

## PENGARUH MODAL USAHA TERHADAP PRODUKTIVITAS USAHA TEMPE PADA UMKM MAJU BERSAMA DI DESA GUNUNG MERAKSA KECAMATAN LUBUK BATANG KABUPATEN OKU

<sup>1</sup>Yopi Yunsepa, <sup>2</sup>Yuniarti Anwar, <sup>3</sup>Sobirin

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen STIE Dwi Sakti Baturaja

<sup>1</sup>yopizulhanapi@gmail.com, <sup>2</sup>yuniartianwarsemsi@gmail.com

### Abstrak

*This study aims to how the influence of venture capital on the productivity of the tempeh business in Maju Bersama MSMEs in Gunung Meraksa Village, Lubuk Batang District, OKU Regency. The method in this study used a descriptive method. The data analysis technique in this study is quantitative data analysis, which is directed to answer the problem formulation or test the hypotheses that have been formulated, because the data is quantitative, the data analysis technique uses available statistical methods. The results of the study explain that there is an effect of working capital on business productivity with the results of a simple linear regression equation that is  $Y=5.423 + 0.752X$ , and the correlation value is 0.872. This shows that the relationship between the independent variable, namely business capital and the dependent variable, is very strong. While the number  $r$  square (Coefficient of Determination) is 0.760, this value indicates that the contribution of the independent variable, namely venture capital with the dependent variable, namely business productivity, simultaneously is 76% while the remaining 24% is not examined in this study. Hypothesis testing from the data obtained  $t$ -count variable  $X$  is 9.256 where the  $t$ -count value is more than the  $t$ -table value ( $9.256 > 1.703$ ), then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that there is a partial influence between the variable venture capital ( $X$ ) and the variable business productivity ( $Y$ ) in MSMEs Forward Together in Gunung Meraksa Village.*

**Keywords:** *Business capital, productivity, Marketing Management and UMKM.*


### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh modal usaha terhadap produktivitas usaha tempe pada UMKM Maju Bersama di Desa Gunung Meraksa Kecamatan Lubuk Batang Kabupaten OKU. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah. Hasil penelitian menjelaskan terdapat pengaruh modal usaha terhadap produktivitas usaha dengan hasil persamaan regresi linear sederhana adalah  $Y=5,423+0,752X$ , dan nilai korelasi sebesar 0,872. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu modal usaha dengan variabel dependen produktivitas usaha adalah sangat kuat. Sedangkan angka  $rsquare$  (koefisien determinasi) sebesar 0,760, nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen yaitu modal usaha dengan variabel dependen yaitu produktivitas usaha, secara simultan adalah sebesar 76%. Uji hipotesis dari data yang diperoleh thitung variabel  $X$  adalah sebesar 9,256 dimana nilaithitung tersebut lebih dari nilai ttabel ( $9,256 > 1.703$ ), artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel modal usaha ( $X$ ) dan variabel produktivitas usaha ( $Y$ ) di UMKM Maju Bersama Desa Gunung Meraksa.

**Kata Kunci :** Modal usaha, produktivitas, Manajemen Pemasaran dan UMKM.

## PENDAHULUAN

Pengembangan UMKM merupakan tulang punggung system ekonomi kerakyatan. Ditujukan tidak hanya untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan




antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. UMKM yang berada di masyarakat antara lain industri rumah tangga. Industri ini diharapkan mampu mendukung perluasan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat yang nantinya membuat perkembangan yang lebih baik dalam segi sosioekonomi.

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha desa. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Meskipun usaha kecil dan menengah memiliki kedudukan yang sangat potensial dalam perekonomian nasional, kenyataannya masih banyak masalah yang dihadapi dalam pengembangannya. Masalah yang paling mendasar pada usaha kecil adalah masalah permodalan. Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas. Sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Padahal modal sangat penting dalam meningkatkan produksi dan taraf hidup masyarakat. Selain itu, usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, ditambah lagi produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

Modal Usaha dalam suatu perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang kegiatan perusahaan. Modal usaha dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya sehari-hari. Modal usaha yang telah dikeluarkan



diharapkan dapat kembali lagi masuk dalam perusahaan dalam jangka waktu yang pendek melalui hasil penjualan produksinya. Modal usaha yang berasal dari penjualan produk tersebut akan segera dikeluarkan lagi untuk membiayai kegiatan operasional selanjutnya. Selain itu, modal usaha juga memiliki tujuan tertentu yang hendak dicapai, maka dari itu setiap perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan modal usahanya, agar dapat meningkatkan pendapatan kemudian, dengan terpenuhinya modal usaha, perusahaan juga dapat memaksimalkan pendapatannya. Modal usaha merupakan pengeluaran untuk membeliperalatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa (Sukirno dalam Furqon, 2017:6).

Produktivitas usaha merupakan rasio antara besaran volume *output* terhadap besaran *input* yang digunakan yaitu rasio antara output dari pekerjaan dan input dari sumber daya yang dipakai dalam proses menciptakan kesejahteraan.

UMKM Maju bersama yang beralamat di Desa Gunung Meraksa Kecamatan Lubuk Batang yang bergerak dalam bidang usaha pengembangan tempe merupakan usaha mikro kecil berskala keluarga, yang tentunya dalam pengembangan modal sangat terbatas. Dengan modal yang terbatas tentunya akan mempengaruhi produktifitas usaha.

## LANDASANTEORI

### ManajemenPemasaran

Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

### Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif yang dikenal dengan istilah fungsi manajemen (Putri, 2017:10)

### Tujuan Manajemen Pemasaran

Menurut Putri (2017:1) tujuan dari manajemen pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

### Konsep Inti Pemasaran

Menurut Rahmawati (2016:7) Untuk bias memahami materi manajemen pemasaran ini, maka diperlukan pemahaman jargon-jargon yang sering digunakan oleh pemasar, yaitu:

- a. **Kebutuhan mudah**, mempromosikan secara efektif hal-hal yang diperlukan oleh manusia untuk bisa hidup misalnya air, udara, makanan, baju dan tempat tinggal. Selain itu manusia juga mempunyai kebutuhan penunjang yaitu pendidikan, rekreasi dan hiburan.
- b. **Keinginan**, kebutuhan berubah menjadi keinginan, ketika sudah mengarah kepada produk spesifik, dimana produk tersebut bisa untuk memenuhi kebutuhan. Contohnya penduduk diIndonesia membutuhkan makanan untuk bias hidup, mereka menginginkan pecel dan teh hangat, sedangkan penduduk diPerancis ingin pizza dan minuman bersoda.
- c. **Permintaan**, keinginan terhadap produk tertentu yang barengi dengan kemampuan untuk membeli. Banyak orang yang ingin membeli mobil Lexus,tapi hanya sebagian kecil yang punya daya beli. Pemasar harus focus kepada orang yang punya daya beli, bukan kepada orang yang hanya ingin membeli.
- d. **Segmentasi**, proses membagi pasar yang heterogen menjadi kelompok-kelompok yang homogen. Pengelompokan dapat dilakukan berdasarkan sifat demografi, geografi, psikografi dan perilaku.
- e. **PasarSasaran (Target Markets)**, setelah membagi pasar kedalam kelompok-kelompok homogen, maka dipilih kelompok/segmen yang paling menguntungkan untuk dilayani oleh perusahaan, segmen ini dinamakan pasar sasaran.
- f. **Positioning**, posisi produk di pikiran konsumen yang ditempatkan melalui penawaranyang dibuat perusahaan. Contohnya Aqua diposisikan sebagai air minumyang sehat, Total 8+ diposisikan sebagai air minum dengan pH basa yang



menetralsir asam dalam tubuh yang mengurangi resiko penyakit kanker.

- g. **Value Proposition**, kumpulan manfaat yang bisa untuk memuaskan kebutuhan.
- h. **Tawaran (*Offering*)**, tangibelisasi manfaat-manfaat yang bersifat *intangible*, sehingga lebih bias dipahami calon konsumen, melalui kombinasi tawaran produk, jasa, informasi dan pengalaman pelanggan.
- i. **Merek (*brand*)**, tawaran dari sumber yang dikenal, misalnya Toyota. Konsumen akan mempunyai banyak asosiasi yang terkait dengan merek tersebut, mobil murah, sparepart-nya murah, harga jual kembali tinggi, perawatan mudah dan tempat service ada dimana-mana.
- j. **Nilai (*value*)**, perbandingan antara total manfaat produk, baik yang tangible ataupun *intangible* dengan total cost. Semakin tinggi manfaat dirasakan konsumen disbanding cost dikeluarkan, maka nilai yang dirasakan semakin tinggi.
- k. **Kepuasan (*satisfaction*)**, refleksi penilaian seseorang atas perbandingan antara kinerja riil produk dan harapan konsumen. Semakin tinggi gap positif antara kinerja riil dan harapan konsumen, semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
- l. **Saluran pemasaran (*Marketing channels*)**, untuk bisa menjangkau pasar sasaran, pemasar menggunakan 3 saluran pemasaran yaitu saluran komunikasi (koran, majalah, televisi, billboards, internet) saluran distribusi (distributor, agen, pedagang besar) dan saluran jasa (pergudangan, transportasi, bank, asuransi).
- m. **Rantai pasok (*SupplyChain*)**, saluran-saluran yang berkontribusi mulai penyediaan bahan baku, proses produksi sampai produk jadi sampai ketangan konsumen akhir.
- n. **Kompetisi**, persaingan terjadi dengan semua pihak, baik persaingan dengan pesaing eksisting atau persaingan dengan pesaing potensial dan produk substitusi.
- o. **Lingkungan Pemasaran (*marketing environment*)**, lingkungan pemasaran meliputi taskenvironment (pihak-pihak yang terlibat dalam produksi, distribusi dan promosi tawaran) dan broadenvironment (lingkungan demografi, ekonomi, sosial budaya, sumber daya alam, teknologi, politik dan hukum).

### Tinjauan Tentang Modal Usaha

Modal usaha merupakan aspek penting dalam permodalan usaha, usaha tanpa modal tidak akan berjalan. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat

diperlukan. Persoalan disini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar.

### **Pengertian Modal Usaha**

Modal usaha merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa (Sukirno *dalam* Furqon, 2017:6).

### **Macam-Macam Modal Usaha**

#### **a. Modal Sendiri**

Menurut Furqon *dalam* Mardiyatmo (2017:32) mengatakan bahwa modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain sebagainya.

#### **b. Modal Asing (Pinjaman)**

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman.

#### **c. Modal Patungan**

Selain modal sendiri atau pinjaman, juga bisa menggunakan modal usaha dengan cara berbagai kepemilikan usaha dengan orang lain. Caranya dengan menggabungkan antara modal sendiri dengan modal satu orang teman atau beberapa orang (yang berperan sebagai mitra usaha) (Furqon *dalam* Ambadar, 2017:35)

### **Produktivitas**

Produktivitas usaha merupakan rasio antara besaran volume *output* terhadap besaran *input* yang digunakan yaitu rasio antara output dari pekerjaan dan input dari sumber daya yang dipakai dalam proses menciptakan kesejahteraan. Dengan kata lain bahwa produktivitas merupakan semua uang yang masuk dan keluar dalam sebuah rumah tangga atau unit terkecil lainnya dalam suatu masa tertentu.

### **Pengertian Produktivitas**

Menurut berg *dalam* Nuraini (2012:20) mendefinisikan produktivitas sebagai

perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu di bagi totalitas pengeluaran pada waktu tertentu dibagi totalitas masukan selama periode tersebut. Menurut definisi ini produktivitas juga diartikan sebagai:

- a. Perbandingan ukuran harga bagi masukan dan hasil
- b. Perbedaan antara kumpulan jumlah pengeluaran dan masukan yang dinyatakan dalam satu-satuan (unit) umum.

Menurut Stoner *dalam* Nuraini (2012:22) produktifitas usaha sebagai nisbah keluaran terhadap masukan adalah suatu ukuran efisiensi manajer dalam menggunakan sumber daya organisasi yang langka untuk menghasilkan barang dan jasa.

### **Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas**

Banyak factor yang mempengaruhi produktivitas usaha, baik yang berhubungan dengan tenaga kerja maupun yang berhubungan dengan lingkungan perusahaan dan kebijaksanaan pemerintah secara keseluruhan. Menurut Sedarmayanti *dalam* Nuraini (2012:24) enam faktor utama yang menentukan produktivitas tenaga kerja adalah:

- a. **Sikap kerja**, kesediaan untuk bekerja secara bergiliran (*shiftwork*), dapat menerima tambahan tugas dan bekerja dalam satu tim.
- b. **Tingkat keterampilan**, yang ditentukan oleh pendidikan, latihan dalam manajemen dan supervise serta keterampilan dalam teknik industri.
- c. **Hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan organisasi** yang tercermin dalam usaha baersama antara pemimpin organisasi dan tenaga kerja untuk meningkatkan produktivitas melalui lingkaran pengawasan mutu (*quality ontrol circles*) dan panitia mengenai kerja unggulan.
- d. **Manajemen produktivitas** yaitu manajemen yang efisien mengenai sumber dan system kerja untuk mencapai peningkatan produktivitas.
- e. **Efisiensi tenaga kerja**, perencanaan tenaga kerja dan tambahan tugas.
- f. **Kewiraswastaan**, yang tercermin dalam pengambilan resiko, kreativitas dalam berusaha, dan berada dalam jalur yang benar dalam usaha.

Menurut Suparmoko *dalam* Furqon (2017:6) bahwa bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga pendapatan. Modal merupakan salah satu input atau factor produksi yang dapat mempengaruhi pendapatan namun bukan satu-satunya factor yang



dapat meningkatkan usaha.

### **Peranan Modal dalam Produktivitas Usaha**

Modal memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan usaha, khususnya pengolahan produksi. Jika tidak ada modal, maka proses produksi menjadi terhambat atau tidak bisa dilakukan. Modal bisa didapatkan secara mandiri, misalkan dengan bekerja atau menabung. Namun, juga bisa didapatkan dari bantuan pihaklain, misalkan dengan meminjam ke bank.

Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga pendapatan. Modal merupakan salah satu input atau faktor produksi yang dapat mempengaruhi pendapatan namun bukan satu-satunya faktor yang dapat meningkatkan pendapatan.

Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan (Ahmad *dalam* Furqon, 2017: 7). Apabila modal meningkat maka produktivitas dan pendapatan juga akan meningkat (Sukirno *dalam* Furqon, 2017).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan diUMKM Maju Bersama Desa Gunung Meraksa Kecamatan Lubuk Batang Kabupaten Ogan Komering Ulu. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari responden melalui pengukuran langsung, kuesioner, kelompok panel, atau data hasil wawancara dengan narasumber (Tersiana, 2020:75).

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung misalnya buku, website, jurnal yang berkenaan dengan penelitian ini. Menurut Tersiana (2020:75) teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif. Menurut Siyoto dan Sodik (2015:121) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Sugiyono (2019:243) analisis data kuantitatif yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan, karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistic yang sudah tersedia. Analisis data

kuantitatif menggunakan model penelitian antara lain

- a. Analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengetahui atau meramalkan atau memprediksi pengaruh variabel X (Pengaruh Modal Usaha) terhadap variable Y (Produktivitas Usaha) yang diamati.
- b. Analisis koefisien korelasi, Menurut Paiman(2019:2) analisis korelasi dimanfaatkan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa memperhatikan ada atau tidaknya hubungan kausal diantara variabel-variabel itu. Untuk mengukur kekuatan hubungan antar variable X (Modal Usaha) dan Y (Produktivitas Usaha), dilakukan analisis korelasi yang hasilnya dinyatakan oleh suatu bilangan yang dikenal dengan koefisien korelasi.
- c. Analisis koefisien determinasi untuk memperkuat analisis hubungan antar variable yaitu nilai ( $R^2$ ) Variabel yang akan diukur adalah variable X (Pengaruh Modal Usaha) dan variable Y (Produktivitas Usaha).
- d. Uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh modal usaha terhadap produktivitas usaha tempe. Untuk menguji hipotesis digunakan perhitungan uji statistik sebagaiberikut Uji  $-t$ (Uji Parsial) , dalam uji t, ditujukan untuk memastikan apakah variable bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian untuk mengetahui hubungan kausal antara variable X dan Y dilakukan analisis linear sederhana dengan rumus  $\hat{Y} = a + bX$  dan untuk menjawab permasalahan yang ada dan menemukan persamaan menggunakan bantuan SPSS 20 dengan output sebagai berikut:

**Tabel 1. Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.423	1.593		3.404	.002
	MODAL USAHA	.752	.081	.872	9.256	.000
a. Dependent Variable: PRODUKTIVITAS USAHA						

Dari perhitungan pada tabel 9, diperoleh estimasi regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y=5,423+0,752X$$

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diatas diperoleh:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5,423 nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila tidak ada Modal Usaha maka Produktivitas Usaha akan senilai 5,423.
- 2) Koefisien regresi untuk nilai Modal Usaha (X) sebesar 0,752, artinya apabila terjadi peningkatan nilai pada variabel Modal Usaha (X) sebesar satu satuan maka variabel Produktivitas Usaha (Y) juga akan meningkat sebesar 0,752.

Untuk menghitung korelasi linear sederhana menggunakan SPSS20 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2. Analisis Korelasi Linear Sederhana**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	RSquare	Adjusted RSquare	Std.ErroroftheEstimate
1	.872 <sup>a</sup>	.760	.751	2.006
a.Predictors:(Constant),MODALUSAHA				
b.DependentVariable:PRODUKTIVITASUSAHA				

Pada tabel 2, diperoleh nilai korelasi atau nilai R sebesar 0,872. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu Modal Usaha dengan variabel dependen yaitu Produktivitas Usaha adalah sangat kuat karenaberada antara 0,80 –1,000 Untuk menghitung koefisien determinasi menggunakan SPSS20 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	RSquare	Adjusted RSquare	Std.ErroroftheEstimate
1	.872 <sup>a</sup>	.760	.751	2.006
a.Predictors:(Constant),MODALUSAHA				
b.DependentVariable:PRODUKTIVITASUSAHA				

Pada tabel 3, diperoleh nilai koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,760 atau 76%. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi variable independen yaitu Modal Usaha terhadap variable dependen yaitu Produktivitas Usaha, secara simultan adalah sebesar 76% sementara

sisanya 24% tidak diteliti dalam penelitian.

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variable independen yaitu Modal Usaha (X) mempunyai pengaruh terkait dengan variabel dependen yaitu Produktivitas Usaha (Y) di UMKM Maju Bersama Desa Gunung Meraksa.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis (Ujit)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.423	1.593		3.404	.002
	MODAL USAHA	.752	.081	.872	9.256	.000

a. Dependent Variable: PRODUKTIVITAS USAHA

Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai thitung variabel X adalah sebesar 9,256 dimana nilai thitung tersebut lebih besar dari nilai ttabel (9,256 > 1.703), maka  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antar variable Modal Usaha (X) dan variable Produktivitas Usaha (Y) di UMKM Maju Bersama Desa Gunung Meraksa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka disimpulkan bahwa variable Modal Usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Produktivitas Usaha. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana di dapatkan persamaan  $Y = 5,423 + 0,752X$ , nilai korelasi linear sederhana (r) sebesar 0,872. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu Modal Usaha dengan variabel dependen yaitu Produktivitas Usaha adalah sangat kuat karena berada antara 0,80–1,000.

Sedangkan nilai koefisien determinasi (rsquare) sebesar 0,760 atau sama dengan 76% , jadi dapat di jelaskan bahwa Modal Usaha berpengaruh terhadap Produktivitas Usaha sebesar 76% sedangkan sisanya 24% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Berdasarkan uji hipotesis dari penelitian ini setelah melakukan perbandingan antara thitung untuk variable Modal Usaha sebesar 9,256 dengan t tabel 1,703. Nilai yang diperoleh thitung > atau 9,256 > 1,703 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi terdapat pengaruh Modal

Usaha(X) terhadap Produktivitas Usaha (Y) di UMKM Maju Bersama Desa Gunung Meraksa Kecamatan Lubuk Batang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. LimaBelas. RinekaCipta. Jakarta.
- Darmalaksana,Wahyudin. 2020. *Metode Penelitian*. Pertama. Fakultas Ushuludin UIN Sunan Gunung Jati.Bandung.
- Furqon, Danang Faizal. 2017. *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha*. Kebumen
- Juliandri, Azwar, Irfan, Saprinan Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Pertama. UmsuPress. Medan.
- Martono,Ricky Virona. 2019. *Analisis Produktivitas dan Efisiensi*. Pertama. Gramedia. Jakarta
- Nugrahani, Farida, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Pertama Surakarta. Paiman, 2019. *Teknik Analisis Korelasi dan RegresiIlmu-Imu Pertanian*. Pertama. UPYPress. Yogyakarta.
- Siyoto,Sandu AliSodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Pertama. Literasi Media. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Dua Puluh Tujuh. Alfabeta. Bandung.
- Susanti,Sri Dewi,Yuana Sukmawaty, Nur Salam. 2019. *Analisis Regresi dan Korelasi*. Pertama. CVIRDH. Purwokerto.
- Tersiana,Andra. 2020. *Metode Penelitian*. Pertama. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta.