

PENGARUH PELATIHAN KETRAMPILAN DAN PENGEMBANGAN USAHA KSM BINAAN BDC KOTA MEDAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN

Nur August Fahmi
Universitas Islam Sumatera Utara
fahmi@fe.uisu.ac.id

ABSTRACT

The problem in this research is not optimal sale rate of KSM (non-governmental group) of BDC Target in Medan City because of the training and business development. The population in this study was the entire KSM of the BDC in Medan, 126 KSM and was made a sample of 40 KSM, which was used as respondent (25%) of the population. Data is obtained through KSM data, library data and literature. The author's data retrieval techniques through interviews, questionnaire distribution and document studies. Based on the results of simultaneous significance test of training and business development jointly or simultaneously influence positive and significant to the sales level of KSM (community organization) BDC in Medan, namely by Fcount value of $> F_{table}$ ($18.536 > 3.240$). Based on the results of the partial test in the study is known that the free variable of training is positive and significant influence on the sales rate of KSM (non-governmental group) BDC in Medan is the value of $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.632 > 1.687$). While the free variable business development effect is positive and significant to the sales level is the value of $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,942 > 1,687$).

Keywords : skill training, business development, sales

ABSTRAK : Permasalahan dalam penelitian ini adalah belum optimalnya tingkat penjualan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC Kota Medan karena kurangnya pelatihan dan pengembangan usaha. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh KSM binaan BDC Kota Medan yang berjumlah 126 KSM dan dijadikan sampel sebanyak 40 KSM yang dijadikan responden (25%) dari populasi. Data diperoleh melalui data KSM, data perpustakaan dan literatur-literatur. Teknik pengambilan data yang dilakukan penulis melalui wawancara (interview), penyebaran kuisioner dan studi dokumen. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan atas pelatihan dan pengembangan usaha secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC kota Medan, yaitu dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,536 > 3,240$). Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel bebas pelatihan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC kota Medan yaitu dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,632 > 1,687$). Sementara variabel bebas pengembangan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan yaitu dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,942 > 1,687$).

Kata Kunci : Pelatihan Keterampilan, Pengembangan Usaha, Penjualan

1. Pendahuluan

Business Development Center (BDC) di Kota Medan dibutuhkan untuk membantu KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan, melihat kondisi usaha yang telah berjalan ini pada umumnya memiliki akses pasar yang terbatas, untuk memenuhi pesanan atau memenuhi pasar lokal. Beberapa aspek yang menjadi kendalanya adalah perizinan usaha,

label, kemasan dan ketiadaan kelembagaan jaringan/komunitas/kelompok atau asosiasi usaha, sebagai bagian dari strategi peningkatan pemasaran, dan daya saing dengan produk sejenis dari produsen lain.

Business Development Center (BDC) di Kota Medan menaungi KSM binaan sebanyak 126 KSM yang terbagi atas 3 jenis produk unggulan yakni Sulaman Bordir, Makanan Ringan dan Kerajinan Tangan. BDC Kota

Medan memiliki visi “Menjadi sarana peningkatan perekonomian masyarakat Kota Medan dengan menciptakan pengusaha profesional dan mandiri.” Sedangkan misinya adalah (1) berorientasi pada kebutuhan pasar, (2) melakukan pengembangan SDM, (3) memberikan pekerjaan yang maksimal, (4) menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja, (5) menciptakan produk yang berkualitas, (6) memiliki standar dan berdaya saing, (7) membangun pengelolaan usaha yang profesional.

Agar KSM bisa terus berproduksi, harus meningkatkan penjualan untuk menutupi operasional yang dikeluarkan, strategi pemasaran jelas dibutuhkan dalam upaya peningkatan penjualan. Menurut Rangkuti Freddy (2009:57) Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati. Kunci keberhasilan penjualan adalah kualitas produksi dan strategi penjualan yang baik harus dimiliki oleh setiap KSM agar dapat mendorong peningkatan penjualan.

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2004:404) supaya penjualan bisa mencapai target maksimal, yaitu:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Karena itu, penjual harus bisa menyakinkan para pembelinya supaya bisa berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus bisa memahami jenis karakteristik produk atau jasa yang ditawarkan, dengan harga produk yang juga sesuai dengan kualitas dari jenis usahanya. Akan lebih baik bagi penjual suatu produk untuk memberikan garansi untuk barang yang dijualnya supaya pelanggan merasa aman dan terjamin.

b. Modal

Kalau kamu baru membuka suatu usaha, pastinya akan lebih sulit untuk penjualan barangnya kalau barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat kamu menjual, dalam keadaan seperti ini, kamu harus memperkenalkan dulu produk kamu kepada pembeli. Untuk

melaksanakannya, pasti diperlukan adanya beberapa sarana dan usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam KSM maupun di luar KSM, usaha promosi, dan sebagainya. Tapi, semua ini hanya bisa kamu lakukan kalau dalam proses penjualan memiliki sejumlah modal yang cukup dan memadai. Karena itu, pastikan kamu mempunyai modal yang pas untuk membuka dan memasarkannya.

c. Kondisi Pasar

Pasar ini bisa diartikan sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, yang mempengaruhi kegiatan penjualannya. Faktor kondisi pasar yang harus kamu perhatikan yaitu, jenis pasar kelompok pembeli, segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan, dan kebutuhannya sehingga penjualan bisa menghasilkan pemasukan yang maksimal.

d. Kondisi Organisasi Penjualan

Biasanya pada perusahaan besar, masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan atau *marketing*) yang dipegang orang-orang tertentu atau yang ahli di divisi penjualan. Tapi, kalau usaha kamu tergolong usaha baru dan memiliki sistem organisasi yang sederhana, sehingga masalah yang dihadapi juga belum begitu kompleks dan tidak terlalu membutuhkan divisi khusus.

e. Faktor lain

Faktor-faktor lain dalam penjualan ini meliputi : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Tapi, untuk melaksanakannya, dana yang kamu harus keluarkan juga tidak sedikit. Bagi usaha yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin bisa dilakukan. Sedangkan bagi usaha kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan dan berfokus untuk penjualan langsung kepada para pelanggan.

Apa yang telah disajikan mengenai penjualan diatas, variabel lain adalah pelatihan untuk meningkatkan penjualan, strategi dimana masing-masing KSM harus dilakukan dalam hal pelatihan untuk meningkatkan penjualan, yang harus diperhatikan adalah mengenai kualitas produksi, keemasan, desain dan juga produksi yang disesuaikan dengan selera pasar. Pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi dan merupakan bagian dari pendidikan yang menyangkut

proses belajar ntuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan diluar sistem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relative singkat dengan metode yang lebih mengutamakan pada praktek dari pada teori.

Menurut *Amstrong (2000:198)*, pelatihan adalah konsep terencana yang terintegrasi, yang cermat, yang dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang diperlukan untuk meningkatkan pekerjaan. Selain itu di era digital informasi saat sekarang pemanfaatan teknologi informasi juga sangat dibutuhkan dalam peningkatan penjualan, hal ini terbukti banyak aplikasi-aplikasi yang cukup berkembang pesat, seperti lazada, tokopedia, shopie, belanja.com, blibli.com dan aplikasi lainnya yang membantu produsen untuk menjual produknya, dan sampai sekarang pasar atau masyarakat sendiri sudah melakukan pembelian secara online di aplikasi-aplikasi tersebut, sehingga produsen sendiri dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Melihat fenomena tersebut perlu dilakukan pelatihan di KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC Kota Medan dalam hal melakukan transaksi penjualan secara online.

Apabila tingkat penjualan meningkat pasti usaha dapat dikembangkan, saat ini KSM binaan BDC kota medan masih belum memperoleh profit yang signifikan dalam hal penjualan, bahkan ada beberapa binaan BDC kota Medan masih jalan di tempat karena masih lemahnya ketrampilan dan manajemen dalam hal mengelola hasil produksi mereka serta memasarkannya. Menurut *Suryana (2006:156)*, pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha (*Suryana, 2006:156*). Selain itu ada beberapa tahapan dalam pengembangan usaha antara, identifikasi peluang, merumuskan Alternatif usaha, seleksi alternatif, pelaksanaan alternatif dipilih dan Evaluasi (*Pandji Anoraga, 2007:90*).

Dari uraian disajikan diatas dan fenomena-fenomena KSM binaan BDC Kota Medan, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelatihan ketrampilan terhadap tingkat penjualan KSM binaan BDC Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengembangan usaha terhadap tingkat penjualan KSM binaan BDC Kota Medan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelatihan ketrampilan, pengembangan usaha terhadap tingkat penjualan KSM binaan BDC Kota Medan.

2. Metode Penelitian.

2.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC Kota Medan.

2.2 Populasi

Menurut *Umar (2006:73)* Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

. Populasi pada penelitian ini adalah KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC Kota Medan yang berjumlah 126 KSM, sebagai berikut :

Tabel 1
Data KSM binaan Kota Medan

No.	Jenis Produk Unggulan	Jumlah KSM
1.	Makanan Ringan	104
2.	Kerajinan Tangan	15
3.	Sulaman Bordir	7
Jumlah Keseluruhan		126

Sumber : BDC Kota Medan 2019

2.3. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut *Arikunto (2006:112)* apabila subyek kurang dari 100 orang maka lebih baik diambil seluruhnya untuk dijadikan sampel, tetapi apabila jumlah subyek lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih untuk dijadikan sampel penelitian.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini ada 25% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 126 KSM, berarti $126 \times 25\% / 100 = 39.69$, jadi sampel yang digunakan digenapkan sebanyak 40 KSM.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara
Wawancara merupakan suatu jenis pengumpulan data dimana peneliti

melakukan tanya jawab langsung dengan karyawan yang bersangkutan.

- b. Kuesioner
Merupakan cara yang menggunakan daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden atau subyek penelitian.
- c. Studi Dokumentasi
Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelusuran terhadap dokumen-dokumen yang mendukung dengan cara peninjauan langsung objek yang diteliti guna memudahkan data yang diperoleh.

2.4. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu melihat pengaruh bebas terhadap variabel terikat. Persyaratan dalam analisis regresi adalah uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil

estimasi regresi yang dilakukan, benar-benar bebas dari adanya gejala normalitas, gejala heteroskedastisitas dan gejala multikolinearitas.

3. Analisis dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan (kuesioner) yang telah disajikan kepada responden maka diperlukan uji validitas. Apabila validitas setiap pertanyaan/ Pernyataan lebih besar ($>$) 0.312 maka butir pertanyaan/ pernyataan tersebut dianggap valid. Untuk lebih jelasnya akan dilihat pada tabel *Item-Total Statistic* kolom *Corrected Item Correlation*, hasil pengolahan *SPSSVersi 20* dengan memasukkan data jawaban responden dari variabel Pelatihan (X_1), variabel Pengembangan (X_2) dan variabel Penjualan (Y) maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Validitas Pelatihan (X_1)

Korelasi	Nilai Korelasi	r-tabel (N=100, $\alpha=5\%$)	Keterangan	Kesimpulan
Item 1 to total	0,651	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 2 to total	0,488		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 3 to total	0,667		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 4 to total	0,713		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 5 to total	0,498		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 6 to total	0,742		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 7 to total	0,574		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 8 to total	0,696		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 9 to total	0,651		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 10 to total	0,713		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa *correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} . Dapat semua item pertanyaan untuk variabel Pelatihan disimpulkan bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai *corrected item total* adalah valid.

Tabel 3
Uji Validitas Pengembangan Usaha (X_2)

Korelasi	Nilai Korelasi	r-tabel (N=100, $\alpha=5\%$)	Keterangan	Kesimpulan
Item 1 to total	0,600	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 2 to total	0,888		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 3 to total	0,563		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 4 to total	0,555		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 5 to total	0,716		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 6 to total	0,489		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 7 to total	0,888		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 8 to total	0,683		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 9 to total	0,887		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 10 to total	0,418		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan untuk variabel Pengembangan usaha mempunyai nilai *corrected item total correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} . Dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

Tabel 4
Uji Validitas Penjualan (Y)

Korelasi	Nilai Korelasi	r-tabel (N=100, $\alpha=5\%$)	Keterangan	Kesimpulan
Item 1 to total	0,707	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 2 to total	0,493		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 3 to total	0,812		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 4 to total	0,365		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 5 to total	0,745		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 6 to total	0,714		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 7 to total	0,700		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 8 to total	0,661		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 9 to total	0,537		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Item 10 to total	0,690		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan untuk variabel Penjualan mempunyai nilai *corrected item total correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} . Dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

3.2. Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel. Realiabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60. Realiabilitas pernyataan kuesioner yang telah diajukan penulis kepada 40 responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5
Reliability Statistics

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1.	Pelatihan	.830	10
2.	Pengembangan	.870	10
3.	Penjualan	.837	10

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Pada tabel diatas, keseluruhan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 30 butir pernyataan, baik variabel pelatihan, pengembangan dan penjualan adalah

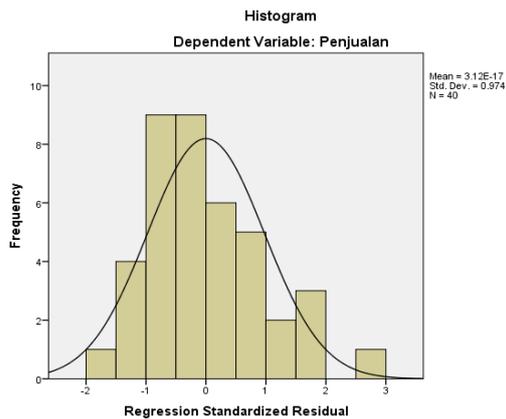
reliable atau bias diterima dan dikatakan konsisten.

3.3. Uji Asumsi Klasik

3.3.1. Uji Normalitas

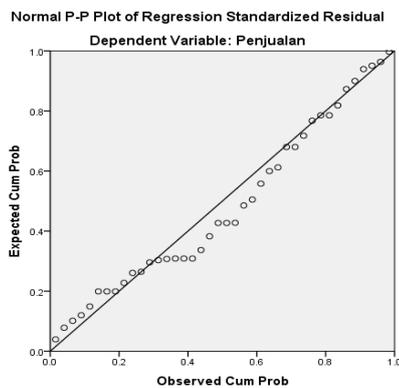
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu (*residual*) memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji "t" dan uji "F" mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

secara umum terdapat dua teknik dalam uji normalitas, yaitu menggunakan visualisasi dan menggunakan indikator numerik. Teknik visualisasi terdiri dari histogram, *steam-and-leaf plof*, *boxplot*, *normal probability plot*, dan *detrended normal plot*. Sedangkan teknik numerik terdiri dari Kolmogrof Smirnov dengan liliefor dan Shapiro-Wilk serta Skewness dan Kurtosis. Kolmogrof Smirnov dengan liliefor dan Shapiro-Wilk memberikan sentuhan yang berbeda dalam penilaian normalitas karena angka menjadi indikatornya bukan visualisasi. Jika nilai signifikan lebih besar (>) 0,05 menunjukkan data berdistribusi normal. Shapiro-Wilk selalu digunakan untuk jumlah pengamatan kurang dari seratus.



Gambar 1 Grafik Histogram

Berdasarkan grafik terlihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal tidak berpola distribusi menceng (skewness) kekiri atau kekanan, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2 Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

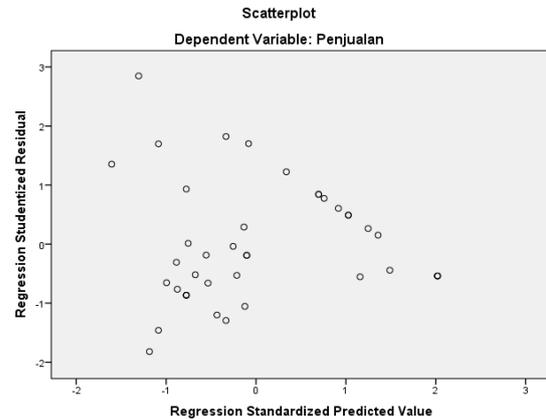
Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa distribusi dari titik-titik data pelatihan, pengembangan dan penjualan menyebar disekitar garis diagonal yang dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dapat dikatakan normal. Maka, model regresi layak dipakai untuk memprediksi penjualan berdasarkan variabel independennya.

3.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi

terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut heteroskedastisitas.

Menganalisis data dalam pengujian asumsi klasik ini, peneliti menggunakan *Program Statistical Product and Service Solution (SPSS Versi 20) for Windows* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3 Grafik Scatterplot

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa diagram pencar tidak membentuk suatu pola atau acak, dengan demikian dapat dikatakan bahwa regresi tidak mengalami gangguan *heteroskedastisitas* pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk mengetahui Penjualan (Y) berdasarkan variabel bebasnya.

3.3.3. Uji Multikolinearitas

Ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu : Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 (atau dibawah 10) dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 (di atas 0,1), maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas $VIF = 1/Tolerance$, jika $VIF = 10$ maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.

Tabel 6
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.514	5.129		3.025	.005		
Pelatihan	.467	.101	.549	4.632	.000	.960	1.042
Pengembangan	.245	.083	.349	2.942	.006	.960	1.042

a. Dependent Variable: Penjualan

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $1,042 < 5$ dan *Tolerance* $0,960 > 0,25$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah *multikolinearitas* dalam penelitian ini.

3.4. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.514	5.129		3.025	.005
Pelatihan	.467	.101	.549	4.632	.000
Pengembangan	.245	.083	.349	2.942	.006

a. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = 15.514 + 0,467 (X_1) + 0,245 (X_2) + \varepsilon$$

Dengan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta adalah sebesar 15.514, hal ini menyatakan jika variable pelatihan dan pengembangan usaha diambil maka nilai penjualan sebesar 15.51.
- Koefisien regresi untuk variabel pelatihan sebesar 0,467 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% faktor pelatihan maka akan meningkatkan penjualan sebesar 46,7%
- Koefisien regresi untuk variabel pengembangan usaha sebesar 0,245 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% faktor penilaian kerja maka akan meningkatkan penjualan sebesar 24.5%.

Uji regresi linear berganda ini digunakan untuk menjawab pertanyaan yang telah dituangkan pada identifikasi masalah sebelumnya dan sekaligus menjawab hipotesis yang telah dibentuk pada bab 2 sebelumnya maka hasil dari perhitungan regresi linear berganda dengan bantuan *SPSS versi 20* diperoleh hasil sebagai berikut:

3.5. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0: b_1, b_2 = 0$, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

$H_1: b_1, b_2 \neq 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\alpha=0,05$). Criteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$
- H_0 ditolak (H_1 diterima) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$

Tabel 8
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.740	2	96.370	18.536	.000 ^b
	Residual	192.360	37	5.199		
	Total	385.100	39			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Pengembangan, Pelatihan

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 18.536. Nilai F_{hitung} selanjutnya diinterpretasikan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$), dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = $40-2 = 38$, maka nilai $F_{tabel} = 3,240$. Jadi, dari hasil penghitungan uji signifikan dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $18,536 > 3,240$. Jadi hipotesis penelitian secara simultan dapat dibuktikan

yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelatihan dan pengembangan usaha terhadap penjualan.

3.6. Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t.

Tabel 9
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.514	5.129		3.025	.005
Pelatihan	.467	.101	.549	4.632	.000
Pengembangan	.245	.083	.349	2.942	.006

a. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan hasil analisis SPSS diperoleh nilai t untuk variabel pelatihan sebesar 4.632 sedangkan t_{tabel} dengan $(df = n-k) 40-3 = 37$ sebesar 1,687 ternyata t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,632 > 1,671$) maka dapat dikatakan bahwa pelatihan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Untuk nilai t pengembangan usaha diperoleh = 2,942 ternyata t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (

$2,942 > 1,687$) maka dapat dikatakan bahwa pengembangan usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

3.7. Uji Determinasi (Uji R²)

Uji determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pelatihan dan pengembangan usaha terhadap Penjualan KSM binaan BDC Kota Medan, maka dilakukan uji determinasi (R²).

Tabel 10
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.473	2.280

a. Predictors: (Constant), Pengembangan, Pelatihan

b. Dependent Variable: Penjualan

Dari pengolahan data diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,473 atau 47,3%, ini artinya bahwa pelatihan (X₁) dan pengembangan usaha (X₂) memberikan kontribusi terhadap variabel penjualan (Y) sebesar 47,3% dan sisanya sebesar 52,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian ini .

4. Kesimpulan

- Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan atas pelatihan dan pengembangan usaha secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC kota Medan, yaitu dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,536 > 3,240$).
- Berdasarkan hasil penelitian ini maka diketahui bahwa variabel bebas pelatihan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC kota Medan yaitu dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,632 > 1,687$). Sementara variabel bebas pengembangan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan yaitu dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,942 > 1,687$).

- Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial yang dominan mempengaruhi variabel penjualan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) binaan BDC kota Medan, adalah variabel pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Kelima*, Riheka Cipta, Jakarta.
- Amstrong M, 2000, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Erlangga
- Anoraga Pandji, 2007. *Pengantar bisnis. Pengelolaan Bisnis Dalam Era. Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Basu Swastha DH. 2004. *Azas-azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta
- Ghazali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta
- KSM Kuat, BDC Kuat - Kotaku : Kota Tanpa Kumuh, <http://kotaku.pu.go.id/view/2285/ksm-kuat-bdc-kuat>

- Moehariono, 2009. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Suryana, (2006), Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga, Penerbit Selemba, Jakarta.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Stoner, James A.F 2006. *Manajemen*. Terjemahan Nanang Fatah. Jakarta; Intermedia.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tim Wahana Komputer. 2009. *Solusi Mudah dan Cepat Menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Umar, Husein. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Yamin, Sofyan & Heri Kurniawan, 2015. *SPSS Complete*, Salemba Empat, Jakarta.
- <https://www.kompasiana.com/raffiansyahjc/563c6e58c723bdb1093d6e61/pentingnya-penjualan-bagi-perusahaan-manufaktur>