



Analisis Peran Perbankan, Perluasan Pasar dan Quality Kontrol Dalam Upaya Mengembangkan UMKM Berdaya Saing : Studi Kasus UMKM di Kecamatan Medan Denai Kota Medan

Rita Handayani

*Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.,
Medan, Indonesia*

e-mail rita_handayani83@yahoo.co.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia, penyerapan tenaga kerja dan dekat dengan rakyat kecil. Tetapi UMKM yang ada di Indonesia masih menghadapi begitu banyak masalah dan selalu dinomor duakan padahal saat terjadi krisis ekonomi, terbukti UMKM yang mampu bertahan dan survive bahkan bisa menjadi penyedia lapangan pekerjaan. Peper ini akan mediskusikan pada berbagai masalah yang sering dihadapi UMKM diantaranya masalah Akses Keperbankan, Perluasan Pemasaran dan Quality control dalam Upaya Pengembangan UMKM Berdayasaing.

Kata Kunci :Peran Perbankan, Perluasan Pasar, Quality Kontrol dan UMKM.

Analysis of Role of Banking, Market Expansion and Quality Control in Efforts to Develop UMKM Competitiveness: A Case Study of SMEs in Medan District Denai Medan City

ABSTRACT

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) is one of the areas that contribute significantly in spurring Indonesia's economic growth, employment and close to the small people. But MSMEs in Indonesia still face so many problems and always dinakandualah when economic crisis, UMKM proved able to survive and survive even be a provider of employment. Peper will discuss on various problems that are often faced by SMEs such as access issues of Banking, Expansion of Marketing and Quality control in the UMKM Berdayasaing Development Effort.

Keywords: Role of Banking, Market Expansion, Quality Control and UMKM.



PENDAHULUAN

Disaat terjadinya krisis ekonomi beberapa tahun lalu, dan banyak usaha bersekala besar mengalami stagnasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti mampu bertahan dengan segala keterbatasan yang dimilikinya. Dalam perkembangan perekonomian Indonesia, (UMKM) telah memberikan kontribusi secara signifikan. Entitas bisnis ini menjadi pelaku mayoritas, pencipta lapangan pekerjaan, pengurang tingkat kemiskinan maupun sebagai kontributor dalam pendapatan nasional.

Saat lapangan pekerjaan yang tersedia lebih sedikit dari populasi penduduk dengan usia produktif, hal ini akan memicu khususnya pemuda menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka bisnis, dan Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Ditahun 2014, menurut Abdul Kadir Damanik selaku Staf Ahli Menteri KUKM bidang Penerapan Nilai Dasar Koperasi menyebutkan terdapat sekitar 57,9 juta pelaku UMKM di Indonesia. Di 2016 diperkirakan jumlah pelaku UMKM terus bertambah. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada PDB 58,92% dan penyerapan tenaga kerja 97,30%. Pada 2016 Presiden Jokowi menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global.

Diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sejak awal tahun 2016 ini, tentu saja ini telah membuka persaingan pelaku UMKM dalam negeri dengan UMKM yang berasal dari Negara-negara ASEAN lainnya. Oleh sebab itu dukungan penuh dari Pemerintah, Pelaku Usaha Besar dan Masyarakat sangat diperlukan untuk mendongkrak pertumbuhan UMKM dan juga agar UMKM mampu bersaing dan survive. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan.

Perkembangan potensi UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan dalam penyaluran kredit kepada pelaku UMKM. Menurut data Bank BI, setiap tahunnya kredit kepada UMKM mengalami pertumbuhan. Menurut Agus DW Martowardojo Gubernur Bank Indonesia Ada beberapa tantangan dalam mengembangkan industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Tantangan itu diantaranya adalah pembinaan terhadap UMKM, pembukaan akses pembiayaan atau kredit pada dunia Perbankan, peningkatan keterampilan pada proses produksi agar produksi tidak lagi menggunakan cara tradisional. "Tantangan kita memang banyak. Kalau kita tidak bangkit, maka kita akan tertinggal. Jadi kita harus menjadi tuan rumah di negeri kita sendiri, bahkan bisa bersaing di negeri orang, itu cita-cita kita". Tegas Agus di Balai Kartini, Jakarta, Jumat (26/8/2016).



Secara umum kita dapat melihat keterbatasan UMKM meliputi, Keterbatasnya kepada akses pembiayaan atau kredit pada Perbankan, Padahal pemerintah telah menyiapkan dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) di 2016 yakni sebesar Rp100 triliun dengan suku bunga yang kompetitif. Selanjutnya Keterbatasnya juga terjadi pada akses pasar yang hanya berorientasi di pasar domestik. Padahal dengan pesatnya kemajuan teknologi dan media social dewasa ini sebenarnya menjadi tempat promosi dan pengenalan produk hasil UMKM bukan hanya didalam negeri tetapi juga dimungkinkan sampai keluar negeri. Ketiga, terbatasnya quality control dari produk yang dipasarkan oleh UMKM dan umumnya proses produksi mereka masih dilakukan secara tradisional.

Tempat riset pada peper ini adalah seluruh UMKM yang berada di jln. Bromo, Kelurahan tegal Sari III, Kec. Medan Area. Jln. Bromo didiami oleh mayoritas masyarakat bersuku padang sumatera Barat yang punya karakteristik berjiwa dagang. Mayoritas masyarakat yang tinggal dijalan bromo ini adalah pedagang atau pekerja pada industry UMKM yang ada. Adapun jenis produk yg mereka hasilkan sangat beragam mulai dari industry makanan, garment, sepatu, tas juga buku. Berikut ini adalah peta jalan bromo dan beragam industri UMKM yang ada.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui akses Perbankan, perluasan pasar an quality control dalam pengembangan UMKM dikecamatan Medan Denai.

KAJIAN TEORI

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia berdasarkan UU no 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah menyebutkan bahwa :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan dengan kriteria aset maksimal sebesar 50 juta dan omzet sebesar 300 juta.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari perusahaan lain, dengan kriteria aset 50 juta sampai 500 juta dan omzet sebesar 300 juta sampai dengan 2,5 miliar.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari perusahaan lain, dengan kriteria aset 500 juta sampai 10 miliar dan omzet sebesar 2,5 miliar sampai dengan 50 miliar.

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil hanya mempunyai jumlah pegawai antara 1- 19 orang. Sementara usaha menengah mempunyai pegawai antar 20 - 99 orang (BPS, 2004).

UMKM ini telah terbukti merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa 99,5 % tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UMKM (Kurniawan, 2008). Hal ini sepenuhnya disadari oleh pemerintah, sehingga UMKM termasuk dalam salah satu fokus program pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia. Kebijakan pemerintah terhadap UKM dituangkan dalam sejumlah Undang - undang dan peraturan pemerintah. Pemakaian Teknologi Informasi (IT) dalam memasarkan produk UMKM.



UMKM perlu dikembangkan menurut Kurniawan (2009) karena ,UMKM menyerap banyak tenaga kerja. UMKM memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas, yang pada tahun 1990 mencapai US\$ 1.031 juta atau menempati ranking kedua setelah ekspor dari kelompok aneka industri. Adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang berbentuk piramida, yang menunjukkan adanya ketimpangan yang lebar antara pemain kecil dan besar dalam ekonomika Indonesia.

Dari alasan pertama di atas jelaslah bahwa dengan adanya UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, padahal pengangguran yang tinggi adalah penyumbang terbesar dalam penyebab terjadinya kemiskinan di Indonesia, Banyaknya UMKM akan menyebabkan perekonomian yang kuat, karena terbukti bahwa UMKM paling tahan terhadap krisis (Kuncoro, 2008)

Masalah dasar yang dihadapi UKM menurut Kurniawan (2009) adalah:

1. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar.
2. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
3. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
4. Keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran).
5. Iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan.
6. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil

Menurut Hafsah (2004) masalah UMKM terdiri dari Faktor Internal yaitu Kurangnya Permodalan, Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas, Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar. Juga factor eksternal yaitu Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif, Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usah, Implikasi Otonomi Daerah, Implikasi Perdagangan Bebas, Sifat Produk Dengan Lifetime Pendek, Terbatasnya Akses Pasar

1. Strategi Pemberdayaan UMKM

a. Peningkatan Kualitas SDM

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Di samping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya

b. Permudah Perijinan Usaha UMKM

Sulitnya mendapatkan perijinan merupakan masalah kedua yang tidak dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Masalah ini semakin rumit dengan diberlakukannya otonomi daerah yang menyebabkan pemerintah daerah mengeluarkan berbagai peraturan daerah yang tidak semua sejalan dengan peraturan pemerintah. Sulitnya pengurusan perijinan menjadi banyak UMKM yang beroperasi tanpa ijin dan hal ini akan mempersulit Penataan dan penyempurnaan peraturan daerah (Perda) perlu dilakukan dalam rangka mendukung pemberdayaan UMKM.



c. Peningkatan Permodalan

Peningkatan permodalan bagi UMKM dilakukan antara lain melalui program pengembangan berbagai skim perkreditan untuk UMKM dan program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro. Tetapi sangat sedikit sekali UMKM yang kegiatan keuangan tercatat dengan rapi dan kurangnya pengetahuan akan laporan keuangan menjadikan sedikit sekali UMKM yang bisa mengakses permodalan pada dunia perbankan, dan hal ini menjadi hambatan bagi pengembangan UMKM kedepan.

d. Peningkatan Kualitas Teknologi dengan Teknologi Tepat Guna (TTG)

Teknologi Tepat Guna (TTG) adalah teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan bisa dimanfaatkan pada saat rentang waktu tertentu. Biasanya dipakai sebagai istilah untuk teknologi yang terkait dengan budaya lokal dan digunakan sebagai salah satu jalur penting untuk mencapai tujuan yang mendasar, yakni meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagian besar masyarakat Indonesia dengan keanekaragaman ilmu pengetahuan dan teknologi dapat diposisikan, tidak hanya sebagai pendukung, tapi juga sebagai pionir perambah jalan menuju terwujudnya masyarakat sejahtera berkeadilan bagi semua lapisan masyarakat di Indonesia dengan tingkat kemampuan penguasaan teknologi dan ekonomi yang terbatas. TTG berarti teknologi yang sesuai dengan kondisi budaya dan ekonomi serta penggunaannya harus ramah lingkungan. Dengan penggunaan Teknologi Tepat Guna maka standart mutu produk akan bisa ditingkatkan dan harapan kedepan UMKM akan lebih efisien dalam memproduksi.

e. Pengembangan Pasar UMKM

Salah satu masalah besar yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar. Teori ekonomi menjelaskan bahwa konsep pemasaran meliputi 4 unsur pendukung yaitu produk, harga, tempat atau lokasi dan promosi produk. Keempat aspek ini saling terkait dalam meningkatkan fungsi pemasaran. Dari keempat unsur tersebut promosi dalam upaya memperkenalkan produk dan mengembangkan jaringan pasar merupakan kegiatan yang telah banyak dilakukan oleh UMKM baik secara mandiri maupun dengan bantuan para stakeholder terutama pemerintah.

Pengertian promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan UMKM dan produknya kepada konsumen, sehingga UMKM dapat eksis dan permintaan terhadap produknya meningkat. Dengan dikenalnya produk UMKM tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume usaha UMKM. Dari adanya peningkatan volume usahadiharapkan UMKM dapat meningkatkan laba. Meningkatnya labaaakan berdampak pada meningkatnya tabungan (saving) yang dapat mendukung upaya perluasan skala usaha yang pada akhirnya dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Penelitian ini ditulis berdasarkan kajian literature pada penelitian :

Dewi Anggraini, Syahrir Hakim Nasution, dengan judul “Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM dikota Medan studi kasus Bank BRI”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal KUR yang signifikan untuk pertumbuhan pendapatan UMKM di Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis model estimasi dapat bahwa modal KUR berpengaruh signifikan atau signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM.



Dan faktor yang paling dominan mendorong pengusaha UMKM untuk mengambil atau menggunakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada tingkat bunga pinjaman BRI yang turun sebesar 37,31% diikuti oleh 29,85% yang direkomendasikan oleh seorang teman, administrasi mudah 17,91%, jangka waktu pelunasan yang lebih lama oleh 7,46% dan pelayanan yang baik sebesar 7,46%.

Jaidan Jauhari “Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commers”. Hasil penelitian menunjukkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Tetapi UKM yang ada di Indonesia masih menghadapi berbagai masalah antara lain masalah promosi, pemasaran dan penjualan produk yang dihasilkan. Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka ia juga telah dimanfaatkan untuk pemasaran dan penjualan produk-produk melalui dunia maya yang sering disebut E-commerce.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *Expla-natory Research*. Jenis penelitian ini dipilih agar dapat dibangun suatu hasil analisa yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sugiyono, 2005: 56). Lokasi penelitian dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berada dikecamatan Medan Denai kota Medan.

Sumber Datadalam penelitian ini, menggunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari pengusaha/pemilik tentang akses Perbankan, Perluasan Pasar, Quality Kontrol pengembangan UMKM melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemilik atau pengusaha UMKM yang berada dikec. Medan Denai yang sesuai data yang dikeluarkan oleh kecamatan Medan Denai berjumlah lebih kurang 540 Unit UMKM.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik random sampling, yaitu dengan cara mengambil sample yang mewakili populasi pada UMKM dikecamatan Medan denai. Adapun tahapan yang dilakukan : pertama, observasi, yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung aktivitas obyek (responden) yang akan diteliti. kedua, kuesioner (angket), merupakan bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Ketiga, wawancara (*interview*), merupakan bentuk pengum-pulan data berupa wawancara atau tanya jawab (komunikasi) secara langsung dengan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar-kan kepada 30 responden dalam hal ini adalah pemilik usaha Mikro Kecil Menengah yang memproduksi sepatu, tas sekolah, garment, bakery home industry, makanan dan juga minuman, maka dapat diuraikan profil usaha kecil Mikro Kecil Menengah diKecamatan Medan Denai Kota Medan meliputi jenis usaha, tingkat pendidikan, lama berdirinya usaha, dan usia dari pengusaha, omset perbulan dan akses kedunia perbankan.



Jenis Usaha

Jenis usaha yang dilakukan UMKM adalah 50 % memproduksi makanan, seperti Rumah makan padang, Bakery home industry, Bakso, empek-empek, minuman seperti es kelapa muda dan juice. 33 % memproduksi Tas sekolah dan tas kerja formal, ransel dan pakaian sekolah. Dan 16 % memproduksi sepatu formal, casual pria dan wanita.

Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan pemilik/pengelola usaha terdiri dari 50 % merupakan lulusan pendidikan SD, 16 % merupakan lulusan pendidikan SLTP, 23 % merupakan lulusan pendidikan SLTA, 7 % merupakan lulusan berpendidikan Sarjana dan 3% merupakan lulusan S2.

Lama berusaha

Lama berusaha pemilik/pengelola UMKM adalah 26 % lama berusaha antara 1-5 tahun, 33 % antara 6-10 tahun, 6,6% antara 10-15 tahun, 16 % antara 16-20 tahun dan 16 % diatas 20 tahun.

Usia

Adapun usia dari pemilik/pengelola usaha adalah 66% berusia antara 30-40 tahun, 35 % berusia antara 40-50 tahun

Omset Perbulan

Omset perbulan dari UMKM adalah 33 % beromset antara Rp.10.000.000 – Rp.20.000.000, 50 % beromset antara Rp.31.000.000 – Rp. 50.000.000 dan 16 % beromset diatas Rp.100.000.000

Akses Perbankan

Akses perbankan, hanya 34 % dari UMKM yang mendapatkan kredit perbankan dan 60 % tidak pernah mengajukan kredit pada dunia perbankan.

Hasil Uji instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat valid tidaknya masing–masing instrumen yang digunakan dalam variabel penelitian. Sesuai dengan hasil analisa data primer maka masing-masing instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai $Sig.correlation < \alpha$ (5%) yang artinya bahwa semua variabel yang digunakan dalam unstrumen penelitian adalah valid.

Uji Realibilitas

Untuk reliabilitas dari instrumen penelitian dengan mempertimbangkan besarnya koefisien relia-bilitas. Sesuai dengan hasil analisa data primer maka masing-masing instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki hasil uji yang menunjukkan bahwa angka *Cronbach Alpha* diatas 0,6. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Hasil Analisis data

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan kemudian diolah melalui program *software application SPSS 17.00 for windows*, maka dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan. Hasil analisis regresi linear berganda dapat di lihat pada Tabel 1.



Tabel 1
Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.920	1.739		2.829	.006
	Akses_Perbankan	-.034	.126	-.029	-.268	.789
	Pemasaran	.444	.094	.439	4.703	.000
	Kualiti_Kontrol	.270	.108	.260	2.502	.014
<i>Koefisien Determinasi (R²) : 0,321</i>						
<i>Multiple Corelation (R) : 0,567</i>						
Fhitung = 15.136						
$\alpha = 5\%$						

Data Primer diolah 2017

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah tidak terlalu besar, hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,321. Hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa pengaruh Akses Perbankan, perluasan Pasar dan Kualitas Kontrol terhadap pengembangan UMKM dapat dijelaskan sebesar 30,21% sedangkan sisanya sebesar 69,79% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Koefisien korelasi berganda R (*multiple correlation*) menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel *independent* yang meliputi Akses Perbankan, perluasan Pasar dan Kualitas Kontrol secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* yaitu kewirausahaan sebesar 0,567. Hal ini berarti hubungan antara keseluruhan variabel adalah erat karena nilai R tersebut mendekati 1. Sementara Interpretasi model regresi dapat dirumuskan pada persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = -0.34 X_1 + 0,444 X_2 + 0,270X_3$$

Dari persamaan garis regresi linier berganda tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

b₁ = -0,34 merupakan slope atau koefisien arah variabel Akses Perbankan berpengaruh negatif terhadap pengembangan UMKM, koefisien regresi (b₁) sebesar -0.34 dengan tanda negatif. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa Pengembangan UMKM semakin bertambah dengan asumsi Akses Perbankan memiliki nilai lebih kecil dari nol atau dianggap tidak berpengaruh secara konstan

b₂ = 0,444 merupakan slope atau koefisien arah variabel Perluasan Pasar berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM, koefisien regresi (b₂) sebesar 0,444 dengan tanda positif. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa Pengembangan UMKM akan meningkat apabila Perluasan Pasar meningkat dengan asumsi variabel Perluasan Pasar mempunyai nilai sama dengan nol atau dianggap berpengaruh secara konstan.



$b_3 = 0,270$ merupakan slope atau koefisien arah variabel Kualiti Kontrol berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM, koefisien regresi (b_2) sebesar 0,270 dengan tanda positif. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa Pengembangan UMKM akan meningkat apabila Kualiti Kontrol meningkat dengan asumsi variabel kualiti kontrol mempunyai nilai sama dengan nol atau dianggap berpengaruh secara konstan.

Hasil uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis Pertama

Untuk mengetahui variabel *independent* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent* atau tidak berpengaruh maka digunakan uji F (*F-test*) yaitu dengan cara membandingkan nilai signifikansinya dengan α . Untuk mengetahui hasil uji F dalam penelitian ini maka akan dilakukan perbandingan antara nilai sig. F dengan tingkat signifikansinya (α), yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Analisis Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.495	3	59.165	15.136	.000 ^a
	Residual	375.265	96	3.909		
	Total	552.760	99			

a. Predictors: (Constant), Kualiti_Kontrol, Pemasaran, Akses_Perbankan

b. Dependent Variable: Pengembangan_UMKM

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan hasil analisis uji F pada Tabel 2 dengan signifikansi 0,000 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari α . Dari hasil analisa tersebut dapat dikatakan bahwa akses Perbankan, Perluasan Pasar, dan Quality Kontrol secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan UMKM.

Hasil Uji Hipotesis Kedua dan Ketiga

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent*, yaitu variabel-variabel Akses Perbankan, Perluasan Pasar dan Kualiti Kontrol berpengaruh secara parsial terhadap Pengembangan UMKM, maka menggunakan uji t (*t-test*) dua arah (*two side* atau *2-tail test*) dengan cara membandingkan nilai signifikansinya dengan α , dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar 95% ($\alpha = 5\%$). Secara lengkap hasil uji t dapat disajikan pada Tabel 3.

Berdasarkan uji t pada tabel 3 analisis regresi secara parsial dapat dijelaskan bahwa: variabel Akses Perbankan (X_1) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar $0,789 > \alpha$, (5%) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang tidak signifikan variabel Akses Perbankan (X_1) terhadap Pengembangan UMKM dengan asumsi variabel Akses Perbankan berpengaruh secara konstan.



Variabel Perluasan Pemasaran (X2) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Perluasan Pemasaran (X2) yaitu sebesar $0,000 < \alpha$, (5%) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel Perluasan Pemasaran (X2) terhadap Pengembangan UMKM dengan asumsi variable kreativitas berpengaruh secara konstan.

Variabel Kualiti Kontrol (X3) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kualiti Kontrol (X3) yaitu sebesar $0,014 < \alpha$ (5%) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel Kualiti Kontrol (X3) terhadap Pengembangan UMKM dengan asumsi variable kreativitas berpengaruh secara konstan.

Tabel 3
Hasil Analisis Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.920	1.739		2.829	.006
	Akses_Perbankan	-.034	.126	-.029	-.268	.789
	Perluasan_Pemasaran	.444	.094	.439	4.703	.000
	Kualiti_Kontrol	.270	.108	.260	2.502	.014

a. Dependent Variabel : Pengembangan _UMKM Sumber: Data Primer diolah 2017

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variable Akses Perbankan, variable Perluasan Pemasaran dan variable Kualiti control dapat diketahui dari besarnya koefisien regresi pada tabel 3. Besarnya koefisien regresi dari variable Perluasan Pemasaran sebesar 0,444 lebih besar dari koefisien regresi dari variable kualiti Kontrol sebesar 0,220 dan koefisien regresi dari variable Akses Perbankan sebesar -0.34. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Perluasan Pemasaran lebih besar pengaruhnya terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Medan Denai kota Medan.

KESIMPULAN

Akses Perbankan berhubungan negatif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Medan Denai. Akses Perbankan adalah kondisi dimana UMKM bisa mendapatkan pinjaman baik pinjaman produktif maupun pinjaman program pemerintah seperti KUR atau kredit Usaha Rakyat. Pinjaman ini diharapkan bisa menjadi tambahan modal bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Dari hasil penelitian diatas, maka dapat dilihat bahwa UMKM masih bergantung pada modal Pribadi dan sedikit sekali yang mau menggunkan dana yang bisa diakses pada dunia Perbankan.

Perluasan Pemasaran berhubungan positif dan Signifikan terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Medan Denai Sumatera Utara. Perluasan Pemasaran adalah keadaan dimana palaku UMKM mampu memasarkan produknya tidak hanya dengan cara-cara tradisional tetapi juga dengan memanfaatkan media social dan internet.



Kualiti Kontrol Produk berhubungan positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM dikecamatan Medan Denai Sumatera Utara. Kualiti kontro produk adalah standart mutu dari barang yang dihasilkan UMKM, dan dengan standart mutu yang baik maka produk UMKM akan lebih berdaya saing, tidak hanya dipasaran lokal tetapi juga mampubersaingdipasarinternasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Baldacchino. 2008. "Entrepreneurial Creativity and Innovation", *The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation*, University of Malta, Malta.
- Bjerke, B. 2005. *Managing Entrepreneurship on Whose Terms? in Research at the Marketing/ Entrepreneurship Interface*, Edited by Hills, G. and Miles, M., Chicago: University of Illinois.
- Ernani Hadiyati, Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil, Fakultas Ekonomi, Universitas Gajayana Malang
- Bustami, Bernadien, Sandra Nurlela & Ferry. 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri: Pedoman Praktis Bagi UKM*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Frinces, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam.
- Hadiyati, E. 2010. *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Malang: Bayumedia.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities", *Journal of Small and Medium Entrepreneurships*, page: 27-39.
- Jannes Situmorang, strategi UMKM dalam Menghadapi Iklim Usaha yang Tidak Kondusif
- Jong & Wennekers. 2008. "Conceptualizing Entrepreneurial Employee Behavior", SMEs and Entrepreneurship Programme Finance by the Netherlands Ministry of Economic Affairs.
- Kementerian Negara Koperasidan UKM. 2009. *Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) UU RI No.20 Tahun 2008*, Jakarta: SinarGrafika.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). 2004, *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Scarborough, N.M. & T.W. Zimmerer. 2005, *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice-Hall.
- Sekretaris Kementerian Negara Koperasi dan UKM. 2006. *Statistik Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2006-2007*.
- Stel, Carree, Thurik, Zoetermeer. 2004. The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth: an Analysis Using the GEM Data- base. SCALES Paper No. 320.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.
- Yaghoobi, Salarzahi, Aramesh& Akbari, 2010, "An Evaluation of Independent Entrepreneurship Obstacles in Industrial SMEs", *European Journal of Social Sciences*, pp. 33-45.