

Identifikasi Hambatan Dalam Pengembangan Usaha Rumah Makan Di Kota Medan

Muhammad Isa Indrawan

Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi

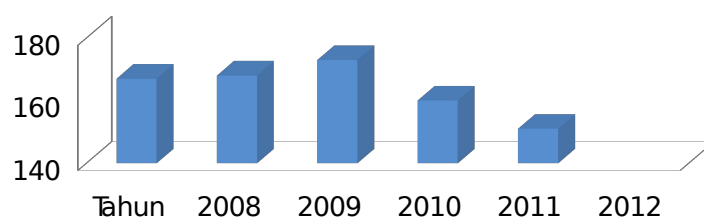
Abstract

This research identifies the presence of obstacles in the development of restaurants in the city of Medan. These obstacles appear in most of the restaurants so it can reduce the growth and development of restaurants. This research uses data cross section by taking a sample of the research taken is as much as 60 business houses. Methods of data analysis used path analysis. The results of the deliberations of the path analysis showed that the less innovative product/taste food effect directly to development and obstacles can also be an indirect effect of declining sales potential to influence the confidence (as an intervening variable) and then to the resistance development. influence indirectly through confidence was smaller than the influence directly against barriers to development. These results indicate that the difficulty of access to funding has no effect against the development of resistance through the confidence as intervening variable, or it can be inferred that the confidence not to be variables that mediate between the difficulty of access barriers against development funding. Based on this, then the research hypothesis stated that the difficulty of access to funding development barriers through confidence.

Keywords: *Barriers To Enterprise Development, The Difficulty Of Access To Capital, Price Competition That Is Not Competitive*

I. PENDAHULUAN

Kota Medan sebagai Ibu Kota Propinsi Sumatera Utara meliputi 21 Kecamatan dan memiliki berbagai sektor perekonomian. Sektor perekonomian yang bergerak di bidang kuliner mengalami perkembangan yang cukup pesat di masa sekarang ini di Kota Medan. Banyaknya bermunculan restoran yang beraneka ragam jenisnya menggambarkan sektor ini memiliki peminat yang cukup besar. Perkembangan kota Medan yang pesat juga memberikan kesempatan bagi sektor restoran ini untuk dapat semakin berkembang. Wadah-wadah masyarakat, hotel, *mall*, keberadaan kampus, rumah sakit, dan keberadaan pusat bimbingan belajar membuat usaha restoran menjadi semakin melambung dan pada akhirnya dapat memberikan kontribusi untuk perekonomian di Kota Medan itu sendiri. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari banyaknya daerah atau sudut rendahnya ketrampilans kota Medan yang menjajakan aneka ragam kuliner, seperti di daerah Ringroad. Pada daerah ini, terdapat jalan yang hampir di kiri kanan lahannya didominasi oleh berbagai jenis usaha makanan dan minuman. Pusat perbelanjaan dan perhotelan di Kota Medan pun di dominasi oleh beraneka macam restoran. Bahkan lapangan merdeka sendiri yang menjadi jantung pertengahan Kota Medan menjadi pusat jajanan kuliner masyarakat Kota Medan khususnya pada sore dan malam hari. Oleh karena itu Kota Medan sering disebut-sebut sebagai kota wisata kuliner bagi para wisatawan yang datang baik dari dalam maupun luar negeri. Hal ini memberi kesempatan pada kegiatan usaha restoran untuk semakin berkembang. Bisnis yang bergerak dalam usaha restoran di Kota Medan saat ini jumlahnya juga cukup banyak. Adapun perkembangan jumlah restoran di Kota Medan, dipaparkan pada grafik berikut:



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan,

Pada tahun 2014 jumlah restoran di Kota Medan menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan adalah sebanyak 167 restoran. Jumlah restoran ini menunjukkan peningkatan di tahun 2015 menjadi sebanyak 168 restoran. Pada tahun 2016 jumlah restoran kembali meningkat sebanyak 173 restoran. Namun pada tahun 2017 jumlah restoran mengalami penurunan menjadi sebanyak 160 restoran. Jumlah ini juga cenderung kembali menurun pada tahun 2018 menjadi sebanyak 151 restoran yang ada di Kota Medan. Di tengah fenomena laju perkembangan wisata kuliner yang berkembang cukup pesat di Kota Medan, data statistik menunjukkan adanya penurunan jumlah restoran di Kota Medan. Kegiatan usaha restoran semakin berkembang dikarenakan prospeknya yang menggiurkan bagi para pengusaha. Namun, perkembangan Kota Medan sebagai salah satu pusat perdagangan dan bisnis menimbulkan banyak perubahan dan kendala.

Kendala yang sangat sering terjadi adalah sulitnya akses masuk dalam permodalan. Hal ini karena panjangnya prosedur dan kurangnya peran pemerintah dalam meningkatkan kegiatan usaha. Apabila modal terbatas, hal itu membuat pengusaha sulit untuk melakukan ekspansi usaha dan inovasi. Perubahan yang paling jelas terlihat adalah timbulnya persaingan bisnis yang semakin tinggi. Meningkatnya bisnis restoran yang menyajikan aneka makanan dan minuman menimbulkan persaingan bisnis dan persaingan harga antara restoran-restoran yang ada. Hal ini ditandai dengan banyaknya berdiri usaha-usaha baru yang bergerak dibidang penyediaan pangan. Persaingan harga yang tidak kompetitif dapat menghambat pengembangan usaha dalam bidang restoran karena semakin banyaknya restoran yang terus berlomba-lomba untuk berinovasi dan bersaing untuk menunjukkan keunggulan restoran itu sendiri. Restoran-restoran yang tidak mau berkembang karena keterbatasan modal dan tidak dapat bersaing dengan harga yang kompetitif tentu tidak dapat bertahan lama. Kajian mengenai hambatan pengembangan pengusaha restoran diperlukan sebagai alat ataupun dasar ilmu yang dapat diaplikasikan untuk bahan pertimbangan maupun pengambilan langkah-langkah kebijakan dalam meningkatkan pendapatan pengusaha rumah makan. Diharapkan dengan semakin banyaknya penelitian dalam kajian sektor usaha rumah makan, hal ini dapat ikut memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha restoran.

II TINJAUAN PUSTAKA

Kendala_bisnis dalam pengembangan dan pertumbuhan usaha kecil secara rata-rata lebih majemuk daripada perusahaan besar dengan jenjang bisnis yang nasional atau internasional. Karena rendahnya ketrampilan bisnis perusahaan besar telah melampaui masa-masa kedewasaan, baik didapatkan secara alami dalam proses, improvisasi atau menggunakan jasa konsultan bisnis sebagai arahan konsultasi utama. Dalam sebuah penelitian oleh A McKinsey & Company, 10 kendala bisnis utama dalam pertumbuhan dan pengembangan bisnis antara lain:

1. Tidak terjadinya penjualan

Banyak UKM yang mencoba bangkit dari usaha yang minim menuju level yang lebih baik terhambat oleh tidak terjadinya penjualan, atau dengan kata lain penjualan masih tidak menentu dan tidak dapat menyeimbangkan dengan potensi produksi. Sedangkan biaya produksi baik bahan baku, SDM, operasional, biaya teknis (listrik, telpon) tetap harus terbayar. Kemampuan menjual berhubungan dengan kualitas produk/layanan, rendahnya ketrampilan marketing, relationship dan membaca peluang/perubahan pasar.

2. Biaya Awal yang tinggi

Biaya Awal yang tinggi adalah biaya untuk operasional dan perputaran awal. Bisa diartikan bahwa belum ada rendahnya ketrampilan keuangan dalam pengertian improvisasi anggaran dan belanja. Bisa juga diartikan ketika masih mendirikan usaha pada awalnya tentu mengurus dana untuk membeli semua bahan dan penduukngnya, sehingga terkadang wirausahawan baru membeli bahan tanpa prediksi untuk jangka waktu yang efektif, karena dalam tahap awal belum tentu ada lonjakan penjualan yang tinggi,

3. Kurangnya keterampilan

Bisnis sebagai roh dari usaha kecil dan menengah sering kali melupakan aspek rekrutmen dan kualifikasi SDM yang jelas, dan lebih kepada merekrut teman sendiri, tetangga, saudara dll. Sehingga kualifikasi prekrutan SDM tanpa standar minimal, yah mungkin standar minimalnya hanya 'mau' dan 'kenal'.

4. Kurang inovatif produk yang baru

Produk baru dari sisi teknis maka adalah pruduk sebagai penyempurna dan inovasi. Motor Honda saja terus di sempurnakan walau sudah handal. Apalagi seharusnya produk usah akecil yang rentan dengan pergeseran kebutuhan publik. Produk baru bisa diartikan bahwa perubahan teknologi dan tingkat keamanan ekonomi mempengaruhi permintaan peningkatan nilai dari sebuah produk. Bisa mengksutom produk lama menjadi baru, bisa menciptakan produk baru yang berbasis pengembangan produk lama atau produk benar-benar baru namun lahir dari tingginya permintaan pasar.

5. Akses ke pendanaan

Kita paham usaha kecil dan wirasuhawan pemula terkadang kurang memahami unsur kewirausahaan dari aspek manajemen cash flow. Bisa juga memahami sistem pembayaran tunda dari pelanggan atau agent.

6. Keuntungan yang tidak mencukupi

Rendahnya ketrampilan bisnis yang mendasari sebagian UKM dan wirausahawan masih berorientasi pada kuanitas penjualan. Misal persaingan harga yang sangat jenuh yang terkadang menjadi pemicu penjualan dan pemasaran harga murah. Kejenuhan akan produk sejenis yang ditawarkan semakin tinggi, pilihan semakin beragam, sedangkan daya beli masyarakat menurun, karena masyarakat dipengaruhi kenaikan harga, termasuk biaya pendidikan dll. Demi menarik peminat, terkadang harus menyertakan diskon tinggi, atau dengan kata lain bahwa diskon rate menjadi penentu dari faktor terjualnya barang, padahal biaya produksi justru semakin meningkat. Ini yang terkadang melemahkan usaha menengah dan kecil. Faktor lain tidak dikuasainya rendahnya ketrampilan bisnis berbasis pemasaran efektif, sehingga banyak pengusaha frustrasi karena tempo penjualan yang panjang, maksudnya bahwa keawatiran dari pedagang atau produsen akan menumpuknya stok karena pemasaran yang tidak baik memacu untuk mengobral stok yang ada, ini mungkin sering terjadi di usaha pemodal terbatas, sehingga dengan harga-harga diskon tersebut menyebabkan keuntungan yang minim.

7. Tidak adanya kepercayaan diri

Pernah saya coba menawarkan layanan pembuatan web gratis kepada beberapa UKM di wilayah saya, untuk memacu aspek marketing nya, sehingga mampu mendekati kepada pasar dengan peluang yang baik. Apa yang terjadi, penolakan karena tidak percaya diri terhadap usaha yang ada.

8 . Pemasok yang Berbiaya Tinggi

Dalam memacu produksi terkadang pengusaha melibatkan banyak upaya dalam penguatan alat, penguatan koneksi dll, namun lupa membangun relationship yang baik dengan pemasok. Dalam rumusan bisnis dan rendahnya ketrampilan bisnisnya tidak tersirat dengan baik alur rendahnya ketrampilannya, sehingga terkadang pemasok lebih suka berelasi dengan pengusaha besar yang lebih peduli kepada pemasok, termasuk pembayaran yg lebih jelas waktunya.

9. Hambatan Birokrasi

Birokrasi mampu menghambat pelaku UKM, terutama karena ketidaktahuannya, dirasa semua perizinan benar-benar sosok yang menakutkan dna menyulitkan. Secara budaya di Indonesia memang birokrasi apartur pemerintahan terkadang dibuat rumit oleh pelaku bawahannya, agar menimbulkan peluang kolusi yang mengandung rupiah.

10. Suku Bunga Tinggi

MIngu ini pemerintah menaikkan suku bunganya, walau dalam koma-koma persen yang kecil. Karena selama ini ketika suku bunga bank tinggi dibarengi dengan kenaikan BBM, tarik listrik dll, pengusaha semakin kesusahan dengan proses cicilan. Begitu juga pelaku UKM yang sedang mengajukan kredit, membayangkan bunga nya saja sudah resah dan khawatir, belum lagi harus membayangkan bunga kredit kendaraan bermotornya. Ini yang harus disikapi pemerintah bersama dengan masyarakat.

III. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini ditujukan kepada pengusaha rumah makan di Kota Medan. Adapun variabel yang diteliti adalah sulitnya akses permodalan dan persaingan harga yang tidak kompetitif sebagai variabel dependen dan hambatan pengembangan usaha rumah makan sebagai

variabel dependen. Jenis data dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh secara langsung di lapangan yakni kepada pengusaha rumah makan di Kota Medan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur persamaan struktural dengan rumus :

Persamaan path analisis (pertama)

$$Y_1 = \beta_{Y_1 X_1} X_1 + \beta_{Y_1 X_2} X_2 + \beta_{Y_1 X_3} X_3 + \beta_{Y_1 X_4} X_4 + \epsilon_1$$

Persamaan path analisis (kedua)

$$Y_2 = \beta_{Y_2 X_1} X_1 + \beta_{Y_2 X_2} X_2 + \beta_{Y_2 X_3} X_3 + \beta_{Y_2 X_4} X_4 + \beta_{Y_2 Y_1} Y_1 + \epsilon_2$$

Keterangan :

- Y₁ = Kepercayaan diri (*Endogenous Variable*)
 Y₂ = Hambatan pengembangan Karyawan (*Endogenous Variable*)
 X₁ = Potensi penjualan menurun (*Eksogenous Variable*)
 X₂ = Rendahnya ketrampilan (*Eksogenous Variable*)
 X₃ = Sulitnya akses pendanaan (*Eksogenous Variabel*)
 X₄ = Kurang inovatif produk/rasa makanan (*Eksogenous Variabel*)
 ε = *Error Term* / Tingkat Kesalahan

Uji Mediasi

Untuk menguji apakah variabel intervening berfungsi sebagai mediasi atau perantara. Dengan syarat :

$P_3 < P_1 \times P_2$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

$P_3 > P_1 \times P_2$, maka H_a ditolak dan H_o diterima

IV. HASIL PENELITIAN

Pengaruh kurang inovatif produk/rasa makanan terhadap hambatan pengembangan. Analisis determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi Terhadap Kepercayaan diri

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 ^a	,323	,311	3,07533

a. Predictors: (Constant), potensi penjualan menurun

Koefisien Determinasi Terhadap hambatan pengembangan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 ^a	,495	,477	2,89068

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, potensi penjualan menurun

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebesar :

$$Pe_1 = \sqrt{1 - 0,568^2} = 0,823$$

$$Pe_2 = \sqrt{1 - 0,704^2} = 0,710$$

$$\begin{aligned} R^2_m &= 1 - P^2_{e_1} \cdot P^2_{e_2} \\ &= 1 - (0,823)^2 (0,710)^2 \\ &= 1 - (0,677) (0,504) \\ &= 0,65 \\ &= 65,0\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 65,0 % menunjukkan bahwa 65,0 % informasi yang terkandung dalam data dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 65\% = 35,0\%$ dijelaskan oleh error dan variabel lain di luar model. Angka koefisien pada model ini relatif besar sehingga layak dilakukan interpretasi lebih lanjut.

Koefisien Determinasi Terhadap Kepercayaan diri

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 ^a	,500	,491	2,64339

a. Predictors: (Constant), rendahnya ketrampilan

Koefisien Determinasi Terhadap hambatan pengembangan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 ^a	,423	,403	3,08918

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, rendahnya ketrampilan

Berdasarkan tabel 4.113 dan tabel 4.114 di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebesar :

$$Pe_1 = \sqrt{1 - 0,707^2} = 0,707$$

$$\begin{aligned}
 Pe_2 &= \sqrt{1 - 0,651^2} = 0,759 \\
 R2m &= 1 - P^2e_1 \cdot P^2e_2 \\
 &= 1 - (0,707)^2 (0,759)^2 \\
 &= 1 - (0,499) (0,576) \\
 &= 0,71 \\
 &= 71,0 \%
 \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 71,0 % menunjukkan bahwa 71,0 % informasi yang terkandung dalam data dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya sebesar 100% - 71,0% = 29 % dijelaskan oleh error dan variabel lain di luar model. Angka koefisien pada model ini relatif besar sehingga layak dilakukan interpretasi lebih lanjut.

Koefisien Determinasi Terhadap Kepercayaan diri

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,618 ^a	,382	,371	2,93913

a. Predictors: (Constant), sulitnya akses pendanaan

Koefisien Determinasi Terhadap hambatan pengembangan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,787 ^a	,619	,606	2,50969

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, sulitnya akses pendanaan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebesar :

$$\begin{aligned}
 Pe_1 &= \sqrt{1 - 0,618^2} = 0,786 \\
 Pe_2 &= \sqrt{1 - 0,787^2} = 0,616 \\
 R2m &= 1 - P^2e_1 \cdot P^2e_2 \\
 &= 1 - (0,786)^2 (0,616)^2 \\
 &= 1 - (0,617) (0,379) \\
 &= 0,76 \\
 &= 76,0 \%
 \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 76,0 % menunjukkan bahwa 76,0 % informasi yang terkandung dalam data dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya sebesar 100% - 76 % = 24,0 % dijelaskan oleh error dan variabel lain di luar model. Angka koefisien pada model ini relatif besar sehingga layak dilakukan interpretasi lebih lanjut.

Koefisien Determinasi Terhadap Kepercayaan diri

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	,513	,505	2,60824

a. Predictors: (Constant), kurang inovatif produk/rasa makanan

Koefisien Determinasi Terhadap hambatan pengembangan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,599 ^a	,358	,336	3,25845

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, kurang inovatif produk/rasa makanan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebesar :

$$\begin{aligned}
 Pe_1 &= \sqrt{1 - 0,716^2} = 0,698 \\
 Pe_2 &= \sqrt{1 - 0,599^2} = 0,800 \\
 R2m &= 1 - P^2e_1 \cdot P^2e_2 \\
 &= 1 - (0,698)^2 (0,800)^2 \\
 &= 1 - (0,487) (0,64) \\
 &= 0,68 \\
 &= 68,0 \%
 \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 68,0 % menunjukkan bahwa 68,0 % informasi yang terkandung dalam data dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya sebesar 100% - 68,0% = 32 % dijelaskan oleh error dan variabel lain di luar model. Angka koefisien pada model ini relatif besar sehingga layak dilakukan interpretasi lebih lanjut.

Path Analisis I

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,492	5,128		3,021	,004
	potensi penjualan menurun	,604	,115	,568	5,260	,000

a. Dependent Variable: kepercayaan diri

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 ^a	,323	,311	3,07533

a. Predictors: (Constant), potensi penjualan menurun

Berdasarkan tabel di atas, nilai standardized beta untuk potensi penjualan menurun sebesar 0,568 dan signifikan pada 0,000 yang berarti potensi penjualan menurun mempengaruhi kepercayaan diri. Nilai koefisien standardized beta 0,568 merupakan nilai path atau jalur P₁. Besarnya nilai e₁ = (1 - 0,311)² = 0,474

$$\text{Persamaan I} = Y_1 = 0,568 X_1 + 0,474 \epsilon_1$$

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,158	3,724		3,802	,000
	rendahnya ketrampilan	,646	,085	,707	7,612	,000

a. Dependent Variable: kepercayaan diri

Tabel 4. 122

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 ^a	,500	,491	2,64339

a. Predictors: (Constant), rendahnya ketrampilan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.0

Berdasarkan tabel di atas, nilai standardized beta untuk rendahnya ketrampilan sebesar 0,707 dan signifikan pada 0,000 yang berarti rendahnya ketrampilan mempengaruhi kepercayaan diri. Nilai koefisien standardized beta 0,707 merupakan nilai path atau jalur P₁. Besarnya nilai e₁ = (1 - 0,491)² = 0,259

$$\text{Persamaan I} = Y_1 = 0,707 X_2 + 0,259 \epsilon_1$$

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,949	4,602		3,249	,002
	sulitnya akses pendanaan	,651	,109	,618	5,982	,000

a. Dependent Variable: kepercayaan diri

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,618 ^a	,382	,371	2,93913

a. Predictors: (Constant), sulitnya akses pendanaan

Berdasarkan tabel di atas, nilai standardized beta untuk sulitnya akses pendanaan sebesar 0,618 dan signifikan pada 0,000 yang berarti sulitnya akses pendanaan mempengaruhi kepercayaan diri. Nilai koefisien standardized beta 0,618 merupakan nilai path atau jalur P₁. Besarnya nilai e₁ = (1 - 0,371)² = 0,395

$$\text{Persamaan I} = Y_1 = 0,618 X_3 + 0,395 \epsilon_1$$

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,974	4,288		2,093	,041
	kurang inovatif produk/rasa makanan	,767	,098	,716	7,816	,000

a. Dependent Variable: kepercayaan diri

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	,513	,505	2,60824

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,974	4,288		2,093	,041
kurang inovatif produk/rasa makanan	,767	,098	,716	7,816	,000

a. Dependent Variable: kepercayaan diri

Model Summary

a. Predictors: (Constant), kurang inovatif produk/rasa makanan

Berdasarkan tabel di atas, nilai standardized beta untuk kurang inovatif produk/rasa makanan sebesar 0,716 dan signifikan pada 0,000 yang berarti kurang inovatif produk/rasa makanan mempengaruhi kepercayaan diri. Nilai koefisien standardized beta 0,716 merupakan nilai path atau jalur P₁. Besarnya nilai e₁ = (1 - 0,505)² = 0,245. Persamaan I : Y₁ = 0,716 X₄ + 0,245 ε₁

Path Analysis II

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,820	5,186		,930	,357
potensi penjualan menurun	,615	,131	,536	4,686	,000
kepercayaan diri	,263	,123	,244	2,131	,037

a. Dependent Variable: hambatan pengembangan

Model Summary

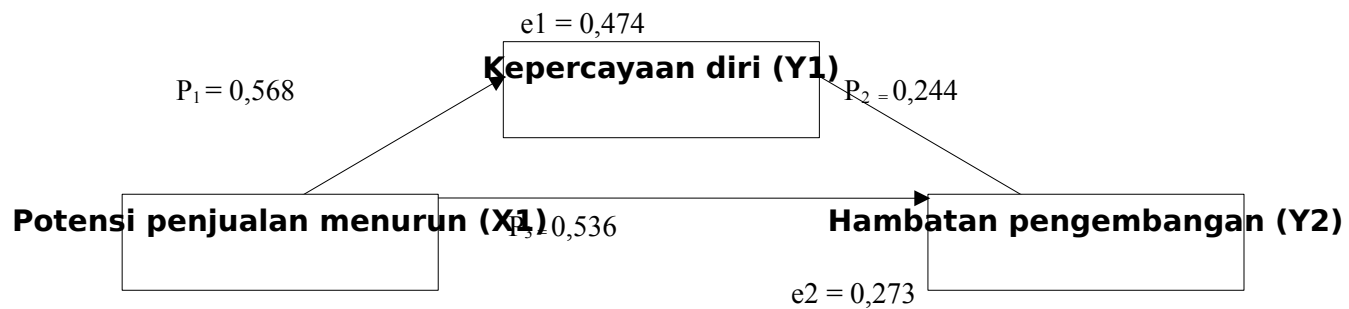
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 ^a	,495	,477	2,89068

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, potensi penjualan menurun

Berdasarkan tabel diatas, nilai standardized beta untuk potensi penjualan menurun sebesar 0,536 dan signifikan pada 0,000 yang berarti potensi penjualan menurun mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,536 merupakan nilai path atau jalur P₃. Nilai standardized beta untuk kepercayaan diri sebesar 0,244 dan signifikan pada 0,037 yang berarti kepercayaan diri mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,244 merupakan nilai path atau jalur P₂. Besarnya nilai e₂ = (1 - 0,477)² = 0,273.

Persamaan II : Y₂ = 0,536 X₁ + 0,244 Y₁ + 0,273 ε₂

Gambar 4. 129 Path Analisis



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,932	4,864		2,659	,010
	rendahnya ketrampilan	,488	,140	,495	3,483	,001
	kepercayaan diri	,214	,153	,198	1,393	,169

a. Dependent Variable: hambatan pengembangan

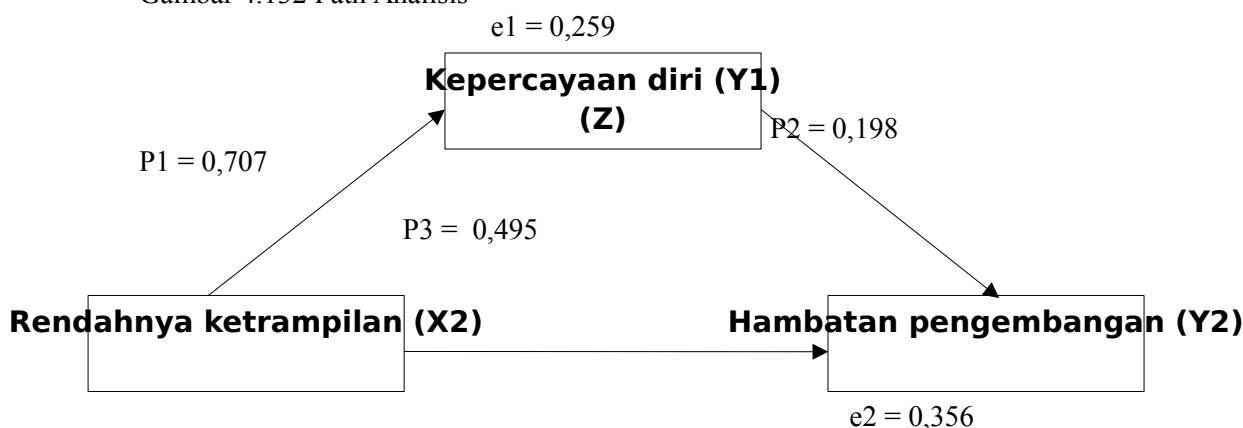
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 ^a	,423	,403	3,08918

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, rendahnya ketrampilan

Berdasarkan tabel diatas, nilai standardized beta untuk rendahnya ketrampilan sebesar 0,495 dan signifikan pada 0,001 yang berarti rendahnya ketrampilan mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,495 merupakan nilai path atau jalur P₃. Nilai standardized beta untuk kepercayaan diri sebesar 0,198 dan signifikan pada 0,169 yang berarti kepercayaan diri mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,198 merupakan nilai path atau jalur P₂. Besarnya nilai $e_2 = (1 - 0,403)^2 = 0,356$
 Persamaan II : $Y_2 = 0,495X_2 + 0,198 Y_2 + 0,356 e_2$

Gambar 4.132 Path Analisis



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,134	4,272		,968	,337
	Sulitnya akses pendanaan	,816	,118	,718	6,910	,000
	kepercayaan diri	,113	,112	,105	1,008	,318

a. Dependent Variable: hambatan pengembangan

Model Summary

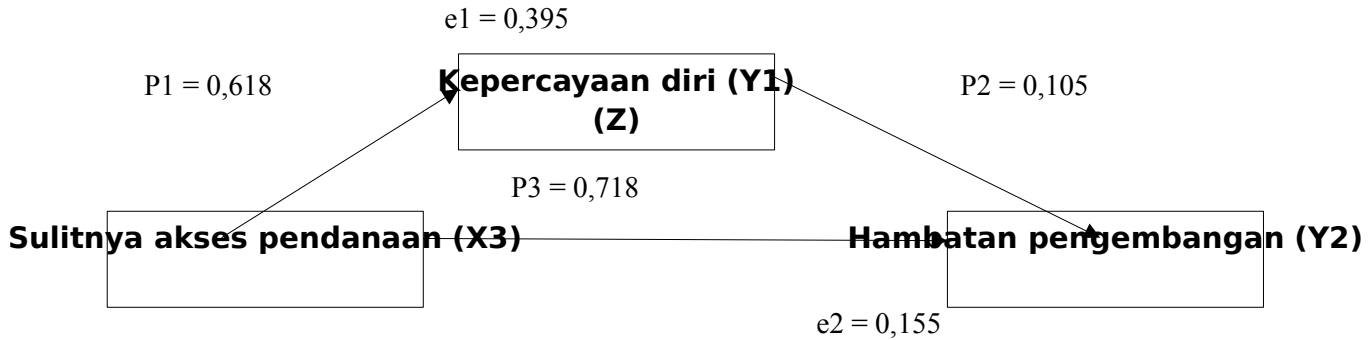
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,787 ^a	,619	,606	2,50969

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, sulitnya akses pendanaan

Berdasarkan tabel di atas, nilai standardized beta untuk sulitnya akses pendanaan sebesar 0,718 dan signifikan pada 0,000 yang berarti sulitnya akses pendanaan mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,718 merupakan nilai path atau jalur P₃. Nilai standardized beta untuk kepercayaan diri sebesar 0,105 dan signifikan pada 0,318 yang berarti kepercayaan diri

mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,105 merupakan nilai path atau jalur P₂. Besarnya nilai $e_2 = (1 - 0,606)^2 = 0,155$
 Persamaan II : $Y_2 = 0,718 X_3 + 0,105 Y_1 + 0,155 \epsilon_2$

Gambar 4.135 Path Analisis



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,201	5,555		2,196	,032
kurang inovatif produk/rasa makanan	,398	,176	,345	2,267	,027
kepercayaan diri	,325	,164	,301	1,983	,052

a. Dependent Variable: hambatan pengembangan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,599 ^a	,358	,336	3,25845

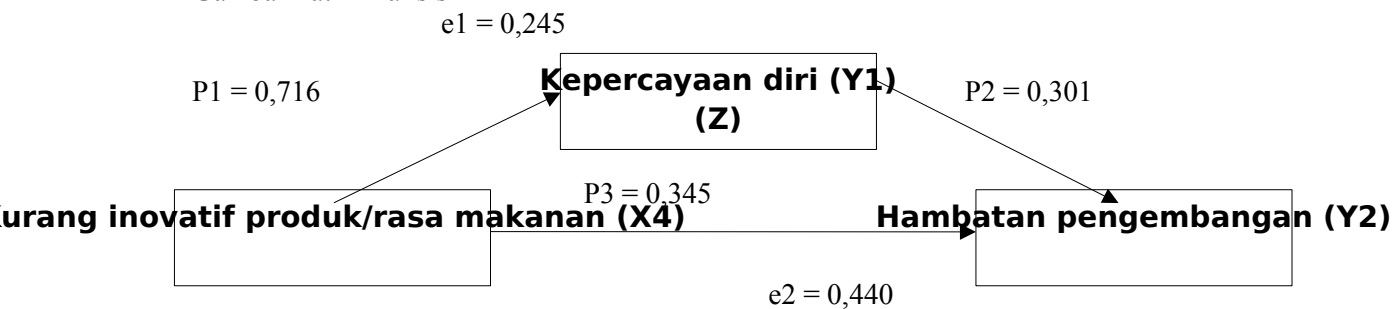
a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, kurang inovatif produk/rasa makanan

Berdasarkan tabel 4.136 dan 4.137 di atas, nilai standardized beta untuk kurang inovatif produk/rasa makanan sebesar 0,345 dan signifikan pada 0,027 yang berarti kurang inovatif produk/rasa makanan mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,345 merupakan nilai path atau jalur P₃. Nilai standardized beta untuk kepercayaan diri sebesar 0,301 dan signifikan pada 0,052 yang berarti kepercayaan diri mempengaruhi hambatan pengembangan. Nilai koefisien standardized beta 0,301 merupakan nilai path atau jalur P₂.

Besarnya nilai $e_2 = (1 - 0,336)^2 = 0,440$

Persamaan II : $Y_2 = 0,345X_4 + 0,301 Y_1 + 0,440 \epsilon_2$

Gambar Path Analisis



e. Uji Mediasi

Berdasarkan hasil analisis jalur menunjukkan bahwa potensi penjualan menurun berpengaruh langsung ke hambatan pengembangan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari pengaruh

potensi penjualan menurun ke kepercayaan diri (sebagai variabel intervening) lalu ke hambatan pengembangan. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,536, sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu $0,568 \times 0,244 = 0,138$ atau total pengaruh potensi penjualan menurun ke hambatan pengembangan = $0,536 + (0,568 \times 0,244) = 0,674$. Oleh karena nilai ($P_1 \times P_2 < P_3$) maka kepercayaan diri tidak berfungsi sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil analisis jalur menunjukkan bahwa rendahnya ketrampilan berpengaruh langsung ke hambatan pengembangan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari pengaruh rendahnya ketrampilan ke kepercayaan diri (sebagai variabel intervening) lalu ke hambatan pengembangan. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,495, sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu $0,707 \times 0,244 = 0,172$ atau total pengaruh rendahnya ketrampilan ke hambatan pengembangan = $0,495 + (0,707 \times 0,244) = 0,667$. Oleh karena nilai ($P_1 \times P_2 < P_3$) maka kepercayaan diri tidak berfungsi sebagai variabel intervening.

Andi Indahwati Sidin (2010) dari Universitas Brawijaya Malang dengan judul pengaruh potensi penjualan menurun dan sulitnya akses pendanaan terhadap hambatan pengembangan, serta oleh Rino Yanuardi (2012) dari Universitas Negeri Padang dengan judul hubungan sulitnya akses pendanaan dan potensi penjualan menurun terhadap hambatan pengembangan karyawan. Arif Wuriyanto (2006) dari Universitas Sahid Surakarta dengan judul pengaruh rendahnya ketrampilan terhadap hambatan pengembangan karyawan PT. Pertamina, dan oleh Yuni Istanto (2010) dari Universitas Negeri Malang dengan judul pengaruh rendahnya ketrampilan terhadap hambatan pengembangan karyawan, serta oleh Andi Listyarso (2005) dari Universitas Diponegoro dengan judul hubungan rendahnya ketrampilan terhadap hambatan pengembangan pegawai. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa rendahnya ketrampilan berpengaruh terhadap hambatan pengembangan.

Budi Dwi Astusi (2008) dari Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul pengaruh sulitnya akses pendanaan intrinsik dan ekstrinsik terhadap hambatan pengembangan karyawan, serta oleh Sindi Larasati (2007) dari Universitas Telkom Bandung dengan judul hubungan sulitnya akses pendanaan kerja terhadap hambatan pengembangan karyawan. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa rendahnya ketrampilan berpengaruh terhadap hambatan pengembangan. Suhendar (2009) kurang inovatif produk/rasa makanan terhadap hambatan pengembangan karyawan, dan oleh Paramitha (2011) pengaruh kurang inovatif produk/rasa makanan individu terhadap hambatan pengembangan Perusahaan, serta oleh Ananta (2008) dari universitas Gunadarma dengan judul hubungan kurang inovatif produk/rasa makanan terhadap hambatan pengembangan karyawan. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kurang inovatif produk/rasa makanan berpengaruh terhadap hambatan pengembangan.

V. PENUTUP

1. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa potensi penjualan menurun berpengaruh langsung ke hambatan pengembangan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung, yaitu dari potensi penjualan menurun ke kepercayaan diri lalu ke hambatan pengembangan.
2. Rendahnya ketrampilan berpengaruh langsung ke hambatan pengembangan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung, yaitu dari rendahnya ketrampilan ke kepercayaan diri lalu ke hambatan pengembangan.
3. Sulitnya akses pendanaan berpengaruh langsung ke hambatan pengembangan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung, yaitu dari sulitnya akses pendanaan ke kepercayaan diri lalu ke hambatan pengembangan.
4. Kurang inovatif produk/rasa makanan berpengaruh langsung ke hambatan pengembangan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung, yaitu dari kurang inovatif produk/rasa makanan ke kepercayaan diri lalu ke hambatan pengembangan.

Daftar Pustaka

Alexander, Y.Y. 2002. Enabling E-Commerce Growth Through The Social Construction Of A Virtual Community's Culture. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL. 3, NO. 4, 2002 Page 279

- Badruzaman, Mariam Darus. 2000. *Aspek Keperdataan Dari E-Commerce*. Makalah seminar Pembukaan Kantor Cabang Law Firm & Darus, 6 September 2000: Surabaya.
- Bodendorf, Freimut and Florian Lang. 2009. Automated Services for Market-Based E-Commerce Transactions. *Proceedings of the International MultiConference of Engineers and Computer Scientists 2009 Vol I IMECS 2009*, March 18 - 20, 2009, Hong Kong
- Fan, Dequan. 2007. Critical Success Factors to Adopt E-commerce for SMEs in China WCMeb 2007. *Eighth World Congress on the Management of eBusiness*, 11-13 July 2007
- Fensel, D. et al. 2001. *Product Data Integration in B2B E-commerce*, IEEE Intelligent Systems.
- Andi Indahwati Sidin. 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun XX*
- Reski Nur Wahyuningsih (2012). *Pokok-Pokok Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta : Bumi Aksara
- Arif Wuriyanto (2006). *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. Elex Media Komputendo: Jakarta
- Yuni Istanto (2010). An Examination Of Searcher's Perceptions Of Nonsponsored And Sponsored Links During E-commerce Web Searching. *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 57(14):1949-1961