

ANALYSIS UNDERSTANDING ENTREPRENEURSHIP, KNOWLEDGE OF MARKETING, WORK EXPERIENCE, AND IMPACT ON SMALL BUSINESS IMPROVEMENT IN VILLAGE BEJI

Anom Setianto¹⁾, Aziz Fathoni, SE.MM²⁾, Moh. Mukeri Warso³⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang
^{2), 3)} Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

Abstract

Empowerment of Micro Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of the chosen alternative government in an effort to reduce unemployment, reduce poverty and income distribution .Pembangunan and growth of SMEs is the number one driving force for development and economic growth of a country. The development of SMEs is good, it will bring progress for the economy of a country. (Depkop) Department koperasi the YEAR 1930: Dutch East Indies government formed jawatankopras whose existence under the interior ministry, and was given the task to register with the ratification koperasi, this task was previously carried out by a notary. To empower SMEs necessary role of government, institutions - financial institutions and government actors usaha.Peranan here is deciding policies - policies that provide a conducive climate for the business sector, while the financial institutions here obviously as financial intermediaries to optimize pemerdayaan SMEs and entrepreneurs themselves have a fundamental role for the development of SMEs as businesses have strong potential in the growth of SMEs.

According to Tulus T. H. Tambunan (2009: 75), there are some obstacles and difficulties encountered in the development of SMEs, namely: "The limited capital, limited Human Resources (HR), the limitations of technology, raw material shortages and the difficulty of marketing". To overcome the limitations of capital, often MSME entrepreneurs borrow from financial institutions with high interest.

To answer the above problems of Social Service to create a program where pemerdayaan useful to society and to shape society in the group of joint venture (KUBE). With the holding of the Joint Business Group (KUBE) is intended to provide convenience to the public in the form of a business and without questioning their capital where KUBE is working with financial institutions to support finansialnya.Penelitian conducted by Joyakin Tampubolon et al. in the journal entitled "Community Empowerment through Implementation Group (Case Empowerment of the Poor Approach Business Group (KUBE)" by respondents were sampled as many as 200 people were taken from the two chairmen and two members of KUBE to Semarang eastern, Central and Ungaran East ,

Keywords: entrepreneurship, marketing, experience works, and small business improvement

Abstrak

Pemberdayaan Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu alternatif yang dipilih pemerintah dalam upaya mengurangi pengangguran, mengentaskan kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Pembangunan dan pertumbuhan UMKM merupakan nomor satu penggerak bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Perkembangan UMKM yang baik maka akan membawa kemajuan bagi perekonomian suatu negara. (Depkop) Departemen koperasi pada TAHUN 1930 : Pemerintah Hindia Belanda membentuk jawatankopras yang keberadaannya dibawah departemen dalam negeri, dan di beri tugas untuk melakukan pendaftaran pada pengesahan koperasi, tugas ini sebelumnya dilakukan oleh notaris.

Untuk memberdayakan UMKM diperlukan peranan pemerintah, lembaga – lembaga keuangan dan pelaku usaha. Peranan pemerintah disini adalah memutuskan kebijakan – kebijakan yang memberikan iklim kondusif bagi dunia usaha sedangkan lembaga keuangan disini jelas sebagai perantara keuangan untuk mengoptimalkan pemerdayaan UMKM dan pelaku usaha itu sendiri memiliki peranan pokok bagi perkembangan UMKM karena pelaku usaha memiliki potensi yang kuat dalam pertumbuhan UMKM.

Menurut Tulus T. H. Tambunan (2009: 75), ada beberapa kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM yaitu: “Keterbatasan modal usaha, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku dan kesulitan pemasaran”. Untuk mengatasi keterbatasan modal, sering kali para pengusaha UMKM meminjam dari lembaga keuangan dengan bunga yang cukup tinggi.

Untuk menjawab permasalahan diatas Dinas Sosial membuat suatu program yang di mana berguna untuk pemerdayaan masyarakat dan membentuk masyarakat dalam Kelomok usaha bersama (KUBE). Dengan diadakannya Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dimaksudkan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam membentuk suatu usaha dan tanpa mempermasalahkan modalnya yang dimana KUBE ini bekerjasama dengan lembaga keuangan untuk mendukung finansialnya. Penelitian yang dilakukan oleh Joyakin Tampubolon dkk. dalam jurnal yang berjudul “ Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Kelompok (Kasus Pemerdayaan Masyarakat Miskin melalui Pendekatan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)” dengan responden yang dijadikan sampel sebanyak 200 orang diambil dari dua pengurus dan dua anggota KUBE untuk wilayah Semarang timur, Jawa Tengah dan Ungaran Timur.

Kata kunci : kewirausahaan, pemasaran, pengalaman bekerja, peningkatan usaha Kecil.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu alternatif yang dipilih pemerintah dalam upaya mengurangi pengangguran, mengentas kemiskinan dan pemerataan pendapatan .Pembangunan dan pertumbuhan UMKM merupakan nomer satu penggerak bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Perkembangan UMKM yang baik maka akan membawa kemajuan bagi perekonomian suatu negara. (Depkop) Departemen koprasi pada TAHUN 1930 : Pemerintah hindia belanda membentuk jawatankoprasi yang keberadaannya dibawah departemen dalam negeri, dan di beri tugas untuk melakukan pendaftaran pada pengesahan koprasi, tugas ini sebelumnya dilakukan oleh notaris.

Untuk memberdayakan UMKM diperlukan peranan pemerintah, lembaga – lembaga keuangan dan pelaku usaha.Peranan pemerintah disini adalah memutuskan kebijakan – kebijakan yang memberikan iklim kondusif bagi dunia usaha sedangkan lembaga keuangan disini jelas sebagai perantara keuangan untuk mengoptimalkan pemerdayaan UMKM dan pelaku usaha itu sendiri memiliki peranan pokok bagi perkembangan UMKM karena pelaku usaha memiliki potensi yang kuat dalam pertumbuhan UMKM.

Menurut Tulus T. H. Tambunan (2009: 75), ada beberapa kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM yaitu: “Keterbatasan modal usaha, keterbatasan Sumber Daya Manusia

(SDM), keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku dan kesulitan pemasaran”. Untuk mengatasi keterbatasan modal, sering kali para pengusaha UMKM meminjam dari lembaga keuangan dengan bunga yang cukup tinggi.

Untuk menjawab permasalahan diatas Dinas Sosial membuat suatu program yang di mana berguna untuk pemerdayaan masyarakat dan membentuk masyarakat dalam Kelomok usaha bersama (KUBE). Dengan diadakannya Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dimaksudkan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam membentuk suatu usaha dan tanpa mempermasalahkan modalnya yang dimana KUBE ini bekerjasama dengan lembaga keuangan untuk mendukung finansialnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diuraikan beberapa permasalahan antara lain ::

1. Keterbatasan permodalan membuat masyarakat mengalami kesulitan dalam menjalankan usaha.
2. Keterbatasan SDM, Teknologi, informasi, kesulitan pemasaran dan bahan baku manjadi penghambat jalannya suatu usaha.
3. Kesalahan perencanaan dalam mengelola modal usaha anggota KUBE.
4. Ketidakmampuan anggota KUBE dalam mengelola manajemen usaha.
5. Kurangnya kerjasama antara anggota KUBE.
6. Tingkat partisipasi anggota KUBE yang masih rendah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja terdiri dari beberapa macam yang diberikan oleh para ahli. Pengalaman dalam semua kegiatan sangat diperlukan, karena *experience is the best teacher*, pengalaman guru yang terbaik. Maksud dari hal tersebut adalah bahwa seseorang belajar dari pengalaman yang pernah dialaminya.

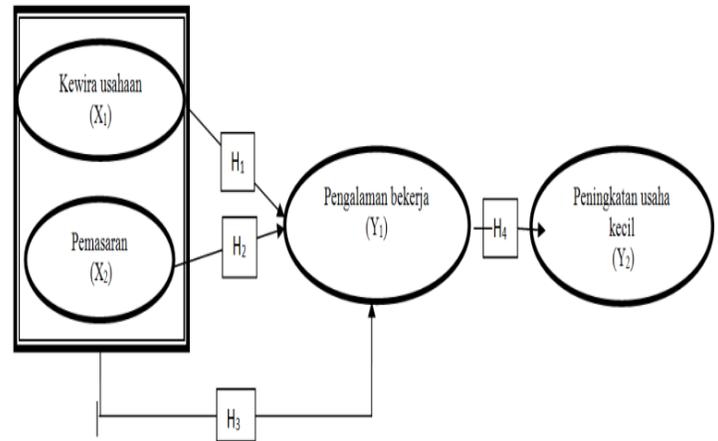
Menurut Kamus Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2005), pengalaman dapat diartikan sebagai yang pernah dialami (dijalani, dirasa, ditanggung, dsb).

Peningkatan Usaha Kecil

Meningkatkan usaha kecil dan UKM dengan Internet bukanlah sesuatu yang mustahil untuk dilakukan. Melalui artikel ini diharapkan manfaat internet benar-benar dapat dirasakan dan dijadikan sebagai media untuk meningkatkan usaha, khususnya usaha kecil dan UKM.

Di Indonesia berdasarkan database hingga tahun 2011, jumlah UKM tercatat mencapai 52 juta UKM. Akan tetapi perkembangan UKM agar berkembang masih terhambat berbagai persoalan seperti modal, manajemen bisnis sampai strategi pemasaran. Padahal, khususnya soal pemasaran, dengan memanfaatkan *internet* pelaku UKM bisa lebih meningkatkan pemasarannya. Lalu, bagaimana caranya meningkatkan usaha kecil menengah melalui internet?

Gambar 1 : Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

Ada pun hipotesis tersebut adalah:

- H₁ : Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengalaman bekerja pada (MANDIRI SEJAHTERA).
- H₂ : Pemasaran berpengaruh positif terhadap pengalaman bekerja pada (MANDIRI SEJAHTERA).
- H₃ : Pemasaran bekerja secara silmutan berpengaruh positif terhadap pengalaman bekerja pada (MANDIRI SEJAHTERA).
- H₄ : Pengalaman bekerja berpengaruh positif terhadap peningkatan usaha kecil pada (MANDIRI SEJAHTERA).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (primer), dimana dalam penelitian ini data diperoleh melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) yang dibagikan dan diisi oleh 100 orang responden (IndriantorodanSupomo, 2002:42). Kuesioner yang dibagikan berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian, yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi merek terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan di MANDIRI SEJAHTERA.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah di olah lebih lanjut dan disajikan baik data primer atau oleh pihak lain. Data ini penulis peroleh dari *literature*, dan sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini. Data sekunder merupakan data atau informasi yang dikumpulkan oleh pihak lain yang berhubungan dengan masalah penelitian adapun data sekunder dalam penelitian ini antara lain mengenai sejarah singkat di mandiri sejahtera struktur organisasi, *job description* dan hal lain yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan tanggapan terhadap kuesioner tersebut (Husein Umar,

2004:46). Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi merek terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan pada (MANDIRI SEJAHTERA).

Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, di harapkan akan dapat hasil pengukuran yang lebih akurat tentang respon yang di berikan oleh responden, sehingga data yang berbentuk angka tersebut dapat di olah dengan menggunakan metode statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini untuk menguji kevalidan indikator dari pengaruh kualitas kewirausahaan (X_1), dan pemasaran (X_2), pengalaman bekerja (Y_1), serta dampaknya pada peningkatan usaha kecil (Y_2).

Uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item-total correlation* dengan r tabel (Ghozali, 2005). Nilai r tabel dengan $df = 100 - 2 = 98$ dan $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 0.197. Hasil pengujian validitas data tersebut terdapat pada tabel 1.

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitun	r table	Keterangan
Kewirausahaan (X₁)			
1	0.436	0.197	Valid
2	0.320	0.197	Valid
3	0.505	0.197	Valid
4	0.373	0.197	Valid
Pemasaran (X₂)			
1	0.770	0.197	Valid
2	0.827	0.197	Valid
3	0.781	0.197	Valid
4	0.564	0.197	Valid
Pengalaman bekerja (Y₁)			
1	0.446	0.197	Valid
2	0.580	0.197	Valid
3	0.643	0.197	Valid
4	0.578	0.197	Valid
Peningkatan usaha kecil (Y₂)			
1	0.494	0.197	Valid
2	0.620	0.197	Valid
3	0.668	0.197	Valid
4	0.511	0.197	Valid

Sumber :Data primer yang diolah, 2015.

Karena nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) semua indikator dari variabel penelitian lebih besar daripada r kritis (r tabel), maka seluruh indikator variabel yang digunakan dalam penelitian adalah **valid**.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah sesuatu instrumen yang digunakan cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, dengan ketentuan apa bila hasil $\alpha \geq 0.60$ adalah reliabel dan $\alpha < 0.60$ tidak reliabel. Hasil analisis uji reliabilitas terdapat pada tabel 2.

Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Keterangan
Kewirausahaan (X ₁)	0.604	Reliabel
Pemasaran (X ₂)	0.875	Reliabel
Pengalaman bekerja (Y ₁)	0.762	Reliabel
Peningkatan usaha kecil (Y ₂)	0.767	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2015.

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada 0.6, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel yang diamati. Hasil perhitungan dengan terdapat pada tabel 3.

Tabel 3 : Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Toleransi	VIF
1.	Kewirausahaan (X ₁)	0.973	1.028
2.	Pemasaran (X ₂)	0.973	1.028
3.	Pengalaman bekerja (Y ₁)	1.000	1.000

Sumber : Data primer yang diolah, 2015.

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0.1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95 persen. Sedangkan hasil perhitungan nilai VIF

juga menunjukkan bahwa tidak ada satu pun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Imam Ghozali, 2005).

Dari hasil grafik *scatterplot* gambar 2 dan 3, tampak bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas, dengan demikian maka model regresi dalam penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

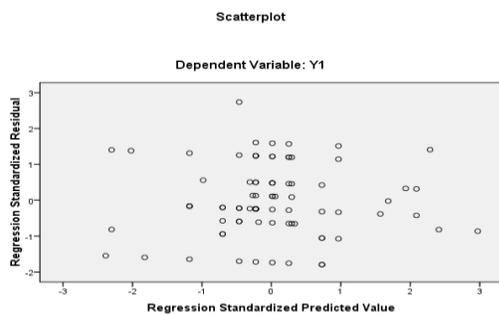
Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji adanya variabel mediasi antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2011:99).

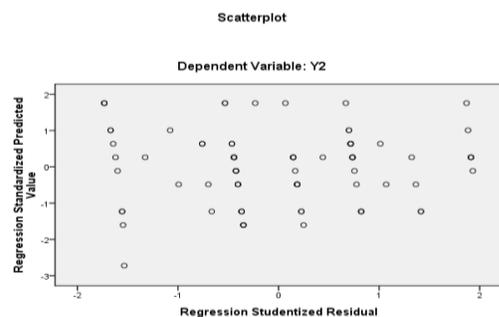
Analisis ini dilakukan dengan 2 tahap atau *Two Stage Least Square* (2SLS) yang terdiri dari 2 model. Model pertama sebagai variabel dependennya adalah pengalaman bekerja dan variabel independennya adalah kewirausahaan dan pemasaran, sedangkan pada model kedua, yaitu meregresikan nilai dari *unstandardized predicted value* variabel pengalaman bekerja (Y_1) terhadap variabel peningkatan usaha kecil (Y_2).

Hasil analisis tersebut terdapat pada tabel 4 dan 5.

Gambar 2: Uji Heteroskedastisitas Regresi Tahap 1



Gambar 3: Uji Heterokedastisitas Regresi Tahap 2



Tabel 4 :Hasil Perhitungan Regresi Tahap 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.952	2.566		5.048	.000
X1	.204	.117	.174	1.741	.085
X2	.130	.084	.154	1.544	.126

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 5 : Hasil Estimasi Regresi Tahap 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.245	1.767		7.497	.000
Y1	.269	.087	.299	3.101	.003

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.12 dan 4.13 yang berisi hasil uji regresi berganda, maka dapat dibuat model persamaan regresinya :

$$1) Y_1 = 12.952 + 0.204 X_1 + 0.130 X_2$$

$$2) Y_2 = 13.245 + 0.269 Y_1$$

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji kewirausahaan (X₁) dan pemasaran (X₂) terhadap pengalaman bekerja (Y₁), baik secara parsial (Uji t) maupun secara bersama-sama (Uji F) dan menguji pengaruh nilai prediksi pengalaman bekerja (Y₁) terhadap peningkatan usaha kecil (Y₂) mandiri sejahtera.

Untuk melakukan uji hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dan t tabel atau tingkat signifikansi t hitung dengan tingkat signifikansi t tabel.

Hasil perhitungan dari estimasi regresi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel kewirausahaan (X₁) adalah sebesar 0.085, pemasaran (X₂) sebesar 0.126 lebih besar daripada tingkat signifikansi (α) yang digunakan 0,025. Artinya variabel kewirausahaan (X₁) dan pengalaman bekerja (X₂), secara individu (parsial) berpengaruh signifikan terhadap pengalaman bekerja (Y₁).

Variabel yang memberikan pengaruh yang paling besar terhadap pengalaman bekerja adalah variabel kewirausahaan (X₁) memberikan nilai koefisien beta standar sebesar 0.174.

Tabel 6 : Hasil Uji F Regression Step 1

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	289.437	2	144.718	3.235	.044 ^a
Residual	4339.723	97	44.739		
Total	4629.160	99			

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa variabel kewirausahaan (X₁) dan pemasaran (X₂) memiliki nilai F hitung 3.235 > F tabel 3.235 dengan signifikansi 0.044 < α = 0,05 serta bertanda positif, maka Ho ditolak dan menerima Ha, hal ini berarti jika kewirausahaan dan pemasaran

simultan mengalami peningkatan maka akan berdampak pula pada peningkatan pengalaman bekerja di mandiri sejahtera.

Nilai t hitung *work experience* variabel pengalaman bekerja (tabel 5) memiliki nilai t hitung 3.101 > t tabel 1.98447 dengan tingkat signifikansi

$0.003 < \alpha = 0,025$ dan bertanda positif, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

Koefisien Determinasi

Tabel 7 : Uji Koefisien Determinasi Regresi Tahap 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.250 ^a	.063	.043	6.68875	.823

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Besarnya *Adjusted R²* regresi tahap 1 sebesar 0.043 yang artinya variasi variabel pengalaman bekerja dapat dijelaskan oleh variabel kewirausahaan reputasi merek sebesar 4.3 persen, sedangkan sisanya sebesar 95.7 persen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model seperti kualitas produk, keanekaragaman produk, dan harga.

Tabel 8 : Uji Koefisien Determinasi Regresi Tahap 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.299 ^a	.089	.080	5.89526	.603

Sumber: Data primer diolah 2015.

Pada regresi tahap 2 besarnya *Adjusted R²* adalah 0.080 yang artinya variasi variabel peningkatan usaha kecil pada regresi tahap 2 dapat diterangkan oleh variabel pengalaman bekerja sebesar 8 persen, sedangkan sisanya 92 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar model persamaan regresi, seperti rekomendasi dari teman (*recommend friend*), *customer perceived value*.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, maka dapat dibuat model persamaan regresi atas pengaruh kewirausahaan dan pemasaran terhadap pengalaman bekerja serta dampaknya pada peningkatan usaha kecil:
 - 1) $Y_1 = 12.952 + 0.204 X_1 + 0.130 X_2^{\wedge}$
 - 2) $Y_2 = 13.245 + 0.269 Y_1$
2. Adapun hasil analisis pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :
 - a. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)
Variabel kewirausahaan (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 1.741 dan tingkat signifikansi

sebesar 0.085, karena nilai t hitung $1.741 < t$ tabel 1.98447 dan tingkat signifikansi t hitung $0.085 > \alpha = 0.025$ (uji dua sisi) dan bertanda positif, maka dapat disimpulkan Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan kewira usahaan berpengaruh positif terhadap pengalaman bekerja tidak diterima.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Variabel pemasaran (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 1.544 dan tingkat signifikansi sebesar 0.126, karena nilai t hitung $1.544 < t$ tabel 1.98447 dan tingkat signifikansi t hitung $0.126 > \alpha = 0,025$ (uji dua sisi) dan bertanda positif, maka dapat disimpulkan Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan pemasaran berpengaruh positif terhadap pengalaman bekerja tidak diterima.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Variabel kewira usahaan (X_1) dan pemasaran (X_2) memiliki nilai F hitung $3.235 > F$ tabel 3.09 dengan signifikansi $0.044 < \alpha = 0,05$ serta bertanda positif, maka dapat disimpulkan Hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan kewira usahaan dan pemasaran secara simultan berpengaruh positif terhadap pengalaman bekerja dapat diterima.

d. Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)

Nilai t hitung *unstandardized predicted value* variabel pengalaman bekerja memiliki nilai t hitung $3.101 > t$ tabel 1.98447 dengan tingkat signifikansi $0.003 < \alpha = 0,025$ dan bertanda positif, maka dapat disimpulkan hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa pengalaman bekerja

berpengaruh positif terhadap peningkatan usaha kecil di Mandiri Sejahtera dapat diterima.

Saran

- a. Karyawan Mandiri Sejahtera sebaiknya bersikap lebih semangat, inovatif dalam melakukan pekerjaan di saat mengepak makanan dan stempel, cepat dalam memberikan pelayanan dan mengerti kebutuhan dan keinginan pembeli.
- b. Meningkatkan pemasaran di Mandiri Sejahtera terhadap pelanggan dengan cara melakukan promosi, logo atau merek sehingga mudah diingat, memiliki keunikan, menunjukkan kepribadian dan mengikuti *trend*.
- c. Mengupayakan agar pengalaman bekerja dapat meningkat dengan cara memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan, karena ada kesesuaian antara harapan yang diinginkan dengan menjadi pelanggan di Mandiri sejahtera.

Keterbatasan Penelitian

1. Adanya keterbatasan variabel penelitian yang digunakan untuk mengukur pengalaman bekerja, yaitu hanya menggunakan variabel kewira usahaan dan pemasaran Ada beberapa variabel lainnya yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk, keanekaragaman produk, dan harga, sedangkan variabel peningkatan usaha kecil selain diukur dengan menggunakan kewira usahaan dari teman

(*recommend friend*), *customer perceived value*.

2. Obyek penelitian adalah pengusaha yang sifatnya memasarkan, sehingga cenderung berubah dan obyek penelitian hanya di lingkungan Mandiri sejahtera saja, sehingga hasil penelitian ini belum bisa digeneralisasikan bagi semua permasalahan tentang pengalaman bekerja dan peningkatan usaha kecil di pengusaha lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron dan Rue, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung : Tiga Serangkai
- Burhanuddin, 2000. *Manajemen Kepegawaian*, Yogyakarta : CV. Ankara Tunggal Press
- Ferdinand, Augusty, 2006. *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategis*, Semarang : BP. Undip
- Gibson, J. L., Donnely, Jr, J. H., & Ivancevich, J. M, 2005. *Manajemen*. Jilid 2. Edisi Ke-9, Alih bahasa : Sularno Tjiptowardoyo & Imam Nurmawan, Jakarta : Erlangga
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno, 2003. *Statistik Jilid II*, Yogyakarta:Penerbit Fakultas Psikologi,UGM
- Keputusan Kepala Badan Kepegawaian Negara No. 46 A Tahun 2003 tentang *Pedoman Penyusunan Standar Kompetensi Jabatan Struktural Pegawai Negeri Sipil*
- Nitisemito, Alex S., 2002. *Manajemen Personalia*, Cetakan ketiga, Edisi ketiga, Jakarta: Balai Pustaka
- Notoadmodjo, Soekidjo, 2008. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta
- Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 tentang *Pembinaan melalui Jalur Pendidikan dan Pelatihan Jabatan Pegawai Negeri Sipil*
- Sударusman, Eka, 2004, *Pemberdayaan Sebuah Usaha Memotivasi Karyawan*, Fokus Ekonomi, Vol.3, No.2
- Umar, Husein, 2003. *Metode Riset Perilaku Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-undang Kepegawaian No. 43 tahun 2000 tentang *Tujuan Pendidikan Pegawai*.
- Veithzal, Rivai, 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*, Jakarta : Raja Grafindo Persada