

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Perusahaan Zuhry Bakery<sup>1</sup>

###### a. Sejarah Singkat Perusahaan Zuhry Bakery

Zuhry Bakery adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang usaha dagang kuliner bakery. Zuhry Bakery memproduksi berbagai jenis-jenis roti. Zuhry Bakery memiliki toko-toko sendiri yang menjual hasil produksi perusahaan. Namun, Zuhry Bakery juga memproduksi roti-roti yang dipesan oleh toko roti sebagai penjual roti eceran yang ada di Grobogan. Zuhry Bakery berlokasi di desa Wates kecamatan Kedungjati kabupaten Grobogan. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 13 Maret 2011. Menurut Bapak Ahmad Zuhry selaku pemilik perusahaan Zuhry Bakery memiliki keinginan membuka usaha ini awalnya karena memperhatikan semakin pesatnya perkembangan bisnis dalam dunia bakery, sehingga beliau mencoba untuk berusaha di bidang ini.

###### b. Visi dan Misi Zuhry Bakery

###### 1) Visi

Menyediakan produk roti yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau yang bersaing serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.

###### 2) Misi

Menjadikan Zuhry Bakery menjadi toko roti pilihan utama para masyarakat sebagai toko roti yang menyediakan produk roti disukai oleh masyarakat nasional hingga mancanegara.

###### c. Tujuan Zuhry Bakery

###### 1) Mengembangkan bakat dalam pembuatan roti

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan pak Ahmad Zuhry selaku pemilik usaha Zuhry Bakery, tanggal 13 Juni 2016.

- 2) Menciptakan lapangan pekerjaan
- 3) Mendidik dan menambah ilmu untuk pribadi maupun orang lain
- 4) Mencari keuntungan

#### **d. Produk-Produk Zuhry Bakery**

Produk yang akan dibahas dalam deretan ini produk dari bauran produk roti Zuhry Bakery sebagai berikut:

- 1) Konsep dasar produk

Inti produk : manfaat yang diberikan dari roti burger ini adalah makanan yang menjadi bahan dasar pembuatan burger.

Wujud produk : karakteristik yang dimiliki oleh roti ini adalah mutunya yang dijamin halal dan rasanya yang nikmat.

- 2) Klasifikasi produk

Roti Zuhry Bakery mempunyai sifat tahan lama dari makanan-makanan yang akan diproduksi. Bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan roti ini adalah tepung terigu, air, ragi, mentega, gula dan garam.

- 3) Strategi desain produk

Strategi desain dari roti Zuhry Bakery disesuaikan dengan nama produk yang dihasilkan. Bentuk roti burger yang setengah lingkaran, bentuk ini disesuaikan dengan cara membuat burger, yang bentuknya dibuat sesuai dengan bentuk yang akan diolah

- 4) Kemasan Produk

Roti burger dikemas secara rapi di dalam kantong plastik sesuai dengan jumlahnya per bungkusnya. Untuk roti burger terdapat 10 buah roti per bungkusnya. Hal ini dilakukan agar roti-roti tersusun rapi dan higienis agar terhindar dari kuman-kuman ataupun debu-debu saat pesanan akan dikirim.

**e. Struktur Organisasi Perusahaan Zuhry Bakery**

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi Perusahaan Zuhry Bakery**



**f. Tanggung Jawab dan Wewenang Perusahaan Zuhry Bakery**

- 1) Pimpinan
  - a) Memimpin perusahaan.
  - b) Menetapkan perencanaan.
  - c) Memberi wewenang kepada bawahannya untuk melakukan tugasnya sesuai dengan bagiannya.
  - d) Mengawasi jalannya kegiatan perusahaan.
  - e) Menetapkan kebijaksanaan serta mengambil keputusan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
  - f) Mengatur penerimaan karyawan.
- 2) Bagian Keuangan
  - a) Melakukan pembukuan dan menyusun laporan keuangan secara periodik.
  - b) Mengatur dan mengawasi pengeluaran perusahaan.
- 3) Kasir
  - a) Menangani keluar masuknya keuangan.

- b) Mempertanggungjawabkan tugas kepada Kepala Bagian Keuangan.
- 4) Bagian Produksi
  - a) Mengawasi jalannya kegiatan produksi.
  - b) Mengendalikan tingkat error pada produk yang disebabkan oleh proses produksi yang menyimpang
- 5) Seksi Pencampuran
  - a) Mempersiapkan peralatan untuk membuat roti dan bahan yang diperlukan untuk membuat roti.
  - b) Mencampur bahan-bahan yang sudah dipersiapkan.
  - c) Mempertanggungjawabkan tugas kepada Kepala Bagian Produksi.
- 6) Seksi Pencetakan

Seksi pencetakan bertugas menimbang dan membentuk adonan sesuai dengan berat dan ukuran yang sudah ditentukan
- 7) Seksi Pemanggangan

Seksi pemanggangan bertanggung jawab atas proses pemanggangan roti.
- 8) Seksi Pengemasan
  - a) Mengemas produk yang telah jadi.
  - b) Memilah dan memperbaiki pengemas yang rusak.
  - c) Memberi label kadaluarsa pada produk plastik.

**g. Keunggulan Zuhry Bakery**

Keunggulan kompetitif produk ini antara lain:

- 1) Roti ini memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumennya
- 2) Sekarang jangkauan pemasarannya sudah dapat ditemukan di daerah-daerah tempat pengecer mendistribusikannya
- 3) Harga yang terjangkau
- 4) Kemasan yang rapi
- 5) Proses penjualan yang cepat
- 6) Proses pembuatannya yang higienis

7) Bahan yang digunakan adalah bahan-bahan yang berkualitas

## 2. Perusahaan Sami Jaya<sup>2</sup>

### a. Sejarah Singkat Perusahaan Sami Jaya

Perkembangan industri bakery di Kabupaten Grobogan Jawa Tengah menunjukkan trend yang cukup menggembirakan. Indikasi tersebut ditandai dengan makin besarnya kapasitas produksi, serta cakupan area pemasaran yang semakin luas. Salah seorang pelaku usaha yang menjadi 'saksi hidup' pasang surutnya industri bakery di wilayah tersebut adalah Bapak Muhammad Ali. Pemilik Sami Jaya itu telah menekuni bisnis produksi aneka jenis roti selama kurang lebih 26 tahun. Selama kurun waktu tersebut, Pak Muhammad Ali mengalami sendiri pasang surutnya perkembangan industri bakery di wilayah Kabupaten Grobogan.

Hasil dari wawancara dengan Bapak Muhammad Ali mengungkapkan latar belakang dirinya menekuni usaha bakery hingga saat ini. Pernah menjadi karyawan di industri bakery Solo sebagai karyawan, kemudian setelah menikah berinisiatif untuk coba-coba membuka usaha sendiri (bakery), dengan berjalannya waktu usaha tersebut menunjukkan grafik peningkatan yang signifikan, hingga akhirnya berkembangnya produksi aneka jenis roti dan pemasarannya.

### b. Visi dan Misi Sami Jaya

#### 1) Visi

Menjadi produsen roti terbesar di Grobogan khususnya yang menghasilkan produk bakery yang *fresh* dan menyehatkan bagi rakyat Indonesia.

#### 2) Misi

(a) Membantu meningkatkan kualitas hidup dan mensejahterakan masyarakat Indonesia dengan memproduksi dan menjual

---

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Ali selaku pemilik usaha Sami Jaya, tanggal 17 Juni 2016.

makanan yang bermutu tinggi, sehat, halal, dan aman bagi konsumen.

- (b) Meningkatkan potensi pangan lokal agar semakin dikenal masyarakat dalam dan luar negeri.
- (c) Memproduksi produk bakery untuk fungsi kesehatan tertentu (sebagai pangan fungsional).

**c. Tujuan Sami Jaya**

- (1) Memproduksi produk bakery setiap hari tanpa bahan pengawet.
- (2) Meningkatkan citra dan nilai jual pangan lokal dalam lingkup nasional maupun internasional
- (3) Membuka lapangan kerja.
- (4) Memenuhi kebutuhan masyarakat yang selama ini tidak dapat menikmati produk bakery karena alasan kesehatan.

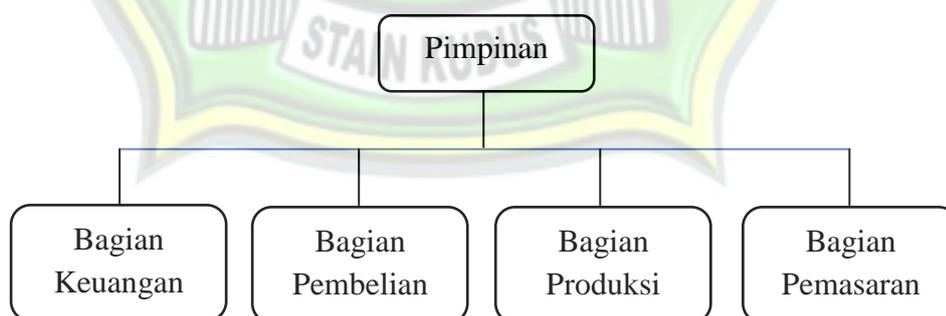
**d. Produk-Produk Sami Jaya**

Terdapat enam jenis roti yang diproduksi Sami Jaya, yaitu roti isi kelapa, roti isi nanas, roti isi coklat, roti isi pisang, roti isi tiga rasa, serta pia kacang.

**e. Struktur Organisasi Sami Jaya**

**Gambar 4.2**

**Struktur Organisasi Perusahaan Sami Jaya**



**f. Tanggung Jawab dan Wewenang Perusahaan Sami Jaya**

1) Pimpinan

Bertanggung jawab atas perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan, dan pengawasan, serta peningkatan mutu. Adapun tugas dari pimpinan sebagai berikut:

- (a) Memimpin dan mengendalikan semua kegiatan usaha
  - (b) Merencanakan dan menyusun program kerja
  - (c) Membina karyawan
  - (d) Mengurus dan mengelola kekayaan perusahaan
- 2) Bagian Keuangan
- (a) Mengendalikan kegiatan-kegiatan bidang keuangan
  - (b) Mencatat setiap uang masuk dan uang keluar
  - (c) Mengendalikan program dan pendapatan pengeluaran keuangan
  - (d) Merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan kekayaan perusahaan
  - (e) Mencatat setiap transaksi dan tugas administrasi lainnya
- 3) Bagian Pembelian
- (a) Mengelola pemasukan, kualitas, dan harga tepat
  - (b) Melakukan pembelian bahan-bahan agar rencana operasi dapat dipenuhi dan pembelian bahan-bahan dan peralatan tersebut pada tingkat di mana perusahaan akan mampu bersaing dalam memasarkan produknya
  - (c) Mengikuti perkembangan bahan-bahan baru yang dapat menguntungkan dalam proses produksi, harga dan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi produk perusahaan
  - (d) Menurunkan investasi atau meningkatkan perputaran bahan, yaitu dengan penentuan jadwal arus bahan ke dalam perusahaan dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan produksi
  - (e) Memelihara bahan dan peralatan yang dibeli dan bertanggung jawab atas pengawasan persediaan
  - (f) Bertanggung jawab atas pembelian, mengetahui dan menentukan supplier serta memeriksa kapasitas supplier dalam penyediaan bahan.

- 4) Bagian Produksi
  - (a) Mengendalikan kuantitas dan kualitas produksi
  - (b) Bertanggung jawab dalam proses produksi
  - (c) Mencatat hasil produksi
  - (d) Mencatat belanja barang produksi
  - (e) Melakukan laporan kegiatan bagian produksi
  - (f) Melakukan analisis dan evaluasi program produksi
- 5) Bagian Pemasaran
  - (a) Mengkoordinasikan kegiatan pemasaran produk, dalam rangka pencapaian target yang ditetapkan
  - (b) Merumuskan segmentasi, targetting, positioning, bagi produk roti burger dan roti bandung sesuai dengan strategi yang ditetapkan
  - (c) Melakukan analisis dan evaluasi program pemasaran
  - (d) Merumuskan kegiatan promosi
  - (e) Menyiapkan laporan kegiatan setiap bagian secara benar dan tepat waktu

**g. Keunggulan Sami Jaya**

Keunggulan produk Sami Jaya jika dibandingkan dengan produk sejenis lainnya adalah

- 1) Isiannya murni
- 2) tidak menggunakan bahan pengawet dalam proses produksinya ujarnya
- 3) penggunaan gula murni sebagai bahan pemanisnya

**3. Perusahaan Hikmah Bakery<sup>3</sup>**

**a. Sejarah Singkat Perusahaan Hikmah Bakery**

Perusahaan Hikmah Bakery merupakan perusahaan roti keluarga yang berdiri pada tahun 2005. Perusahaan Hikmah Bakery memproduksi berbagai jenis-jenis roti. Perusahaan ini pertama kali berlokasi di Desa Wates RT. 04 RW. 01 Kecamatan Kedungjati

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan ibu Nur Hikmah selaku pemilik usaha Hikmah Bakery, tanggal 20 Juni 2016.

Kabupaten Grobogan di bawah pimpinan Ibu Nur Hikmah yang berperan sebagai pemilik perusahaan. Mengembangkan usaha dengan karyawan yang awalnya 25 orang pada tahun 2005, dan jumlah karyawan berkurang sejak tahun 2010. Jumlah pekerja saat ini hanya berjumlah 16 orang dengan 14 pria dan 2 wanita.

#### **b. Visi dan Misi Hikmah Bakery**

##### 1) Visi

Hikmah Bakery memberikan yang terbaik untuk para pelanggannya. Dengan memberi jaminan mutu dan kualitas yang baik untuk memberikan produk yang sehat dan lezat serta berkualitas.

##### 2) Misi

- (a) Untuk memberikan roti sehat dan lezat, seperti aneka roti Danish, pudding, kue kering, camilan, cake dan tart.
- (b) Untuk menyebarkan sukacita konsumen tidak harus mahal, hanya dengan sehat, enak, dan menarik.
- (c) Menyediakan produk yang menyehatkan dan murah.
- (d) Untuk menyebarkan kebahagiaan yang didapat dari konsumen

#### **c. Tujuan Hikmah Bakery**

- 1) Menjadi salah satu usaha yang professional di bidangnya.
- 2) Menjadi ikon kuliner di Grobogan
- 3) Membuka banyak cabang di Indonesia dan menampung banyak karyawan.

#### **d. Produk-Produk Hikmah Bakery**

Jenis-jenis roti yang diproduksi oleh perusahaan Hikmah Bakery di antaranya adalah yaitu, sus kering, sus basah, roti roller, roti pisang, seffon, roti mandarin, pain cake, dan kue tart.

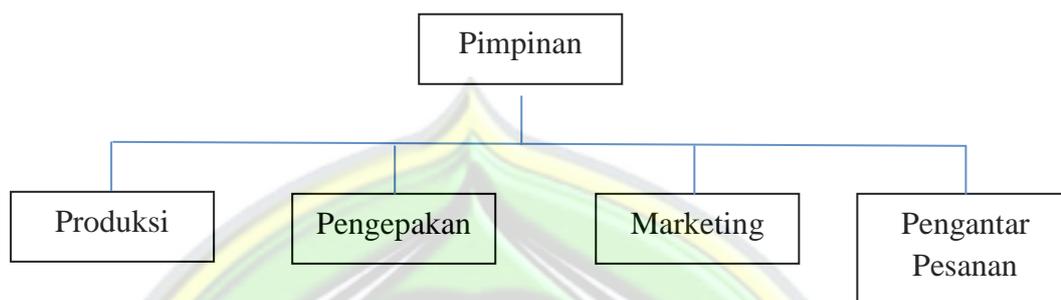
#### **e. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi berfungsi untuk kinerja di suatu perusahaan supaya lebih terarah, dan akan di ketahui sampai di mana wewenang

dan tanggung jawab yang dimiliki oleh karyawan dalam menjalankan tugas. Struktur organisasi dari perusahaan Hikmah Bakery dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

**Struktur Organisasi Perusahaan Hikmah Bakery**



**f. Tanggung Jawab dan Wewenang Perusahaan Hikmah Bakery**

1) Pemimpin

Pemimpin bertugas memimpin perusahaan dan bertanggung jawab terhadap seluruh kelangsungan perusahaan dalam menjalankan tugas. Seorang pemimpin tertinggi dalam suatu badan perusahaan yang bertugas mengembangkan serta memajukan perusahaan. Selain itu pimpinan perusahaan juga bertugas membuat perencanaan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan, mengorganisasi seluruh divisi serta bawahan, melakukan pengawasan (*controlling*) terhadap kinerja seluruh karyawan.

2) Produksi

Tugas bagian produksi adalah menjalankan proses produksi, bertanggung jawab dalam masalah bahan baku dan barang produksi.

3) Pengepakan

Tugas bagian pengepakan adalah menangani produk jadi mulai dari sortasi produk, mengemas, penyimpanan. Bagian ini juga bertanggung jawab atas pengawasan mutu produk akhir sebelum dikirim atau dipasarkan ke konsumen.

## 4) Marketing

Bagian marketing berperan sebagai pengarah program pemasaran produksi kepada konsumen, dengan *marketing system* hasil produksi akan berjalan.

## 5) Pengantar pesanan

Pengantar pesanan bertugas mengantar produk sehingga sampai ke tangan konsumen. Serta bertanggung jawab atas kelancaran proses tersebut.

**h. Keunggulan Hikmah Bakery**

Keunggulan produk Sami Jaya jika dibandingkan dengan produk sejenis lainnya adalah

- 1) rasa yang lebih enak
- 2) tanpa pengawet
- 3) harga yang lebih murah

**B. Gambaran Umum Responden****1. Jenis Kelamin Responden**

Adapun data dan presentase mengenai perbandingan jenis kelamin pada karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Responden (Jumlah Karyawan)	Presentase %
1.	Laki-laki	34	89.47 %
2.	Perempuan	4	10.53 %
<b>Jumlah</b>		38	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas dan pada gambar dapat diketahui tentang jenis kelamin pada karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diambil sebagai responden. yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 34 karyawan

atau 89.47%, sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 4 karyawan atau 10.53%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

## 2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Umur Responden**

No	Umur	Responden (Jumlah Karyawan)	Presentase %
1.	<17	3	7.89%
2.	18-25	14	36.84%
3.	26-35	15	39.47%
4.	36-45	6	15.79%
<b>Jumlah</b>		<b>38</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar umur dari karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diambil sebagai responden berkisar <17 tahun yaitu sebanyak 3 Karyawan atau 7.89% dari jumlah responden, kemudian antara umur 18-25 tahun sebanyak 14 Karyawan atau 36.84%, antara 26-35 tahun sebanyak 15 Karyawan atau 39.47%, antara 36-45 tahun sebanyak 6 Karyawan atau 15.79%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar umur dari karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery adalah 26-35 tahun sebanyak 15 Karyawan atau 39.47%.

## 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Pendidikan Responden**

No	Pendidikan Responden	Responden (Jumlah Karyawan)	Presentase %
1	SD	9	23.68%
2	SMP	17	44.74%
3	SMA	12	31.58%
4	Sarjana	0	0.00%
<b>Jumlah</b>		38	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Tabel di atas menunjukkan bahwa karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diambil sebagai responden sebagian besar adalah pendidikan akhir SMP berjumlah 17 karyawan atau 44.74%. Sedangkan yang lainnya seperti SD adalah 9 karyawan atau 23.68%, SMA berjumlah 12 karyawan atau 31.58%. Jadi dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery mayoritas pendidikan karyawan SMP dan tidak ada yang pendidikan akhir Sarjana.

#### 4. Lama Menjadi Karyawan

Adapun data mengenai lama menjadi karyawan pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Lama Menjadi Karyawan**

No	Lama Menjadi Karyawan	Responden (Jumlah Karyawan)	Presentase %
1	1 – 5 Tahun	9	23.68%
2	6 – 10 Tahun	23	60.53%
3	11 – 15 Tahun	6	15.79%
<b>Jumlah</b>		38	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Tabel di atas menunjukkan bahwa karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery yang diambil sebagai responden sebagian besar

sudah lama bekerja di Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery. 1 – 5 tahun lama menjadi karyawan berjumlah 9 karyawan atau 23.68%, 6 – 10 tahun lama menjadi karyawan berjumlah 23 karyawan atau 60.53%, 11 – 15 tahun lama menjadi karyawan berjumlah 6 karyawan atau 15.79%. Jadi dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery mayoritas 6 – 10 tahun lama menjadi karyawan berjumlah 23 karyawan atau 60.53%.

### C. Deskripsi Data Penelitian

**Tabel 4.5**  
**Hasil dari Jawaban Responden**

Variabel	Item	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
		SS		S		N		TS		STS	
Teknologi (X1)	p1	5	13.2	14	36.8	18	47.4	1	2.6	0	0
	p2	8	21.1	18	47.4	11	28.9	1	2.6	0	0
	p3	6	15.8	22	57.9	8	21.1	2	5.3	0	0
Pemasaran (X2)	p1	14	36.8	15	39.5	8	21.1	1	2.6	0	0
	p2	7	18.4	17	44.7	12	31.6	2	5.3	0	0
	p3	9	23.7	20	52.6	8	21.1	1	2.6	0	0
	p4	10	26.3	19	50.0	9	23.7	0	0	0	0
Pengembangan Usaha Kecil (Y)	p1	15	39.5	21	55.3	2	5.3	0	0	0	0
	p2	13	34.2	13	34.2	9	23.7	3	7.9	0	0

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

#### 1. Teknologi (X1)

Data pada tabel di atas menunjukkan pertanyaan untuk variabel teknologi item 1 yaitu, untuk mendapatkan hasil produksi sesuai dengan target, perusahaan membeli alat yang modern, 13.2% responden menyatakan sangat setuju, 36.8% responden menyatakan setuju, 47.4% memilih bersikap netral, 2.6% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Item 2 yaitu, perusahaan menggunakan alat modern untuk meningkatkan hasil produksi, 21.1% responden menyatakan sangat setuju, 47.4% responden menyatakan setuju, 28.9% memilih bersikap netral, 2.6% menyatakan tidak setuju dan 0%

menyatakan sangat tidak setuju. Item 3 yaitu, hasil dari produksi meningkat atau sudah memenuhi target dan kualitasnya semakin baik, 15.8% responden menyatakan sangat setuju, 57.9% responden menyatakan setuju, 21.1% responden memilih bersikap netral, 5.3% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

## **2. Pemasaran (X2)**

Data pada tabel di atas menunjukkan pertanyaan untuk variabel pemasaran item 1 yaitu, Produk yang saya jual mempunyai kualitas yang terjamin, 36.8% responden menyatakan sangat setuju, 39.5% responden menyatakan setuju, 21.1% responden memilih bersikap netral, 2.6% responden menyatakan tidak setuju, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Item 2 yaitu, Harga yang saya tawarkan pada produk yang ada mudah dijangkau pembeli konsumen, 18.4% responden menyatakan sangat setuju, 44.7% responden menyatakan setuju, 31.6% responden memilih bersikap netral, 5.3% responden menyatakan tidak setuju, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Item 3 yaitu, Konsumen dapat memperoleh produk saya dengan mudah, 23.7% responden menyatakan sangat setuju, 52.6% responden menyatakan setuju, 21.1% responden memilih bersikap netral, 2.6% menyatakan tidak setuju, 0% menyatakan sangat tidak setuju. Item 4 yaitu, Saya dalam memasarkan produk melakukan interaksi langsung dengan pembeli, 26.3% responden menyatakan sangat setuju, 50.0% responden menyatakan setuju, 23.7% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

## **3. Pengembangan Usaha Kecil (Y)**

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel pengembangan usaha kecil, item 1 yaitu, produk yang dihasilkan dalam pemasaran sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan, 39.5% responden menyatakan sangat setuju, 55.3% responden menyatakan setuju, 5.3% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Item 2 yaitu, saya

mendapatkan keuntungan yang didapatkan sesuai dengan target usaha, 34.2% responden menyatakan sangat setuju, 34.2% responden menyatakan setuju, 23.7% responden memilih bersikap netral, 7.9% responden menyatakan tidak setuju, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

#### D. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membangun  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) = n-k. dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Apabila  $r_{hitung}$  untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih dapat dikatakan valid.

Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedem* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstuk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung 30-2 atau df=28 dengan alpha 0,05 didapat  $r_{tabel}$  0,361 jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Corelation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Corlation</i> (r hitung)	r table	Keterangan
Teknologi (X <sub>1</sub> )	p1	0.422	0,361	<i>Valid</i>
	p2	0.568	0,361	<i>Valid</i>
	P3	0.380	0,361	<i>Valid</i>
Pemasaran (X <sub>2</sub> )	p1	0.581	0,361	<i>Valid</i>
	p2	0.408	0,361	<i>Valid</i>
	p3	0.455	0,361	<i>Valid</i>
	p4	0.418	0,361	<i>Valid</i>
Pengembangan Usaha Kecil (Y)	p1	0.413	0,361	<i>Valid</i>
	p2	0.413	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya  $r_{hitung}$  dapat dihitung 30-2 atau  $df=28$  dengan  $\alpha$  0,05 didapat  $r_{tabel}$  0,361 jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, pada tabel di atas dapat dilihat juga bahwa masing-masing *item* memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0.361) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu koesioner dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau hasil stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas berdasarkan *pilot test* (non responden) sebesar 30 orang.

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	<i>Coefficients Alpha</i>	Keterangan
Teknologi (X <sub>1</sub> )	0,785	Reliabel
Pemasaran (X <sub>2</sub> )	0,772	Reliabel
Pengembangan Usaha Kecil (Y)	0,781	Reliabel

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Conbrach Alpha* >0,60. Dengan demikian, semua variabel (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y) dapat dikatakan *reliable*.

#### E. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak biasa.

##### 1. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier dan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya) jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokolerasi dapat digunakan pendekatan Durbin Waston

**Tabel 4.8**  
**Uji Autokorelitas**

Koefisien	Nilai
Durbin-Waston	1.705
Dl	1.373
Du	1.594

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Dari hasil pada tabel di atas menunjukkan pengujian autokolerasi dengan menggabungkan uji Durbin-Watson atau residual persamaan

regresi diperoleh angka d-hitung DW sebesar 1.705 untuk menguji gejala autokolerasi maka angka d-hitung DW sebesar 1.705 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Durbin-Watson dengan titik signifikansi  $\alpha = 5\%$  dari tabel d-statistik Durbin-Watson diperoleh nilai dl sebesar 1.373 dan du 1.594 karena hasil pengujiannya adalah  $dl < d < 4 - du$  ( $1.373 < 1.705 < 4 - 1.594$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokolerasi positif atau negatif untuk tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

## 2. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkolerasi. Cara yang dipakai untuk medeteksi gejala multikolonieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolonieritas. Hasil perhitungannya dapat dilihat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Teknologi (X1)	0.955	1.048
Pemasaran (X2)	0.955	1.048

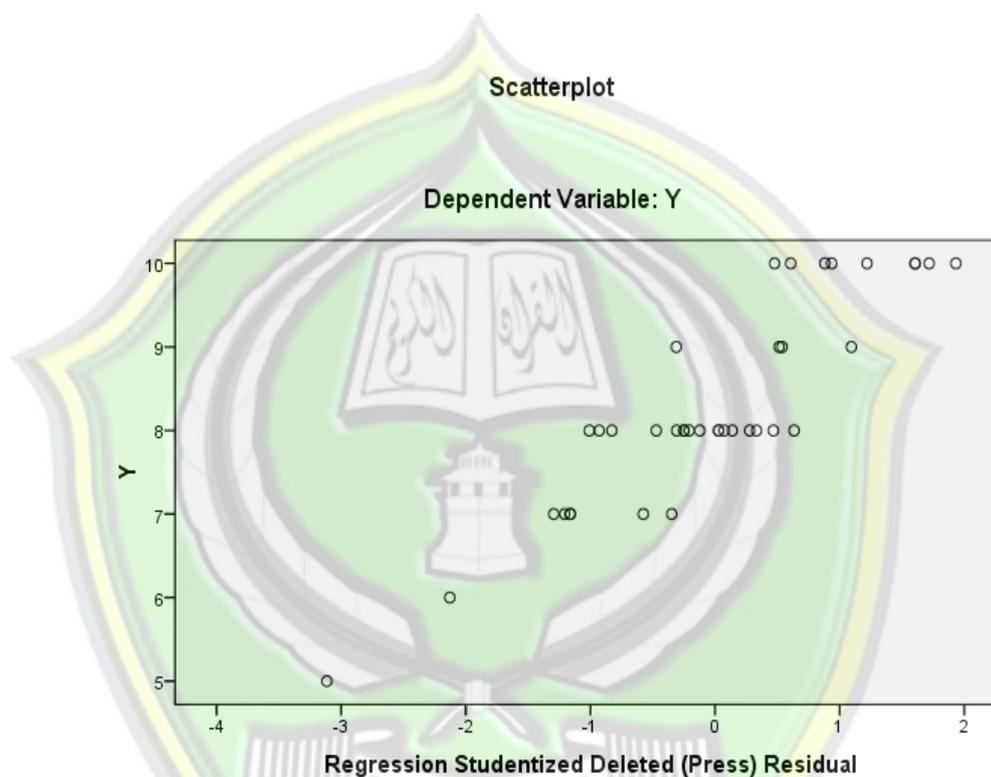
*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Dari hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel X1 dan X2 masing-masing sebesar 0.955 dan 0.955, dan VIF masing-masing sebesar 1.048 dan 1.048. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**Gambar 4.4**  
**Uji Heteroskedastisitas**



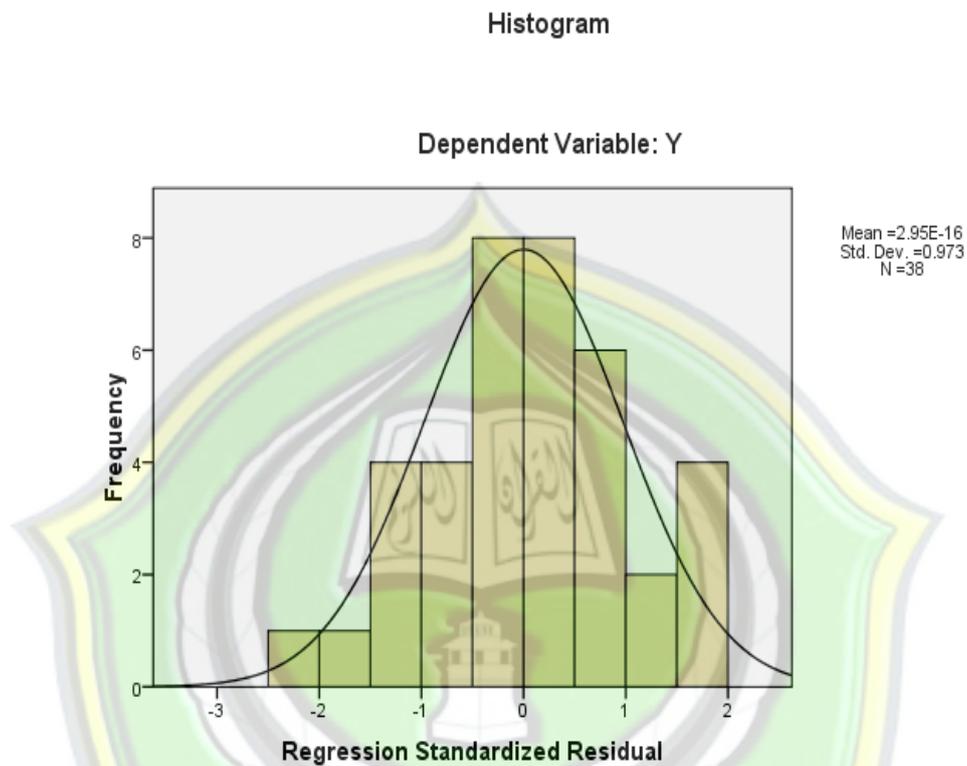
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan grafik *Scatterplot* pada tabel di atas menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedasitas pada model regresi

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

**Gambar 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas**

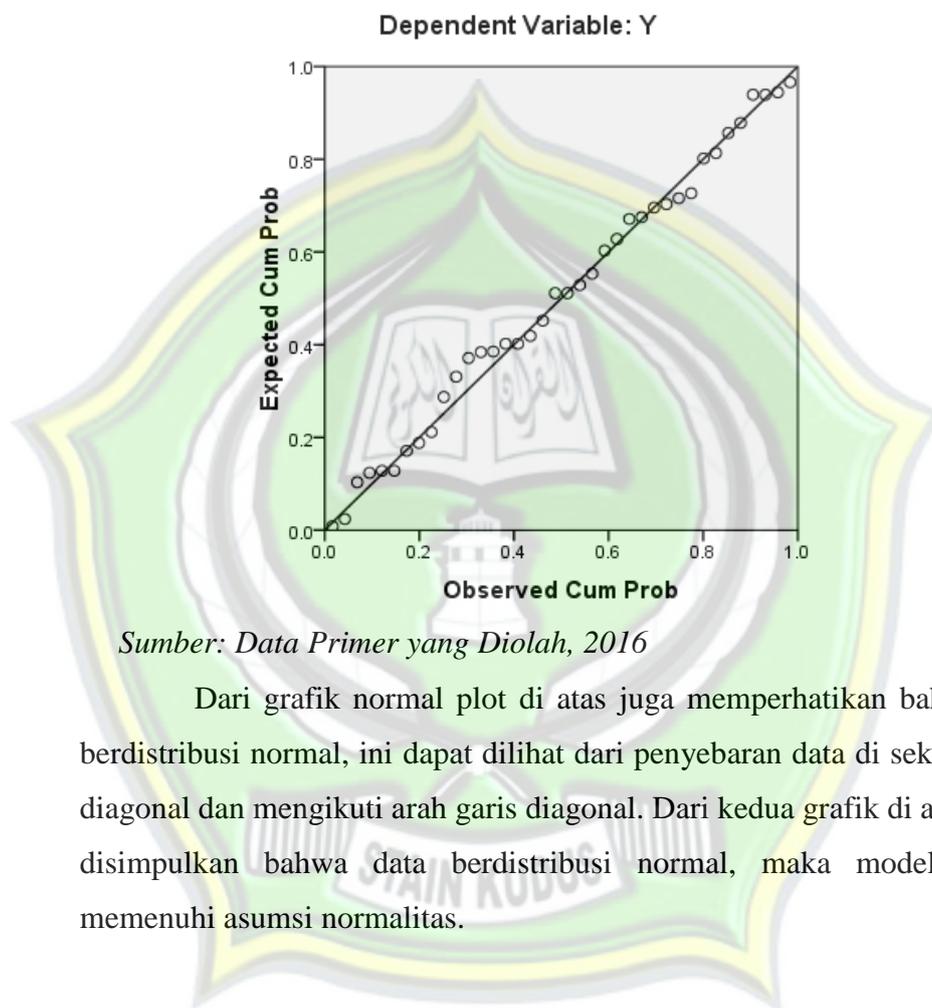


*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Berdasarkan *Normal Probability Plot* pada tabel di atas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Dari grafik normal plot di atas juga memperhatikan bahwa data berdistribusi normal, ini dapat dilihat dari penyebaran data di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dari kedua grafik di atas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## F. Uji Statistik

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel independen (Y) perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. dengan demikian antara variabel dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah pengembangan usaha kecil, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah teknologi

dan pemasaran. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Koefisien	Nilai
R	.452
Adjusted R	.159

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Dari output di atas terlihat bahwa kolerasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai  $R = 0.452$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas (teknologi dan pemasaran) memiliki hubungan terhadap variabel terikat (pengembangan usaha kecil). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat. Positif dikarenakan tidak bernilai negatif, karena positif maka dikatakan searah dengan interpretasi jika variabel (X) meningkat, maka variabel (Y) juga meningkat.

## 2. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Pengujian parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan. *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara lebih rinci t hitung dijelaskan dalam tabel sebagai berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Koefisien Regresi**

Variabel	T hitung	T table	Sig.	Interprestasi
Teknologi (X1)	1.832	1.690	0.059	Berpengaruh
Pemasaran (X2)	1.928	1.690	0.056	Berpengaruh

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

a. Pengaruh faktor teknologi terhadap pengembangan usaha kecil

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel babas (teknologi) menunjukkan t hitung 1.832 dengan t tabel 1.690 dan  $p$  value sebesar 0.059 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $1.832 > 1.690$ ). Dengan demikian faktor teknologi merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha kecil.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara faktor teknologi dengan pengembangan usaha kecil”. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa alasan penting untuk mengelola dan mengembangkan faktor teknologi adalah faktor daya pendorong yang mengakibatkan seorang karyawan mau untuk belajar mengerahkan kemampuannya, dalam bentuk keahlian atau ketrampilan untuk meningkatkan kemampuannya yang menjadi tanggungjawabnya.

Dengan demikian karyawan dapat mengikuti teknologi yang diberikan sehingga dapat meningkatkan pengembangan usaha kecil.

b. Pengaruh Faktor pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil.

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (Faktor pemasaran) menunjukkan t hitung 1.928 dengan t tabel 1.690 dan  $p$  value sebesar 0.056 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $1.928 > 1.690$ ). Dengan demikian faktor pemasaran merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha kecil.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara faktor pemasaran dengan pengembangan usaha kecil”. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa pemasaran dapat meningkatkan pengembangan usaha kecil. Dalam hal ini faktor pemasaran sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha kecil, adanya faktor Pemasaran, karyawan yang baik dapat mendorong atau memengaruhi dirinya sendiri untuk selalu

memberikan tanggungjawabnya secara baik terhadap industri yang ditempati.

Melihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel faktor pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil, maka seseorang pelaku usaha pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery perlu adanya suatu perhatian tersendiri dari faktor pemasaran agar karyawan merasa benar-benar hasil kerjanya dihargai dan mendapat imbalan yang pantas sehingga karyawan dapat meningkatkan pengembangan usaha kecil.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y). Seperti “terdapat pengaruh bersama-sama antara faktor teknologi dan pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil”. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Anova**

Model	F hitung	F tabel	Sig
1	4.494	3.27	0.013 <sup>a</sup>

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F hitung, yang menunjukkan nilai sebesar 4.494, F tabel sebesar 3.27 dengan tingkat probabilitas 0.013. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, karena F hitung lebih besar dari F tabel ( $4.494 > 3.27$ ) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat faktor teknologi dan pemasaran secara bersama-sama benar-benar berpengaruh terhadap pengembangan usaha kecil.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis non yang menyatakan “tidak terdapat pengaruh bersama-sama antara faktor

teknologi dan pemasaran terhadap pengembangan usaha” tidak diterima atau ditolak yang berarti menerima hipotesis alternatif.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh teknologi, pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil karyawan pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	4.114
Teknologi (X1)	0.168
Pemasaran (X2)	0.143

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016*

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh teknologi dan pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil karyawan pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebagai berikut:

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

$$Y = 4.114 + 0.168 X_1 + 0.143 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Pengembangan Usaha Kecil

X1 = Teknologi

X2 = Pemasaran

a = Konstanta

e = Variabel independen lain di luar model regresi

- Nilai sebesar 4.114 merupakan konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari tiga variabel independen faktor lain, maka besarnya pengembangan usaha kecil pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery mempunyai nilai sebesar 4.114.
- Koefisien regresi 0.168 menyatakan bahwa terjadi kenaikan faktor teknologi tentang pengembangan usaha kecil pada karyawan dan akan

- meningkatkan pengembangan usaha kecil pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebesar 0.168 tanpa dipengaruhi faktor lain.
- c. Koefisien regresi 0.143 menyatakan bahwa terjadi kenaikan faktor pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil karyawan pada Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebesar 0.143 tanpa dipengaruhi faktor lain.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Faktor Teknologi

Variabel faktor teknologi (X1) memiliki pengaruh terhadap pengembangan usaha kecil industri Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebesar 0.168. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan faktor teknologi akan meningkatkan pengembangan usaha kecil Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebesar 0.168 tanpa dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $1.832 > 1.690$ ) maka  $t_{hitung}$  didaerah tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. **Sehingga hipotesis pertama  $H_1$  diterima**, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor teknologi terhadap pengembangan usaha kecil Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Rudini Hadinata peran teknologi dalam mengembangkan usaha sangatlah penting, hal ini guna untuk mempermudah para pelaku usaha dalam proses produksi. Dalam perkembangannya penggunaan teknologi atau peralatan yang digunakan oleh pengrajin kulit di Magetan mengalami peningkatan. Saat ini peralatan yang digunakan sudah modern yang awalnya dulu masih menggunakan peralatan manual.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Rudini Hadinata, *Analisis Strategi Pengrajin Kulit dalam Mengembangkan Usaha*, Jurnal *Bussines, leather industry*, Vol. 6, No. 2, Nopember 2014, hlm. 179.

Alasan penting untuk mengelola dan mengembangkan faktor teknologi adalah faktor daya pendorong yang mengakibatkan seorang karyawan mau untuk belajar mengerahkan kemampuannya, dalam bentuk peningkatan keahlian atau ketrampilan untuk meningkatkan kemampuannya yang menjadi tanggungjawabnya sehingga timbul peningkatan produktivitas kerjanya hal ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha kecil.

## 2. Faktor Pemasaran

Variabel faktor Pemasaran (X2) memiliki pengaruh terhadap pengembangan usaha kecil Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebesar 0.143. Hal ini menyatakan bahwa pemberian Pemasaran akan meningkatkan pengembangan usaha kecil Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebesar 0.143 yang tidak dipengaruhi faktor lain.

Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai  $t$  hitung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $1.928 > 1.690$ ) maka  $t_{hitung}$  didaerah tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima. **Sehingga hipotesis kedua  $H_2$  diterima**, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor Pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Widjaya Y. Kusuma mengatakan bahwa pemasaran dapat mempengaruhi pengembangan usaha karena hal ini dapat mengetahui adanya pengembangan pasar yang nanti akan memberikan kontribusi bagi perusahaan.<sup>5</sup>

Melihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel faktor Pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil, maka seseorang pelaku usaha Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery perlu adanya suatu perhatian tersendiri dari faktor Pemasaran agar karyawan merasa benar-benar hasil kerjanya dihargai dan mendapat

---

<sup>5</sup> Widjaya Kusuma, *Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha UKM di Propinsi Sumatra Utara*, Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM, No. 1, Tahun 1, 2006, hlm. 131-135.

imbalan yang pantas agar karyawan selalu dapat meningkatkan produktivitas kerjanya hal ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha kecil

## **H. Implikasi Penelitian**

### **1. Teoritis**

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan ilmu pengembangan usaha kecil, menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi pengembangan usaha kecil maka organisasi harus memperhatikan adanya faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha kecil.

### **2. Praktis**

Dalam penelitian memberikan implikasi secara praktis sebagai berikut:

- a. Industri Zuhry Bakery, Sami Jaya, dan Hikmah Bakery sebagai tempat yang memberikan teknologi yang secara langsung maupun tidak langsung, memberikan Pemasaran yang baik terhadap karyawan dapat meningkatkan pengembangan usaha kecil.
- b. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa faktor teknologi dan pemasaran dapat memberikan pengaruh pada pengembangan usaha kecil.
- c. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat mempertajam permasalahan mengenai pengembangan usaha kecil.