

PENGARUH BEBERAPA FAKTOR TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DITINJAU DARI UNIT USAHA, PENYERAPAN TENAGA KERJA DAN HASIL PRODUKSI TAHUN 2012-2013 DI WILAYAH KABUPATEN MAGETAN

Lilieek Nur Sulistiyowati.¹⁾

¹⁾Dosen Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Iswara Madiun

Abstract

The general objective of this research is to descriptive of the influence factors of motivation, interest, innovation strategy on the development of Small and Medium Enterprises in specifically of business units, absorption of manpower, and production results in 2012-2013 in Magetan Regency either individually or collectively. As for the purpose Of specifically to analyse the influence of motivation, interest, innovation strategy on the development of Small and Medium Enterprises collectively, specifically of business units, absorption of manpower, and production results in 2012-2013 in Magetan Regency. Analysis method using a kanonikal by first testing normality test, liniertitas test, and kolonieritas as the basic assumptions of the analysis kanonikal. Results of the study it was concluded that there are influences of motivation, interest, and innovative strategy for the development of Small and Medium Enterprises together specifically of business units, absorption of manpower, and production results. Although individually only variables of motivation and interest in contributing significantly to business units, absorption of manpower, and production results, whereas the variable innovation strategy has no influence of significant.

Keyword: *motivation, interest, innovation strategy, business units, absorption of manpower, the result of production.*

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Sektor usaha kecil menengah (UKM) menjadi prioritas utama dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia, karena terbukti tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi. Sehubungan dengan ini Mudradjad Kuncoro menyatakan bahwa UKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor (Bisnis Indonesia, 2008). Senada dengan itu, Rahajeng dalam Mega Pos menulis bahwa UKM memiliki daya survival yang tinggi karena usaha kecil di

Indonesia tidak terlalu terkait dengan kredit perbankan, hal ini tentunya dikarenakan pihak perbankan belum leluasa memberikan pinjaman modal karena persyaratan yang cukup ketat. Utang usaha kelompok kecil ini relatif lebih kecil dibandingkan dengan kelompok usaha besar. data menyebutkan kredit macet dari jenis usaha ini tidak lebih dari 0,5% sedangkan kredit macet usaha besar mencapai 70% dari seluruh total utangnya. Pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia, sekitar 64% usaha kecil bahkan hampir 1% lainnya mengalami pertumbuhan positif dengan 31% saja mengurangi kegiatan usahanya dan hanya 4% yang terpaksa menghentikan usahanya (Mega Pos, 2014).

Jika dilihat pertumbuhannya, UKM di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat. Pertumbuhan UKM tersebut tentunya akan membawa ke dalam suatu persaingan bisnis yang kompleks di mana seluruh industri/usaha dapat bersaing. Perkembangan jenis usaha ini harus terus ditingkatkan mengingat sektor ini mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi daerah. Dalam upaya peningkatan pembangunan suatu daerah akan selalu diikuti/sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyatnya. Sehingga arah pembangunan ekonomi adalah mengusahakan agar pendapatan masyarakatnya naik dengan tingkat pemerataan sebaik mungkin (Rahajeng dalam Mega Pos, 2014). Jadi bisa dinyatakan bahwa pemberdayaan UKM menjadi sangat penting dan strategis, disamping karena potensinya yang besar dalam menggerakkan ekonomi masyarakat juga menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

Hal yang perlu dicatat adalah bahwa pengembangan UKM bukan sekedar masalah bantuan operasional atau fasilitas, namun pengembangan tersebut harus bersifat strategis dan mempunyai dampak jangka panjang (Sholeh, 2008). Selain itu, UKM merupakan kumpulan perusahaan, yang bersifat heterogen dalam ukuran dan sifat, sehingga apabila dipergunakan secara bersama, akan mempunyai partisipasi langsung dan tidak langsung yang signifikan dalam produksi nasional, penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja (Kuwayama, 2001). Selanjutnya menurut Ayyagari *et al* (2003) bahwa suatu perusahaan dapat dikategorikan sebagai UKM harus dilihat dari indikator: 1) jumlah karyawan; 2) total aset; 3) tingkat investasi & penjualan;

dan 4) kapasitas produksi. Sehubungan ini Kuwayama (2001) menulis bahwa yang disebut UKM adalah perusahaan yang memiliki karyawan yang kurang dari 500 orang. Sementara menurut Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (No. 589/MPP/KEP/10/1999) bahwa UKM memiliki karakteristik: 1) Industri kecil adalah suatu kegiatan usaha yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp. 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan 2) Industri menengah adalah usaha industri dengan nilai investasi perusahaan sampai dengan Rp. 1.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Di samping keunggulan-keunggulannya UKM tidak lepas dari berbagai macam persoalan-persoalan yang harus dihadapinya. Termasuk UKM di Kabupaten Magetan yang terdiri dari 45 jenis kerajinan rakyat baik yang formal maupun non formal yang tersebar di seluruh wilayah kecamatan di Kabupaten Magetan. Menurut Rahajeng dalam Mega Pos bahwa permasalahan yang seringkali menjadi penghambat usaha kecil, koperasi dan sektor informal lainnya adalah sulitnya melaksanakan pengembangan diri yang berdampak terhadap akses usaha dalam memperoleh bantuan atau kredit dari perbankan. Sebagai salah satu alternatif untuk mengurangi atau mempersempit terjadinya kesenjangan sosial dan masalah-masalah tersebut, maka dilakukan pengembangan kemitraan usaha antara pengusaha besar (kuat) dengan pengusaha kecil (lemah) (Mega Pos, 2014). Lebih jauh dikemukakan bahwa struktur permodalan yang bersumber dari kredit perbankan, baik berupa kredit modal kerja, maupun kredit investasi, menjadi sangat penting bagi perkembangan suatu usaha. Namun, bila penyaluran kredit perbankan terus

menurun, bukan tidak mungkin bila usaha untuk mendorong pertumbuhan ekonomi akan terhambat. Pinjaman untuk modal kerja akan memiliki manfaat yang besar bagi UKM dalam mengembangkan usahanya misalnya untuk pembelian barang-barang modal (aktiva tetap produktif) seperti mesin dan alat produksi, alat bantu produksi, dan lain sebagainya yang dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk UKM. Dengan demikian semakin besar kredit modal kerja yang diberikan, maka kinerja UKM akan semakin tumbuh dan berkembang dengan baik, karena UKM mampu memperluas pasar, melakukan promosi sehingga penjualan semakin meningkat (Mega Pos, 2014). Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah motivasi, minat, dan strategi inovasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap perkembangan UKM khususnya pada bidang unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi.

Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang pengaruh faktor motivasi, minat, dan strategi inovasi terhadap perkembangan UKM khususnya bidang unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi tahun 2012-2013 di wilayah Kabupaten Magetan baik secara individual maupun secara bersama-sama. Adapun tujuan khususnya untuk menganalisis pengaruh motivasi, minat, dan strategi inovasi secara bersama-sama terhadap perkembangan UKM khususnya pada bidang unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi tahun 2012-2013 di wilayah Kabupaten Magetan.

Kajian Pustaka

Motivasi

Motivasi adalah tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang yang mengejar suatu tujuan dan berkaitan dengan kepuasan kerja dan *performance* pekerjaan (Gomes, 2002:43). Menurut Handoko (2003), motivasi merupakan suatu keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Sementara itu Mangkunegara (2002:76) memberikan pengertian motivasi sebagai suatu kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja. Demikian pula oleh As'ad (2005:132) motivasi diberi arti sebagai suatu dorongan atau tenaga yang merupakan jiwa dan jasmani untuk mencapai tujuan, sehingga motivasi merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku, dan didalam pembuatannya itu mempunyai tujuan tertentu. Selanjutnya, Gibson *et.al* (2003:211) menyatakan bahwa motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku. Lebih lanjut dinyatakan bahwa motivasi merupakan proses yang tidak dapat diamati, tetapi bisa ditafsirkan melalui tindakan individu yang bertingkah laku, sehingga motivasi merupakan konstruksi jiwa. Kedudukan motivasi sejajar dengan isi jiwa sebagai cipta (kognisi), karsa (konasi), dan rasa (emosi) yang merupakan tridaya. Apabila cipta, karsa dan rasa yang melekat pada diri seseorang dikombinasikan terhadap motivasi, dapat menjadi catur daya atau empat dorongan kekuatan yang dapat mengarahkan individu mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan.

Jadi yang dimaksud motivasi disini adalah dorongan yang tumbuh dalam diri seseorang, baik yang berasal dari dalam dan luar dirinya

untuk melakukan suatu kegiatan dengan semangat tinggi menggunakan semua kemampuan dan ketrampilan yang dimilikinya.

Keseluruhan proses usaha dalam lingkup kewirausahaan, khususnya usaha kecil menengah, proses produksi menjadi kegiatan paling pokok, dalam arti berhasil tidaknya usaha tersebut bergantung pada produk yang dihasilkan. Meskipun tidak menafikkan adanya kegiatan seperti pemasaran dan kegiatan lainnya. Salah satu faktor yang mempengaruhinya diantaranya adalah adanya motivasi dan sasaran yang ingin dicapai. Seperti telah diketahui bahwa pada umumnya setiap kegiatan individu mencerminkan usaha individu untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini adalah agar usaha menjadi sukses sebagaimana diharapkan. Jadi motivasi menjadi faktor pendorong tingkah laku, sehingga bisa dinyatakan bahwa tidak ada tingkah laku tanpa adanya motivasi. Setiap tingkah laku individu selalu didasari motivasi, sehingga pengusaha berusaha secara terus-menerus, untuk memelihara dan mempertinggi kemampuannya dalam upaya mencapai tujuan bisnis/usaha (Purwanto, 2000;70). Jadi motif mampu mendorong manusia untuk berbuat/bertindak. Selain itu motif itu berfungsi sebagai penggerak yang memberikan energi (kekuatan) kepada seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis, semisal wirausaha di berbagai bidang kerajinan maupun industri lainnya. Sehubungan dengan ini Syaodih (2003:108) menulis bahwa peranan motif terhadap tingkah laku adalah sebagai pembangkit dimana dapat membangkitkan atau mempertinggi intensitas suatu kegiatan.

Motivasi berprestasi merupakan salah satu motif yang dipelajari, karena motif berprestasi bukan merupakan bawaan dari lahir melainkan hasil interaksi individu dengan lingkungan sosialnya.

Sehubungan dengan ini Clelland dalam Hasibuan (2003:69) menyatakan bahwa motivasi berprestasi merupakan suatu nilai sosial yang menekankan pada dorongan-dorongan untuk memperoleh suatu hasil dengan sebaik-baiknya agar tercapai kesempurnaan pribadi. Dalam teori Clelland yang dikenal tentang teori kebutuhan untuk mencapai prestasi atau *Need for Achievement* (N.Ach) menyatakan bahwa motivasi berbeda-beda, sesuai dengan kekuatan kebutuhan seseorang akan prestasi. Sementara Murray dalam Winardi (2002) berpendapat bahwa kebutuhan akan prestasi tersebut sebagai keinginan melaksanakan sesuatu tugas atau pekerjaan yang sulit. Menguasai, memanipulasi, atau mengorganisasi obyek-obyek fisik, manusia, atau ide-ide melaksanakan hal-hal tersebut secepat mungkin dan diupayakan bersifat independen, sesuai kondisi yang berlaku. Mengatasi kendala-kendala, mencapai standar tinggi. Mencapai performa puncak untuk diri sendiri. Mampu menang dalam persaingan dengan pihak lain. Meningkatkan kemampuan diri melalui penerapan bakat secara berhasil. Karakteristik orang yang berprestasi tinggi (*high achievers*) menurut McClelland dalam Hasibuan (2003) memiliki tiga ciri umum yaitu: (a) sebuah preferensi untuk mengerjakan tugas-tugas dengan derajat kesulitan moderat; (a) menyukai situasi-situasi di mana kinerja mereka timbul karena upaya-upaya mereka sendiri, dan bukan karena faktor-faktor lain, seperti kemujuran misalnya; dan (c) menginginkan umpan balik tentang keberhasilan dan kegagalan mereka, dibandingkan dengan mereka yang berprestasi rendah.

Untuk mengukur motivasi, menurut Luthan dalam Winardi (2003) dapat memakai indikator diantaranya: (a) durasi kegiatan; (b) frekuensi kegiatan; (c) persistensi pada

kegiatan; (d) ketabahan, keuletan dan kemampuan dalam menghadapi rintangan dan kesulitan; (e) devosi dan pengorbanan untuk mencapai tujuan; (f) tingkat aspirasi yang hendak dicapai dengan kegiatan yang dilakukan; (g) tingkat kualifikasi prestasi atau produk (*out put*) yang dicapai dari kegiatan yang dilakukan; (h) arah sikap terhadap sasaran kegiatan.

Minat

Minat merupakan suatu sifat yang relatif menetap pada diri seseorang, sehingga minat besar sekali pengaruhnya terhadap aktivitas manusia termasuk kegiatan dalam dunia usaha. Menurut Karl dalam Enco (2004:24) bahwa minat (*interest*) berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *interese* yang berarti *to be between* (ada diantara), *to make difference* (membuat perbedaan), *to concern* (mengendalikan), dan *to be of value* (berharga). Lebih lanjut bahwa minat adalah : *something between which secure some disired goal, or is mean to an end which of value to the individual because of is driving force usefulness, pleasure, or general social and vocational significance*. Jadi minat merupakan sesuatu yang memperkuat tujuan atau maksud yang berharga bagi individu karena atas dorongannya, kegunaannya, kesenangannya, atau kepentingan sosial dan pekerjaannya. Sementara itu Semiawan (2002:120) menulis bahwa minat merupakan suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarah pada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya dan minat dapat menimbulkan kesiapan berbuat bila ada situasi yang sesuai dengan keadaan tersebut. Minat mengandung aspek konatif, kognitif, dan afektif. Selanjutnya Winkel (2003:30) mengartikan minat sebagai kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa

senang berkecimpung dalam bidang-bidang itu. Jadi bisa dinyatakan bahwa minat adalah kecenderungan individu yang agak menetap untuk merasa tertarik, menyenangkan pada suatu bidang, objek atau kegiatan sehingga dapat meningkatkan aktifitasnya, dalam hal ini aktivitas dalam dunia usaha.

Menurut Sukmadinata (2003:06) minat terbentuk karena faktor kematangan dan pengalaman belajar, sedangkan pengalaman sebagai hasil interaksi dengan lingkungan lebih besar pengaruhnya terhadap pembentukan minat daripada pembawaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Fraiser dalam Heryati (2008:24) yang menyatakan bahwa minat lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan. Lebih jauh dinyatakan bahwa terbentuknya minat sebagai berikut: *Interest are product of both learning and maturation* yaitu minat merupakan hasil dari belajar dan kematangan. Sejalan dengan perubahan pada kehidupan individu, dapat terjadi perubahan minat baik berupa perubahan jumlah apa yang diminati, pergantian penguatan minat, bahkan timbulnya minat baru.

Strategi Inovasi

Inovasi pada dasarnya merupakan suatu karya kreatifitas yang bertumpu pada produk yang sebelumnya telah ada kemudian diberi nilai tambah sehingga seakan menjadi suatu produk baru. Menurut Soleh (2008:320) ditulis bahwa inovasi pada intinya adalah aktivitas konseptualisasi, serta ide menyelesaikan masalah dengan membawa nilai ekonomis bagi perusahaan dan nilai sosial bagi masyarakat. Sementara menurut Damanpour (2001:83) yang dimaksud inovasi adalah sebuah pengenalan peralatan, sistem, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau sistem administrasi yang baru, atau program perencanaan baru yang untuk

diadopsi sebuah organisasi. Jadi yang dimaksud strategi inovasi adalah berkaitan dengan respon strategi perusahaan dalam mengadopsi inovasi (Soleh, 2008:33). Lebih lanjut dalam karyanya Soleh mengutip pendapat Freeman yang mengemukakan 6 penggolongan tipologi strategi inovasi yaitu: *offensive innovation strategy, defensive, imitative, dependent, traditional, dan opportunist strategy*. Penggolongan ini berdasarkan pada kecepatan dan waktu masuk dari perusahaan menuju area teknologi yang baru.

Menggunakan strategi inovatif suatu perusahaan akan menghasilkan produk inovatif. Untuk menghasilkan produk inovatif menurut Kotler (2007:186) ada beberapa cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan, diantaranya adalah:

- a. Mengembangkan atribut produk baru:
 - 1) Adaptasi (gagasan lain atau pengembangan produk).
 - 2) Modifikasi (mengubah warna, gerakan, suara, bau, bentuk dan rupa).
 - 3) Memperbesar (lebih kuat, lebih panjang, lebih besar).
 - 4) Memperkecil (lebih ramping, lebih ringan, lebih kecil).
 - 5) Substitusi (bahan lain, proses, sumber tenaga).
 - 6) Penataan kembali (pola lain, tata letak lain, komponen).
 - 7) Membalik (luar menjadi dalam).
 - 8) Kombinasi (mencampur, meramu, asortasi, rakitan, unit gabungan, kegunaan, daya pikat, dan gagasan).
- b. Mengembangkan beragam tingkat mutu.
- c. Mengembangkan model dan ukuran produk (profilisasi produk).

Unit Usaha

Unit usaha adalah merupakan bentuk-bentuk usaha sesuai bidang masing-masing yang dilaksanakan oleh masyarakat pelaku usaha. Berbagai macam bidang usaha

adalah yang kemudian dinyatakan sebagai kelompok usaha kecil menengah (UKM). Adapun klasifikasi UKM masih sangat rancu karena standar ukuran bermacam-macam. Secara umum yang dimaksud UKM adalah jenis usaha kecil yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 yang disebut usaha kecil adalah segala kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Selanjutnya menurut Badan Pusat Statistik, UKM adalah perusahaan atau industri yang memiliki pekerja antara 5-19 orang. Sementara menurut Bank Indonesia, UKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik; 1) modalnya kurang dari Rp 20.000.000; 2) untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5.000.000; 3) memiliki aset maksimum Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan; 4) dan omzet tahunan lebih kecil dari Rp 1 miliar.

Kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:

- a. Mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha.
- b. Mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah).
- c. Milik Warga Negara Indonesia.
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.

- e. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Jadi unit usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh jenis usaha industri kecil yang beroperasi dan berkembang di wilayah Kabupaten Magetan, baik yang berada dibawah binaan dinas UMKM Kabupaten maupun yang mandiri.

Penyerapan Tenaga Kerja

Menurut UU Nomor 25 tahun 1997 tentang ketenagakerjaan bahwa yang dimaksud tenaga kerja adalah setiap orang laki-laki maupun wanita yang sedang dalam atau akan melakukan pekerjaan, baik luar maupun dalam hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sementara menurut Sumarsono (2003:54), Tenaga kerja atau *manpower* terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja (*labor force*) terdiri dari; 1) golongan yang bekerja dan 2) golongan yang menganggur dan mencari pekerjaan. Kelompok bukan angkatan kerja terdiri dari 1) golongan yang bersekolah, 2) golongan yang mengurus rumah tangga, 3) golongan lain-lain atau penerima pendapatan. Ketiga golongan dalam kelompok angkatan kerja ini sewaktu-waktu dapat menawarkan jasanya untuk bekerja. Oleh karena itu kelompok ini sering dinamakan sebagai potensial *labor force*.

Jadi yang dimaksud penyerapan tenaga kerja dalam penelitian ini adalah jumlah tertentu dari tenaga kerja yang digunakan dalam suatu unit usaha tertentu. Atau dengan kata lain penyerapan tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang bekerja dalam suatu unit usaha (Sumarsono, 2003:58). Lebih lanjut dinyatakan bahwa dalam penyerapan tenaga kerja dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor eksternal tersebut antara lain tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, pengangguran dan tingkat bunga. Dalam dunia usaha tidaklah memungkinkan mempengaruhi kondisi tersebut, maka hanyalah pemerintah yang dapat menangani dan mempengaruhi faktor eksternal. Dengan melihat keadaan tersebut maka dalam mengembangkan sektor industri kecil dapat dilakukan dengan menggunakan faktor internal dari industri yang meliputi tingkat upah, produktivitas tenaga kerja, modal.

Hasil Produksi

Pengertian produksi adalah usaha menciptakan dan meningkatkan kegunaan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan (Soekartawi, 2001:23). Jadi produksi merupakan upaya merubah bahan baku menjadi bahan jadi yang siap dipakai atau dikonsumsi oleh masyarakat secara luas. Dalam proses produksi membutuhkan banyak faktor yang mendukung sehingga bahan baku dapat dirubah menjadi barang jadi atau proses mengubah input menjadi *output*. Selain itu produksi meliputi semua kegiatan untuk menciptakan/menambah nilai/guna suatu barang/jasa.

Soekartawi (2003:29) menulis bahwa faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan korbanan produksi. Faktor produksi memang sangat menentukan besar-kecilnya produksi yang diperoleh. Faktor produksi seperti bahan baku, modal kerja, tenaga kerja, dan aspek manajemen merupakan faktor produksi yang terpenting. Hubungan antara faktor produksi (input) dan produksi (*output*) biasanya disebut dengan fungsi produksi atau faktor *relationship*.

Terdapat tiga pola hubungan antara input dan *output* yang umum digunakan dalam pendekatan pengambilan keputusan produksi (Rukmana, 2007) yaitu:

- a. Hubungan antara *input-output*, yang menunjukkan pola hubungan penggunaan berbagai tingkat *input* untuk menghasilkan tingkat *output* tertentu (dieksposisikan dalam konsep fungsi produksi).
- b. Hubungan antara *input-input*, yaitu variasi penggunaan kombinasi dua atau lebih *input* untuk menghasilkan *output* tertentu (direpresentasikan pada konsep isokuan dan isocost).
- c. Hubungan antara *output-output*, yaitu variasi *output* yang dapat diperoleh dengan menggunakan sejumlah *input* tertentu (dijelaskan dalam konsep kurva kemungkinan produksi dan *isorevenue*).

Jadi hasil produksi yang dimaksudkan disini adalah seluruh bentuk barang yang dihasilkan dalam proses produksi sesuai bidang industri masing-masing.

Hipotesis

Berdasar kajian pustaka, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini hanyalah hipotesis utama dan tidak merinci lebih jauh pada bagian-bagian terkecil. Adapun hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh motivasi, minat, dan strategi inovatif secara bersama-sama terhadap perkembangan UKM khususnya pada bidang unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua jenis industri yang termasuk kategori UKM yang berada di wilayah Kabupaten Magetan. Adapun jumlah jenis industri sebanyak 45 macam. Oleh karena jumlah populasi relatif sedikit, maka dalam penelitian ini menggunakan studi sensus, yaitu semua anggota populasi dijadikan sampel.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian meliputi:

- a. Variabel bebas:
 - 1) Motivasi (X_1)
 - 2) Minat (X_2)
 - 3) Strategi Inovasi (X_3)
- b. Sebagai variabel terikatnya adalah:
 - 1) Unit Produksi (Y_1)
 - 2) Penyerapan Tenaga Kerja (Y_2)
 - 3) Hasil Produksi (Y_3)

Definisi Operasional Variabel

a. Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang tumbuh dalam diri seseorang, baik yang berasal dari dalam dan luar dirinya untuk melakukan suatu kegiatan dengan semangat tinggi menggunakan semua kemampuan dan ketrampilan yang dimilikinya. Adapun indikator untuk mengukur motivasi adalah; (a) durasi kegiatan, (b) frekuensi kegiatan, (c) persistensi pada kegiatan, (d) ketabahan, keuletan dan kemampuan dalam menghadapi rintangan dan kesulitan, (e) devosi dan pengorbanan untuk mencapai tujuan, (f) tingkat aspirasi yang hendak dicapai dengan kegiatan yang dilakukan, (g) tingkat kualifikasi prestasi atau produk (*output*) yang dicapai dari kegiatan yang dilakukan, (h) arah sikap terhadap sasaran kegiatan (Luthan dalam Winardi, 2003).

b. Minat

Minat adalah kecenderungan individu yang agak menetap untuk merasa tertarik, menyenangkan pada suatu bidang, objek atau kegiatan sehingga dapat meningkatkan aktifitasnya, dalam hal ini aktivitas dalam dunia usaha. Untuk mengukur variabel ini menggunakan indikator; 1) Memiliki rasa percaya diri; 2) Dapat mengambil resiko; 3) Kreatif dan inovatif; 4) Disiplin dan kerja keras; 5) Berorientasi ke masa depan; 6) Memiliki rasa ingin tahu; 7) Jujur dan mandiri (sukmadinata, 2003).

c. Strategi Inovasi

Strategi inovasi adalah berkaitan dengan respon strategi perusahaan dalam mengadopsi inovasi. Adapun indikator untuk mengukur variabel ini adalah: 1) Adaptasi (gagasan lain atau pengembangan produk); 2) Modifikasi (mengubah warna, gerakan, suara, bau, bentuk dan rupa); 3) Memperbesar (lebih kuat, lebih panjang, lebih besar); 4) Memperkecil (lebih ramping, lebih ringan, lebih kecil); 5) Substitusi (bahan lain, proses, sumber tenaga); 6) Penataan kembali (pola lain, tata letak lain, komponen); 7) Membalik (luar menjadi dalam); dan 8) Kombinasi (mencampur, meramu, asortasi, rakitan, unit gabungan, kegunaan, daya pikat, dan gagasan) (Kotler: 2007).

d. Unit Usaha

Unit usaha adalah seluruh jenis usaha industri kecil yang beroperasi dan berkembang di wilayah Kabupaten Magetan, baik yang berada di bawah binaan dinas UMKM Kabupaten Magetan maupun yang mandiri. Unit usaha dihitung per satuan sesuai jenis usaha.

e. Penyerapan Tenaga Kerja

Penyerapan tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam suatu unit usaha tertentu. Variabel penyerapan tenaga kerja dihitung jumlah rata-rata tenaga kerja yang bekerja pada unit usaha tertentu dengan satuan orang.

f. Hasil Produksi

Hasil produksi adalah seluruh bentuk barang yang dihasilkan dalam proses produksi sesuai bidang industri masing-masing. Untuk mengukur hasil produksi dihitung jumlah produksi dari masing-masing unit usaha dengan satuan unit.

Metode Pengumpulan Data

Metode untuk mengumpulkan data menggunakan perpaduan metode kuesioner dan dokumenter. Adapun kuesioner dipakai menggali data variabel motivasi, minat dan strategi inovasi. Metode dokumenter dipakai

untuk menggali data variabel unit usaha, penyerapan tenaga kerja dan hasil produksi. Selain itu metode dokumenter juga dipakai untuk mengumpulkan dokumen, arsip, buku-buku, jurnal, dan hasil penelitian yang ada kaitannya dengan permasalahan penelitian. Penelitian ini juga memakai metode observasi.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas memakai teknik *corrected item-total correlation*, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap item dengan skor totalnya. Kriteria valid atau tidak valid sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas $0,05 \geq$ nilai probabilitas *Sig*, berarti butir pernyataan valid.
- 2) Jika nilai probabilitas $0,05 \leq$ nilai probabilitas *Sig*, berarti butir pernyataan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memakai metode Alpha Cronbach's. Adapun ketentuan pengujian Alpha Cronbach's, bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari r_{kritis} . Jadi jika nilai alpha $> r_{\text{tabel}}$ berarti instrumen reliabel, dan sebaliknya jika nilai alpha $< r_{\text{tabel}}$ berarti instrumen tidak reliabel.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data primer dengan cara menginterpretasikan hasil pengolahan data dari masing-masing variabel lewat tabulasi frekuensi guna mengetahui kecenderungan data nominal empirik. Analisis statistik data menggunakan kanonikal untuk memprediksi dua buah kelompok variabel yang masing-masing terdiri lebih dari satu variabel. Sebelum pengolahan data dilakukan terlebih dahulu diuji sesuai dengan persyaratan-persyaratan yang harus

dipenuhi yaitu normalitas, *linearitas* dari masing-masing variabel, dan *multikolinear* dalam kelompok variabel independen.

Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Tentang Industri Makanan

Kondisi industri kecil pada bidang makanan di wilayah Kabupaten Magetan terangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 1 Industri Makanan di Kabupaten Magetan
Tahun 2012-2013

No	Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Hasil Produksi (dalam ribuan)
1	Tempe	956	1.965	56.531.250
2	Tahu	76	346	47.874.375
3	Tape singkong	69	122	1.221.000
4	Krupuk terigu	177	636	44.148.750
5	Makanan ringan	306	490	25,592,969
6	Jamu Jawa	103	165	650,326
7	Empng mlinjo	314	785	34,121,250
8	Sambel pecel	26	83	1,867,500
9	Nasi jagung	22	25	123,750
10	Telur asin	6	12	540,000
11	Roti bolu	45	170	6,636,000
12	Rengginang	51	110	1,665,000
13	Enting-enting	18	37	614,700
14	Emping jagung	3	14	945,000
15	Jenang candi	15	21	93,600
16	Kornelo/manisan tomat	1	8	24,732
17	Kecap	1	5	720,000
18	Krupuk rambak	25	64	433,000
19	Kopi	2	11	108,000
20	Jrangking	24	46	632,250
21	Carang mas	41	155	1,134,000

Sumber: Dokumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan 2012

Dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa industri makanan terbesar adalah pada jenis usaha tempe yaitu mencapai 956 unit usaha dengan hasil produksi sebesar Rp 56.531.250.000,- dan menyerap tenaga kerja sebesar 1.965. Adapun industri makanan terkecil adalah pada jenis usaha kornelo/manisan tomat dan kecap, masing-masing satu unit usaha dengan hasil produksi masing-masing sebesar Rp 24.732.000,- untuk usaha

kornelo/manisan tomat dan sebesar Rp 720.000.000,- untuk usaha kecap. Sementara jumlah tenaga kerja yang diserap adalah 8 orang untuk usaha kornelo/manisan tomat dan sejumlah 5 orang untuk industri kecap.

Deskripsi Tentang Industri Peralatan Rumah Tangga

Kondisi industri peralatan rumah tangga di Kabupaten Magetan dirangkum dalam tabel berikut ini

:

Tabel 2 Industri Peralatan Rumah Tangga di Kabupaten Magetan
Tahun 2012-2013

No	Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Hasil Produksi (dalam ribuan)
1	Tikar mendong	568	595	27,056
2	Grabah	426	696	18,000,000
3	Kompor minyak	6	9	40,500
4	Pengolahan kayu & Meubel	157	602	21,663,600
5	Sulak bulu	22	63	378,000
6	Kasur	9	27	202,200
7	Alas kaki dari kulit	115	575	31,817,400
8	Kerajinan anyaman bambu	5.656	12.328	50,497,350
9	Kerajinan keset	5	8	150,000
10	Tas plastik	4	9	135,000
11	Sapu ijuk	36	101	763,560
12	Batik tulis	2	44	259,200

Sumber: Dokumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan 2012

Dari Tabel 2 di atas diketahui bahwa pada industri peralatan rumah tangga jenis industri terbanyak adalah kerajinan anyaman bambu yaitu mencapai 5.656 unit usaha dengan hasil produksi mencapai Rp 50.497.350.000,- dan menyerap tenaga kerja sebanyak 12.328 orang. Sementara jenis industri terkecil adalah industri batik tulis yaitu sebanyak 2 unit usaha dengan hasil

produksi sebesar Rp 259.200.000,- dan menyerap tenaga kerja sebanyak 44 orang.

Deskripsi Tentang Industri Bahan Bangunan dan Industri Lainnya

Kondisi industri bahan bangunan dan industri lainnya di Kabupaten Magetan dirangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 3 Industri Bahan Bangunan dan Industri Lainnya di Kabupaten Magetan
Tahun 2012-2013

No	Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Hasil Produksi (dalam ribuan)
1	Batu merah	3.180	8.094	62,735,400
2	Genteng	1.470	3.442	117,032,542
3	Pande besi	112	320	150,528
4	Penyamakan kulit	132	786	82,875,000
5	Pecah batu koral	13	32	2,058,500
6	Percetakan	13	22	264,000
7	Gamelan	9	78	2,400,000
8	Tegel cor dari semen	41	154	5,013,587
9	Kerajinan kaca / grafir	1	7	295,000
10	Penjahit/konveksi	129	335	7,020,775
11	Rokok	6	34	1.140.000
12	Lassery	46	110	4,950,000

Sumber: Dokumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan 2012

Dari Tabel 3 diatas diketahui bahwa pada industri bahan bangunan dan industri lainnya, jenis industri terbanyak adalah industri batu merah

yaitu mencapai 3.180 unit usaha dengan hasil produksi mencapai Rp 62.735.400.000,- dan menyerap tenaga kerja sebanyak 8.094 orang.

Namun jika dilihat dari hasil produksinya maka jenis industri genteng menjadi industri terbesar yaitu mencapai hasil produksi sebesar Rp 117.032.542.000,-. Sementara jenis industri terkecil adalah industri kerajinan kaca/grafir yaitu sebanyak 1 unit usaha dengan hasil produksi sebesar Rp 295.000.000,- dan menyerap tenaga kerja sebanyak 7 orang. Hal yang perlu juga diketahui bahwa industri penyamakan kulit yang

menjadi *trade mark* Kabupaten magetan terdapat 132 unit usaha dengan hasil produksi mencapai sebesar Rp 82.875.000.000,- dan menyerap tenaga kerja sebanyak 786 orang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dari hasil uji validitas dalam penelitian ini dirangkum dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Kategori
X ₁			
1	,584	0,294	Valid
2	,639	0,294	Valid
3	,702	0,294	Valid
4	,692	0,294	Valid
5	,518	0,294	Valid
6	,727	0,294	Valid
7	,678	0,294	Valid
8	,682	0,294	Valid
X ₂			
1	,621	0,294	Valid
2	,719	0,294	Valid
3	,573	0,294	Valid
4	,681	0,294	Valid
5	,574	0,294	Valid
6	,653	0,294	Valid
7	,812	0,294	Valid
X ₃			
1	,617	0,632	Valid
2	,584	0,632	Valid
3	,721	0,632	Valid
4	,805	0,632	Valid
5	,627	0,632	Valid
6	,635	0,632	Valid
7	,528	0,632	Valid
8	,716	0,632	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan Statistik

Dari Tabel di atas nampak jelas bahwa semua skor item dari masing-masing variabel penelitian berkorelasi

dengan skor totalnya. Oleh karena itu dapat dinyatakan instrumen penelitian valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dirangkum dalam Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indek Alpha	r tabel	Kategori
Motivasi (X ₁)	0,864	0,294	Reliabel
Minat (X ₂)	0,628	0,294	Reliabel
Strategi Inovasi (X ₃)	0,591	0,294	Reliabel

Sumber: Hasil Perhitungan Statistik

Dari Tabel 5 diatas terlihat bahwa indek reliabilitas dari masing-masing variabel penelitian, yaitu motivasi (X₁) memperoleh indek reliabilitas 0,864, Minat (X₂) memperoleh indek sebesar 0,628, dan variabel strategi inovasi sebesar 0,591. Indek reliabilitas semua variabel penelitian menunjukkan nilai lebih besar dari r tabel (0,294). Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas memakai *Scatter Plot* (P-P Plot). Adapun ketentuan normalitas adalah dengan melihat

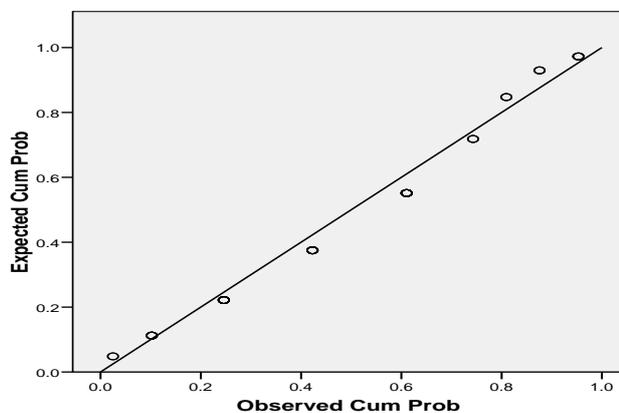
penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka data berdistribusi normal. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka data berdistribusi tidak normal.

a. Variabel Motivasi (X₁)

Hasil uji normalitas terhadap variabel motivasi (X₁) diperoleh grafik P-P Plot sebagai berikut:

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Variabel Motivasi (X₁)

Normal P-P Plot of X1



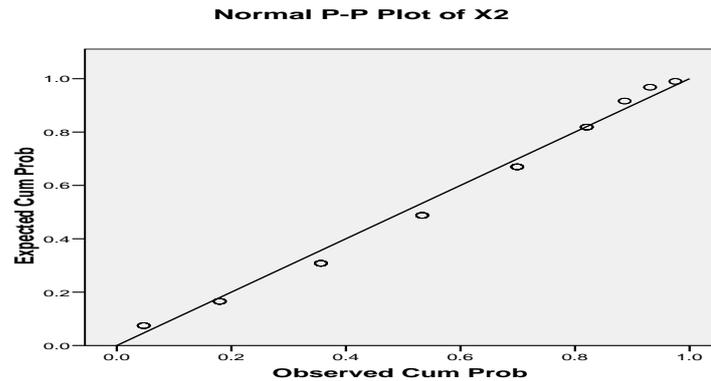
Dari grafik di atas terlihat bahwa data (titik) pada sumbu diagonal menyebar di sekitar garis diagonal, sehingga bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Jadi memenuhi

asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

b. Variabel Minat (X₂)

Hasil uji normalitas terhadap variabel minat (X₂) diperoleh grafik P-P Plot sebagai berikut:

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas
Variabel Minat (X_2)



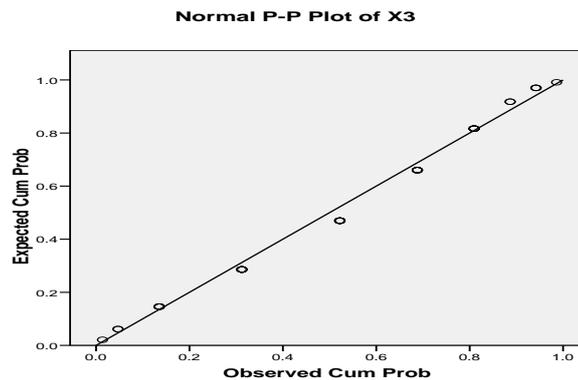
Dari grafik di atas terlihat bahwa data (titik) pada sumbu diagonal menyebar di sekitar garis diagonal, sehingga bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Jadi memenuhi

asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

c. Variabel Strategi Inovasi (X_3)

Hasil uji normalitas terhadap variabel strategi inovasi (X_3) diperoleh grafik P-P Plot sebagai berikut:

Gambar 3 Hasil Uji Normalitas
Variabel Strategi Inovasi (X_3)



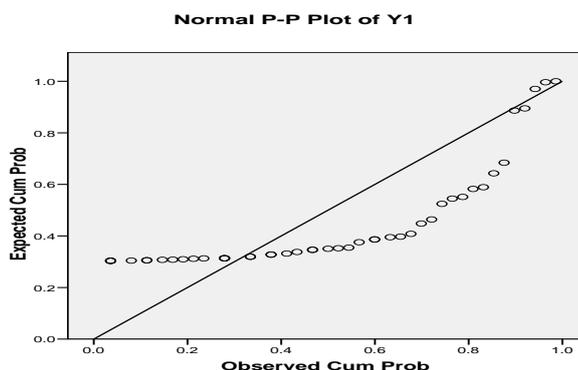
Dari grafik di atas terlihat bahwa data (titik) pada sumbu diagonal menyebar di sekitar garis diagonal, sehingga bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Jadi memenuhi

asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

d. Variabel Unit Usaha (Y_1)

Hasil uji normalitas terhadap variabel unit usaha (Y_1) diperoleh grafik P-P Plot sebagai berikut:

Gambar 4 Hasil Uji Normalitas
Variabel Unit Usaha (Y_1)

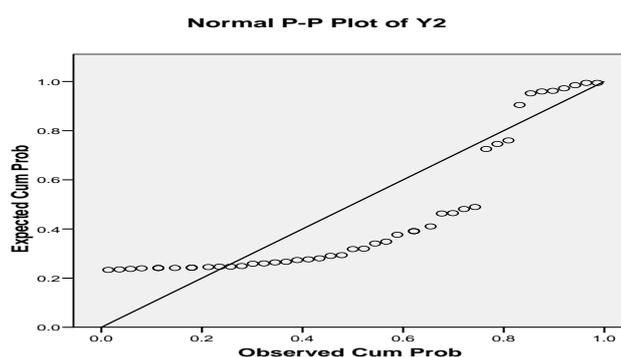


Dari grafik di atas terlihat bahwa data (titik) pada sumbu diagonal menyebar disekitar garis diagonal, sehingga bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Jadi memenuhi asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

e. Variabel Penyerapan Tenaga Kerja (Y_2)

Hasil uji normalitas terhadap variabel penyerapan tenaga kerja (Y_2) diperoleh grafik P-P Plot:

Gambar 5 Hasil Uji Normalitas
Variabel Penyerapan Tenaga Kerja (Y_2)



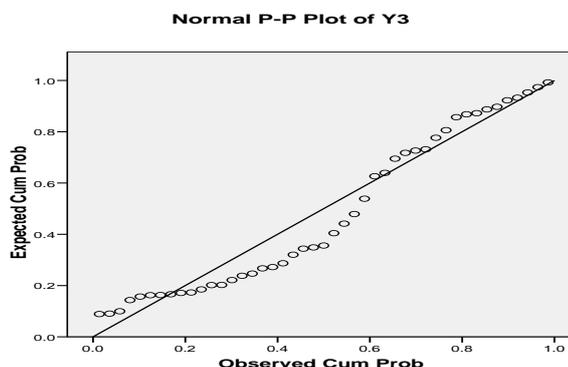
Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa data (titik) pada sumbu diagonal menyebar disekitar garis diagonal, sehingga bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Jadi

memenuhi asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

f. Variabel Hasil Produksi (Y_3)

Hasil uji normalitas terhadap variabel hasil produksi (Y_3) diperoleh grafik P-P Plot sebagai berikut:

Gambar 6 Uji Normalitas
Variabel Hasil Produksi (Y_3)



Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa data (titik) pada sumbu diagonal menyebar disekitar garis diagonal, sehingga bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Jadi memenuhi asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk memenuhi asumsi dasar analisis kanonikal. Adapun ketentuannya dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier jika signifikansi (*linierity*) lebih kecil dari 0,05 (Priyanto, 2008). Adapun hasil perhitungan linieritas diperoleh sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Perhitungan Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1	*	Linearity	118652,155	1	118652,155	23,721	,002
X1							
Y1	*	Linearity	83753,398	1	83753,398	18,368	,018
X2							
Y1	*	Linearity	53234,755	1	53234,755	12,056	,034
X3							
Y2	*	Linearity	68617,929	1	68617,929	17,259	,024
X1							
Y2	*	Linearity	54457,426	1	32457,426	10,007	,045
X2							
Y2	*	Linearity	93707,676	1	93707,676	21,277	,006
X3							
Y3	*	Linearity	51996,376	1	67996,376	12,056	,035
X1							
Y3	*	Linearity	11296,329	1	61296,329	17,174	,029
X2							
Y3	*	Linearity	48457,584	1	33457,584	10,127	,042
X3							

Sumber: Hasil Perhitungan Statistik

Jika melihat tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi semuanya lebih kecil dari 0,05, sehingga bisa dinyatakan bahwa semua variabel mempunyai hubungan linieritas, jadi memenuhi asumsi dasar untuk analisis kanonikal selanjutnya.

Uji Kolinieritas

Uji kolinieritas juga dimaksudkan untuk memenuhi asumsi dasar analisis

kanonikal. Adapun ketentuannya menurut Santoso (2001) jika nilai VIF lebih besar dari 5, maka variabel penelitian mempunyai gejala multikolinieritas sehingga tidak memenuhi syarat untuk dilakukan analisis kanonikal. Adapun hasil perhitungan kolinieritas diperoleh hasil terangkum dalam Tabel 7, 8 dan 9 sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Perhitungan Kolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Motivasi (X_1)	,776	2,438
	Minat (X_2)	,734	2,526
	Strategi Inovasi (X_3)	,752	2,457

a *Dependent Variable*: Unit Usaha (Y_1)

Tabel 8 Hasil Perhitungan Kolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Motivasi (X_1)	,998	1,002
	Minat (X_2)	,979	1,021
	Strategi Inovasi (X_3)	,981	1,019

a *Dependent Variable*: Tenaga Kerja (Y_2)

Tabel 9 Hasil Perhitungan Kolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Motivasi (X_1)	,768	2,322
	Minat (X_2)	,584	3,842
	Strategi Inovasi (X_3)	,659	3,437

a *Dependent Variable*: Hasil Produksi (Y_3)

Dari Tabel 7, Tabel 8 dan Tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa semua nilai VIF (*inflation factor Value*) dibawah angka 5 sehingga bisa dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas, sehingga dapat

memenuhi asumsi dasar analisis kanonikal selanjutnya.

Uji Kanonikal

a. Pengujian secara individual

Hasil pengujian secara individual diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Perhitungan Penentuan Fungsi Kanonikal

<i>Eigenvalues and Canonical Correlations</i>					
Root No.	Eigenvalue	Pct.	Cum. Pct.	Canon Cor.	Sq. Cor
1	2,106	77,562	77,562	,709	,096
2	,028	20,671	98,233	,466	,027
3	,002	1,767	100,000	,049	,002

Dimension Reduction Analysis

Roots	Wilks L.	F Hypoth.	DF	Error DF	Sig. of F
1 TO 3	,87749	,58274	9,00	95,07	,008
2 TO 3	,97026	,30422	4,00	80,00	,024
3 TO 3	,99760	,09876	1,00	41,00	,755

Dari hasil perhitungan kanonikal dalam Tabel 10 di atas terlihat dari *root* ada tiga kanonik fungsi yaitu fungsi 1 korelasi kanonik 0,709 dengan signifikansi 0,008; fungsi 2 korelasi kanonik sebesar 0,466 dengan signifikansi 0,024; dan fungsi 3 korelasi kanonik 0,049 dengan signifikansi 0,755. Dari hasil tersebut

dapat diketahui bahwa fungsi 1 dan fungsi 2 $< 0,05$ sehingga dapat dinyatakan signifikan secara individual. Sementara untuk fungsi 3 $> 0,05$ yang berarti tidak signifikan secara individual. Oleh karena itu fungsi 1 dan fungsi 2 diproses lebih lanjut.

b. Pengujian secara kelompok

Hasil perhitungan secara kelompok atau secara bersama-sama sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Perhitungan Kanonikal Secara Kelompok

Multivariate Tests of Significance (S = 1, M = 1/2, N = 18 1/2)

Test Name	Value	Exact F	Hypoth. DF	Error DF	Sig. of F
<i>Pillais</i>	89560	12,47987	3,00	39,00	,008
<i>Hotellings</i>	1,85691	24,45647	3,00	39,00	,000
<i>Wilks</i>	,96440	16,43875	3,00	39,00	,006
<i>Roys</i>	,63560				

Note: F statistics are exact.

Memakai prosedur Pillais, Hotellings, dan Wilks semuanya signifikan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Jadi jika digabung secara bersama-sama maka kanonikal fungsi 1, kanonikal fungsi 2 dan kanonikal fungsi 3 dapat diproses lebih lanjut.

Dari hasil uji kanonikal secara individu dan bersama terdapat perbedaan korelasi kanonik, yaitu terlihat pada Tabel 7, nilai korelasi kanonik fungsi 1 sebesar 0,709, nilai korelasi kanonik fungsi 2 sebesar 0,466, dan nilai korelasi fungsi kanonik 3 sebesar 0,049. Oleh karena fungsi 1 mempunyai angka korelasi kanonik yang tertinggi dan signifikan secara individual maupun secara kelompok (bersama-sama), maka

analisis lebih lanjut hanya terfokus pada fungsi 1.

c. Interpretasi Kononikal Variates

Sebagaimana telah dikemukakan bahwa untuk langkah selanjutnya difokuskan pada fungsi 1 karena memiliki tingkat korelasi kanonik tertinggi dan signifikan. Analisis selanjutnya dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam kanonikal variates terhadap variabel terikat variates, yang diukur dengan besaran korelasi masing-masing variabel bebas dengan variatnya. Adapun pengukuran dilakukan dengan dua cara yaitu dengan kanonikal *Weights* dan kanonikal *Loadings*.

1) Kanonikal *Weights*

Tabel 12
Hasil Perhitungan Kanonikal *Weights* Untuk Variabel Dependen Variat
Standardized canonical coefficients for DEPENDENT variables

Function No.

Variable	1	2	3
Y_1	,952	,131	-,374
Y_2	-,252	,458	,997
Y_3	,267	-,870	,416

Tabel 13
 Hasil Perhitungan Kanonikal *Weights* Untuk Variabel Independen Variat

<i>Raw canonical coefficients for COVARIATES</i>			
<i>Function No.</i>			
<i>COVARIATE</i>	1	2	3
X ₁	,417	,173	-,079
X ₂	,145	-,448	,123
X ₃	-,085	,211	,454
<i>Standardized canonical coefficients for COVARIATES</i>			
<i>CAN. VAR</i>			
<i>COVARIATE</i>	1	2	3
X ₁	,931	,387	-,177
X ₂	,307	-,953	,262
X ₃	-,174	,431	,929

Tanpa memperhatikan fungsi 2 dan fungsi 3 dari Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai korelasi tertinggi adalah 0,952 diperoleh variabel unit usaha (Y₁). Sementara untuk variabel bebas (independen) dari Tabel 10 korelasi

tertinggi sebesar 931 yaitu dari variabel motivasi (X₁).

Selanjutnya akan dilakukan interpretasi dengan model kanonikal *Loadings* di bawah ini:

2) Kanonikal *Loadings*

Tabel 14
 Hasil Perhitungan Kanonikal *Loadings* Untuk Variabel Dependen Variat

<i>Correlations between DEPENDENT and canonical variables</i>			
<i>Function No.</i>			
<i>Variable</i>	1	2	3
Y ₁	,940	,330	,086
Y ₂	,241	,478	,845
Y ₃	,268	-,848	,457

diketahui bahwa nilai korelasi tertinggi adalah 0,940 diperoleh variabel unit usaha (Y₁). Sementara untuk variabel bebas (independen) dari Tabel 12 korelasi tertinggi sebesar 949 yaitu dari variabel motivasi (X₁).

Berdasar hasil perhitungan diatas dapat memberikan gambaran bahwa terdapat satu variabel bebas yaitu motivasi (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap satu variabel terikat yaitu unit usaha (Y₁). Jadi bisa dinyatakan jika terjadi pertumbuhan motivasi maka akan diikuti pertumbuhan unit usaha, sebaliknya jika terjadi penurunan motivasi akan diikuti penurunan unit usaha. Selanjutnya dari uji bersama-sama dapat diketahui bahwa variabel terikat yang terdiri dari unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi dipengaruhi oleh variabel bebas yang terdiri dari motivasi, minat, dan strategi inovasi.

Tabel 15
 Hasil Perhitungan Kanonikal *Loadings* Untuk Variabel Independen Variat

<i>Correlations between COVARIATES and canonical variables</i>			
<i>CAN. VAR.</i>			
<i>Covariate</i>	1	2	3
X ₁	,949	,315	,031
X ₂	,414	-,793	,446
X ₃	,064	,284	,957

Tanpa memperhatikan fungsi 2 dan fungsi 3 dari Tabel 13 dapat

Pembahasan

Berdasar hasil pengujian secara kelompok ternyata menunjukkan hasil terdapat pengaruh kelompok yang bermakna dari motivasi, minat, dan strategi inovasi terhadap kelompok unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi. Hal ini terlihat pada Tabel 8 yang semua variabel bebas memiliki angka signifikan lebih kecil dari 0,05. Meskipun demikian secara individu tidak semua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kelompok variabel terikat. Hanya variabel motivasi dan minat yang memiliki pengaruh bermakna terhadap variabel terikat. Hal ini terlihat pada Tabel 7 yang menunjukkan bahwa motivasi dan minat memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel strategi inovasi memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal ini kiranya sesuai dengan teori Murray dalam Winardi (2002) yang berpendapat bahwa kebutuhan akan prestasi (motivasi berprestasi) tersebut sebagai keinginan melaksanakan sesuatu tugas atau pekerjaan yang sulit. Menguasai, memanipulasi, atau mengorganisasi obyek-obyek fisik, manusia, atau ide-ide melaksanakan hal-hal tersebut secepat mungkin dan diupayakan bersifat independen, sesuai kondisi yang berlaku. Selain itu juga sesuai dengan pendapat Winkel (2003:30) yang menyatakan bahwa minat memiliki kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang-bidang itu. Jadi bisa dinyatakan bahwa minat adalah kecenderungan individu yang agak menetap untuk merasa tertarik, menyenangkan pada suatu bidang, objek atau kegiatan sehingga dapat meningkatkan aktifitasnya, dalam hal ini aktivitas dalam dunia usaha.

Kesimpulan

Berdasar hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

motivasi, minat, dan strategi inovatif secara bersama-sama terhadap perkembangan UKM khususnya pada bidang unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi. Meskipun secara individu hanya variabel motivasi dan minat yang berpengaruh signifikan terhadap unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan hasil produksi, sedangkan variabel strategi inovasi tidak berpengaruh signifikan.

Saran

Mengingat motivasi secara empiris berpengaruh dominan terhadap unit usaha, penyerapan tenaga kerja dan hasil produksi dalam upaya pengembangan UKM di Kabupaten Magetan, maka kiranya bagi instansi yang terkait dalam pembinaan UKM dapat memberikan motivasi secara terus menerus sehingga UKM di Kabupaten Magetan akan semakin berkembang.

Selain itu kiranya instansi yang terkait dengan pembinaan UKM di wilayah Kabupaten Magetan juga perlu menumbuhkan minat masyarakat agar mau menjadi wirausahawan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Bank Indonesia. 2006. *Melangkah Bersama Membangun UMKM*. BI, Jakarta.
- Ciptono. W. S. 2006. A Sequential Model Of Innovation Strategy-Company Non-Financial Performance Links, *Gajah Mada International journal of Bussiness*, 8, 2,
- Dewa Ketut Sukardi. 2003. *Psikologi Pemilihan Karle*. Jakarta, Rieneka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

- Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008
- Jose Irgarianto. 2004. *Pengaruh Minat Mempelajari Mata Kuliah Proses Belajar Mengajar Terhadap Penumbuhan*. Bina Cipta, Bandung
- Kartadinata, S. 2006. *Skala Achievement Motive*, Tesis, tidak diterbitkan, Bandung Jurusan PPB FIP IKIP.
- Karno To. 2005. *Upaya Meningkatkan Motivasi Berprestasi*. Tim Instruktur Achievement Motivation Training (AMT) IKIP, Bandung
- Mar'at. 2001. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukuran*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Mega Pos, 18 Januari 2014
- Miles, P Morgan., Covin G jefferey., Heeley b Michael. 2000. The Relationship Between Environmental Dynamism and Small Firm structure, strategy, and Performance, *Journal of Marketing theory and Practice*.
- Purwanto, N. 2000. *Psikologi Pendidikan*. Remaja Karya, Bandung
- Saefudin Azwar. 2005. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Shilling, M.A. 2005. *Strategic Management of technologycal Innovation*. McGraw-Hill, New York
- Subino. 2007. *Konstruksi Dan Analisis Tes, Suatu Pengantar Kepada Teori Tes Dan Pengukuran*. Departemen P&K Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Jakarta
- Tambunan, T. H. Tulus. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Beberapa Isu Penting*. Penerbit salemba Empat, Jakarta
- Vanany, Iwan. 2002. *Pilihan Strategi Unggulan Perusahaan Industri Manufaktur Kecil dan Menengah (IMKM) (Studi Kasus : Beberapa Perusahaan IMKM di Jawa Timur)*, *Usahawan*, No. 07 TH XXXI Juli
- Winardi. 2000. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Rineka Cipta, Jakarta
- Witoelar Wimar. 2004. Tantangan Bagi Perusahaan Modal Ventura di Indonesia dan Prospek di Masa Mendatang, *Jurnal Manajemen Prasetyamulya* Vol.I No. 2.
- Zahra, S.A., dan S. R. Das. 2003. *Innovation Strategy and Financial Performance in manufacturing companies: An empirical Study*. *Production and Operations Management* 2 (I) (Winter)