaziru I Lubis, Widayanto (2015)	Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk dan Persaingan Usaha	Perkembangan Usaha	Analisis data menggunakan analisis regresi linear.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah. Peneliti menyarankan agar IKM senantiasa meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk membangun jaringan usaha yang semakin luas, meningkatkan inovasi produk serta meningkatkan daya saing sehingga IKM dapat terus berkembang

						di tengah arus persaingan.
4.	Irpah Rambe (2018)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi	Analisis Strategi Pengembangan Usaha	Pengembangan Usaha	Analisis data menggunakan analisis kualitatif deskriptif dan analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan atau growth oriented strategy, strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.
5.	Laurensius Satria Adhi Prasetyo	Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dan Bersaing Secara Global	Inovasi dan Bersaing Secara Global	Pengembangan Usaha	Penelitian ini menggunakan analisis taksonomi yang diperoleh dari hasil wawancara	Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa dalam pengembangan UMKM dan bersaing secara global, pengrajin batik tulis di Desa Tancep dan Desa Djarum berinovasi dalam hal desain, kualitas,

						warna, bahan baku, proses produksi, pengembangan produk, konsumen dan saluran distribusi.
--	--	--	--	--	--	---

Sumber: Penulis (2020)

C. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran (Sugiyono, 2010:60) menunjukkan dan menjelaskan secara terperinci hubungan antara setiap variabel yang akan diteliti oleh karena itu, untuk menyusun hipotesis diperlukan kerangka pemikiran. Hal ini untuk memudahkan pembaca dalam memahami masalah judul penelitian, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Hubungan Teknologi (X1) dengan Pengembangan Usaha (Y)

Para pelaku usaha pasti memiliki produk tertentu untuk di tawarkan kepada para konsumen, pada dasarnya seseorang membeli produk bukan hanya sekedar ia ingin membeli produk tetapi, para konsumen membeli barang karena barang tersebut dipergunakan sebagai alat memuaskan kebutuhan dan keinginan, dengan produk yang memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas terhadap produk tersebut.

Buchari Alma (2013:139) produk adalah seperangkat atribut baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang didalamnya termasuk masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya oleh karena itu, produk yang di beli konsumen memiliki kualitas yang baik dan memiliki manfaat yang

sangat bagus, tahan lama dan tidak mudah rusak maka konsumen akan merasa terpuaskan dengan produk yang mereka beli.

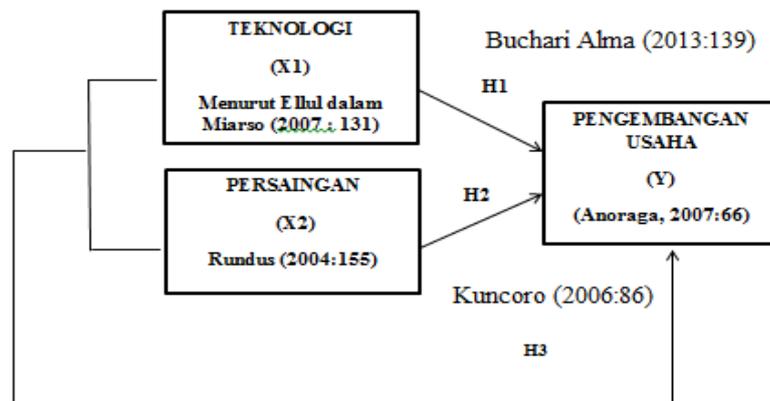
Teknologi sangat penting dalam pengembangan usaha dikarenakan dengan adanya teknologi, seperti sosial media dan berbagai macam *marketplace* sangat memudahkan para pelaku usaha dalam mengembangkan usaha dan memasarkan produk mereka.

2) Hubungan Persaingan (X2) dengan Pengembangan Usaha (Y)

Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro, 2006:86).

Persaingan sangat penting dalam mengembangkan usaha dikarenakan dengan adanya persaingan para pelaku usaha bisa lebih berinovasi dalam hal pembuatan produk yang akan dipasarkan ke konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis membuat kerangka pemikir



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber. Diolah penulis 2020

D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2008:93), menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Yang dikatakan sementara disini karena jawaban yang di berikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui data atau kuisisioner.

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

1. Teknologi berpengaruh secara parsial terhadap Pengembangan Usaha pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
2. Persaingan berpengaruh secara parsial terhadap Pengembangan Usaha pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
3. Teknologi dan Persaingan berpengaruh secara simultan terhadap Pengembangan Usaha pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif Sugiyono (2013:207) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

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

Table 3.1. Jadwal Proses Penelitian

No	Aktivitas	Rencana							
		September (2019)	Oktober (2019)	November (2019)	Desember (2019)	Januari (2020)	Febuari (2020)	Maret (2020)	April (2020)
1.	Pengajuan Judul								
2.	Penyusunan Proposal								
3.	Seminar Proposal								
4.	Perbaikan Acc Proposal								
5.	Pengolahan Data								
6.	Penyusunan Skripsi								
7.	Bimbingan Skripsi								
8.	Meja Hijau								

Sumber: Penulis (2020)

C. Populasi Dan Sampel

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

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2013:389). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua pelaku usaha kecil menengah yang berjumlah 60 pelaku UKM berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh tersebut Sugiyono (2011:81). Pengukuran sampel adalah suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang di ambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Hal ini yang harus diperhatikan bahwa sampel yang di pilih dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Penelitian ini penulis menggunakan metode sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel Sugiyono (2002: 61 - 63). Sehingga sampel yang harus

diambil berjumlah 60 pelaku UKM di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

D. Jenis Dan Sumber Data

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

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap suatu besaran atas variabel yang diwakilinya. Menurut Sugiyono (2015:23) Adalah data yang berbentuk data angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif ini berupa kuisioner yang akan diberikan ke para pelaku usaha kecil menengah yang sudah lama berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang akan dijadikan sebagai responden dan yang bersedia mengisi kuisioner atau lewat data perusahaan.

2. Sumber Data

Sumber data yang dalam penelitian di bedakan menjadi 2, yaitu data primer dan data sekunder Sugiyono (2009:225) maka, ditetapkan bahwa penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2012:139) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisioner ke para pelaku usaha kecil menengah yang sudah lama berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang bersedia menjadi responden untuk mengisi kuisioner.

b) Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2012:141) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini adalah daftar pelaku usaha kecil menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang diperoleh dari staff bagian Pemasaran.

E. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

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

1. Variabel Penelitian

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

2. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut (Sugiyono 2012:61) adalah suatu atribut, sifat, nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, definisi operasional dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Deskripsi	Skala Ukur
Teknologi (X1)	Teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada. Lebih lanjut disebutkan pula bahwa teknologi merupakan suatu bagian dari sebuah integral yang terdapat di dalam suatu sistem tertentu. Miarso (2007)	1. Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) 2. Perangkat Lunak (<i>Software</i>) 3. Pangkalan Data (<i>Database</i>) 4. Perangkat Orang / Pengguna (<i>Brainware</i>) 5. <i>Private Branch Exchanges</i> (PBX) 6. <i>Wide Area Network</i> (WAN) / Internet 7. <i>Teleprocessing System</i> Hapzi Ali dan Tonny Wangdra (2010:3)	1. Perangkat dalam komputer yang berbentuk fisik seperti processor, monitor, keyboard, dan printer. 2. Sekumpulan data elektronik yang disimpan dan diatur oleh komputer 3. Kumpulan informasi yang disimpan di dalam komputer secara sistematis sehingga dapat diperiksa menggunakan suatu program komputer untuk memperoleh informasi dari basis data 4. Orang yang menggunakan atau mengoperasikan sebuah perangkat komputer. 5. Penyedia layanan telepon yang melayani pertukaran telepon dengan pusat di dalam suatu	Skala likert

			<p>perusahaan</p> <p>6. Jaringan komputer dengan area cakupan yang sangat besar seperti jaringan komputer yang mencakup antar wilayah, antar kota bahkan dapat antar negara</p> <p>7. Sistem yang paling tua yang digunakan di arsitektur sistem basis data.</p> <p>Hapzi Ali dan Tonny Wangdra (2010:3)</p>	
Persaingan (X2)	<p>Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang dibutuhkan.</p> <p>(Kuncoro, 2006:86).</p>	<p>Adapula indikator utama pembentuk daya saing :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan usaha produktif 2. Perekonomian daerah 3. Ketenagakerjaan dan sumberdaya manusia 4. Infrastruktur, sumberdaya alam dan lingkungan 5. Perbankan dan lembaga keuangan <p>Santoso (2009)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. lingkungan para pengusaha yang dapat memengaruhi dirinya dalam menjalankan usaha seperti temperatur, kelembapan, ventilasi, penerangan, kegaduhan, kebersihan tempat kerja dan memadai tidaknya alat – alat perlengkapan kerja. 2. Pertumbuhan ekonomi suatu daerah berhubungan dengan permintaan barang dan jasa dari luar daerah. 3. tenaga kerja yang bekerja di dalam maupun di luar suatu hubungan kerja dengan alat produksi utama 	Skala <i>Likert</i>

			<p>sebagai proses produksi tenaga kerja itu sendiri, baik tenaga fisik maupun pikiran.</p> <p>4. Segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kehidupan hidup manusia.</p> <p>5. Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.</p> <p>Santoso (2009)</p>	
Pengembangan Usaha (Y)	<p>Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas</p> <p>(Anoraga, 2007:66).</p>	<p>Beberapa indikator dalam menentukan pengembangan usaha sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Motif merubah keadaan 2. Peluang untuk berkembang 3. Tingkat kebutuhan pembinaan pihak luar <p>Putri Dkk (2016)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi yang paling dibutuhkan pelaku usaha yaitu keinginannya untuk terus belajar serta menambah keterampilan. 2. kesempatan untuk berkembang, diimbangi dengan kerja keras pelaku 	Skala Likert

			<p>UMKM untuk mengembangk an usahanya.</p> <p>3. Masing-masing memiliki tingkat kebutuhan pembinaan yang berbeda-beda, untuk merintis usaha baru perlu adanya kemampuan pemasaran, kemampuan finansial dan lain sebagainya.</p> <p>Putri Dkk (2016)</p>	
--	--	--	---	--

Sumber: Penulis (2020)

F. Teknik Pengumpulan Data

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

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Angket (*Quisioner*)

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada konsumen yang akan di jadikan responden untuk di jawab Sugiyono (2011:199-203).

2. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian Riyanto (2010:96).

3. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang memberikan pertanyaan langsung ke responden yang nantinya jawaban-jawaban responden dicatat dan direkam (Hasan, 2002: 85).

G. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:206) teknik analisa data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber dari data lain yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang di gunakan. Instrument yang dikatakan *valid* adalah yang menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut *valid* atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Sugiyono (2009:172).

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

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

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrument yang dilakukan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama sehingga instrument penelitian tersebut telah dianggap benar dalam penelitian ini untuk menentukan kuisisioner *reliabel* jika *alpha cronbach* di atas 0,6 dan apabila tidak *reliabel* jika sama dengan atau di bawah 0,6 Sugiyono (2016:173).

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

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

3. Uji Asumsi Klasik

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

a. Uji normalitas

Menurut Ghozali (2012:160), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

1) Uji Histogram Normal Curve

Normalitas data apabila di lihat dari cara ini, maka dapat ditentukan berdasarkan bentuk gambar kurva. Data yang dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang

cenderung imbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna.

2) Uji *P-Plot*

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

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

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

Uji ini di lakukan untuk mengetahui data normal atau tidak, maka dapat di lihat dari profitabilitasnya. Data yang dikatakan normal jika nilai *kolmograf smirnov* adalah *Asymp Sing (2 Tailed) > 0,05*.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012:105), Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah model yang

memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 .

c. Uji Heterokedastisitas

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

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

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

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang berguna untuk mengetahui koefisien–

koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat digunakan untuk menjawab hipotesis. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Di mana :

Y = Pengembangan Usaha

X1 = Teknologi

X2 = Persaingan

a = Konstanta

b = Koefisien Berganda

e = Error Term

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Hipotesis Parsial)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individual) terhadap variabel terikat Ghozali(2013:98). Bentuk pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

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

Kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah :

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

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

b. Uji F (Hipotesis Parsial)

Uji F digunakan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama–sama terhadap variabel terikat Ghozali (2013:98).

Bentuk pengujian dalam penelitian ini adalah:

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

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

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

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

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

6. Koefisien Determinasi

Cara mengetahui korelasi berganda dan besarnya hubungan berpikir formal terhadap hasil belajar sejarah dapat dilihat dari nilai korelasi atau koefisien determinansi (R^2). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keandalan model atau pemilihan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Berikut rumus koefisien determinasi : $D = r_{xy}^2 \times 100\%$ Narimawati (2010).

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

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

a. Sejarah Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara

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

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

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

Adapun Pengelolaan PLUT-KUMKM memiliki 7 layanan minimum, meliputi:

1. Konsultasi Bisnis KUMKM

Tersedianya konsultan bisnis yang memiliki standar kompetensi untuk memberikan bimbingan bisnis kepada KUMKM untuk berkonsultasi. Fungsi konsultan adalah untuk mencari jalan keluar dari persolan yang dihadapi KUMKM. Para konsultan bisnis ini telah memiliki standar kompetensi dalam memberikan nasihat bisnis dalam hal masalah SDM, manajemen usaha, kualitas produk, HAKI, kerjasama usaha dan pemanfaatan teknologi informasi. Pemberian layanan konsultasi terkait dengan peningkatan kinerja dan daya saing usaha KUMKM, antara lain:

Manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, hak kekayaan intelektual (HAKI), kemitraan usaha, pemanfaatan teknologi informasi.

2. Pendampingan atau Mentoring Bisnis

Menyediakan mentor bisnis yang khusus memberikan pendampingan secara regular khususnya untuk KUMKM yang ingin naik kelas dan membenahi masalah-masalah usaha yang mereka hadapi. Fungsi mentor bisnis adalah untuk pengembangan bisnis KUMKM supaya bisa naik kelas secara konsisten.

3. Fasilitasi Akses Pembiayaan.

PLUT memiliki akses ke seluruh jenis pembiayaan untuk KUMKM baik kepada lembaga perbankan, modal ventura, dana

PKBL BUMN, pendanaan di dinas – dinas terkait. Fungsi ini dijalankan oleh konsultan bisnis yang telah memiliki akses dan mampu menyambungkan KUMKM dengan sumber-sumber pembiayaan tersebut.

4. Pemasaran dan Promosi.

PLUT menyelenggarakan promosi produk-produk unggulan yang dapat dikunjungi oleh para pembeli atau pihak calon *buyer* dari luar negeri. Produk-produk unggulan tersebut dipromosikan secara gratis di PLUT sehingga sarana promosi PLUT menjadi etalase produk-produk unggulan dari seluruh daerah di Provinsi bersangkutan. Bentuk pelayanan yang diberikan adalah seperti: memfasilitasi akses promosi dan pemasaran, membuat *Gallery* produk KUMKM, promosi dalam *event* pameran, promosi media luar ruang (*Spanduk, Banner, Leaflet, Booklet*), kerjasama dengan instansi/lembaga promosi dan pemasaran produk (LLP KUMKM, Kemendag, Kementerian Perindustrian), kerjasama kemitraan dengan pengusaha ritel Nasional (*Carrefour, Alfamart, Giant, Indomaret, dll*).

5. Pelatihan Bisnis.

PLUT menyelenggarakan dua jenis pelatihan. **Pertama**, pelatihan untuk calon wirausaha untuk pembuatan produk - produk tertentu dengan maksud menciptakan kesempatan kerjasama bisnis antara pelatih dengan peserta. *Trainer* adalah pengusaha yang sudah sukses di bidangnya, sedangkan peserta adalah calon-calon

pengusaha yang ingin memasuki bidang usaha bersangkutan. **Kedua**, pelatihan *skill managerial* tertentu untuk mendukung pengembangan bisnis peserta misalnya pelatihan untuk *internet marketing*, akuntansi untuk KUMKM, pelatihan *Standard Operating Procedure (SOP)*, pelatihan perpajakan dan sebagainya. *Trainer* pelatihan ini adalah seorang *professional* atau praktisi yang sudah berpengalaman di bidang-bidang tersebut. Dua jenis pelatihan ini dilakukan secara terjadwal berdasarkan analisa kebutuhan KUMKM setempat dan diselenggarakan secara gratis.

6. Networking.

PLUT menyediakan sarana *networking* untuk KUMKM yaitu secara reguler mengundang pengusaha besar atau pengusaha menengah yang sukses untuk memberikan *sharing* pengalaman bagaimana mereka mengembangkan bisnisnya. Pesertanya adalah para KUMKM yang ingin belajar dan terus bertumbuh. Pembicara yang diundang adalah pengusaha sukses dengan beragam latar belakang seperti pertanian, perikanan, industri pengolahan, jasa keuangan, dan sebagainya. Mereka diminta *sharing* tentang bisnisnya, *mind set*-nya pengalaman menghadapi permasalahan-permasalahan dan solusi-solusi dalam menghadapi masalah bisnis.

7. Layanan Pustaka Entrepreneur.

PLUT akan menyediakan bahan-bahan perpustakaan yang khusus berisi buku-buku bisnis, jurnal dan majalah bisnis. Bahan-

bahan pustaka tersebut dapat dimanfaatkan untuk mencari referensi bagi KUMKM dalam mengembangkan bisnisnya.

b. Visi dan Misi PLUT KUMKM Sumatera Utara

1) Visi PLUT KUMKM Sumatera Utara

Terbangunnya pusat layanan yang mengintegrasikan seluruh potensi dan sumber daya produktif bagi pengembangan usaha KUMKM.

2) Misi PLUT KUMKM Sumatera Utara

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

c. Tujuan PLUT KUMKM Sumatera Utara

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

d. Sasaran PLUT KUMKM Sumatera Utara

1. Meningkatnya kualitas kerja Koperasi dan UMKM.
2. Meningkatnya kompetensi SDM Koperasi dan UMKM.
3. Meningkatnya produktivitas potensi unggulan daerah yang dikembangkan oleh Koperasi dan UKM.
4. Meningkatnya akses pembiayaan Koperasi dan UMKM melalui lembaga Keuangan Bank dan Non Bank.
5. Meningkatnya jaringan usaha dan kemitraan Koperasi dan UKM.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini terkumpul data primer yang diambil dari 60 orang responden untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap teknologi, persaingan dan pengembangan pada Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara. Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, pendapatan, status kepemilikan tempat usaha, jumlah pekerja, asal informasi awal membuka usaha, lama berdagang di PLUT KUMKM Sumatera Utara, produk yang dijual, modal, pernah mengikuti *event* di luar PLUT KUMKM Sumatera Utara, berapa kali mengikuti *event* di luar PLUT KUMKM Sumatera Utara.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Frequency Tabel 4.1

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	31	51.7	51.7	51.7
	Wanita	29	48.3	48.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu yang menjadi responden adalah berjenis kelamin pria dan wanita, yaitu pria sebanyak 31 orang atau sebesar 51.7% dan wanita sebanyak 29 orang atau sebesar 48.3% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil menengah di PLUT KUMKM Sumatera Utara mayoritas pria sebanyak 31 orang atau sebesar 51.7%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Frequency Tabel 4.2

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 Tahun	14	23.3	23.3	23.3
	15 - 20 Tahun	12	20.0	20.0	43.3
	21 - 30 Tahun	25	41.7	41.7	85.0
	31 - 40 Tahun	8	13.3	13.3	98.3
	41 - 50 Tahun	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berusia 21 - 30 tahun, yaitu sebanyak 25 orang atau sebesar 41.7% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mayoritas generasi milenial.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Frequency Tabel 4.3
Status Perkawinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lajang	33	55.0	55.0	55.0
	Kawin	25	41.7	41.7	96.7
	Janda / Duda	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden status perkawinannya lajang yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 55.0% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mayoritas anak milenial yang masih lajang.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Frequency Tabel 4.4
Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 5.000.000	15	25.0	25.0	25.0
	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	21	35.0	35.0	60.0
	Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000	8	13.3	13.3	73.3
	Rp. 15.000.000 - Rp. 20.000.000	10	16.7	16.7	90.0
	> Rp. 20.000.000	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan pendapatan Rp. 5.000.000 – Rp.

10.000.000 yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 35.0% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku UKM di PLUT KUMKM Sumatera Utara pendapatannya sudah lebih baik

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pekerja

Frequency Tabel 4.5
Jumlah Pekerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Ada	20	33.3	33.3	33.3
	1 - 2 Orang	19	31.7	31.7	65.0
	3 - 4 Orang	4	6.7	6.7	71.7
	5 - 6 Orang	1	1.7	1.7	73.3
	> 6 Orang	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan jumlah pekerja yang dimiliki tidak ada yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 33.3% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara tidak memiliki pekerja, mereka mempersiapkan semuanya sendiri.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Tempat Usaha

Frequency Tabel 4.6
Status Kepemilikan Tempat Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usaha Sendiri	24	40.0	40.0	40.0
	Usaha Sewa	15	25.0	25.0	65.0
	Usaha Orang Tua	3	5.0	5.0	70.0
	Usaha Teman	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan status kepemilikan tempat usaha yang dimiliki usaha sendiri yaitu sebanyak 24 orang atau sebesar 40.0% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mayoritasnya membuka usaha sendiri.

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Informasi Membuka Usaha

Frequency Tabel 4.7
Asal Informasi Awal Membuka Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keluarga	15	25.0	25.0	25.0
	Teman	11	18.3	18.3	43.3
	Media Online	7	11.7	11.7	55.0
	Media Elektronik	14	23.3	23.3	78.3
	Media Cetak	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan asal informasi awal membuka usaha dari keluarga yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 25.0% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara membuka usaha disitu berdasarkan informasi dari keluarga.

- h. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdagang Di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara

Frequency Tabel 4.8
Lama Berdagang di Pusat Layanan Unit Terpadu KUMKM Sumatera Utara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Tahun	26	43.3	43.3	43.3
	2 - 3 Tahun	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan Lama berdagang di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara selama 2 – 3 tahun yaitu sebanyak 34 orang atau sebesar 56.7% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara sudah lama berdagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

- i. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang di Jual di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara

Frequency Tabel 4.9
Produk Yang dijual Di pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baju	14	23.3	23.3	23.3
	Sepatu	10	16.7	16.7	40.0
	Ulos	15	25.0	25.0	65.0
	Cemilan	3	5.0	5.0	70.0
	Aksesoris	7	11.7	11.7	81.7
	Tas	10	16.7	16.7	98.3
	Lainnya	1	1.7	1.7	100.0

Total	60	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan produk yang dijual di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara itu Ulos yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 25.0% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mayoritas penjual Ulos.

j. Karakteristik Responden Berdasarkan Modal

Frequency Tabel 4.10

Modal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 10.000.000	28	46.7	46.7	46.7
Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000	32	53.3	53.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan modal yang dikeluarkan sebesar Rp. 10.000.000 – Rp. 20.000.000 yaitu sebanyak 32 orang atau sebesar 53.3% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mengeluarkan modal yang cukup besar untuk membuka usaha.

- k. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengikuti *Event* Diluar Pekan Raya Sumatera Utara

Frequency Tabel 4.11
Apakah Anda Pernah Mengikuti Event diluar Pekan Raya Sumatera Utara ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah	29	48.3	48.3	48.3
	Tidak Pernah	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan pernah mengikuti *event* diluar PRSU dan jawaban responden tidak pernah yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 51.7% dari total responden hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara tidak pernah mengikuti *event* di luar Pekan Raya Sumatera Utara (PRSU).

- l. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Mengikuti *Event* dalam setahun

Frequency Tabel 4.12
Berapa Kali Ikut Event Dalam Setahun ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	25	41.7	41.7	41.7
	1 - 2 Kali	21	35.0	35.0	76.7
	3 - 4 Kali	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa mayoritas usaha pedagang di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara yang menjadi responden berdasarkan berapa kali ikut *event* dalam setahun

dan jawaban responden 0 yaitu sebanyak 25 orang atau sebesar 41.7% dari total responden hal ini menunjukkan pelaku usaha di Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara dalam setahun itu tidak ada mengikuti *event*.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penyebaran angket, masing-masing butir pernyataan dari setiap variabel harus diisi oleh responden yang berjumlah 60 orang. Adapun jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh akan ditampilkan pada tabel-tabel berikut:

a. Variabel X1 (Teknologi)

Tabel 4.13 Pernyataan Responden atas Variabel Teknologi (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara menggunakan komputer untuk menginput data penjualan	-	-	-	-	15	45	60
2	Komputer adalah alat multifungsi yang digunakan oleh pelaku UKM untuk memasarkan produk	-	-	-	-	16	44	60
3	Pelaku UKM telah membuktikan bahwa Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara menggunakan perangkat lunak seperti Windows dan <i>Microsoft Office</i> untuk mengumpulkan data penjualan	-	-	-	-	20	40	60
4	Perangkat Lunak adalah alat pendukung dari perangkat keras yang digunakan oleh pusat	-	-	-	-	29	31	60

	layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara untuk sebagai sistem penginputan data							
5	Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mengumpulkan data dari pelaku UKM menggunakan pangkalan data (Database)	-	-	19	24	3	14	60
6	<i>Database</i> adalah alat untuk mengolah data, baik data pengeluaran maupun pemasukan yang digunakan oleh para pelaku UKM	-	32	-	-	17	11	60
7	Pelaku UKM membuat <i>Official Account / Marketplace</i> sendiri untuk memasarkan produk mereka	-	8	9	12	10	21	60
8	Para Pelaku UKM menggunakan nama pengguna agar lebih mudah mempromosikan <i>official account</i> mereka	-	16	6	7	8	23	60
9	Pelaku UKM Menggunakan PBX sebagai alat penghubung untuk melakukan panggilan melalui internet kesesama pelaku UKM lainnya	-	-	8	21	17	14	60
10	Pelaku UKM menggunakan internet untuk mengakses berbagai macam media online untuk mengembangkan usaha	-	-	-	-	14	46	60
11	Pelaku UKM menggunakan <i>teleprocessing system</i> sebagai alat untuk mempermudah perpindahan data yang dibutuhkan	-	-	-	22	4	34	60
Total		0	56	42	86	135	323	660
Rata-rata			5.0	3.8	2	12.2	29,3	60
Rata positif/negative		2.9			23.9			

Diolah : Penulis 2020

Dari Tabel 4.13 diatas merupakan jawaban responden atas variabel Teknologi (X1) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 23,9 responden dan dominan dijawab setuju dengan rata-rata 29,3 responden hal ini menunjukkan bahwa teknologi merupakan salah satu faktor keberhasilan sebuah usaha dalam menjalankan usahanya dimana teknologi yang memiliki fungsi yang bagus dan *flexible* dengan berbagai macam fitur didalamnya dapat mempermudah pelaku UKM memasarkan produknya.

b. Variabel X2 (Persaingan)

Tabel 4.14 Pernyataan Responden atas Variabel Persaingan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Komunikasi terjalin dengan baik antar sesama pelaku UKM atau pelaku UKM dengan konsumen	-	-	-	27	14	19	60
2	Para Pelaku UKM bebas berkreasi menciptakan dekorasi dan tata ruang senyaman mungkin di pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera	1	-	-	14	18	27	60
3	Adanya <i>Support</i> Positif dari para pelaku UKM	-	-	10	13	12	25	60
4	Meski berbeda jenis usaha Visi dan Misi para pelaku UKM di pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara Sama	-	-	-	13	19	28	60
5	Dengan Adanya pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara para pelaku usaha kecil sekarang tetap mampu bersaing dipasar perdagangan besar lainnya	-	-	10	13	12	25	60

6	Dengan adanya pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara perekonomian daerah semakin membaik	-	-	-	27	14	19	60
7	Selain karyawan para pelaku UKM juga membutuhkan teknologi untuk memasarkan produk	-	-	10	14	11	25	60
8	Para pelaku UKM di pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara membangun tenaga kerja aktif dengan sesama pelaku usaha	-	-	-	17	28	15	60
9	Para pelaku UKM sangat peka terhadap lingkungan sekitar	-	-	8	14	12	26	60
10	Pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara mudah dicapai oleh para pelanggan	-	-	10	13	12	25	60
11	Didalam persaingan pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara memiliki banyak sumber daya	-	-	-	27	15	18	60
Total		1	0	48	152	140	209	660
Rata-rata		0,09		4,3	13,8	12,7	19	60
Rata positif/negatif		1,5			45,5			

Diolah : Penulis 2020

Dari Tabel 4.14 diatas merupakan jawaban responden atas variabel Persaingan (X2) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 45,5 responden dan dominan dijawab setuju dengan rata-rata 19 responden hal ini menunjukkan bahwa persaingan di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara mendapatkan respon yang baik dikalangan pelaku usaha sehingga diharapkan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Medan agar meningkatkan persaingan

dalam berdagang dan mengikuti riset pasar yang telah dilakukan sehingga produk-produk yang ada dapat bersaing dengan pelaku usaha kecil menengah lainnya yang ada di Kota Medan.

c. Variabel Y (Pengembangan Usaha)

Tabel 4.15 Pernyataan Responden atas Variabel Pengembangan Usaha(Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Dengan adanya pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara para pelaku UKM jadi lebih mudah memasarkan produk	-	-	-	4	45	11	60
2	Perekonomian Kota Medan sangat baik dengan adanya para pelaku UKM	-	-	7	14	16	23	60
3	pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara salah satu peluang yang cukup bagus untuk mengembangkan usaha	-	-	-	12	17	31	60
4	Event yang sering di adakan oleh pelaku UKM adalah peluang yang baik untuk mengembangkan usaha	-	-	-	2	47	11	60
5	Pelaku UKM yang mendaftarkan usahanya di pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara dibina dengan sangat baik	-	-	-	10	21	29	60
6	Pelaku UKM sangat butuh pembinaan dari pihak luar seperti binaan dari pusat layanan usaha terpadu KUMKM Sumatera Utara	-	-	7	15	13	25	60
Total		0	0	14	57	159	130	360
Rata-rata				2.3	9.5	26.5	21.6	60

Rata positif/negative	0,7	45,5	
-----------------------	-----	------	--

Diolah : Penulis 2020

Dari Tabel 4.15 diatas merupakan jawaban responden atas variabel Pengembangan Usaha (Y) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 45,5 responden dan dominan dijawab setuju dengan rata-rata 26,5 hasil dari jawaban responden ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha yang dilakukan pelaku usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara dapat berkembang dengan baik.

4. Pengujian Validitas dan Reabilitas

a. Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2016), “Untuk mendapatkan kualitas hasil penelitian yang bermutu dan baik sudah semestinya rangkaian penelitian harus dilakukan dengan baik. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang *valid* dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas setiap pertanyaan lebih besar ($>$) 0,30 maka butir pertanyaan dianggap *valid*”.

Tabel 4.16
Uji Validitas Variabel X1 (Teknologi)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan X1.1	33.67	19.955	.382	.593
Pernyataan X1.2	33.68	19.847	.400	.591
Pernyataan X1.3	33.75	19.479	.460	.581
Pernyataan X1.5	35.22	15.800	.506	.523
Pernyataan X1.6	35.83	14.277	.330	.597
Pernyataan X1.7	34.97	15.728	.334	.580
Pernyataan X1.8	35.15	14.638	.327	.594

Pernyataan X1.10	33.65	20.096	.355	.597
------------------	-------	--------	------	------

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Dari tabel 4.16 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel teknologi dapat dinyatakan *valid* (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.17
Uji Validitas X2 (Persaingan)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan X2.1	39.25	41.411	.477	.898
Pernyataan X2.2	38.97	42.643	.311	.910
Pernyataan X2.3	39.25	34.597	.866	.867
Pernyataan X2.5	39.25	34.597	.866	.867
Pernyataan X2.6	39.25	41.411	.477	.898
Pernyataan X2.7	39.27	34.775	.845	.869
Pernyataan X2.9	39.18	36.390	.746	.878
Pernyataan X2.10	39.25	35.072	.825	.871
Pernyataan X2.11	39.27	41.453	.482	.897

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Dari tabel 4.17 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 9 (sembilan) butir pertanyaan pada variabel persaingan dapat dinyatakan *valid* (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.18
Uji Validitas Variabel Y (Pengembangan Usaha)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan Y.2	15.57	3.877	.640	.597
Pernyataan Y.3	15.17	5.362	.442	.716
Pernyataan Y.5	15.17	5.565	.421	.727
Pernyataan Y.6	15.55	3.845	.623	.610

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Dari tabel 4.18 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 4 (empat) butir pertanyaan pada variabel pengembangan usaha dapat dinyatakan *valid* (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

b. Pengujian Reabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket *reliabel* atau tidak dengan menggunakan *alpha cronbach*. Angket dikatakan *reliabel* jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60.

Reliabilitas dari pertanyaan angket yang telah diajukan penulis kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel *Reliability Statistics* yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.19
Uji Reabilitas Variabel X1 (Teknologi)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	8

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Dari tabel 4.19 di atas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,615 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 8 butir pernyataan pada variabel teknologi adalah *reliabel* atau dikatakan handal.

Tabel 4.20
Uji Reabilitas X2 (Persaingan)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	9

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Dari tabel 4.20 di atas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,897 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 9 butir pernyataan pada variabel persaingan adalah *reliabel* atau dikatakan handal.

Tabel 4.21
Uji Reabilitas Y (Pengembangan Usaha)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	4

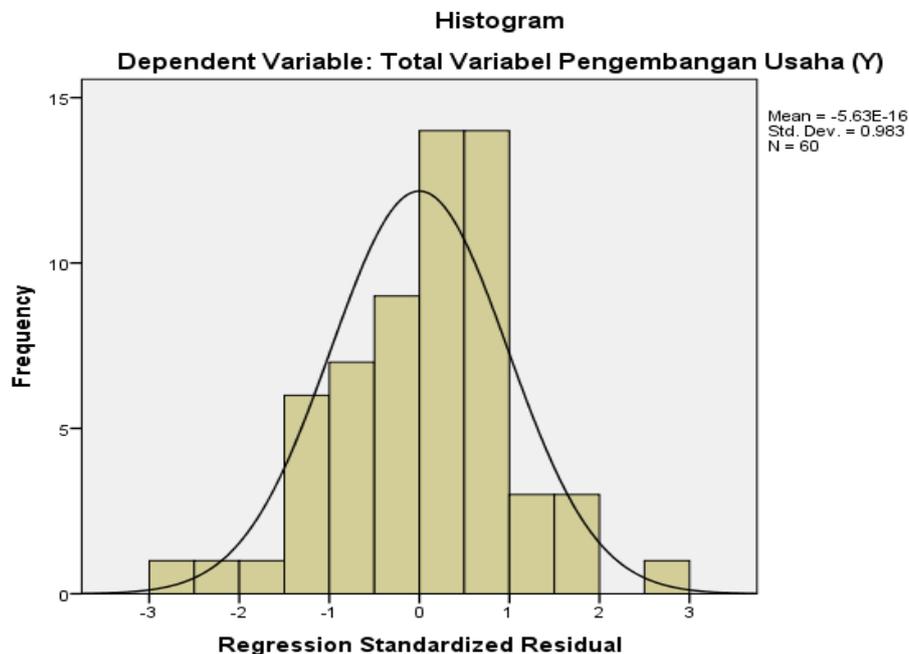
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Dari tabel 4.21 di atas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,733 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 4 butir pernyataan pada variabel pengembangan usaha adalah *reliabel* atau dikatakan handal.

5. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik distribusi data normal atau mendekati normal.

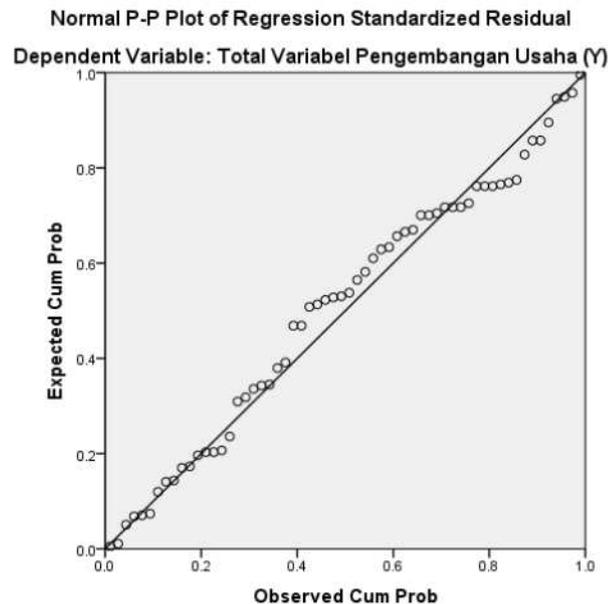


Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas, hasil pengujian normalitas data diketahui bahwa data telah berdistribusi secara normal, dimana

gambar histogram memiliki garis membentuk lonceng dan memiliki kecembungan seimbang ditengah.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Gambar 4.2 PP Plot Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas, kemudian untuk hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal.

Untuk lebih memastikan apakah data disepanjang garis diagonal tersebut berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji Kolmogorov Smirnov (1 Sample KS) yakni dengan melihat data residualnya apakah distribusi normal atau tidak. Jika nilai Asym.sig (2-tailed) > taraf nyata ($\alpha = 0.05$) maka data residual berdistribusi normal.

Tabel 4.22
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31052116
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.088
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Pada tabel 4.22 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data tersebut, besar nilai signifikansi *kolmogrov Smirnov* sebesar 0,200 maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 ($p = 0,200 > 0,05$).

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai – nilai observasi data telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila

nilai *tolerance value* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas dari hasil angket yang telah didistribusikan kepada responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.23
Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total Variabel Teknologi (X1)	.995	1.005
	Total Variabel Persaingan (X2)	.995	1.005

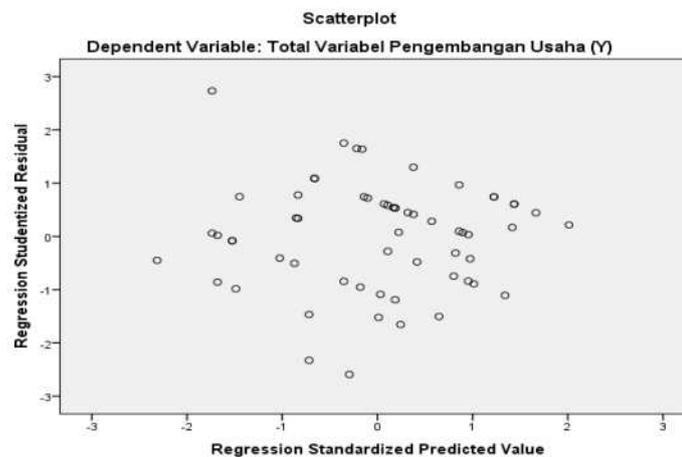
a. Dependent Variable: Total Variabel Pengembangan Usaha (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas dapat dilihat bahwa angka *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 antara lain adalah teknologi $1,005 < 10$ dan persaingan $1,005 < 10$, serta nilai *Tolerance* teknologi $0,995 > 0,10$ dan persaingan $0,995 > 0,10$ sehingga terbebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedasitas.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 di atas, gambar *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar diatas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

6. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)

a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Cara yang digunakan adalah dengan melihat *level of significant* ($=0,05$). Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 4.24
Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.011	2	67.006	12.126	.000 ^b
	Residual	314.972	57	5.526		
	Total	448.983	59			

a. Dependent Variable: Total Variabel Pengembangan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Total Variabel Persaingan (X2), Total Variabel Teknologi (X1)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.24 di atas dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 12.126 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,15 yang dapat dilihat pada $\alpha = 0,05$ (lihat lampiran tabel F). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini teknologi dan dan persaingan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha. Maka hipotesis sebelumnya adalah Terima H_a atau hipotesis diterima.

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji Parsial (t) menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individual menerangkan variasi pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4.25
Uji Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.474	3.157		3.318	.002
	Total Variabel Teknologi (X1)	.319	.066	.537	4.832	.000
	Total Variabel Persaingan (X2)	-.058	.045	-.145	-1.301	.198

a. Dependent Variable: Total Variabel Pengembangan Usaha (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat dilihat bahwa Thitung pada teknologi sebesar 4.832 sedangkan Ttabel sebesar 2,002 dan Thitung pada persaingan sebesar -1.301 sedangkan Ttabel sebesar 2,002 yang dapat dilihat pada $\alpha=0,05$ (lihat lampiran tabel T). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini, teknologi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pengembangan usaha sedangkan persaingan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap pengembangan usaha, maka hipotesisnya adalah H_a (diterima) dan H_0 (ditolak).

Persamaan dari hasil penelitian ini: $y = 10.474 + 0.319 X_1 - 0.058 X_2$

c. Koefisien Deteminasi

Analisis koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.26
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	.298	.274	2.351

a. Predictors: (Constant), Total Variabel Persaingan (X2), Total Variabel Teknologi (X1)

b. Dependent Variabel : Pengembangan Usaha (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 24.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,274 atau 27.4% artinya variabel independen teknologi dan persaingan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen pengembangan usaha sebesar 27.4% sedangkan sisanya $100\% - 27.4\% =$

72,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak masuk dalam model penelitian.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Teknologi Terhadap Pengembangan Usaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 4.832 > t_{tabel} 2,002$ dan signifikan $0,001 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan teknologi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengembangan usaha.

Teknologi sangat penting dalam pengembangan usaha dikarenakan dengan adanya teknologi, seperti sosial media dan berbagai macam *marketplace* sangat memudahkan para pelaku usaha dalam mengembangkan usaha dan memasarkan produk mereka. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini bahwa teknologi di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara sangat berpengaruh dalam pengembangan usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil menengah.

2. Pengaruh Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} -1.301 > t_{tabel} 2,002$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan persaingan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap pengembangan usaha.

Persaingan sangat penting dalam mengembangkan usaha dikarenakan dengan adanya persaingan para pelaku usaha kecil menengah bisa lebih berinovasi dalam hal pembuatan produk yang akan dipasarkan ke konsumen. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini bahwa persaingan

di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara tidak berpengaruh dalam pengembangan usaha para pelaku usaha kecil menengah.

3. Pengaruh Teknologi dan Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha

Hasil menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 12.126 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,15 yang dapat dilihat pada $\alpha = 0,05$ (lihat lampiran tabel F). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini teknologi dan persaingan.

Teknologi dan persaingan sangat penting dalam pengembangan usaha dikarenakan dengan adanya teknologi dan persaingan dapat memicu semangat para pelaku usaha kecil menengah dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini bahwa teknologi dan persaingan sangat berpengaruh terhadap para pelaku usaha kecil menengah dalam mengembangkan usaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Pelaku Usaha Kecil Menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
2. Persaingan secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pengembangan Usaha Pelaku Usaha Kecil Menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.
3. Teknologi dan Persaingan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Pelaku Usaha Kecil Menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara.

B. Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, penulis memberikan saran kepada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Disarankan agar para pelaku usaha kecil menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara harus memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi untuk mengembangkan usahanya karena teknologi merupakan alat multifungsi yang bisa digunakan untuk memasarkan produk yang dijual, hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya teknologi para pelaku usaha kecil menengah tidak perlu

menawarkan barang kesana – kemari lagi cukup *share* foto / video di media sosial pelanggan sendiri yang akan datang membeli produk yang di jual.

2. Disarankan agar pelaku usaha kecil menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara harus kreatif dalam bersaing untuk mengembangkan usahanya karena di era modern ini persaingan semakin ketat dan karena sedikitnya lowongan pekerjaan membuat para *fresh graduate* lebih memilih untuk membuka usaha sendiri dan membangun usaha sendiri dengan berbagai macam ide kreatif yang mereka punya hal ini menunjukkan bahwa persaingan adalah pemicu semangat para pelaku usaha kecil menengah dalam mengembangkan usaha.
3. Disarankan agar pelaku usaha kecil menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara harus meningkatkan pengawasan dan tanggung jawab agar usaha dapat berkembang, pengawasan dapat dilakukan menggunakan teknologi CCTV dan *smartphone* yang kini sudah semakin canggih yang bisa merekam keadaan di tempat kita usaha walaupun kita tidak sedang ada di tempat tersebut dan tanggung jawab tetap bisa dijalankan dengan baik, hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya teknologi dan persaingan yang bisa mengembangkan usaha, pengawasan serta tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil menengah dapat mengembangkan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiman, S. (2018). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Modal Intelektual Pada Laporan Tahunan Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 7(2), 23-34.
- Alisyahbana, Iskandar. 1980. *Teknologi dan Perkembangan*. Yayasan Idayu: Jakarta
- Anoraga Pandji, 2007. *Pengantar bisnis. Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta
- Ardian, N. (2019). Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Unpab. *Jepa*, 4(2), 119-132.
- Aspan, H. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Cara Jitu Memilih Perusahaan*, Isbn 9786028892088, Pustaka Bangsa Press, Jakarta.
- Aspan, H. (2017). *Aspek Hukum Dalam Bisnis: Tinjauan Atas Masalah Perlindungan Hukum Pemegang Saham Minoritas Dan Masalah Penggabungan Perusahaan (Merger)*. Isbn 9786022692362, Halaman Moeka, Jakarta.
- Aspan, H., E.S. Wahyuni, S. Effendy, S. Bahri, M.F. Rambe, Dan F.B. Saksono. (2019). "The Moderating Effect Of Personality On Organizational Citizenship Behavior: The Case Of University Lecturers". *International Journal Of Recent Technology And Engineering (Ijrte)*, Volume 8 No. 2s, Pp. 412-416.
- Bowersox, Donald J., M Bixby Cooper, Douglas M. Lambert, Donald A. Taylor, *Management in Marketing Channel*, 1992:82.
- de Haan, H.H., 2015. Competitive advantage, what does it really mean in the context of public higher education institutions? *International Journal of Educational Management*, 29(1), pp.44–61.
- Du, J. and Chen, M., 2010. Market Competition Measurements and Firms' R and D Responses to Market Competition Pressure. , pp.1–25.
- Hapzi Ali dan Tonny Wangdra. 2010. *Technopreneurship dlaam Perspektif Bisnis Online*. Jambi: Baduose Media.
- Hastu Prabatmodjo. (1996). *Pengembangan Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Menghadapi Integrasi Ekonomi Global*. *Jurnal Analisis Sosial*, Edisi 2, Februari 1996 : 39-50.

- Hidayat, R. (2018). Kemampuan Panel Auto Regressiv Distributed Lag Dalam Memprediksi Fluktuasi Saham Property And Real Estate Indonesia. *Jepa*, 3(2), 133-149.
- Huang, H.-I. and Lee, C.-F., 2012. Strategic management for competitive advantage: a case study of higher technical and vocational education in Taiwan. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 34(6), pp.611–628. International. New Jersey.
- Indrawan, M. I., & Se, M. (2015). Pengaruh Promosi Jabatan Dan Mutasi Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pt. Bank Mandiri (Persero) Cabang Ahmad Yani Medan. *Jurnal Ilmiah Integritas*, 1(3).
- Indrawan, M. I. (2019). Pengaruh Etika Kerja, Pengalaman Kerja Dan Budaya Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Kecamatan Binjai Selatan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 10(2), 1851-1857.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2009. *Principles of Marketing*. Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kellr, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Prentice Hall Interantional Inc. New Jersey.
- Kuncoro Mudrajat . (2007). *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Malikhah, I. (2019). Pengaruh Mutu Pelayanan, Pemahaman Sistem Operasional Prosedur Dan Sarana Pendukung Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi. *Jumant*, 11(1), 67-80.
- Metts, G.A., 2007. Measuring the effectiveness of managerial action in SMEs. *Management Research News*, 30(12), pp.892–914.
- Miarso, Yusufhadi. 2007. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Nasution, A. P. (2018). Implementasi Anggaran Berbasis Kinerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pemerintah Daerah Dilingkungan Kecamatan Datuk Bandar Tanjung Balai. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 8(2), 15-25.
- Nasution, A. P. (2019). Implementasi E–Budgeting Sebagai Upaya Peningkatan Tranparansi Dan Akuntabilitas Pemerintah Daerah Kota Binjai. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 9(2), 1-13.
- Porter, M.E. 1980, *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Macmillan Publishing Company, New York
- Porter, M.E. 1993, *Keunggulan Bersaing*, cetakan kedua, terjemahan, Dharma, A., Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Porter, M.E., 1980. *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and companies*, New York: *The Free Press*.

- Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rusiadi, R. (2018). Pedoman Sentra Jurnal Online. Jeka, 3(1), 1-10.
- Setiawan, N. (2018). Peranan Persaingan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Resistensi Terhadap Transformasi Organisasional). *Jumant*, 6(1), 57-63.
- Soltanizadeh, S., Rasid, S.Z.A., Golshan, N. M., and Ismail, W.K.W., 2016. Business strategy, enterprise risk management and organizational performance. *Management Research Review*, 39(9), pp.1016–1033.
- Suryana, (2006). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Waruwu, A. A. (2018). Pengaruh Kepemimpinan, Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Kepada Kinerja Pegawai Sekretariat Dprd Provinsi Sumatera Utara. *Jumant*, 10(2), 1-14.